

CAPACIDADE TURÍSTICA E O DESEMPENHO: UM ESTUDO DESTA RELAÇÃO NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM NO PLANALTO CATARINENSE

Autora: Camila Arlinda Laurentino Ferreira

Resumo: A presente pesquisa teve como objetivo analisar a relação da capacidade dinâmica turística e o desempenho nos meios de hospedagem no Planalto Catarinense. Foi utilizado para fundamentar teoricamente o modelo conceitual, as pesquisas de Silveira-Martins e Zonatto (2015) para capacidade dinâmica turística e Carvalho (2011), para desempenho dos meios de hospedagem. No que tange a metodologia, o presente estudo caracteriza-se como uma abordagem quantitativa. Para a análise dos dados utilizou-se: análise fatorial exploratória e análise fatorial confirmatória e modelagem de equações estruturais. Desta forma, para a pesquisa, utilizou-se do questionário estruturado para a coleta dos dados, nos meios de hospedagem no planalto catarinense. Desta forma, sendo foi possível analisar a relação da capacidade dinâmica turística e o desempenho nos meios de hospedagem no Planalto Catarinense. Com a aplicação das variáveis: conhecimento sobre os atrativos turísticos; atenção aos novos acontecimentos turísticos da região e conhecimento sobre a história local; conclui-se que a utilização das capacidades turísticas pelos empreendimentos hoteleiros auxilia na vantagem competitiva em meio a um ambiente dinâmico. Do mesmo modo, alcança satisfação dos clientes e resultado em bom desempenho organizacional.

Palavra-chave: Capacidade Dinâmica Turística; Desempenho; Modelagem de Equações Estruturais.

TOURISM CAPACITY AND PERFORMANCE: A STUDY OF THIS RELATIONSHIP TO THE MEANS OF ACCOMMODATION IN THE CATARINAN PLANTATION

Abstract: The present research had as objective to analyze the relation of the dynamic tourist capacity and the performance in the means of lodging in the Planalto Catarinense. It was used to theoretically base the conceptual model, the researches of Silveira-Martins and Zonatto (2015) for dynamic tourist capacity and Carvalho (2011), for performance of the means of lodging. Regarding the methodology, the present study is characterized as a quantitative approach. For the data analysis we used: exploratory factorial analysis and confirmatory factorial analysis and structural equation modeling. Thus, for the research, the structured questionnaire was used to collect the data, in the means of lodging in the Santa Catarina plateau. In this way, it was possible to analyze the relationship of the dynamic tourist capacity and the performance in the means of lodging in the Planalto Catarinense. With the application of the variables: knowledge about tourist attractions; attention to new tourist events in the region and knowledge of local history; it is concluded that the utilization of tourism capacities by hotel developments helps in competitive advantage in the midst of a dynamic environment. Likewise, it achieves customer satisfaction and results in good organizational performance.

Keyword: Dynamic Tourism Capacity; Performance; Modeling of Structural Equations.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o turismo e a hospedagem se tornaram importantes segmentos movimentadores da economia mundial. Esses segmentos pertencentes ao setor de serviços geram empregos diretos e indiretos, oportunizam o crescimento de diversas regiões e melhoram a qualidade de vida de seus habitantes, conforme defende Aldrigui (2007).

Defendendo a importância dos meios de hospedagem na atividade turística, Campos e Gonçalves (1998) afirmam que a falta dos mesmos interfere na potencialização de crescimento de uma região turística. De toda forma, os empreendimentos hoteleiros possuem a tarefa de oferecer um bom desempenho no cenário turístico, por isso Grönroos (2003) aponta que o empreendimento que almeja o crescimento e o oferecimento de valor total máximo, em uma tentativa de relacionamento resistente com o cliente, deve adotar uma gestão de processos para todas as atividades da empresa. Deste modo, todo o conjunto de ações da empresa é organizado e gerenciado como processos de criação de valor, que fortalece o desenvolvimento de relacionamentos.

Os processos estratégicos de uma empresa têm o poder de aumentar a capacidade turística e o desempenho organizacional da mesma. A satisfação do cliente e o aumento de bons resultados são vertentes do desempenho organizacional de um empreendimento, que conforme apontam Silveira-Martins e Tavares (2014) pode ser obtido com a elaboração de ações estratégicas que foquem na eficácia da organização e contornem as oscilações do ambiente.

Apresentando o conceito da capacidade turística, Silveira-Martins e Zonatto (2016) definem como sendo as atitudes de gestão que a organização possui referente às suas competências internas. Essas atitudes devem ser em favor do desenvolvimento das ações do turismo da região, precavendo-se as ameaças do ambiente e usufruindo de forma satisfatória as oportunidades que lhe são apresentadas, tendo como consequência, melhores ganhos organizacionais.

O encadeamento da capacidade turística e do desempenho organizacional pode acarretar na satisfação do cliente e na promoção de uma região turística, que segundo Rosa e Kamakura (2001), o conjunto de experiências que o cliente vivenciou com a empresa é o que submete a satisfação do mesmo. Deste modo, com a forte concorrência de hotéis e pousadas no mercado atual, é importante explorar diferentes formas de captar e fidelizar clientes, assim aumentando o desempenho organizacional do meio hoteleiro.

O Planalto Serrano Catarinense possui uma gama de opções turísticas a serem oferecidas aos turistas. Essa região oferece cânions, cachoeiras, campos, florestas de araucária, picos com quase 2000 m de altitude, frio, turismo rural, turismo de aventura, cultura campeira, inscrições rupestres, entre outros atrativos turísticos.

