



GESTÃO E DESENVOLVIMENTO

ISSN: 1807-5436

ISSN: 2446-6875

editora@feevale.br

Centro Universitário Feevale

Brasil

MICRO-DESTINO: UMA PERSPECTIVA DE ANÁLISE E GESTÃO PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

D'sordi Alves Alegrini da Silva, Sidclei; de Oliveira-Matos, Christina; Fumi Chim-Miki, Adriana

MICRO-DESTINO: UMA PERSPECTIVA DE ANÁLISE E GESTÃO PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

GESTÃO E DESENVOLVIMENTO, vol. 14, núm. 2, 2017

Centro Universitário Feevale, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514252952007>

MICRO-DESTINO: UMA PERSPECTIVA DE ANÁLISE E GESTÃO PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Sidclei D'sordi Alves Alegrini da Silva
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Brasil
sidcleialegrini@yahoo.com.br

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514252952007>

Christina de Oliveira-Matos
Universidade de Las Palmas de Gran Canarias, España
matos_christina@hotmail.com

Adriana Fumi Chim-Miki
Universidade de Las Palmas de Gran Canarias, España
adriana.chimmiki@gmail.com

RESUMO:

Este artigo apresenta a perspectiva de micro-destino turístico com suas categorias de classificação, assim como, às vantagens do uso desta unidade para a análise e gestão do turismo. Esta perspectiva é contextualizada através do estudo de caso do Destino turístico Gran Canaria-Espanha que definiu uma estruturação de 14 micro-destinos. A identificação de pequenas áreas geográficas nas quais o turismo é uma atividade motriz contribui para o desenvolvimento de políticas e programas mais eficazes que considerem a homogeneização destas áreas, e por consequente a heterogeneidade existente no destino integral. A pesquisa se classifica como qualitativa com método exploratório-descritivo, utilizando dados estatísticos secundários. Os resultados indicam que a categorização dos micro-destinos turísticos analisados segue os critérios indicados na literatura para sua delimitação. A adoção destas unidades de gestão justificou-se pelos dados de demanda e oferta existente nos locais, pois possibilitou melhor controle, planejamento e co-marketing. Assim, a divisão territorial baseada em micro-destinos demonstra ser uma opção adequada para fins de gestão regional.

PALAVRAS-CHAVE: Micro-destino turístico, Gestão estratégica turística, Gran Canaria.

ABSTRACT:

This paper presents the tourism micro-destination perspective and their categories of classification, as well as, the advantages of using this unit to the analysis and management in the tourism sector. This perspective is contextualized through the case study of Gran Canaria tourism destination, in Spain, which defined 14 micro-destinations in its tourism system. The identification of small geographic areas in which tourism is a driver activity contributes to the development of policies and programs mostly effective because considers the homogenization of these areas, and consequently, the existing heterogeneity in integral destination. The research is performed by an exploratory-descriptive qualitative methodology using secondary data. The results indicate that the categorization of the tourism micro-destinations in Gran Canaria has followed the criteria indicated in the literature to their delimitation. Also, it indicated that the adoption of these management units are justified by demand data and by the tourism offer in these places, allowing better control, planning and co-marketing. Thus, the territorial division based on micro-destinations reveals to be an appropriate option for regional management.

KEYWORDS: Tourism Micro-destination, Tourism Management, Gran Canaria.

1 INTRODUÇÃO

Parte do fomento de uma área turística está baseada na capacidade de gestão e organização, tanto da oferta como da demanda. Neste sentido, entender a perspectiva de micro-destinos é importante para realizar análise e gestão de áreas que englobam realidades mais homogêneas (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014). Também facilita a realização de estatísticas turísticas a nível local e o desenvolvimento de políticas públicas, assim como estratégias para que atinjam um nível de competitividade mais efetivo.

Um micro-destino turístico é uma pequena área geográfica na qual o turismo é identificado como uma atividade econômica motriz. Esta área possui uma oferta composta por uma concentração de empresas com características comuns, uma imagem associada e uma tipologia turística diferenciada (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014). Além disso, um micro-destino possui uma delimitação física e administrativa que define sua gestão (EHRlich, 2011).

Este trabalho, em primeiro lugar, objetiva descrever a perspectiva de micro-destino, especificando seu conceito e diferenças analíticas, assim como, os critérios para sua classificação. Em segundo lugar, esta perspectiva é contextualizada com estudo de caso de Gran Canaria, Espanha, pois este destino turístico tem sido pioneiro no uso de micro-destino como unidade de análise e gestão.

Desta forma, este trabalho contribui para a construção de uma base teórico-empírica que apresenta uma categoria de análise pouco explorada nos estudos de gestão de destinos, mas que oferece possibilidades de complementar o desenvolvimento de modelos turísticos. O presente trabalho é de corte qualitativo, sendo uma análise descritivo-exploratória baseada em uma revisão bibliográfica sobre a temática apresentada e um estudo de caso em que se aplicam os conceitos introduzidos.

2 METODOLOGIA

Este estudo é uma revisão teórica que agrega um caráter exploratório, pois realiza uma pesquisa descritiva, ou seja, descreve e analisa o uso da unidade micro-destino turístico comparando com as indicações de categorização desta perspectiva teórico-empírica. O estudo de caso tem sido uma metodologia amplamente utilizada para estudos turísticos (ARZALUZ, 2005), servindo para analisar o objeto de estudo no seu contexto real, utilizando fontes primárias e secundárias de natureza quantitativas e/ou qualitativas (YIN, 1994; VILLA REAL; LANDETA, 2010).

Morra e Friedlander (2001, p.2) consideram o estudo de caso como uma metodologia de aprendizagem sobre uma situação complexa. Baseia-se no entendimento compreensivo da situação, através da descrição e análise da situação, a qual deve ser tomada como um conjunto dentro de seu contexto. Assim, realizou-se neste estudo, uma descrição da forma como o destino Gran Canaria, localizado na Espanha, dividiu-se em zonas turísticas e micro-destinos, sendo organizado em duas fases:

1. Revisão bibliográfica sobre micro-destino turístico buscando-se identificar os critérios de categorização e a fundamentação de uso para esta unidade de análise;
2. Estudo de caso de Gran Canaria e seus micro-destinos turísticos segundo las bases teórico-empíricas previstas nesta abordagem.

