

4. Análise Económica da Procura Turística

4.1. Procura turística;

4.2. Indicadores utilizados para a quantificação da procura turística;

4.2. Determinantes económicos da procura turística;

4.3. Elasticidade da Procura Turística;

4.4. Modelos de previsão da procura turística:

4.4.1. Modelos de séries temporais ou extrapolativos;

4.4.2. Modelos causais

1

Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

1

4.1. Procura turística

• Procura turística

- Especificamente, traduz as diversas quantidades de bens e serviços que os visitantes, residentes e não residentes, adquirem num dado momento;
- Conjunto dos bens e serviços que as pessoas que se deslocam adquirem para realizar as suas viagens, expressos em termos de quantidade;
- Corresponde ao número total de pessoas que viajam ou desejam viajar, para utilizar facilidades e serviços turísticos em lugares distantes do seu local de trabalho e residência.

Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

2

4.1. Procura turística (Cont.)

- A Procura Turística pode subdividir-se em:
 - **Procura real ou efetiva** – composta pelos turistas de facto, ou seja, o número de pessoas que praticaram turismo em dado período, de acordo com as estatísticas oficiais;
 - **Procura potencial** - composta por não viajantes, mas que o fariam caso tivessem condições para tal; por novos mercados turísticos ainda não explorados; por potenciais incrementos na procura futura resultantes de melhorias de um dado destino turístico em termos de serviços, capacidade de alojamento ou publicidade, por exemplo;
 - **Não-procura** – composta por aqueles que não desejam viajar.

Adaptado de Hirata e Braga, 2017

3

3

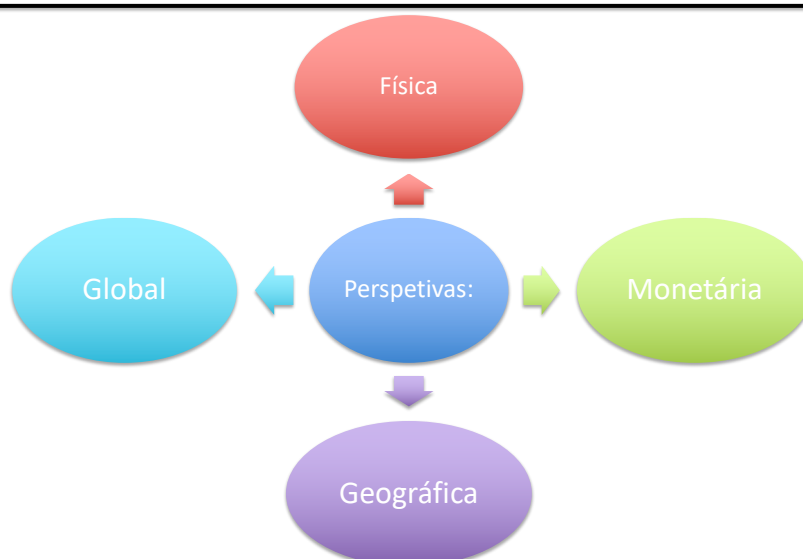
4.1. Procura turística (Cont.)

- A procura turística tem subjacente o pressuposto de que os consumidores agem racionalmente no sentido de maximizar a sua satisfação com um dado leque de escolhas económicas;
- As atividades de turismo e lazer devem ser consideradas no cabaz de escolhas de consumo dos consumidores, pelo que a maximização da satisfação daqueles deve também considerar o tempo que dispensarão à realização dessas atividades;
- À semelhança das decisões de consumo de outros bens e serviços, os consumidores irão avaliar em termos marginais o acréscimo de satisfação obtida com o consumo de atividades de lazer face ao seu custo marginal/preço;
- Os consumidores enfrentam um *trade-off* entre aplicar o seu tempo escasso a atividades de lazer ou ao trabalho, pelo que o custo total das atividades de lazer deve ter em conta também o custo de oportunidade associado à perda de rendimentos decorrentes de não se dedicar esse tempo ao trabalho.

Adaptado de Tribe, 2011

4

4.1. Procura turística (Cont.)



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

5

4.1. Procura turística (Cont.)

- Perspetiva Física:
 - compreende deslocações de indivíduos de acordo com o conceito de visitante;
 - corresponde ao número de pessoas que se deslocam para locais diferentes da sua área de residência e de onde realizam as respetivas atividades profissionais remuneradas;
 - os fluxos turísticos são quantificados através do número de chegadas às fronteiras e do número de dormidas nos meios de alojamento de um país, independentemente do terem origem no próprio país ou no exterior.

Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

6

4.1. Procura turística (Cont.)

- Perspetiva Monetária:

- compreende o conjunto das despesas de consumo de bens e serviços realizadas pelos visitantes, resultantes das suas deslocações;
- todos esses gastos relacionados com a viagem dos visitantes são designados por receitas turísticas;
- as receitas turísticas são obtidas através da soma das receitas de origem externa (divisas trazidas pelos estrangeiros) com os gastos dos residentes nas suas viagens internas.

Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

7

4.1. Procura turística (Cont.)

- Perspetiva Geográfica:

- compreende os movimentos turísticos gerados num determinado espaço geográfico, ou seja, locais de origem e destinos;
- traduz aspectos direcionais relativos aos fluxos turísticos e define os locais (regiões ou países) onde se geram os movimentos turísticos, por onde passam e também para onde se dirigem;
- permite determinar a forma como a procura turística de um país se distribui no território em termos físicos/espaciais, assim como a respetiva proveniência a montante, por país ou região, e ainda quais as principais vias de penetração.

Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

8

4.1. Procura turística (Cont.)

- Perspetiva Global I:

- em termos internos, na perspetiva nacional, a procura global de um país é medida através da **Taxa de Partida**;
- A taxa de partida traduz a proporção da população total que efetua viagens ou passa férias, ou seja, determina a propensão à viagem da população;

$$Taxa_de_Partida = \frac{\text{população do país que passa férias}}{\text{população total}} * 100$$

- a procura turística global de um país corresponde à totalidade da procura gerada, independentemente do destino da viagem ser interno ou noutro país.

Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

9

4.1. Procura turística (Cont.)

- Perspetiva Global II:

Procura global

Procura turística global dos residentes

- Procura total dos residentes que partem de férias independentemente do local para onde se dirigem

Procura global dos produtos turísticos

- Procura dos residentes que partem de férias no interior do país (turismo doméstico) adicionada da procura dos não residentes (turismo receptor)

Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

10

4.2. Indicadores de quantificação da procura turística

- Anualmente o INE publica as “Estatísticas do Turismo” nas quais é feito o enquadramento económico da atividade turística na perspetiva da oferta e da procura;
- O INE utiliza informação proveniente do “Inquérito às Deslocações dos Residentes” e ainda de outras fontes como o FMI, Eurostat, OMT e BP;
- Paralelamente, o Turismo de Portugal, I. P. disponibiliza periodicamente informação sobre o sector, com vários indicadores;
- Sobre a procura turística são determinados vários indicadores, nomeadamente sobre população, deslocações turísticas, caracterização das viagens, n.º de hóspedes, n.º de dormidas, excursões, estadias, taxas de ocupação, entre outros.

Adaptado de INE 2018

11

4.2. Indicadores de quantificação da procura turística (Cont.)

Entre outros indicadores, poderão ser considerados os seguintes:

- **N.º de Hóspedes e dormidas:**
 - Hóspedes em Portugal/Continente/Região segundo o tipo/categoria de estabelecimento, por países de residência;
 - Dormidas em Portugal/Continente/Região, segundo o tipo/categoria de estabelecimento, por países de residência;
- **Estada média e taxa de ocupação-cama:**
 - Estada média, segundo o tipo dos estabelecimentos, por países de residência habitual;
 - Estada média, segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões NUTS II
 - Estada média na hotelaria, segundo as regiões NUTS II, por países de residência;
 - Estada média no Turismo no Espaço Rural/Habitação e no Alojamento Local, segundo as regiões NUTS II, por países de residência;
 - Taxa líquida de ocupação-cama, segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões NUTS II;
- **Proveitos e RevPAR:**
 - Proveitos totais, segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões NUTS II;
 - Proveitos de aposento, segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões NUTS II;
 - Rendimento por quarto disponível (RevPAR), segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões NUTS II
 - TRevPAR; TRevPEC; GOPPAR; RevPAM; RevPASH;...