Delimita-se como problema a falta de pesquisa nesta região por meio desta perspectiva. À vista disso, é importante verificar quais métodos estratégicos os meios de hospedagem da região possuem para atender aos turistas desse leque de alternativas para visitas turísticas. Esse artigo visa mensurar as variáveis de capacidade turística que os empreendimentos aderem e de que forma influenciam no desempenho organizacional do mesmo. Assim sendo, surge o questionamento:

Quais variáveis de capacidade turística utilizada pelos empreendimentos hoteleiros e sua relação com o desempenho organizacional?

Este trabalho está dividido em cinco partes: inicialmente apresenta-se introdução, na sequência faz-se uma discussão teórica sobre a capacidade turística e o desempenho organizacional e no terceiro capítulo se apresenta a metodologia. Na quarta, são apresentados os resultados e a análise, e finaliza-se com as considerações finais.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Hotelaria e Meios de hospedagem

Confere-se por meio de hospedagem, estabelecimento comercial de hospedagem que oferece aposentos mobiliados, com banheiro privativo, para ocupação eminentemente temporária, incluindo serviço completo de alimentação e outros sejam por períodos curtos ou até em longas temporadas. Andrade et al., (2002) considera que as expressões "meios de hospedagem" e "hotelaria" são sinônimas, pois ambas se referem aos empreendimentos que desenvolvem o comércio da recepção e da hospedagem com fins de atendimento aos turistas. Além disso, têm como finalidade atuar na área de hospedagem, por vezes oferecendo alimentação, entretenimento e outras atividades relacionadas com o bem-estar dos hóspedes.

Não só os grandes resorts e hotéis conseguem realizar com primor o atendimento ao hóspede, como também as pousadas e pequenos empreendimentos hoteleiros, conforme Araújo (2008) simboliza. A proposta desses meios hoteleiros é atender de uma forma mais personalizada utilizando sistemas e softwares que armazenam os dados dos clientes, facilitando o serviço aos mesmos.

2.2 Potencial Turístico

A OMT – Organização Mundial do Turismo (2001, p. 38) aponta que turismo engloba atividades que as pessoas em viagens a lugares diferentes do seu entorno habitual, com a finalidade de negócios, lazer e outros por um período menor do que um ano.

A OMT (2014) afirma que com o devido crescimento do turismo na economia, as empresas envolvidas dos destinos turísticos possuem a incumbência de contínua evolução, com o intuito de adaptarem-se as mudanças e contingências que o mercado apresenta.

Urubici encontra-se em ascensão, depois que os turistas encontraram as belezas da região promovidas pelo frio, como cachoeiras congeladas e neve, o mercado turístico cresceu mais de 50% nos últimos anos. Combinado com a fama dos vinhos de altitude e o ponto geográfico estratégico para a captação de energias positivas cósmicas que encantam aos esotéricos (Diário Catarinense, 2017).

Figura 1 - Mapa de localização do município de Urubici no estado de Santa Catarina



Fonte: Google Imagens (2017)

Urubici encontra-se em ascensão, depois que os turistas encontraram as belezas da região promovidas pelo frio, como cachoeiras congeladas e neve, o mercado turístico cresceu mais de 50% nos últimos anos. Combinado com a fama dos vinhos de altitude e o ponto geográfico estratégico para a captação de energias positivas cósmicas que encantam aos esotéricos (Diário Catarinense, 2017).

2.3 Capacidade Dinâmica Turística

2.3.1 Capacidade Dinâmica

Os empreendimentos do cenário atual da economia têm que lidar diariamente com diversos fatores que atingem direta e indiretamente o desempenho da organização de forma proveitosa ou prejudicial. Seguindo essa linha, é nítido o fato de que todo gestor deve estar capacitado para direcionar sua equipe e seus atrativos em situações de risco para o desempenho da mesma. A capacidade dinâmica é a capacidade de inovação que as organizações possuem, seja oriunda de um ambiente de ameaça ou por ambição de diferenciação de seus concorrentes. (NELSON, 1991. apud Silveira-Martins e Zonatto, 2016, p.8).

As ações estratégicas combinadas com os recursos do empreendimento possuem a capacidade de aumentar a vantagem competitiva de um mercado.

Segundo Maranhão e Teixeira (2015, p. 133), as capacidades dinâmicas constituem as ações dirigentes da criação, inovação e direcionamento de processos e rotinas organizacionais.

A capacidade de inovação (dinâmica) é uma variável decisiva para o desempenho

organizacional. A definição desta variável ainda não pode ser totalmente consolidada, entretanto, a abordagem baseia-se no protótipo Schumpeteriano. Para Schumpeter (1988), as vantagens competitivas são apoiadas na inovação e na destruição criativa dos recursos existentes, de acordo com a visão de Maranhão e Teixeira (2015, p. 124).

Sob essa perspectiva, Teece et al. (1997) defende que a capacidade dinâmica integra e modifica a configuração interna e externa das competências de uma organização em períodos de diversas mudanças ambientais.

As estratégias envoltas da capacidade dinâmica são decisões fundamentais dos gestores para que se obtenha diferenciação dos demais concorrentes. Desta forma, Silveira-Martins e Zonatto (2016) destacam a importância da utilização dos recursos do ambiente para o desenvolvimento da capacidade de inovação, e que seguindo essa linha, a empresa poderá se consolidar e obter sua diferença competitiva.

2.3.2 Capacidade Turística

O potencial de desenvolvimento turístico de uma localidade é em função dos recursos disponibilizados, entretanto, o crescimento dessa região é em função da valorização, inovação e criação desses recursos.

A capacidade turística é a aplicação da capacidade dinâmica em prol do potencial turístico, ou como melhor defendem Silveira-Martins e Zonatto (2016, p. 10), a capacidade turística define-se como a administração dos recursos internos da empresa tendo como foco o desenvolvimento das ações de turismo, precavendo-se as ameaças ambientais e usufruindo melhor das oportunidades que lhe são apresentadas, consequentemente, obtendo melhores resultados da organização.