Os dados utilizados nesta análise se referem ao ano de 2015 e foram secundários extraídos a partir de websites dos organismos oficiais gestores do turismo nas localidades analisadas, especialmente as agências promotoras dos destinos e as instituições públicas relacionadas ao turismo, como a Promotur Turismo Canarias, entidade responsável pela promoção da marca destino 'Islas Canarias' e o Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Pode-se considerar que o conceito de micro-destino (MD) ainda está em construção, pois, ainda que alguns autores já o tenham definido (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014; EHRlich, 2011), restam dúvidas em como efetivamente o diferenciamos do próprio conceito de destino e de como o classificamos. Alguns autores utilizam o término sub-destino como sendo zonas turísticas dentro dos destinos mantendo uma similaridade com clusters de atrativos e serviços (Navarro, 1998). Corroborando com o apresentado, Reid e Reid (1994) indicaram que devem ser elaboradas políticas para o desenvolvimento turístico de micro áreas com especial

atenção aos gastos do visitante e de promoção do setor. Seu estudo analisou ilhas/nações que considerou como microestados ou micro-destinos turísticos.

Outros pesquisadores como Lew e McKercher (2006) e Maulet (2006) intitulam destinos locais, como sendo regiões dentro de um lugar que possui produtos e atividades que podem ser contratados pelo viajante e que são promovidos pelo próprio destino como parte de sua gama de produtos. A esta definição, Bujosa et al. (2015) acrescenta que são acessíveis a serem realizados em uma excursão (daytrip), porém se não existir o pernoite, então não se configura como micro-destino.

A OMT (2007) definiu destino turístico como um espaço geográfico em que o turista permanece pelo menos uma noite e que inclui o consumo de produtos turísticos básicos e complementares, com fronteiras físicas, administrativas e gestão própria definida, com imagem e percepção que definem sua competitividade no mercado.

Como unidades de análise os destinos têm sido considerados por três principais vertentes: (i) geográfica ou física – território identificado por seus limites físicos ou administrativos que os turistas visitam ou permanecem; (ii) econômica – lugar em que os turistas permanecem e gastam uma soma de valor, gerando uma economia local com considerável dependência ao turismo; e, (iii) psicográfica – baseada no motivo de viagem, também considerada como representativa – baseado na experiência do turista e sua representação mental (MANENTE; MINGHETTI, 2006; CARBALLO-FUENTES et al., 2015).

Estas definições de destino turístico e suas perspectivas, que variam conforme a base teórica utilizada, também podem ser visualizadas no micro-destino, levando a questionar qual a sua verdadeira natureza. No entanto, entende-se de forma definitiva que o micro-destino é uma pequena área geográfica altamente dependente do turismo que possui uma variedade de instalações turísticas, imagem e tipologia turística própria, além do que possui gestão e planejamento para sua operabilidade, incluindo estatísticas turísticas homogêneas e continuidade espacial (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014).

Reforçando esta ideia, Ehrlich (2011) explica que a categoria micro-destino se trata de um espaço físico em que o visitante realiza sua estância e atividades de lazer, possuindo uma delimitação física e administrativa que define sua gestão, imagem e percepção ao redor de um USP (Unique selling proposition) que garante sua competitividade turística. Isto significa que o micro destino deve oferecer um produto, serviço ou benefício exclusivo que configure uma proposta única que o diferencia frente ao mercado concorrente, ou seja, desenvolva uma Proposta Única de Venda - USP, seguindo esta perspectiva previamente definida nos estudos de marketing (LASKEY; DAY; CRASCK, 1989).

Por outro lado, quando se considera a perspectiva teórica do turismo de experiência, o recorte geográfico do micro destino pode responder mais efetivamente ao que Goodall e Asworth (1988) chamaram de espaço geográfico-temporal em que se desenvolve a experiência. Uma parte dos alicerces da perspectiva teórica e de gestão de micro-destino provém dos trabalhos de Papatheodorou (2001; 2006) onde é abordado que a eleição da escolha do lugar a visitar depende de um conjunto de “microfoundations”.

As microfoundations especificam os elementos da oferta e da gestão que geram a atratividade do lugar, porém sua escolha está vinculada ao objetivo do turista. Desta forma, Papatheodorou (2006) considera que o micro-destino se configura pelo consumo, exemplificando que se um turista viaja a negócios para Atenas, não existe destino substituto para sua escolha, sendo assim, Atenas passa a ser um micro-destino de Grécia. Isto porque o motivo da viagem está vinculado a esta cidade, por um negócio ou evento que ocorrerá, gerando um USP (Unique selling proposition) e assim, configurando o local como micro-destino do país.

Porém, na efetiva gestão do turismo, os estudos estão focalizando uma linha de praticidade para a administração, portanto, consideram mais adequado estabelecer as fronteiras do micro-destino pelas características da oferta, pois são mais estáveis que as características da demanda (PAPATHEODOROU, 2006; HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014). A maior parte dos destinos turísticos está formada pela oferta de várias modalidades turísticas, sendo algumas delas caracterizadas como micro-destinos, porque têm uma

imagem própria associada a uma tipologia turística e a um segmento definido que o dota de identidade própria.

A identificação e delimitação do micro-destino é realizada com base em critérios propostos por Hernández-Martín et al. (2014) foram adaptados de orientações das Nações Unidas (2010), os quais se detalha no Quadro 1. Assim, indica-se verificar a existência de:

- Concentração de estabelecimentos característicos do setor;
- Homogeneidade da oferta turística;
- Estabilidade de seus limites no tempo;
- Existência de apoio público e privado.

Critério	Referência
Homogeneização da oferta turística	O critério usado para dividir uma área turística em mais de um micro-destino turístico, sendo a natureza das suas tipologias turísticas, definida como produtos turísticos pelas Nações Unidas (2010), e as características da oferta turística em cada área.
Concentração de empresas características do turismo	Trata da concentração de densidade de uma ou mais empresas características do turismo. Ainda que o nível mínimo de concentração que o micro-destino turístico deve apresentar não seja indicado na literatura, subentende-se a necessidade de contar com uma massa crítica que justifique ações ou planejamento de marketing. Quanto à delimitação geográfica pode estar relacionada aos estabelecimentos de alojamento turístico ou pelos lugares visitados pelo turista, como, por exemplo, restaurantes, praias, parques naturais, locais históricos ou culturais, etc. No entanto, a maneira mais usual nos trabalhos empíricos encontrados na literatura é usar por base os alojamentos turísticos.
Estabilidade dos limites no tempo	Os limites dos micro-destinos turísticos devem procurar ser consistentes ao longo do tempo para possibilitar um planejamento de longo prazo, por este motivo não se recomenda basear-se na demanda.
Dinamismo e flexibilidade	Recomenda-se evitar mudanças contínuas nos limites dos micro-destinos turísticos, para permitir comparações estatísticas no espaço e tempo que possam subsidiar a gestão. No entanto, é necessário estabelecer critérios para adaptar os limites de micro posições considerando a evolução dos mesmos.
Viabilidade e relevância	Ao realizar a sua delimitação deve-se tomar em conta a viabilidade em vários aspectos, tais como de confidencialidade das informações dos destinos e de significado dos dados estatísticos disponíveis a este nível.
Apoio público e privado	Deve haver um consenso entre os <i>stakeholders</i> públicos e privados na situação dos limites do micro-destino turístico.