Adaptado de INE, 2018; Turismo de Portugal, 2019

12

4.2. Indicadores de quantificação da procura turística (Cont.)

- **Taxa líquida de ocupação-cama**

$$\text{Taxa líquida de ocupação-cama} = \frac{\text{número de dormidas}}{\text{número de camas disponíveis no período}} \times 100$$

- **RevPAR – Rendimento por quarto disponível**

$$\text{RevPAR} = \frac{\text{receita obtida com a ocupação dos quartos}}{\text{número de quartos disponíveis no período}}$$

- **TRevPAR – Rendimento total por quarto disponível**

$$\text{TRevPAR} = \frac{\text{receita total}}{\text{número de quartos disponíveis no período}}$$

- Como o **TrevPAR** considera não só as receitas obtidas pela ocupação dos quartos, mas também as provenientes de serviços adicionais que gerem receita, como restaurantes, SPA, transferes, guias turísticos, etc., é um **indicador mais estratégico e completo** sobre a rentabilidade do hotel.

- **TRevPEC – Rendimento total por cliente**

$$\text{TRevPEC} = \frac{\text{receita total}}{\text{número total de clientes no período}}$$

Adaptado de INE, 2018; Turismo de Portugal, 2019

13

4.2. Indicadores de quantificação da procura turística (Cont.)

- **GOPPAR – Lucro operacional bruto por quarto disponível**

$$\text{GOPPAR} = \frac{\text{lucro operacional bruto}}{\text{número de quartos disponíveis no período}}$$

- **RevPAM – Rendimento de conferências e banquetes por m² disponível**

$$\text{RevPAM} = \frac{\text{rendimento de conferências e banquetes}}{\text{m}^2 \text{ disponíveis}}$$

- **RevPASH – Rendimento com comida e bebidas por n.º de lugares sentados e hora**

$$\text{RevPASH} = \frac{\text{rendimento de alimentos e bebidas (F\&B)}}{\text{n.º de lugares sentados por hora disponível}}$$

- **Taxa de Ocupação**

$$\text{TO} = \frac{\text{n.º unidades hoteleiras vendidas}}{\text{n.º de unidades hoteleiras disponíveis no período}} \times 100$$

- Pode ser calculada por diferentes UH, como quarto ou cama; diária, mensal, por dia útil ou fim-de-semana e feriados; por estabelecimento, tipologia ou região; ...

Adaptado de INE, 2018; Turismo de Portugal, 2019

14

4.2. Indicadores de quantificação da procura turística (Cont.)

Procura Turística dos Residentes:

- **Turismo**
 - População e turistas:
 - Estimativas da população residente, segundo o escalão etário, por sexo;
 - Turistas, segundo o motivo e destino da viagem, por sexo e escalão etário;
 - Turistas e não turistas, segundo a autoclassificação perante o trabalho, por sexo e escalão etário;
 - Turistas e não turistas, segundo o nível de instrução, por sexo e escalão etário;
 - Não turistas, segundo as razões para não ter viajado, por sexo e escalão etário;
 - Viagens
 - Viagens, segundo o motivo, destino e duração, por escalão etário;
 - Viagens, segundo o motivo e destino, por duração da estadia;
 - Viagens, segundo o motivo e destino, por mês de início da viagem;
 - Viagens, segundo o motivo, destino e duração, por meio de transporte utilizado;
 - Viagens, segundo o motivo, destino e duração, por organização da viagem;
 - Viagens em Portugal, segundo o motivo e duração, por NUTS II de destino;
 - Matriz origem/destino (NUTS II) das viagens realizadas em Portugal, segundo os principais motivos e duração;
 - Viagens ao estrangeiro, segundo o motivo e duração, por país de destino;
 - Dormidas
 - Dormidas, segundo o motivo, destino e duração da viagem, por meio de alojamento utilizado;
 - Dormidas de viagens em Portugal, segundo o motivo e duração, por NUTS II de destino;
 - Dormidas de viagens com destino estrangeiro, segundo o motivo e duração, por país de destino
 - Despesas
 - Duração média da viagem, segundo os principais motivos, por destino;
 - Despesa média por viagem, segundo os principais motivos, por destino e duração;
 - Despesa média diária por turista, segundo os principais motivos, por destino e duração.
- **Excursionismo**
 - Excursionistas, segundo o motivo da viagem, por sexo e escalão etário;
 - Excursionistas, segundo o motivo da viagem, por mês;
 - Viagens de excursionismo, segundo o motivo da viagem, por sexo e escalão etário;
 - Viagens de excursionismo, segundo o motivo da viagem, por mês.