A capacidade dinâmica turística possui o papel de internamente oportunizar aprendizagem, aplicar uma gestão satisfatória para os acionistas e colaboradores e externamente ser capaz de aumentar a vantagem competitiva, agregar valor aos serviços oferecidos e alcançar a satisfação do cliente.

O atendimento personalizado ao turista pode ser visto como uma maneira eficaz de oferecer hospitalidade. A hospitalidade é interpretada como a arte do bem-receber e do bem-servir com qualidade. O ato de ser hospitaleiro já está interligado com o elemento turístico. Conceitua-se pela qualidade excepcional expressa em uma recepção agradável ao turista, e conjuntamente, atendendo as suas necessidades e expectativas, com a preocupação de oferecer infraestrutura, serviços e ações que farão com que o hóspede se sinta a vontade e bem recebido. Dalpiaz (2008) afirma que a hospitalidade envolve todos os membros de um meio turístico, já que a atenção vai além da qualidade dos serviços e do conforto do turista. Essa preocupação busca a satisfação total do visitante.

Deste modo, Silveira-Martins e Zonatto (2016, p. 11) apontam que uma das vertentes da capacidade turística pode ser apresentada pela “*geração de atendimento personalizado ao turista*”. A gama de diferentes turistas, em personalidade e busca de valores diversos, torna importante a observação de cada perfil consumidor, auxiliando na decisão de ações a serem tomadas e oferecendo um serviço diferenciado daqueles ofertados pelos concorrentes.

Após a observação do perfil consumidor, “o conhecimento dos atrativos turísticos da região” contribui para uma indicação pessoal e personalizada ao hóspede. Estas ações auxiliam na valorização do cliente e em sua satisfação perante o tratamento recebido.

O mix de serviços oferecido ao hóspede em um destino turístico é o princípio fundamental para a satisfação e consequentemente, boa propaganda do mesmo. Seguindo esta linha, Silveira-Martins e Zonatto apontam que a “*atenção aos novos acontecimentos*”

turísticos (locais) no município e região” é de suma importância para cativar o turista, oferecendo as informações precisas para o alcance de suas expectativas.

De modo geral, a capacidade turística apoia-se nas estratégias tomadas pelo mercado de uma região turística de modo a atender bem seu cliente, alcançar a satisfação do mesmo e ainda atingir uma boa vantagem competitiva. Conforme explica Ferreira (2011) apud Silveira-Martins e Zonatto (2016), a atividade turística:

“ampara-se na capacidade de uma empresa reconhecer e proporcionar aos turistas, atrativos e potencialidades naturais e culturais de um dado lugar, bem como proporcionar aos indivíduos alternativos de viagens, de deslocamentos para outros lugares, cujos atrativos podem estar manifestados tanto do ponto de vista dos recursos naturais quanto culturais em sua plenitude” (FERREIRA, 2011 apud SILVEIRA-MARTINS E ZONATTO, 2016).

Muitos destinos turísticos são procurados por sua carga histórica pertence à região ou aos pontos turísticos. Deste modo, partimos para a próxima vertente de capacidade turística, o *“conhecimento sobre a história local e regional”*. A empresa do meio turístico que pode oferecer um conhecimento sobre histórias da região, não só agrega valor ao seu empreendimento como também ao ponto turístico/região em questão. Desta maneira, podemos voltar à análise de que o fator crucial para a satisfação do turista é o mix de serviços oferecidos por um destino turístico.

Associada diretamente com as orientações de posicionamento e caminhos estratégicos, encontramos a última variável *“localização próxima a pontos estratégicos”* que conjuntamente a todos as outras variáveis pode se tornar uma vertente decisiva para a escolha do empreendimento hoteleiro/turístico.

Abaixo, quadro com as cinco variáveis de capacidade turística expostas:

Quadro 1: Variáveis de capacidade turística

Geração de atendimento personalizado ao turista	Esta variável está atrelada ao atendimento prestativo e atencioso com o turista, oferecendo um serviço individualizado e diferenciado de acordo com as necessidades do mesmo. Podemos citar como exemplo o atendimento para as necessidades de idosos, deficientes e falantes de outro idioma.
Conhecimento sobre os atrativos turísticos (locais) do município e região	A observação dos perfis diversos dos turistas está atrelada a essa variável. Os gestores devem estar a par dos roteiros atrativos para de acordo com o perfil do turista, indicar os melhores lugares para se visitar, sejam pontos gastronômicos, históricos, locais de lazer, cultura, entretenimento, lojas, belezas naturais, entre outros.
Atenção aos novos acontecimentos turísticos (locais) no município e região	Esta variável pode ser caracterizada pelo conhecimento e atenção aos eventos ocorrentes

	na região. Informar aos hóspedes opções de lazer como shows, festas, eventos esportivos, exposições e outras adversas àquelas comumente conhecidas, agregam valor a organização e vantagem competitiva de seus concorrentes.
Conhecimento sobre a história local e regional	A história local e regional é um fator de grande importância para um destino turístico e possui a capacidade de aumentar a expectativa de conhecer o local e transformar em mais intensa a visita ao mesmo. Desta forma, as informações turísticas devem abranger fatos acontecidos, além de reconhecer o legado cultural da localidade/região. Contempla-se nesta variável, informações sobre colonização, personalidades, cultura, arte, tradições e costumes.
Localização próxima a pontos estratégicos	Esta variável abrange aspectos relacionados ao posicionamento geográfico do empreendimento e a infraestrutura turística. Nesta linha, devem-se ter informações relativas à segurança dos turistas, transporte público, deslocamentos locais e regionais, proximidade com assistência médica, bares/restaurantes, aeroporto.