QUADRO 1

Crítérios de Delimitação de micro-destinos turísticos

Fonte: Elaboração própria a partir de Hernández-Martín et al. (2014)

Os limites de um micro-destino podem estar relacionados com o tipo de alojamento que o caracteriza, os lugares visitados pelo turista ou pelas atividades realizadas no mesmo (LANE, 2009). Em alguns casos, uma adequada proposta de valor dos recursos naturais, sociais e das iniciativas empresariais (alojamentos, restauração, etc.), se converte na chave de um micro-destino atrativo, dando suporte a um setor turístico emergente (ABELLÁN, 2013).

Em muitas situações, contudo, os limites administrativos de uma cidade ou região não são adequados para as análises do setor turístico, e o micro-destino torna-se uma unidade que responde a uma necessidade prática para a gestão das redes interorganizativas do turismo (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014).

Um micro-destino pode estar localizado dentro de um único município ou ocupar área parcial de várias cidades ao mesmo tempo. A Figura 1 mostra as três diferentes configurações que podem ocorrer, sendo:

- Configuração 1: Localizar-se em um município, sendo único nesta localidade (ver Figura 1 – Município 4);
- Configuração 2: Estar em um município que tem vários micro-destinos (ver Figura 1 – Município 3);
- Configuração 3: Ser um micro-destino que se estendem por mais de um município (ver Figura 1 – Município 1 e 2);

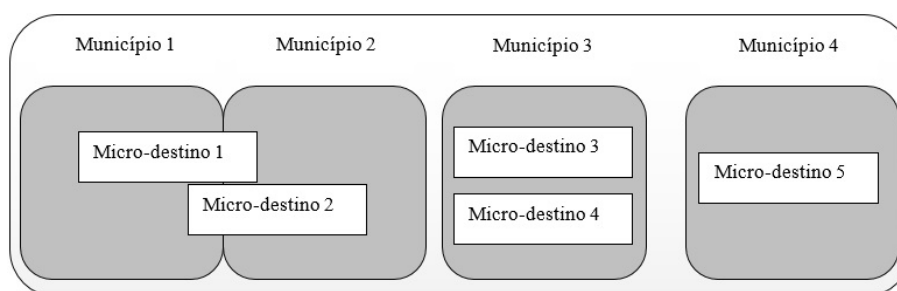


FIGURA 1

Exemplos de relações entre micro-destinos turísticos e municipalidades

Fonte: Hernández-Martín et al. (2014)

Porém, é importante que exista consenso dos stakeholders sobre os limites do micro-destino turístico, para facilitar sua gestão integrada. Considerando que estes limites podem ser confusos, especialmente quanto à separação entre o próprio destino e o micro-destino alguns cuidados devem ser tomados para facilitar esta divisão. Deve-se ter claro que o objetivo desta delimitação é a definição de pequenas áreas turísticas que permitam melhor a análise e a gestão, conduzindo à criação de estratégias mais direcionadas, possibilitando segmentação e especialmente ao desenvolvimento de controles estatísticos que subsidiem o planejamento turístico local.

A utilização do constructo micro-destino turístico pode ser por vários motivos, dependendo da ótica de análise, mas especialmente tem sido considerado por suas vantagens para estabelecer Sistemas de Informação Geográficas (SIG), relacionar informações estatísticas, diferenciar zonas turísticas, estabelecer diretórios de gestão (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014), definir planificação e ordenação territorial, criar estratégias e sinergias entre os agentes de turismo e desenvolver produtos compartilhados (EHRlich, 2011). Especialmente se destaca as possibilidades de estabelecer programas de co-marketing, que são o estabelecimento de ações conjuntas de comercialização e promoção dos destinos.

A competitividade turística tem sido relacionada com a gestão adequada dos recursos disponíveis e das relações entre os atores (SILVA FLORES; COSTA MENDES, 2014). Por este motivo tem sido apontado que para atuar em um mercado cada vez mais competitivo, os destinos devem ser vistos como unidades de gestão (SILVA et al., 2001; ANJOS et al., 2013; PEARCE, 2016). Baseado nesta abordagem deve-se considerar que em um destino o grau de heterogeneidade dificulta o estabelecimento de políticas e programas de gestão estratégica global. Assim sendo, a formação do micro-destino turístico oferece um nível mais homogêneo, por conseguinte mais efetivo de ação.

4 CONTEXTO DE ANÁLISE

O turismo como uma atividade primordial para o arquipélago Canário, situado no Oceano Atlântico, recebeu uma atenção do Instituto Canário de Estatística (ISTAC) que desenvolveu um sistema baseado em micro-destinos turísticos para obter dados que permitam verificar o comportamento da demanda e da oferta turística. Uma das sete ilhas do arquipélago, a ilha de Gran Canaria, foi dividida em cinco zonas turísticas, que congregam 14 micro-destinos (Figura 2).