Adaptado de INE, 2018; Turismo de Portugal, 2019

15

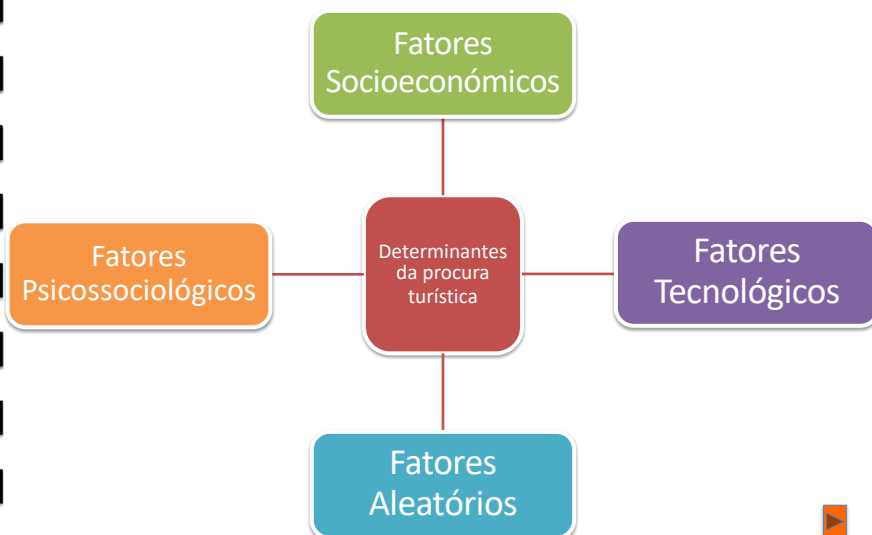
4.3. Determinantes económicos da procura turística

- Os determinantes da procura turística são fatores que condicionam as quantidades procuradas de qualquer tipo de atividade turística;
- Podem influenciar essa procura de forma positiva ou negativa, aumentando-a ou diminuindo-a;
- Compreende fatores de ordem social, económica, técnica, política, psicológica, aleatória, etc.

Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

16

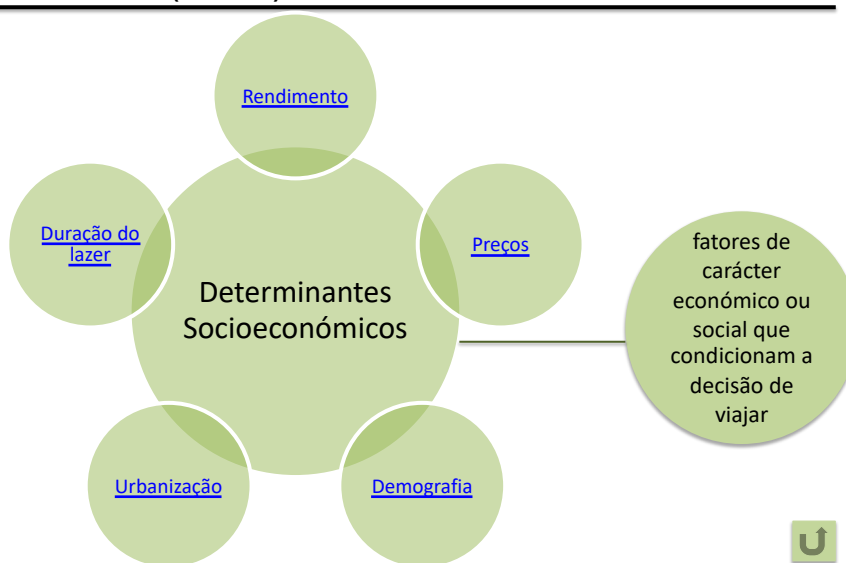
4.3. Determinantes económicos da procura turística (Cont.)



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

17

4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

18

4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)

- Rendimento:

- Porventura o principal fator que condiciona a procura turística, dado que a realização de viagens depende em grande medida do rendimento disponível após cumprimento de outras obrigações e satisfação das necessidades básicas;
- A procura turística e o rendimento disponível têm uma relação direta e positiva, ou seja, a realização e a extensão das viagens ou férias é diretamente proporcional ao rendimento disponível.



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

19

4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)

- Preços

- O nível de preços na economia condiciona a procura turística;
- Existe uma relação inversa entre o nível de preços na economia e a procura turística, ou seja, quando os preços aumentam a procura turística diminui e vice-versa;
- Dependendo do mercado em que se faça a análise da procura turística, de origem ou de destino, verificam-se as seguintes situações:
 - Se o nível de preços no mercado emissor aumenta, aumentam os gastos de consumo de bens essenciais o que diminui o rendimento disponível para consumos turísticos => diminuição da procura turística de destinos exteriores;
 - Se o nível de preços no mercado receptor aumenta, haverá uma diminuição da procura turística para o próprio destino, pois torna-se menos competitivo face a outros potencialmente mais baratos.