Fonte: Silveira-Martins e Zonatto (2015)

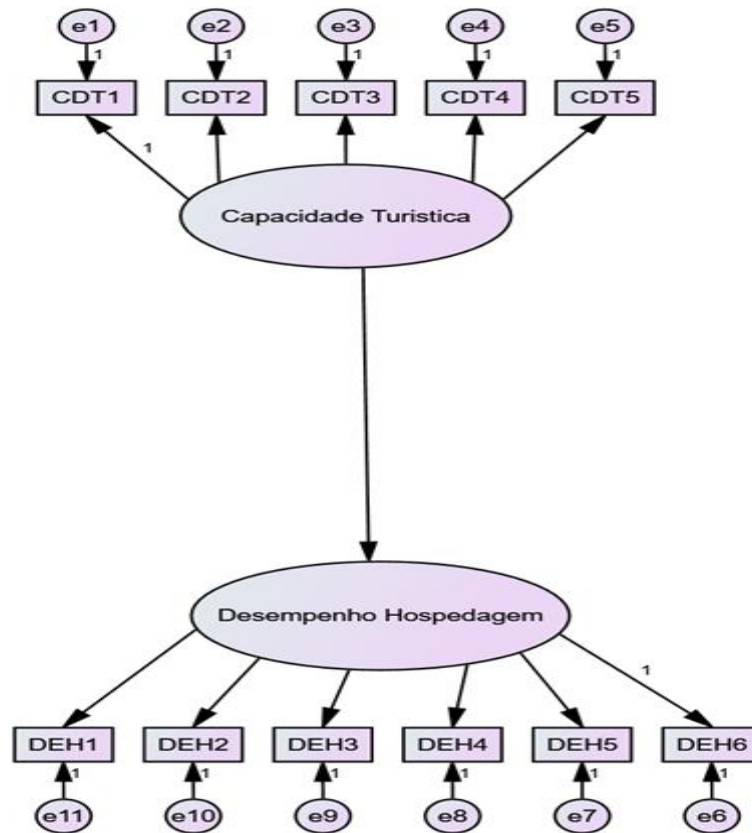
2.4 Desempenho Organizacional

O desempenho organizacional é uma circunstância resultante das estratégias dos gestores em suas organizações. Silveira-Martins e Tavares (2014) afirmam que pode se entender que um bom desempenho organizacional pode ser obtido com a aplicação de estratégias que objetivem as capacidades do empreendimento, sendo mais fácil ultrapassar contingências e obstáculos que o ambiente pode oferecer.

De fato, para aqueles gestores que desejam alcançar uma vantagem competitiva no mercado devem implementar estratégias eficazes para que se possa obter a sobrevivência em localidades e ambientes que exigem mais das organizações. Continuando nessa consideração, Silveira-Martins e Tavares (2014) enfatizam a importância dos indicadores de desempenho confiáveis e críticos, de suma relevância para os bons resultados dos empreendimentos hoteleiros. Carvalho (2008) verificou que os indicadores de desempenho mais usuais pelos administradores foram os seguintes: taxa de ocupação; diária média; vendas por quarto; vendas totais; evolução dos custos e despesas.

Modelo Conceitual

Figura 2 – Modelo conceitual



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

H1 – A capacidade dinâmica turística possui relação positiva e significativa com o desempenho nos meios de hospedagem.

3 METODOLOGIA

3.1 Delineamento da Pesquisa

A pesquisa é definida, quanto à abordagem, como quantitativa exploratória, sendo permitido maior conhecimento do problema a ser pesquisado. De acordo com Fonseca (2002, p.20) os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. A partir das amostras com características representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa.

Como complemento à pesquisa exploratória, foi abordada a pesquisa descritiva, cuja contribuição é proporcionar a descrição de fenômenos, situações presentes, bem como comparar e avaliar o que o objeto de estudo está desenvolvendo em situações e problemas similares.

A construção do referencial teórico é de caráter exploratório, pois foi elaborada através do método bibliográfico, com base em material já publicado. Essa metodologia inclui a utilização de materiais impressos, como livros, revistas, jornais teses, dissertações e anais de eventos científicos, bem como material disponibilizado pela internet, que contribuem para a

análise das diversas características do problema.

Como objeto de estudo, Município de Urubici e região, possui uma área total de 1.019,236 Km² (IBGE, 2010) e localiza-se na Região da Serra Catarinense, com a distância de 167 km da capital Florianópolis. O município faz divisa com Bom Retiro ao norte, Bom Jardim da Serra, Orleans e São Joaquim ao sul, Anitápolis, Santa Rosa de Lima, Rio Fortuna e Grão Pará a leste, e Rio Rufino e Urupema a oeste.

3.2 Instrumentos de Coleta

Optou-se neste trabalho pela utilização de questionário, tendo como base para a aplicação das perguntas um formulário estruturado. Dessa forma, a utilização de questionário com a aplicação de formulário como instrumento norteador da coleta de dados justifica-se por atender aos objetivos pretendidos para um instrumento de coleta de dados.

Para Capacidades Dinâmicas Turísticas, foi utilizada a escala validade de Silveira-Martins e Zonatto (2015). No quadro 2, apresentam-se os indicadores de capacidade dinâmica turística:

Quadro 2 – indicadores de capacidade dinâmica turística

	Variável	Indicador	Evidências Teóricas
CAPACIDADE TURÍSTICA	CT1	Geração de atendimento personalizado ao turista	Kirsten e Rogerson (2002), Andrade, Gomes e Xavier (2010) e Mota e Maciel Filho (2011)
	CT2	Conhecimento sobre os atrativos turísticos (locais) do município e região	Crouch e Ritchie (1999), Lundie, Dwyer e Forsyth (2007) e Booyen (2012)
	CT3	Atenção aos novos acontecimentos turísticos (locais) no município e região	Crouch e Ritchie (1999), Lundie, Dwyer e Forsyth (2007) e Booyen (2012)
	CT4	Conhecimento sobre a história local e regional	Oliveira, Campomar e Luis (2008), Ferreira (2011) e Perinotto e Santos (2011)
	CT5	Localização próxima a pontos estratégicos	Bezerra (2006), Godinho e Oliveira (2010), Goh (2012), Ivars I Baidal, Sánchez e Rebollo (2013) e Pimentel e Carvalho (2014)

Fonte: Silveira-Martins e Zonatto (2015).