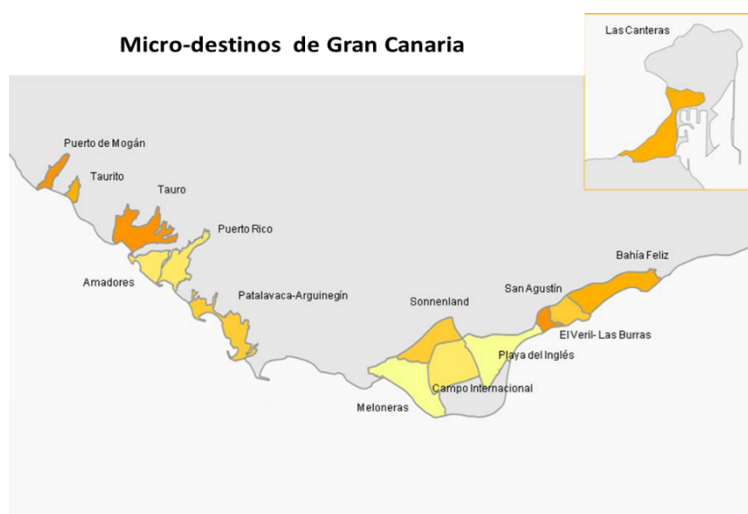


FIGURA 2
Distribuição dos micro-destinos turísticos de Gran Canaria
Fonte: ISTAC (2015)

Esta ilha espanhola se situa próximo ao continente africano, possuindo uma superfície de 1.532 km² e uma longitude de costa de 236 km. Também é conhecida como um “continente em miniatura”, por possuir um microclima atrativo para a região, onde o visitante pode desfrutar tanto das montanhas ao Norte, como das praias ao Sul. Segundo Moreno-Gil (2012), o grande número de pequenas e médias empresas em Gran Canaria impede a formação de economia de escala. Nessas condições, uma alternativa viável foi redesenhar a oferta turística segundo opções diferenciadas e especializadas. Neste contexto, o ‘Plan Estratégico Promocional Islas Canarias 2012-2016’ estabelece uma busca por dinamização de modelos alternativos, com espaços de encontro, melhoria da mobilidade e maior colaboração entre as empresas e a administração pública, possibilitando modelos em que a responsabilidade e os processos sejam compartilhados (MORENO-GIL, 2012).

5 RESULTADOS

As estatísticas realizadas pelo ISTAC foram obtidas junto aos estabelecimentos de hospedagem e conjuntamente foi desenvolvido pelos organismos público-privados gestores do turismo um SIG (Sistema de Informação Geográfica) que apoia o sistema de gestão implementado, item que indica a existência de um apoio público e privado, conforme previsto nos critérios de identificação de micro-destinos (Ver Quadro 1).

O Quadro 2 mostra a oferta de hospedagem nos 14 micro-destinos turísticos de Gran Canaria e o percentual de sua ocupação. Este critério é o indicado pela literatura para a identificação dos micro-destinos turísticos como a existência de uma concentração de estabelecimento característicos do setor seguindo a proposta de Hernández-Martín et al. (2014) adaptada das orientações das Nações Unidas (2010). Assim como, é ressaltado na literatura a diferença entre lugares em que ocorre uma excursão (daytrip) e lugares que proporcionam um pernoite, sendo neste caso um dos itens para configurar um micro-destino (BUJOSA et al., 2015). Igualmente, observa-se no Quadro 2 um alto fluxo turístico em cada micro-destino.

Zonas Turísticas	Micro-Destinos	Estadia média	Camas ofertadas	% de ocupação	Entrada de turistas nos estabelecimentos de hospedagem
MOGÁN TURISTICO	Puerto de Mogán	7,3	1.938	76,3	55.887
	Taurito	7,8	3.291	83,2	123.673
	Tauro-Playa del Cura	7,5	3.482	66,1	74.942
	Amadores	7,9	9.278	75,4	258.921
	Puerto Rico	8,3	11.255	62,5	246.862
	Patalavaca-Arguineguín	9,6	4.622	79,6	139.138
LAS CANTERAS	Las Canteras	4,0	6.185	64,4	274.532
MASPALOMAS	Meloneras	8,4	10.778	87,2	402.221
	Sonnenland	9,7	6.207	65,5	128.773
	Campo Internacional	8,2	10.996	66,5	257.246
PLAYA DEL INGLÉS- SAN AGUSTÍN	Playa del Inglés	8,8	48.567	70,4	1.142.501
	El Beril- Las Burras	8,5	2.045	63,9	43.602
	Bahía Feliz	7,5	3.989	63,2	104.901
	San Agustín	8,0	5.943	70,6	158.246
RESTO DE GRAN CANARIA		3,4	3.264	64,1	176.073

QUADRO 2

Dados de oferta e demanda de estabelecimentos de hospedagem nos micro-destinos turísticos de Gran Canaria, Espanha – ano base 2015

Fonte: ISTAC (2014) e PROMOTUR (2015)

Pode-se observar um alto número de dias de permanência nos micro-destinos turísticos, com média aproximada de uma semana, a exceção de Las Canteras. Isto se explica pelos pacotes turísticos ofertados que centralizam a estada do turista nos micro-destino do sul da ilha e tem duração média de sete dias. Analisando o percentual de ocupação dos estabelecimentos de hospedagem, destacam-se os micro-destinos de Taurito e Meloneras, enquanto que o restante mantém uma média de 50%. Estes pacotes também proporcionam uma homogeneidade da oferta turística, o qual é outro dos critérios previstos pela teoria de micro-destino (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014)

Por outro lado, a participação dos micro-destinos turísticos na demanda hoteleira é bastante variada, destacando-se Playa del Inglés (Gráfico 1).

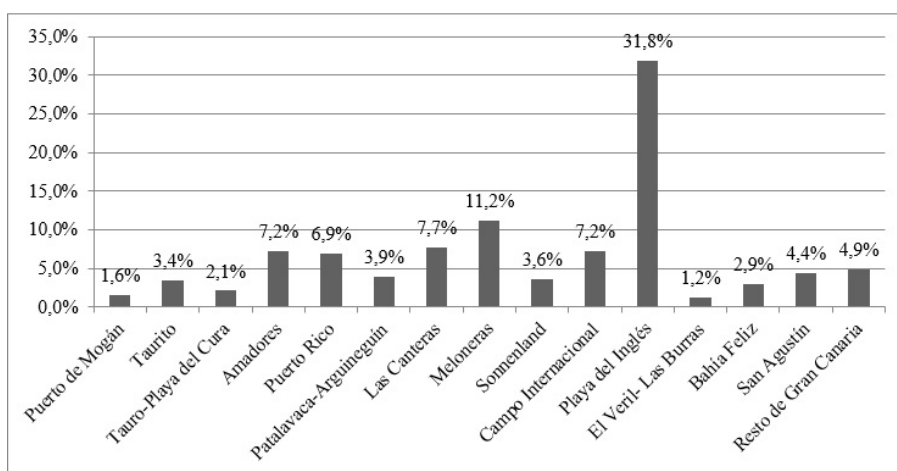


GRÁFICO 1

Entrada de turistas nos estabelecimentos de hospedagem segundo a distribuição percentual nos micro-destinos turísticos de Gran Canaria no ano de 2015

Fonte: ISTAC (2015)

Os 14 micro-destinos turísticos de Gran Canaria estão localizados em três municípios, sendo Las Canteras situada em Las Palmas de Gran Canaria, ao passo que os outros micro-destinos estão distribuídos entre o município de Mogán e de San Bartolomé de Tirajana. Entre estes micro-destinos não foi localizado nenhum caso de estenderem-se por mais de um município (Quadro 3).