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

20

4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)

- Demografia

- Conjunto de características populacionais relativas ao seu crescimento, desenvolvimento, distribuição e densidade que influenciam a procura turística;
- A procura turística depende direta e positivamente da propensão à viagem ou taxa de partida;
- Normalmente, os países com maior propensão à viagem são economicamente mais desenvolvidos, com decréscimo populacional associado a baixas taxas de natalidade e à diminuição da taxa de mortalidade, provocando o envelhecimento da população - deu origem ao turismo sénior;
- A dimensão das famílias afeta inversamente a procura turística, sendo que a sua crescente redução, acompanhada do aumento da participação da mulher na vida profissional, tem como efeito o aumento do rendimento disponível para a realização de atividades turísticas.



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

21

4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)

- Urbanização

- A procura turística está positiva e diretamente relacionada com as taxas de urbanização;
- A maior parte dos turistas é oriunda de zonas urbanas devido ao superior nível médio de rendimentos e a uma maior suscetibilidade a situações de tensão e stress que potenciam a necessidade de viajar;
- A maioria dos países tem taxas de urbanização crescentes, o que a prazo irá potenciar a evolução da procura turística a nível global.



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

22

4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)

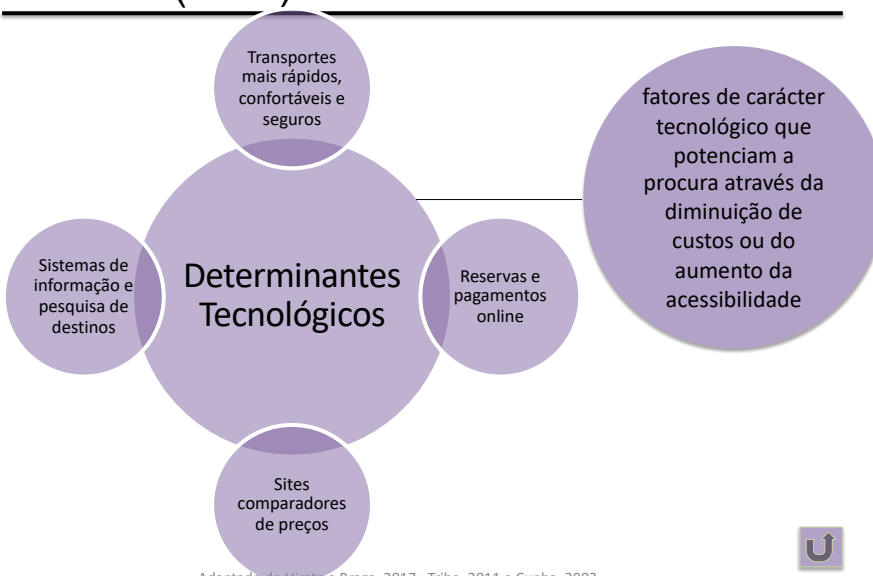
- Duração do lazer
 - *Trade-off* entre aplicar o tempo escasso a atividades de lazer ou ao trabalho;
 - O benefício de férias pagas (22 dias/ano) conduz ao aumento do número e da duração das férias e viagens realizadas anualmente;
 - Nos países mais desenvolvidos a jornada de trabalho tem vindo a diminuir, aumentando o tempo de lazer;
 - A partir de determinado nível de rendimento, o benefício marginal de tempo de trabalho adicional é inferior ao de tempo de lazer adicional, pelo que as pessoas abdicam de aumentos adicionais de rendimentos para disporem de mais tempo de lazer.