Para Desempenho nos meios de hospedagem, foi utilizada a escala validade de Carvalho (2011). No Quadro 3 são apresentados os indicadores de desempenho.

Quadro 3 – indicadores de desempenho

CONSTRUTO	ITEM
DESEMPENHO	Des1 - Vendas totais
	Des2 - Taxa de Ocupação
	Des3 - Margem de lucro sobre as vendas totais
	Des4 - Vendas por unidade habitacional
	Des5 - Diária média

Fonte: Carvalho (2011).

3.4 Procedimentos de Coleta

O procedimento de coleta de dados foi caracterizado pela aplicação presencial de um questionário a gerencia e aos proprietários de 52 pousadas da cidade de Urubici, com até 20 UH's. Por meio deste questionário, foram elaboradas questões fechadas em dois blocos: variáveis de controle e capacidade turística/desempenho organizacional. Segundo Gil (2008), questionário pode ser especificado como um conjunto de questões que auxiliam na investigação social com o objetivo de obter informações sobre comportamentos, resultados, conhecimentos, entre outros. Gil (2008) ainda aponta que a construção de um questionário deve ser uma transposição dos propósitos da pesquisa em questões objetivas e específicas.

3.5 Procedimentos de Análise dos Dados

Para a análise dos dados, para testar o modelo os dados serão avaliados pela análise fatorial exploratória, análise fatorial confirmatória e modelagem de equações estruturais. As Medidas e Valores mínimos esperados para a AFE são apresentados no quadro 4, as Medidas e Valores mínimos esperados para a AFC e modelagem são apresentados no quadro 4.

Quadro 4 – Medidas e Valores mínimos esperados para a AFE

Medidas	Valores Mínimos Esperados
Comunalidades	0,50
Medida de adequação da amostra (MSA)	0,50
Confiabilidade da amostra (alfa de Cronbach)	0,70
Teste de esfericidade de Bartlett	$p \leq 0,05$
Correlação inter-itens	0,30
Correlação item-total	0,50
Carga fatorial (para n 60)	0,70

Fonte: Adaptado de Hair Jr. *et al.* (2005)

Quadro 5 - Resultados esperados para ajustes de modelo.

Indicador	Resultado Esperado
X ² (Qui ²)	$p > \alpha$
X ² /Graus de Liberdades (Qui ² /GL)	< 3,000
P	> 0,050
CFI	> 0,900
TLI	> 0,900
RMSEA	< 0,100

Fonte: Adaptado do Hair Jr *et al.* (2009).

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Análise Fatorial Exploratório

Os dados coletados por meio de questionário do tipo *self-report* foram organizados, codificados e processados com auxílio de uma planilha Excel®, do software SPSS® 21 (*Statistical Package for the Social Science*) e do software AMOS™ 21 (*Analysis of Moment Structures*).

Quadro 6 – Medidas e Valores mínimos esperados para a AFE

Medidas	Valores Mínimos Esperados
Comunalidades	0,50
Medida de adequação da amostra (MSA)	0,50
Confiabilidade da amostra (alfa de Cronbach)	0,70
Teste de esfericidade de Bartlett	$p \leq 0,05$
Correlação inter-itens	0,30
Correlação item-total	0,50
Carga fatorial (para n 60)	0,70

Fonte: Adaptado de Hair Jr. *et al.* (2005)

A averiguação da unidimensionalidade foi alcançada por meio da utilização do *software* SPSS®, versão 21.0. Utilizando-se o método de extração, por meio da análise de componentes principais.

4.1.1 Análise Fatorial Exploratório – Construto Capacidade Dinâmica Turística

Para o teste de comunalidades as variáveis aprovadas foram CDT2, CDT3 e CDT4, estando todas as variáveis acima do mínimo esperado, 0,50, com o menor valor para variável CDT4, com valor igual a 0,570, o que é aceitável neste teste. No quadro 7 são apresentados os valores de comunalidades de cada variável.

Quadro 7 – Comunalidades Capacidade Dinâmica Turística

Comunalidades

	Inicial	Extração
CDT2	1,000	,635
CDT3	1,000	,656
CDT4	1,000	,570

Método de Extração: Análise de Componente Principal.

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Para o teste MSA – medida de adequação de amostra, as variáveis aprovadas foram CDT2, CDT3 e CDT4, estando todas as variáveis acima do mínimo esperado, 0,50. A variável com o menor valor é a CDT3, com valor igual a 0,644 para correlação anti-imagem, valor aceitável neste teste. No quadro 8 são apresentados os valores para MSA – medida de adequação de amostra, de cada variável.

Quadro 8 - valores para MSA – medida de adequação de amostra

Matrizes anti-imagem

		CDT2	CDT3	CDT4
Covariância anti-imagem	CDT2	,724	-,272	-,181
	CDT3	-,272	,707	-,209
	CDT4	-,181	-,209	,779
Correlação anti-imagem	CDT2	,656 ^a	-,380	-,241
	CDT3	-,380	,644 ^a	-,282
	CDT4	-,241	-,282	,704 ^a

a. Medidas de adequação de amostragem (MSA)

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Para o teste de confiabilidade da amostra, realizou-se o teste de Alfa de Cronbach, onde o resultado mínimo espera é de 0,700. Uma vez que o Alfa de Cronbach padronizado é no valor igual a 0,694, em arredondamento foi aprovado neste teste. No quadro 9 são apresentados os valores Alfa de Cronbach e Alfa de Cronbach padronizado.