Micro-destino	Município	Tipo de configuração (Baseado na Figura 1)
Puerto de Mogán	Mogán	Tipo 2
Taurito	Mogán	Tipo 2
Tauro-Playa del Cura	Mogán	Tipo 2
Amadores	Mogán	Tipo 2
Puerto Rico	Mogán	Tipo 2
Patalavaca-Arguineguín	Mogán	Tipo 2
Las Canteras	Las Palmas de Gran Canaria	Tipo 1
Meloneras	San Bartolomé de Tirajana	Tipo 2
Sonnenland	San Bartolomé de Tirajana	Tipo 2
Campo Internacional	San Bartolomé de Tirajana	Tipo 2
Playa del Inglés	San Bartolomé de Tirajana	Tipo 2
El Beril- Las Burras	San Bartolomé de Tirajana	Tipo 2
Bahía Feliz	San Bartolomé de Tirajana	Tipo 2
San Agustín	San Bartolomé de Tirajana	Tipo 2

QUADRO 3

Relação dos micro-destinos turísticos de Gran com o município

Fonte: Elaboração própria

Em função dos dados apresentados e do referencial teórico base, pode-se observar que existem limites claros, concentração suficiente de serviços, infraestruturas e elementos atrativos para configurar estes micro-destinos turísticos, pois atendem os pressupostos teóricos identificados entre o limiar do destino local e o micro-destino (BUJOSA et al., 2015). A homogeneização da oferta turística pode ser observada pelo produto turístico ofertado, pois apesar de serem todos micro-destinos de sol e praia, existe segmentação em termos da demanda.

No micro-destino de Maspalomas, verifica-se a presença de redes hoteleiras mais sofisticadas com a oferta de complexos turísticos, com o preço médio da diária é de 105,31 euros. Os micro-destinos de Playa dos Ingleses e Mogán possuem preços médios semelhantes, mas com públicos diferenciados, sendo que a oferta de ócio noturno ocorre na zona turística de Playa dos Ingleses e um direcionamento ao turismo gay. Por outro lado, Mogán capta um público que busca mais tranquilidade, enquanto Las Canteras é um micro-destino que está no centro da cidade de Las Palmas de Gran Canaria, podendo ser considerada como uma praia urbana. A diferenciação hoteleira está de acordo com a proposta de cada micro-destino e gera a formação de uma oferta turística de diversos estabelecimentos que tendem a responder ao público consumidor, criando uma espécie de delimitação das áreas. Esta situação se alinha com a proposta teórica de Lane (2009) que relaciona os limites de um micro-destino com o tipo de alojamento que o caracteriza.

Quanto à estabilidade dos limites no tempo, esta metodologia de gestão por micro-destinos turísticos no Arquipélago Canário está sendo utilizada desde 2014, porém estas áreas já tinham um turismo consolidado desde larga data, o que serviu de base para a delimitação dos micro-destinos. Pode-se considerar a existência de estabilidade e dos critérios de dinamismo e flexibilidade nos espaços geográficos analisados por esta pesquisa, portanto atende aos critérios previstos no Quadro 1 baseados em Hernández-Martín et al. (2014).

A viabilidade e relevância foram analisadas economicamente pelos fluxos turísticos que são significativos em todos os micro-destinos turísticos, variando a estada dos visitantes entre 4,6 a 8,8 dias, assim como, foi possível verificar que a forma organizacional do sistema de informações gerenciais permite viabilizar o controle e gestão como micro-destinos.

Por último, verificou-se durante a investigação a existência do apoio público e privado nas ações de fomento da atividade turística. O apoio público se expressa em diferentes formas, como por exemplo, a criação da agência PROMOTUR[1], que realiza o compêndio de informações dos micros-destinos e viabiliza os dados para auxiliar a gestão. Por outro lado, existe apoio do setor privado para o fornecimento dos dados estatísticos para o setor, assim como há, consenso entre os stakeholders com relação aos limites dos micro-destinos turísticos, os quais já eram reconhecidos como núcleos turísticos com segmentação e políticas de promoção próprias realizadas por redes interorganizacionais entre as empresas privadas e os organismos de fomento ao turismo.

6 CONCLUSÕES

O objetivo deste trabalho foi apresentar o conceito de micro-destino turístico e seus critérios de categorização, permitindo uma visualização desta perspectiva de análise e gestão, assim como uma contextualização de seu uso através de um estudo de caso. Basicamente, o micro-destino turístico é uma unidade gerencial que permite uma intervenção mais direcionada e coordenada das ações públicas e privadas.

Foi possível comprovar, no recorte espacial analisado, que sua divisão em micro-destinos reflete que a área geográfica onde o turismo fomenta-se enquanto atividade econômica principal apresenta uma maior concentração de empresas turísticas ou de apoio ao turismo, assim como, características comuns e uma delimitação física administrativa definida (EHRlich, 2011).

As características identificadoras de micro-destinos indicadas por Hernández-Martín et al. (2014) comprovam-se nesta estrutura definida em Gran Canaria. Os resultados sugerem que além de estarem realizando uma gestão focalizada em micro-destinos turísticos, também são unidades territoriais com vocação turística própria, planejamento e capacidade administrativa para seu desenvolvimento. Os 14 micro-destinos analisados possuem um número suficiente de turistas e visitantes que possibilita o desenvolvimento do setor.