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

23

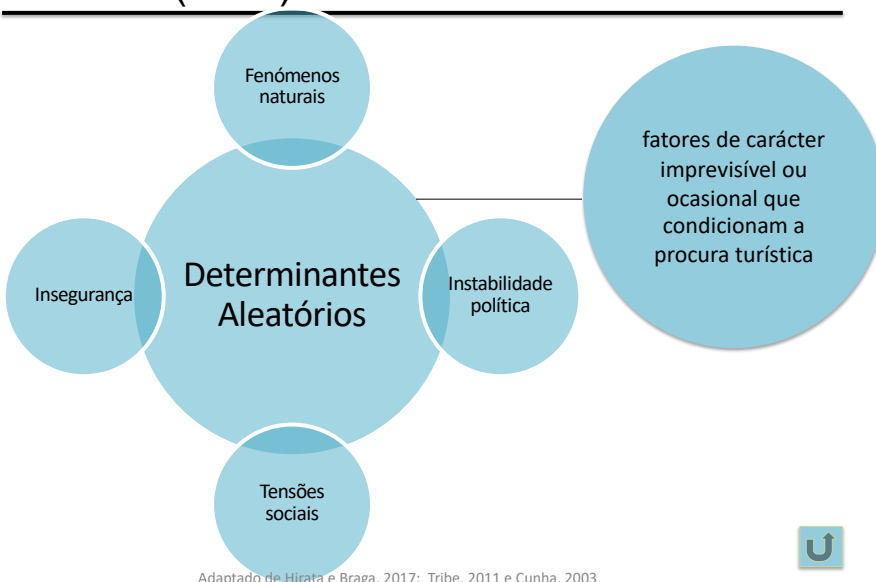
4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)



Adaptado de Hirata e Braga, 2017; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

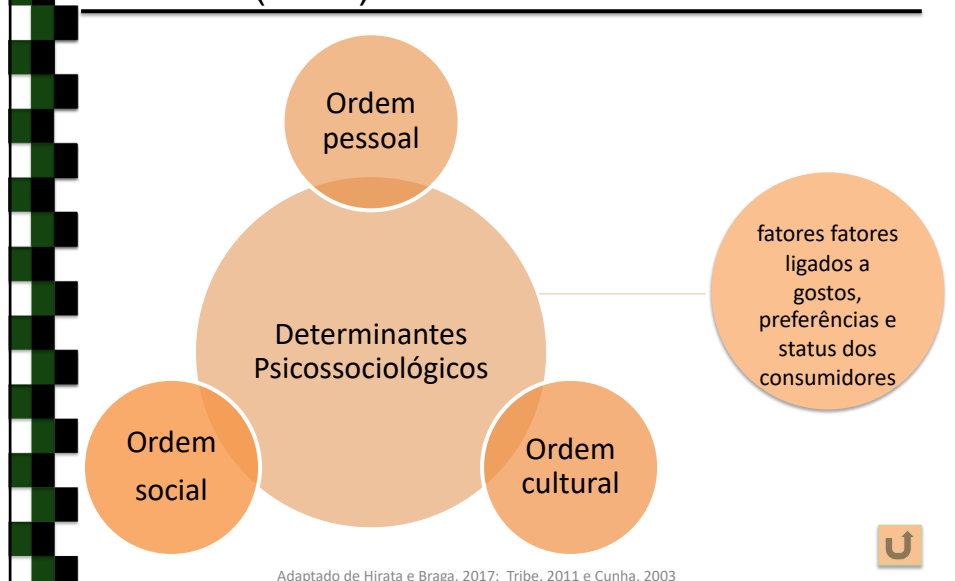
24

4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)



25

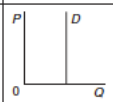
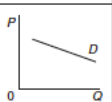
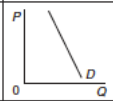
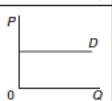
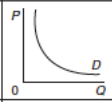
4.3. Determinantes económicos da procura turística (cont.)



26

4.4. Elasticidade da procura turística

- As elasticidades da procura turística medem a sensibilidade dos consumidores face a variações dos preços dos bens e serviços turísticos ou do rendimento;
- Avaliam o impacto sobre as quantidades procuradas daqueles bens face a variações percentuais unitárias dos preços ou rendimento;

Numerical value	Graph	Explanation	Term	Numerical value	Graph	Explanation	Term
0		Demand is unresponsive to a change in price	Perfectly inelastic	$> 1 < \infty$		Demand changes by a larger proportion than price	Elastic
$> 0 < 1$		Demand changes by a smaller proportion than price	Inelastic	∞		Any increase in price causes demand to fall to zero	Perfectly elastic
1		Demand changes by the same proportion as price	Unit elasticity				

Fonte: Tribe (2011, p. 76)

27

27

4.4 Elasticidade da Procura Turística (cont.)

Elasticidade-Preço da Procura

- Variação percentual na quantidade procurada de um bem ou serviço resultante da variação de 1% no seu preço.

$$E_{pD} = \frac{\Delta \% Q_D}{\Delta \% P} \quad \text{ou ainda:} \quad E_{pD} = \frac{\Delta Q_D}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_D}$$

- Fatores que afetam a elasticidade-preço da procura turística:
 - necessidade do bem ou serviço turístico – bens essenciais vs. de luxo;
 - número de substitutos – quanto maior, mais elástica a procura;
 - aditividade – bens que gerem aditividade/dependência tendem a tornar a procura inelástica;
 - preço e utilidade – bens baratos e úteis têm procura inelástica;
 - período de tempo – a elasticidade aumenta ao longo do tempo;
 - consciencialização do consumidor – consumidores mais informados são mais sensíveis a variações de preços.

