

ANÁLISE DA PROCURA TURÍSTICA ATRAVÉS DE MODELAÇÃO DINÂMICA EM MACRO PAINEL DE DADOS

TOURISM DEMAND ANALYSIS THROUGH DYNAMIC MODELING OF MACRO PANEL DATA

Célia M. Q. Ramos

Universidade do Algarve, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Campus da Penha, Faro

cmramos@ualg.pt

Paulo M. M. Rodrigues

Departamento de Estudos Económicos, Banco de Portugal, School of Business and Economics, Universidade

Nova de Lisboa, Colégio de Campolide

pmrodrigues@bportugal.pt

Fernando Perna

Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo, Universidade do Algarve, Escola Superior de

Gestão, Hotelaria e Turismo, Campus da Penha, Faro

fperna@ualg.pt

RESUMO

A procura turística efectuada através da Internet, reveste-se de uma importância cada vez maior em consequência do crescimento acentuado do número de reservas *online* observado nos últimos anos, originando inclusive, o surgimento de um novo tipo de viajante: o turista mais experiente, sofisticado e sábio, o qual procura valores excepcionais nas suas viagens. A análise da procura turística actual não pode negligenciar as características do turismo electrónico, uma vez que o volume de compras de produtos turísticos efectuado através da Internet é cada vez mais acentuado.

Neste contexto, os modelos de dados em painel apresentam-se como abordagem indicada para a análise da procura turística. Devido às suas características, que permitem a utilização de dados de séries temporais e seccionais, estes modelos possibilitam a inclusão de variáveis sociais e de variáveis observadas ao longo de um período de tempo.

Os resultados da modelação e da estimação da procura turística, através dos dados em painel de grandes dimensões, permitem concluir que o ambiente tecnológico que envolve a actividade turística tem incentivado o aumento da procura turística e que pode ser um dos factores que a determinam na conjuntura que caracteriza a sociedade actual.

PALAVRAS-CHAVE

Dados em Macro Painel, Distribuição Electrónica em Turismo, Modelos Económicos, Procura Turística, Sistemas de Informação Turísticos.

ABSTRACT

Tourist demand resulting from the Internet is of increasing importance as a result of the increasing number of online bookings observed in recent years, leading to the appearance of a new type of

traveller: a more experienced, sophisticated and wise tourist, who seeks exceptional values on his travels. The analysis of current tourism demand cannot neglect the characteristics of electronic tourism, since the volume of tourism products purchases made via the Internet is becoming more pronounced.

In this context, panel data models are a suitable approach for the analysis of tourism demand. Due to their characteristics, which allow the use of time series and cross sectional data, these models enable the use of social variables and observed variables over a period of time.

The results reached allow us to conclude that the technological environment that surrounds tourism activity has encouraged the growth of tourism demand and can be one of the factors that determine it in an economic conjuncture that characterizes the current society.

KEYWORDS

Econometrics Models, Electronic Tourism Distribution, Macro Panel Data, Tourism Demand, Tourism Information Systems.

1. OBJECTIVOS

A distribuição electrónica em turismo tem facilitado a partilha, comunicação e reserva de produtos através da Internet, o que tem provocado um acentuado crescimento da procura turística através deste canal de distribuição.

A procura turística efectuada através da Internet, reveste-se de uma importância cada vez maior em consequência do crescimento acentuado do número de reservas *online* observado nos últimos anos, originando inclusive, o surgimento de um novo tipo de viajante: o turista mais experiente, sofisticado e sábio, o qual procura valores excepcionais nas suas viagens. A análise da procura turística actual não pode negligenciar as características do turismo electrónico, uma vez que o volume de compras de produtos turísticos efectuado através da Internet é cada vez mais acentuado.

Neste contexto, os modelos de dados em painel apresentam-se como abordagem indicada para a análise da procura turística. Devido às suas características, que permitem a utilização de dados de séries temporais e seccionais, estes modelos possibilitam a inclusão de variáveis sociais e de variáveis observadas ao longo de um período de tempo.

O presente estudo pretende responder às perguntas de pesquisas: Se as TIC, principalmente a Internet, têm contribuído para o aumento da procura turística de um determinado país? Se as TIC motivam ou limitam o desenvolvimento da actividade turística? Que contribuição as TIC dão ao aumento da procura turística?