A oferta turística nestes locais está estruturada como um sistema integral, ofertando ao consumidor um conjunto de recursos, atrativos e empresas. Além disso, além dos dados estatísticos analisados, foi possível aferir que existe uma marca do lugar que simboliza o micro-destino turístico na região através da website Promotur Turismo Canarias, entidade responsável pela promoção da marca destino 'Islas Canarias', criando-se uma imagem capaz de motivar os deslocamentos turísticos que se aproxima do que Ehrlich (2011) indica como USP (Unique selling proposition) dos micro-destinos e gerando a competitividade turística destas unidades de gestão. Por último, existe um conjunto de elementos da oferta e da gestão cuja escolha está vinculada ao objetivo do turista e que geram a atratividade do lugar. Este conjunto na perspectiva teórica de Papatheodorou (2006) são as microfoundations dos micro-destinos formando infraestruturas de atração próprias dentro do destino com uma identificação de sua identidade sócio espacial perceptiva ao turista.

Resulta que o número de entradas nos estabelecimentos de hospedagem confirma o status de micro-destino turístico, pois ainda que muitos turistas se hospedem na cidade de Las Palmas de Gran Canaria, que é a capital, e apenas visitem estes locais, as estatísticas analisadas indicam que também existe um número expressivo de turistas que realiza sua estada no micro-destino. Ao configurar o pernoite, baseado em Bujosa et al. (2015) estas áreas não podem ser consideradas como destino local e sim como micro-destinos.

O turismo é um setor que necessita de um sistema de estatística para subsidiar a tomada de decisões gerenciais, sendo uma debilidade em muitos países e regiões, pela dificuldade de manter um banco de dados fomentado e atualizado. A forma de operacionalizar o turismo em micro-destino facilita a formação de estatísticas e a gestão de áreas homogêneas (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014). Neste caso, Gran Canaria ao implantar este sistema conseguiu informação segmentada sobre o consumo e a oferta turística, facilitando o desenvolvimento de co-marketing e abrindo caminho para gestão integrada das redes interorganizacionais nos micro-destinos.

Os casos analisados mostraram configuração do tipo 1 e 2, e não foi encontrado casos de micro-destinos ocupando mais de um município. Diante do exposto, separar o controle e a gestão em unidades menores contribuiu para desenvolvimento de políticas e programas mais direcionados as necessidades de cada local e facilitou a organização das redes turísticas.

Portanto, se confirma que o micro-destino turístico é um sub-sistema dentro do sistema turístico que permite uma gestão mais eficaz e uma interpretação que justifica o interesse por delimitar uma área específica. A delimitação dos destinos turísticos enquanto unidades de gestão, na pesquisa científica, têm sido baseadas principalmente em três ângulos: perspectiva da oferta, da demanda ou dos limites políticos-administrativos das cidades. A contribuição deste trabalho está em divulgar a compreensão de uma nova perspectiva em que os limites dos destinos turísticos se definem pela oferta e pelo consumo simultaneamente, criando unidade de gestão que podem não coincidir com os limites administrativos de uma cidade, mas que fornece um caráter de praticidade à gestão eficiente e eficaz do conjunto que pode proporcionar competitividade para o setor. O exemplo de gestão baseado em micro-destinos, observado em Gran Canaria, pode ajudar outros destinos a estruturar microunidades, criando suas próprias bases de dados que auxiliarão a compreensão das identidades turísticas dos lugares e a tomada de decisão para uma gestão eficiente e eficaz. Porém, sendo o conceito de micro-destino um ponto de grande discussão entre os pesquisadores do turismo, previamente é recomendado mais estudos para fundamentar esta perspectiva que demonstra ser um facilitador para a gestão do setor.

REFERÊNCIAS

- ABELLÁN, F. C. La función del paisaje como recurso territorial turístico en zonas de interior/The role of landscape as a tourist territorial resource in inland areas. *Observatorio Medioambiental*, v.16, p.37-54, 2013.
- ANJOS, F. A. D.; ANJOS, SARA JOANA GADOTTI DOS; OLIVEIRA, J. P. d. A abordagem sistêmica no processo de planejamento e gestão de territórios urbanos turísticos. *ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade*, v.5, n. 3, p.390-407, 2013.
- ARZALUZ SOLANO, S. La utilización del estudio de caso en el análisis local. *Región y sociedad*, v.17, n. 32, p. 107-144, 2005.
- BUJOSA, A.; RIERA, A.; PONS, P. J. Sun-and-beach tourism and the importance of intra-destination movements in mature destinations. *Tourism Geographies*, v.17, n. 5, p. 780-794, 2015.
- DA SILVA FLORES, L. C.; DA COSTA MENDES, J. Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 8, n. 2, p. 222-237, 2014.
- EHRLICH, K. La gestión de Micro Destinos Rurales. En: II Congreso Internacional de Turismo Rural de Navarra. Pamplona, Espanha, 2011.
- CARBALLO FUENTES, R.; MORENO-GIL, S.; LEÓN GONZÁLEZ, C.; RITCHIE, J.R.B. La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo*, v. 35, p. 71-94, 2015.
- GOODALL, B.; ASWORTH, G. Marketing in the tourism industry: the promotion of destination regions. London: Groom Helms, 1988.
- HERNÁNDEZ-MARTÍN, R.; SIMANCAS-CRUZ, M. R.; GONZÁLEZ-YANES, J. A.; RODRÍGUEZ-RODRÍGUEZ, Y.; GARCÍA-CRUZ, J. I.; GONZÁLEZ-MORA, Y. M. Identifying micro-destinations and providing statistical information: a pilot study in the Canary Islands. *Current Issues in Tourism*, v. 19, n.8, p.771-790, 2016.
- ISTAC (2014): Instituto Canario de Estadística. <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/servicios/sigc.html>. Acesso em: 03 mar. 2016.
- LANE, B. Thirty years of sustainable tourism, drivers progress, problems and the future. Em GÖSSLING, S.; HALL, C.; WEAVER, D. B. (Eds.): *Sustainable tourism futures, perspectives on systems, restructuring and innovations*. London, Routledge, p. 19-30, 2009.