Quadro 9 - Valores testes de Alfa de Cronbach – Construto Capacidade Dinâmica Turística.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach com base em itens padronizados	N de itens
,671	,694	3

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Para o teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) o valor encontrado foi de 0,665, que está acima do mínimo desejável, que é de 0,50; e com significância inferior a 0,05, sendo aprovados por estes testes. No quadro 10 são apresentados os valores para teste de KMO e esfericidade de Bartlett.

Quadro 10 - Valores para teste de KMO e esfericidade de Bartlett - Construto Capacidade Dinâmica Turística.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,665
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	29,365
	gl	3
	Sig.	,000

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Quanto à análise de correlação inter-itens, o valor mínimo aceitável para relação inter-itens deve ser igual ou superior a 0,300. Os dados se comportaram favoravelmente, com a menor relação entre as variáveis CDT2 e CDT4, com valor igual a 0,392. Sendo aprovado por esta análise. No quadro 11 são apresentados os valores para as correlações inter-tens.

Quadro 11 - Valores para as correlações inter-tens – Construto Capacidade Dinâmica Turística.

Matriz de correlação entre itens

	CDT2	CDT3	CDT4
CDT2	1,000	,481	,392
CDT3	,481	1,000	,416
CDT4	,392	,416	1,000

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Quanto à análise para a correlação de item-total, as variáveis CDT2 e CDT3 estão acima de 0,500, mínimo desejável. A variável CDT4, com valor igual a 0,469, foi aprovada por arredondamento e consistência nos demais testes e confiabilidade junto às demais variáveis. No quadro 12 são apresentados os valores para as correlações inter-total.

Quadro 12 - Valores para as correlações inter-total – Construto Capacidade Dinâmica Turística.

Estatísticas de item-total

	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Correlação múltipla ao quadrado	Alfa de Cronbach se o item for excluído
CDT2	11,48	3,406	,521	,276	,587
CDT3	12,15	2,197	,525	,293	,530
CDT4	12,47	2,524	,469	,221	,602

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Na análise da variância total explicada, encontra-se com 62,0395, no primeiro componente. Superando, portanto, o mínimo recomendado de 50%, demonstrando dessa forma que há consistência da medida. No quadro 13 são apresentados os valores para variância total explicada.

Quadro 13 - Valores para Variância total explicada – Construto Capacidade Dinâmica Turística.

Variância total explicada

Componente	Autovalores iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	1,861	62,039	62,039	1,861	62,039	62,039
2	,622	20,735	82,774			
3	,517	17,226	100,000			

Método de Extração: Análise de Componente Principal.

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Finalizando os testes necessários, para análise fatorial exploratório do Construto Capacidade Dinâmica Turística, o teste de unidimensionalidade da carga fatorial (n até 200). Encontram-se as variáveis CDT2, CDT3 e CDT4, em um único componente, demonstrando sua unidimensionalidade e com a menor carga fatorial igual a 0,755, estando acima da referência aceitável, de 0,700. No quadro 14 são apresentados os valores para teste dos componentes principais.

Quadro 14 - Valores para teste dos componentes principais – Construto Capacidade Dinâmica Turística.

Matriz de componente^a

	Componente 1
CDT2	,797
CDT3	,810
CDT4	,755

Método de Extração:
Análise de
Componente
Principal.

Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.1.2 Análise Fatorial Exploratório – Construto Desempenho

Para o teste de comunalidades as variáveis aprovadas foram DEH1, DEH2, DEH3, DEH4 e DEH5, estando todas as variáveis acima do mínimo esperado, 0,50, com o menor valor para variável DEH5, com valor igual a 0,691, o que é aceitável neste teste. No quadro 15 são apresentados os valores para as comunalidades de cada variável do construto desempenho.

Quadro 15 – Comunalidades - Desempenho

Comunalidades

	Inicial	Extração
DEH1	1,000	,857
DEH2	1,000	,779
DEH3	1,000	,775
DEH4	1,000	,657
DEH5	1,000	,691

Método de Extração: Análise de Componente Principal.

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Para o teste MSA – medida de adequação de amostra, as variáveis aprovadas foram DEH1, DEH2, DEH3, DEH4 e DEH5, estando todas as variáveis acima do mínimo esperado, 0,50. A variável com o menor valor é a DEH1, com valor igual a 0,727, para covariância anti-imagem e valor de 0,644 para correlação anti-imagem, valor aceitável neste teste. No quadro 16 são apresentados os valores para MSA – medida de adequação de amostra, de cada variável.

Quadro 16 - Valores para MSA – medida de adequação de amostra - desempenho

Matrizes anti-imagem

		DEH1	DEH2	DEH3	DEH4	DEH5
Covariância anti-imagem	DEH1	,117	-,107	-,080	,017	-,046
	DEH2	-,107	,164	,009	,010	-,021
	DEH3	-,080	,009	,274	-,155	,054
	DEH4	,017	,010	-,155	,357	-,194
	DEH5	-,046	-,021	,054	-,194	,380
Correlação anti-imagem	DEH1	,727 ^a	-,775	-,447	,083	-,220
	DEH2	-,775	,769 ^a	,045	,040	-,084
	DEH3	-,447	,045	,808 ^a	-,494	,167
	DEH4	,083	,040	-,494	,757 ^a	-,525
	DEH5	-,220	-,084	,167	-,525	,828 ^a

a. Medidas de adequação de amostragem (MSA)

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Para o teste de confiabilidade da amostra, realizou-se o teste de Alfa de Cronbach, onde o resultado mínimo espera é de 0,700. Uma vez que o Alfa de Cronbach padronizado é no valor igual a 0,929, sendo aprovado neste teste. No quadro 17 são apresentados os valores os Alfa de Cronbach e Alfa de Cronbach padronizado.