Adaptado de Pindyck, 2010; Tribe, 2011

28

28

4.4 Elasticidade da Procura Turística (cont.)

Elasticidade-Rendimento da Procura

- Variação percentual na quantidade procurada resultante de uma variação de 1% no seu rendimento.

$$E_{RD} = \frac{\Delta Q_D}{\Delta R} \times \frac{R}{Q_D}$$

Elasticidade Cruzada-preço da Procura

- Variação percentual na quantidade procurada de um bem resultante de uma variação de 1% no preço de outro bem.

$$E_{pDA} = \frac{\Delta Q_{DA}}{\Delta P_B} \times \frac{P_B}{Q_{DA}}$$

Adaptado de Pindyck, 2010; Tribe, 2011

29

29

4.5. Modelos de previsão da Procura turística

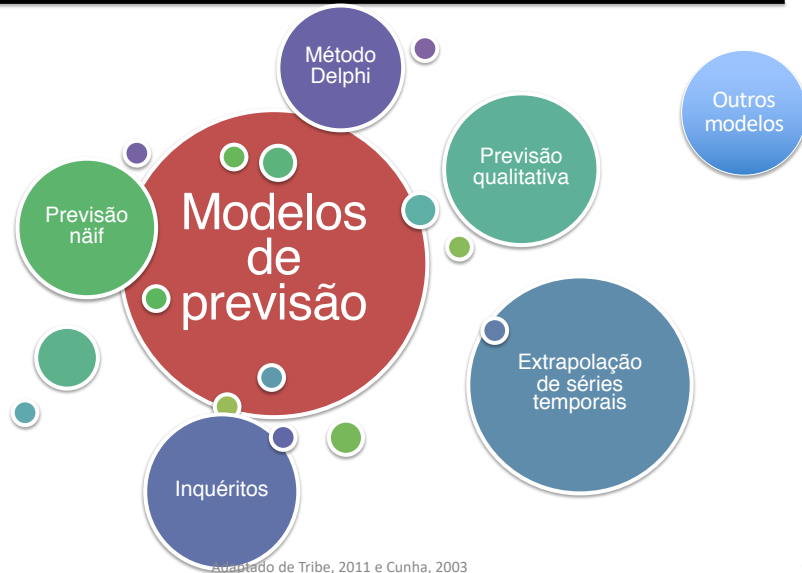
- A previsão da procura turística torna-se fundamental tendo em vista adequar a capacidade instalada ou a construir àquilo que se perspetiva vir a ser a quantidade procurada de bens e serviços turísticos;
- Alguns equipamentos de apoio às atividades do turismo têm elevados custos de construção e manutenção, assim como demoram períodos longos de tempo a ser construídos e não são facilmente adaptáveis a variações de procura – ex.º aeroportos, terminais marítimos para cruzeiros, hotéis, etc.;
- Algumas operações turísticas requerem planeamento cuidadoso e em tempo útil, como a reserva de *slots* nos aeroportos ou de alojamento em hotéis;
- Paralelamente, os serviços de turismo e lazer são altamente perecíveis – por exemplo, um quarto de hotel não vendido hoje não pode ser “armazenado” para vender noutra altura em que haja procura para lá da capacidade instalada – pelo que é fundamental estimar adequadamente a procura futura de bens e serviços turísticos para garantir a viabilidade e sustentabilidade da operação.

Adaptado de Tribe, 2011 e Cunha, 2003

30

30

4.5. Modelos de previsão da Procura turística (Cont.)



31

31

4.5. Modelos de previsão da Procura turística (Cont.)

- Previsão Nãif:
 - Assumem-se pressupostos simplistas relativamente à evolução futura da procura turística;
 - No caso mais simples assume-se que a procura futura se manterá no nível atual;
 - Alternativamente, assume-se que poderá variar futuramente a uma determinada taxa fixa.