- LASKEY, H. A.; DAY, E.; CRASK, M.R. Typology of Main Message Strategies. *Journal of Advertising*, v. 18, n. 1, p. 36-41, 1989.
- LEW, A.; MCKERCHER, B. Modeling tourist movements: A local destination analysis. *Annals of tourism research*, v. 33, n.2, p.403-423, 2006.
- MANENTE, M.; MINGHETTI, V. Destination management organisations and actors. (D. B. Costa, Ed.). Elsevier, 2006.
- MAULET, G. A framework to identify a localised tourism system. In: LAZZERETTI, L. E PETRILLO (eds). *Tourism Local Systems and Networking*, p. 43-56, 2006.
- MORENO-GIL, S. (Org). Plan Estratégico Promocional Islas Canarias 2012-2016. PROMOTUR Turismo Canarias, 2012.
- MORRA, L.G.; FRIEDLANDER, A.C. Evaluaciones mediante estudios de caso. Banco Mundial, Washington D.C., 2001.
- NAÇÕES UNIDAS. International Recommendations for Tourism Statistics 2008, New York, 2010.
- NAVARRO, M. M. El Turismo en Canarias. Colección Investigación Empresarial, 1998.
- OMT. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid, 2007.
- PAPATHEODOROU, A. Tourism, transport geography and industrial economics: A synthesis in the context of Mediterranean Islands. *Anatolia*, v.12, n. 1, p. 23-34, 2001.
- PAPATHEODOROU, A. Microfoundations of tourist choice. Em DWYER, L., FORSYTH, P. (Eds). *International handbook on the economics of tourism*, p.73-88, 2006.
- PEARCE, G. Modelos de Gestión de Destinos Síntesis y Evaluación. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 25, n.1, p. 1-17, 2016.
- REID, S. D.; REID, L. J. Tourism marketing management in small island nations: A tale of micro-destinations. *Journal of International Consumer Marketing*, v.6, n. 3/4, p. 39-60, 1994.
- VILLAREAL, O.; LANDETA, J. El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, v.16, n. 3, p. 31-52, 2010.
- YIN, R. Case study research: Design and methods. Beverly Hills, 1994.

NOTAS

- 4 CONTEXTO DE ANÁLISE O turismo como uma atividade primordial para o arquipélago Canário, situado no Oceano Atlântico, recebeu uma atenção do Instituto Canário de Estatística (ISTAC) que desenvolveu um sistema baseado em micro-destinos turísticos para obter dados que permitam verificar o comportamento da demanda e da oferta turística. Uma das sete ilhas do arquipélago, a ilha de Gran Canaria, foi dividida em cinco zonas turísticas, que congregam 14 micro-destinos (Figura 2). Figura 2 - Distribuição dos micro-destinos turísticos de Gran Canaria
- 5 RESULTADOS As estatísticas realizadas pelo ISTAC foram obtidas junto aos estabelecimentos de hospedagem e conjuntamente foi desenvolvido pelos organismos público-privados gestores do turismo um SIG (Sistema de Informação Geográfica) que apoia o sistema de gestão implementado, item que indica a existência de um apoio público e privado, conforme previsto nos critérios de identificação de micro-destinos (Ver Quadro 1). O Quadro 2 mostra a oferta de hospedagem nos 14 micro-destinos turísticos de Gran Canaria e o percentual de sua ocupação. Este critério é o indicado pela literatura para a identificação dos micro-destinos turísticos como a existência de uma concentração de estabelecimento característicos do setor seguindo a proposta de Hernández-Martín et al. (2014) adaptada das orientações das Nações Unidas (2010). Assim como, é ressaltado na literatura a diferença entre lugares em que ocorre uma excursão (daytrip) e lugares que proporcionam um pernoite, sendo neste caso um dos itens para configurar um micro-destino (BUJOSA et al., 2015). Igualmente, observa-se no Quadro 2 um alto fluxo turístico em cada micro-destino. Quadro 2 - Dados de oferta e demanda de estabelecimentos de hospedagem nos micro-destinos turísticos de Gran Canaria, Espanha – ano base 2015
- 6 CONCLUSÕES O objetivo deste trabalho foi apresentar o conceito de micro-destino turístico e seus critérios de categorização, permitindo uma visualização desta perspectiva de análise e gestão, assim como uma contextualização de seu uso através de um estudo de caso. Basicamente, o micro-destino turístico é uma unidade gerencial que permite

uma intervenção mais direcionada e coordenada das ações públicas e privadas. Foi possível comprovar, no recorte espacial analisado, que sua divisão em micro-destinos reflete que a área geográfica onde o turismo fomenta-se enquanto atividade econômica principal apresenta uma maior concentração de empresas turísticas ou de apoio ao turismo, assim como, características comuns e uma delimitação física administrativa definida (EHRlich, 2011). As características identificadoras de micro-destinos indicadas por Hernández-Martín et al. (2014) comprovam-se nesta estrutura definida em Gran Canaria. Os resultados sugerem que além de estarem realizando uma gestão focalizada em micro-destinos turísticos, também são unidades territoriais com vocação turística própria, planejamento e capacidade administrativa para seu desenvolvimento. Os 14 micro-destinos analisados possuem um número suficiente de turistas e visitantes que possibilita o desenvolvimento do setor. A oferta turística nestes locais está estruturada como um sistema integral, ofertando ao consumidor um conjunto de recursos, atrativos e empresas. Além disso, além dos dados estatísticos analisados, foi possível aferir que existe uma marca do lugar que simboliza o micro-destino turístico na região através da website Promotur Turismo Canarias, entidade responsável pela promoção da marca destino 'Islas Canarias', criando-se uma imagem capaz de motivar os deslocamentos turísticos que se aproxima do que Ehrlich (2011) indica como USP (Unique selling proposition) dos micro-destinos e gerando a competitividade turística destas unidades de gestão. Por último, existe um conjunto de elementos da oferta e da gestão cuja escolha está vinculada ao objetivo do turista e que geram a atratividade do lugar. Este conjunto na perspectiva teórica de Papatheodorou (2006) são as microfoundations dos micro-destinos formando infraestruturas de atração próprias dentro do destino com uma identificação de sua identidade sócio espacial perceptiva ao turista. Resulta que o número de entradas nos estabelecimentos de hospedagem confirma o status de micro-destino turístico, pois ainda que muitos turistas se hospedem na cidade de Las Palmas de Gran Canaria, que é a capital, e apenas visitem estes locais, as estatísticas analisadas indicam que também existe um número expressivo de turistas que realiza sua estada no micro-destino. Ao configurar o pernoite, baseado em Bujosa et al. (2015) estas áreas não podem ser consideradas como destino local e sim como micro-destinos. O turismo é um setor que necessita de um sistema de estatística para subsidiar a tomada de decisões gerenciais, sendo uma debilidade em muitos países e regiões, pela dificuldade de manter um banco de dados fomentado e atualizado. A forma de operacionalizar o turismo em micro-destino facilita a formação de estatísticas e a gestão de áreas homogêneas (HERNÁNDEZ-MARTÍN et al., 2014). Neste caso, Gran Canaria ao implantar este sistema conseguiu informação segmentada sobre o consumo e a oferta turística, facilitando o desenvolvimento de co-marketing e abrindo caminho para gestão integrada das redes interorganizacionais nos micro-destinos. Os casos analisados mostraram configuração do tipo 1 e 2, e não foi encontrado casos de micro-destinos ocupando mais de um município. Diante do exposto, separar o controle e a gestão em unidades menores contribuiu para desenvolvimento de políticas e programas mais direcionados as necessidades de cada local e facilitou a organização das redes turísticas. Portanto, se confirma que o micro-destino turístico é um subsistema dentro do sistema turístico que permite uma gestão mais eficaz e uma interpretação que justifica o interesse por delimitar uma área específica. A delimitação dos destinos turísticos enquanto unidades de gestão, na pesquisa científica, têm sido baseadas principalmente em três ângulos: perspectiva da oferta, da demanda ou dos limites políticos-administrativos das cidades. A contribuição deste trabalho está em divulgar a compreensão de uma nova perspectiva em que os limites dos destinos turísticos se definem pela oferta e pelo consumo simultaneamente, criando unidade de gestão que podem não coincidir com os limites administrativos de uma cidade, mas que fornece um caráter de praticidade à gestão eficiente e eficaz do conjunto que pode proporcionar competitividade para o setor. O exemplo de gestão baseado em micro-destinos, observado em Gran Canaria, pode ajudar outros destinos a estruturar microunidades, criando suas próprias bases de dados que auxiliarão a compreensão das identidades turísticas dos lugares e a tomada de decisão para uma gestão eficiente e eficaz. Porém, sendo o conceito de micro-destino um ponto de grande discussão entre os pesquisadores do turismo, previamente é recomendado mais estudos para fundamentar esta perspectiva que demonstra ser um facilitador para a gestão do setor.