Quadro 17 - Valores testes de Alfa de Cronbach – Construto Desempenho.

Estadísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach com base em itens padronizados	N de itens
,927	,929	5

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Para o teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) o valor encontrado foi de 0,774, que está acima do mínimo desejável, que é de 0,50; e com significância inferior a 0,05, sendo aprovados por estes testes. No quadro 18 são apresentados os valores para teste de KMO e esfericidade de Bartlett.

Quadro 18 - Valores para teste de KMO e esfericidade de Bartlett - Construto Desempenho

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,774
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	252,446
	gl	10
	Sig.	,000

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Quanto à análise de correlação inter-itens, o valor mínimo aceitável para relação inter-itens deve ser igual ou superior a 0,300. Os dados se comportaram favoravelmente, com a menor relação entre as variáveis DEH2 e DEH 4, com valor igual a 0,605. Sendo aprovado por esta análise. No quadro 19 são apresentados os valores para as correlações inter-tens.

Quadro 19 - Valores para as correlações inter-tens – Construto desempenho

Matriz de correlação entre itens

	DEH1	DEH2	DEH3	DEH4	DEH5
DEH1	1,000	,911	,815	,616	,714
DEH2	,911	1,000	,762	,605	,687
DEH3	,815	,762	1,000	,737	,659
DEH4	,616	,605	,737	1,000	,735
DEH5	,714	,687	,659	,735	1,000

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Quanto à análise para a correlação de item-total, todas as variáveis estão acima de 0,500, mínimo desejável. A variável DEH4, com valor igual a 0,743, foi aprovada por estar acima do mínimo aceitável. No quadro 20 são apresentados os valores para as correlações inter-total.

Quadro 20 - Valores para as correlações inter-total – Construto desempenho

Estatísticas de item-total					
	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Correlação múltipla ao quadrado	Alfa de Cronbach se o item for excluído
DEH1	17,60	19,055	,861	,873	,900
DEH2	17,73	20,433	,835	,833	,906
DEH3	17,86	19,602	,843	,757	,904
DEH4	18,46	19,382	,743	,668	,926
DEH5	17,90	20,816	,782	,656	,916

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Na análise da variância total explicada, encontra-se com 75,185%, no primeiro componente. Superando, portanto, o mínimo recomendado de 50%, demonstrando dessa forma que há consistência da medida. No quadro 21 são apresentados os valores para variância total explicada.

Quadro 21 - Valores para Variância total explicada – Construto desempenho.

Componente	Variância total explicada			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	Autovalores iniciais		Total	Somadas de extração de carregamentos ao quadrado	
		% de variância	% cumulativa		% de variância	% cumulativa
1	3,759	75,185	75,185	3,759	75,185	75,185
2	,597	11,945	87,130			
3	,393	7,863	94,993			
4	,177	3,538	98,531			
5	,073	1,469	100,000			

Método de Extração: Análise de Componente Principal.

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Finalizando os testes necessários, para análise fatorial exploratório do Construto Capacidade Dinâmica Turística, o teste de unidimensionalidade e da carga fatorial (n até 200). Encontram-se as variáveis DEH1, DEH2, DEH3, DEH4 e DEH5, em um único componente, demonstrando sua unidimensionalidade e com a menor carga fatorial igual a 0,810, para a variável DEH4, estando acima da referência aceitável, de 0,700. No quadro 22 são apresentados os valores para teste dos componentes principais.

Quadro 22 - valores para teste dos componentes principais

Matriz de componente^a

	Componente 1
DEH1	,926
DEH2	,883
DEH3	,881
DEH4	,810
DEH5	,831

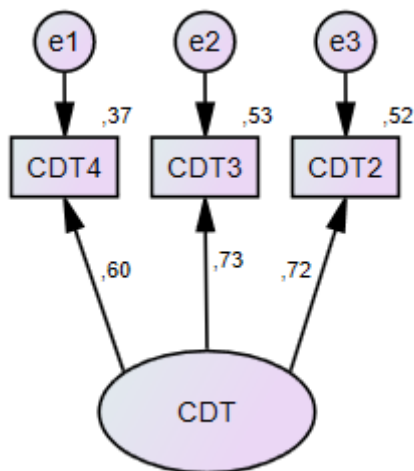
Método de Extração:
Análise de
Componente
Principal.

Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2 Análise Fatorial Confirmatória

4.2.1 Análise Fatorial Confirmatória – Construto Capacidade Dinâmica Turística

Figura 3 – Modelo do Construto Desempenho



Fonte: dados da pesquisa (2017)

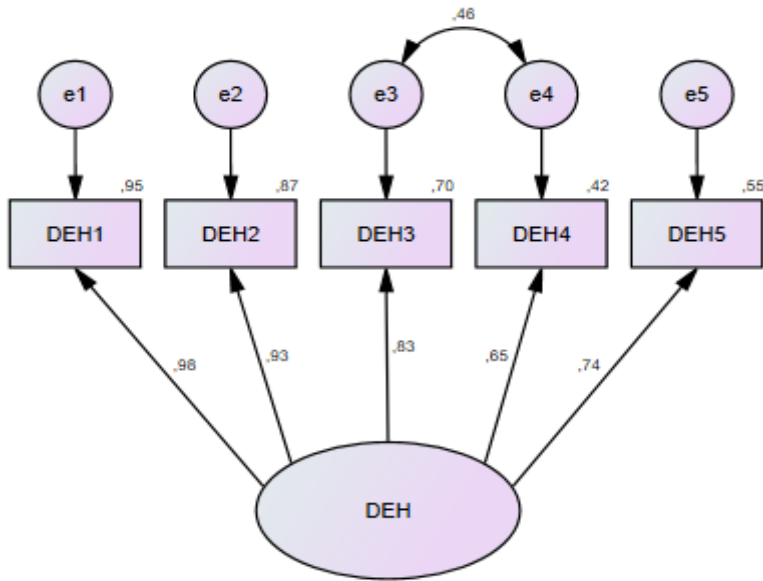
Quadro 23 – Coeficientes padronizados de regressão e teste de significância