Adaptado de Tribe, 2011 e Cunha, 2003

32

32

4.5. Modelos de previsão da Procura turística (Cont.)

• Previsão qualitativa:

- Estes modelos têm em consideração um leque abrangente de fatores determinantes da procura turística (anteriormente analisados) e como os mesmos irão influenciar as quantidades procuradas de bens e serviços turísticos;
- Depois de identificados, esses factores são hierarquizados por ordem de importância e depois individualmente analisados no sentido de perceberem a sua tendência de evolução futura;
- Podem recorrer a métodos estatísticos de análise mas não pressupõem a modelização em termos matemáticos no sentido de descrever relações precisas entre a procura e seus determinantes;
- Este tipo de previsões é essencialmente qualitativa e baseada em boa medida numa análise de senso comum, identificando-se variáveis cujo impacto seja do tipo: “pequeno efeito sobre a procura”, “sem efeito sobre a procura”; ou “com relevante efeito sobre a procura”, a título de exemplo.

Adaptado de Tribe, 2011 e Cunha, 2003

33

33

4.5. Modelos de previsão da Procura turística (Cont.)

• Extrapolação de Séries Temporais:

- Uma série temporal consiste num conjunto de dados recolhidos regularmente ao longo de um dado período de tempo;
- Permite identificar fenómenos de sazonalidade ou os efeitos de eventuais fenómenos aleatórios;
- Esta metodologia começa por analisar valores médios das variações sazonais ou aleatórias no sentido de identificar o padrão de variação subjacente ou tendências;
- Com base nessas tendências são efetuadas por extrapolação previsões de procura futura, para valores globais anuais ou ajustados para refletir valores totais sazonais;
- Como a procura de bens e serviços de turismo tende a ser sazonal, esta metodologia é bastante útil para a sua previsão, permitindo ajustar a oferta em função das flutuações ao nível da procura;
- Contudo, esta metodologia deverá ser acompanhada de outras e as previsões analisadas com cuidado, pois tem subjacentes valores médios do passado, que poderão ver os respetivos padrões alterados, ou ainda sofrer os efeitos de fatores aleatórios imprevisíveis.

Adaptado de Tribe, 2011 e Cunha, 2003

34

34

4.5. Modelos de previsão da Procura turística (Cont.)

• Inquéritos:

- Podem ser realizados por entidades oficiais, pelas próprias empresas ou contratados a especialistas de pesquisa de mercado;
- São ferramentas de previsão da procura turística muito úteis sobretudo nos casos de novos produtos ou serviços turísticos para os quais não haja dados históricos;
- Requerem grande rigor metodológico e adequada definição da amostra, sob pena das respetivas conclusões perderem validade;
- Em Portugal, anualmente o INE publica as “Estatísticas do Turismo” nas quais efetua o enquadramento económico internacional e nacional à atividade turística na perspetiva da oferta e da procura;
- Relativamente à análise da procura turística recorre anualmente à realização do “Inquérito às Deslocações dos Residentes”, sobre as viagens dos residentes em Portugal, e ainda ao “Inquérito ao Turismo Internacional”, relativo aos visitantes não residentes que chegam a Portugal.

Adaptado de INE, 2018; Tribe, 2011 e Cunha, 2003

35

35

4.5. Modelos de previsão da Procura turística (Cont.)


• Método Delphi:

- Método de previsão que utiliza um painel composto por um grupo estruturado de especialistas nesta área;
- Operacionaliza-se através da realização várias rondas, nas quais individualmente cada participante responde a um questionário;
- Em cada uma das rondas os especialistas analisam várias proposições específicas que ordenam de acordo com um critério pré-estabelecido;
- Os resultados obtidos são agregados e novamente analisados para eventual reformulação;
- O processo é repetido até que surja um elevado grau de consenso entre os vários especialistas relativamente às previsões de procura turística.

Adaptado de Tribe, 2011 e Cunha, 2003

36

36



4.5. Modelos de previsão da Procura turística (Cont.)

- Outros Modelos:
- São utilizados modelos mais complexos de previsão que pretendem estimar de forma mais precisa as relações entre a procura turística e os seus fatores determinantes;
- Recorrem ao uso de várias variáveis e técnicas estatísticas de análise de correlações e regressões para testar relações e definir um modelo de determinação da procura;
- São ainda utilizados modelos econométricos de previsão de variáveis económicas como taxas de juros, de crescimento económico, etc e a partir destas, construir um modelo de previsão que considere a atividade económica e a procura turística.

Adaptado de Tribe, 2011 e Cunha, 2003

37