REFERÊNCIAS ABELLÁN, F. C. La función del paisaje como recurso territorial turístico en zonas de interior/The role of landscape as a tourist territorial resource in inland areas. *Observatorio Medioambiental*, v.16, p.37-54, 2013. ANJOS, F. A. D.; ANJOS, SARA JOANA GADOTTI DOS; OLIVEIRA, J. P. d. A abordagem sistêmica no processo de planejamento e gestão de territórios urbanos turísticos. *ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade*, v.5, n. 3, p.390-407, 2013. ARZALUZ SOLANO, S. La utilización del estudio de caso en el análisis local. *Región y sociedad*, v.17, n. 32, p. 107-144, 2005. BUJOSA, A.; RIERA, A.; PONS, P. J. Sun-and-beach tourism and the importance of intra-destination movements in mature destinations. *Tourism Geographies*, v.17, n. 5, p. 780-794, 2015. DA SILVA FLORES, L. C.; DA COSTA MENDES, J. Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 8, n. 2, p. 222-237, 2014. EHRlich, K. La gestión de Micro Destinos Rurales. En: *II Congreso Internacional de Turismo Rural de Navarra*. Pamplona, Espanha, 2011. CARBALLO FUENTES, R.; MORENO-GIL, S.; LEÓN GONZÁLEZ, C.; RITCHIE, J.R.B. La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo*, v. 35, p. 71-94, 2015. GOODALL, B.; ASWORTH, G. *Marketing in the tourism industry: the promotion of destination regions*. London: Groom Helms, 1988. HERNÁNDEZ-MARTÍN, R.; SIMANCAS-CRUZ, M. R.; GONZÁLEZ-YANES, J. A.; RODRÍGUEZ-RODRÍGUEZ, Y.; GARCÍA-CRUZ,

J. I.; GONZÁLEZ-MORA, Y. M. Identifying micro-destinations and providing statistical information: a pilot study in the Canary Islands. *Current Issues in Tourism*, v. 19, n.8, p.771-790, 2016. ISTAC (2014): Instituto Canario de Estadística. <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/servicios/sigc.html>. Acesso em: 03 mar. 2016. LANE, B. Thirty years of sustainable tourism, drivers progress, problems and the future. Em GÖSSLING, S.; HALL, C.; WEAVER, D. B. (Eds.): *Sustainable tourism futures, perspectives on systems, restructuring and innovations*. London, Routledge, p. 19-30, 2009. LASKEY, H. A.; DAY, E.; CRASK, M.R. Typology of Main Message Strategies. *Journal of Advertising*, v. 18, n. 1, p. 36-41, 1989. LEW, A.; MCKERCHER, B. Modeling tourist movements: A local destination analysis. *Annals of tourism research*, v. 33, n.2, p.403-423, 2006. MANENTE, M.; MINGHETTI, V. Destination management organisations and actors. (D. B. Costa, Ed.). Elsevier, 2006. MAULET, G. A framework to identify a localised tourism system. In: LAZZERETTI, L. E PETRILLO (eds). *Tourism Local Systems and Networking*, p. 43-56, 2006. MORENO-GIL, S. (Org). *Plan Estratégico Promocional Islas Canarias 2012-2016*. PROMOTUR Turismo Canarias, 2012. MORRA, L.G.; FRIEDLANDER, A.C. Evaluaciones mediante estudios de caso. Banco Mundial, Washington D.C., 2001. NAÇÕES UNIDAS. *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, New York, 2010. NAVARRO, M. M. *El Turismo en Canarias*. Colección Investigación Empresarial, 1998. OMT. *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Madrid, 2007. PAPTATHEODOROU, A. Tourism, transport geography and industrial economics: A synthesis in the context of Mediterranean Islands. *Anatolia*, v.12, n. 1, p. 23-34, 2001. PAPTATHEODOROU, A. Microfoundations of tourist choice. Em DWYER, L., FORSYTH, P. (Eds). *International handbook on the economics of tourism*, p.73-88, 2006. PEARCE, G. Modelos de Gestión de Destinos Síntesis y Evaluación. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 25, n.1, p. 1-17, 2016. REID, S. D.; REID, L. J. Tourism marketing management in small island nations: A tale of micro-destinations. *Journal of International Consumer Marketing*, v.6, n. 3/4, p. 39-60, 1994. VILLAREAL, O.; LANDETA, J. El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, v.16, n. 3, p. 31-52, 2010. YIN, R. *Case study research: Design and methods*. Beverly Hills, 1994.

[1] Promotur Turismo Canarias, entidade responsável pela promoção da marca do destino Ihas Canarias.