2. METODOLOGIA

A metodologia proposta para modelar e estimar a procura turística através de macro painéis é baseada em: (i) formulação de hipóteses baseada na teoria da procura; (ii) especificação do modelo da procura turística; (iii) recolha de dados considerados relevantes para o estudo da procura turística; (iv)

modelação e estimação da procura turística; (v) testar as hipóteses consideradas; (vi) efectuar previsões e (vii) avaliar os resultados da previsão.

3. RESULTADOS OBTIDOS

O presente estudo permite concluir que quanto maior o número de utilizadores de Internet maior a probabilidade de a procura turística aumentar. Neste contexto, é de salientar a elevada relevância da presença *online* de um organismo público ou privado, ligado à actividade turística, quer para consulta quer para compra de componentes de viagem.

4. CONCLUSÕES

Os resultados da modelação e da estimação da procura turística, através dos dados em painel de grandes dimensões, permitem concluir que o ambiente tecnológico que envolve a actividade turística tem incentivado o aumento da procura turística e que pode ser um dos factores que a determinam na conjuntura que caracteriza a sociedade actual.

BIBLIOGRAFIA

- BALTAGI, B. H. (2005), *Econometric Analysis of Panel Data*, 3rd Edition, Wiley & Sons, West Sussex.
- BALTAGI, B. H., AND KAO, C. (2000), *Nonstationary Panels, Cointegration in Panels and Dynamic Panels: A Survey*, Center for Policy Research Working Papers 16, Center for Policy Research, Maxwell School, Syracuse University.
- BLOCH, M., AND SEGEV, A. (1997) “The Impact of Electronic Commerce on the Travel Industry - An Analysis Methodology and Case Study”, in *Proceedings of the Thirtieth Annual Hawaii International Conference on System Systems*, IEEE
- BREITUNG, J., AND PESARAN, M. H. (2005), *Unit Roots and Cointegration in Panels*, CESifo Working Paper Series No. 1565.
- BUHALIS, D. (2003), *eTourism: Information Technology for strategic management*, London, Prentice Hall.
- BUHALIS, D. AND COSTA, C. (2006), *Tourism Management dynamics – trends, management and tools*, Oxford, Elsevier.
- CORREIA, A. (2000), *A Procura Turística no Algarve*, Universidade do Algarve, Tese de Doutoramento.
- CROUCH, G. (1994), “The Study of International Tourism Demand: A Review of Findings”, *Journal of Travel research*, 33 (1), 12-23.
- CUNHA, L. (2003), *Introdução ao Turismo*, Editorial Verbo, 2 ed., Lisboa.
- DANIEL, A. C. M., AND RODRIGUES, P. M. M. (2005), “Modelling and Forecasting Tourism Demand in Portugal: What Was Done and What Can We Do?”, *Recent Developments in Tourism Research Conference*, Faro, Outubro de 2005.
- IM, K., PESARAN, M. H., AND SHIN, Y. (1997), “Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels”, *Mimeo*, Department of Applied Economics, University of Cambridge.
- MARCUSSEN, C. (2009), “Trends in European Internet Distribution of Travel and Tourism Services”, *Centre for Regional and Tourism Research*, Denmark [on-line], <http://www.crt.dk/UK/staff/chm/trends.htm>, acesso em 19.10.2010.

- MATYAS, L., AND SEVESTRE, P. (eds.) (2008), *The Econometrics of Panel Data*, Springer Verlag, Third Completely New Edition.
- RAMOS, C. M. Q., RODRIGUES, P.M.M. AND PERNA, F. (2009), “Sistemas e Tecnologias de Informação no Sector Turístico”, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 12, 21-32.
- SHELDON, P. (1989), “Travel Industry Information Systems”, in Witt, S., and Moutinho, L., (ed) *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice Hall, London, 589-592.
- SMITH, R., AND FUERTES, A. M. (2010), *Panel Time-Series*, London, Cemmap.
- SONG, H., AND WITT, S. F. (2000), *Tourism demand modelling and forecasting: Modern econometric approaches*, Pergamon, New York.
- SONG, H., WITT, S. F., AND LI, G. (2009), *The Advanced Econometrics of Tourism Demand*, Routledge, Taylor and Francis.
- VERBEEK, M. (2004), *A Guide to Modern Econometrics of Panel Data*, London, John Wiley and Sons.
- WITT AND WITT (1995), “Forecasting Tourism Demand: A review of Empirical Research”, *International Journal of Forecasting*, 11, 447-475.
- WTO (2001), *E-Business for Tourism – Practical Guidelines for Tourism destinations and Businesses*, World Tourism Organization.