	CDT2	CDT3	CDT4
Coeficiente	0,721	0,726	0,605
P	0,000	0,000	0,000

Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2.2 Análise Fatorial Confirmatória – Construto Desempenho

Figura 4 – Modelo do Construto Desempenho



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Quadro 24 – Coeficientes padronizados de regressão e teste de significância

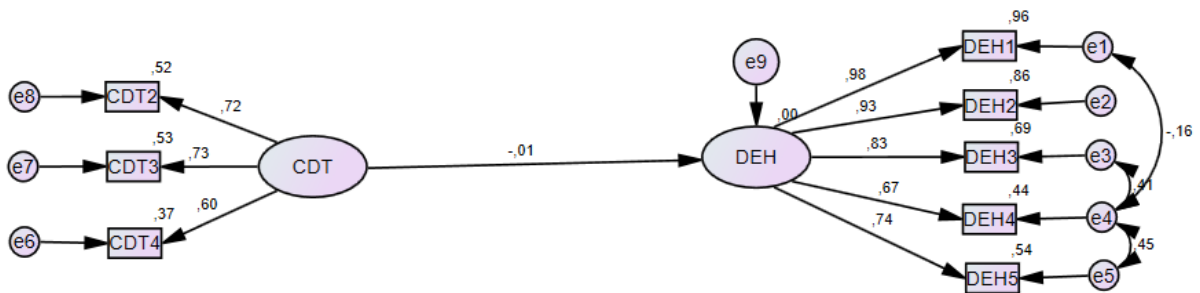
	DEH1	DEH2	DEH3	DEH4	DEH5
Coefficiente	0,976	0,931	0,834	0,652	0,740
P	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Indicador	Resultado Esperado
X ² (Qui ²)	$p > \alpha$
X ² /Graus de Liberdades (Qui ² /GL)	< 3,000
P	> 0,050
CFI	> 0,900
TLI	> 0,900
RMSEA	< 0,100

Fonte: Adaptado de Hair Jr. *et al.* (2009)

Figura 5 – Modelo do Construto Desempenho



Fonte: dados da pesquisa (2017)

Quadro 25 – Índices de ajuste da primeira simulação do modelo geral

Índice	Valores Modelo Final	Valores Esperados
X ²	18,356 (GL=16)	
X ² / GL	1,147	< 3,000
P	0,303	> 0,050
RMSEA	0,046	< 0,100
CFI	0,933	> 0,900
TLI	0,988	> 0,900
NFI	0,952	> 0,900

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Quadro 26 – Valores para X² e X² / GL e significância.

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	28	18,356	16	,303	1,147
Saturated model	44	,000	0		
Independence model	16	385,457	28	,000	13,766

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Quadro 27 - Valores para ajustes (CFI/TLI e NFI)

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,952	,917	,994	,988	,993
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Quadro 28 - Valores para erros quadráticos (RMSEA)

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,046	,000	,125	,479
Independence model	,430	,393	,469	,000

Fonte: dados da pesquisa (2017)

Teste da hipótese

CAMINHO ESTRUTURAL DIRETO	HIPÓTESE	P	COEFICIENTE PADRONIZADO	RELAÇÃO	SUPORTE
Desemp<Cap_Din_Turística	H1	0,004	,362	Positiva	Suportada

5 CONCLUSÕES

Os estudos direcionados as capacidades dinâmicas das organizações auxiliam na tomada de decisões dos gestores que possuem foco no desempenho organizacional de seu empreendimento. Este estudo objetivou analisar a relação entre a capacidade dinâmica turística e o desempenho organizacional dos meios de hospedagem. Para isso, foram realizadas pesquisas em 52 pousadas na cidade de Urubici, no Planalto Serrano Catarinense.

As variáveis aplicadas e utilizadas na pesquisa possuem caráter decisivo na satisfação do hospede com o empreendimento. A primeira delas “conhecimento sobre atrativos turísticos” pode ser considerada a mais importante, já que se relaciona diretamente com o que o destino turístico tem a oferecer. O empreendimento que é capaz de fornecer estas informações ganha uma notoriedade positiva em relação às empresas concorrentes. Já que a maioria dos destinos turísticos, principalmente a cidade de Urubici, possui seus turistas com foco na visita dos pontos turísticos, como em questão, os cânions, cachoeiras, paisagens geladas.

A segunda variável “atenção aos novos acontecimentos” é uma vantagem competitiva para aqueles empreendimentos que a adotam. Locais que possuem eventos, congressos, shows, entre outros, oferecem mais opções de lazer para os consumidores. No caso do Planalto Catarinense, os bailes regionais e rodeios permitem que turistas vivenciem a cultura do local e conheça as tradições e características da região.

A última variável utilizada e aplicada foi o “conhecimento sobre a história local” que envolve os fatos acontecidos sobre a cultura, colonização, arte, tradições, costumes e afins. Para os hóspedes que se interessam por histórias, conhecimento sobre a localidade ou curiosidade, o conhecimento que a organização tem a ofertar agrega valor ao empreendimento como também tem o poder de aumentar o anseio do turista em visitar os pontos turísticos. Crescendo dessa forma, a valorização do destino e promovendo a visibilidade dos gestores em relação a capacidade dinâmica turística que a organização tem a oferecer com o desempenho organizacional do mesmo.

Por fim, os resultados encontrados demonstram que é de grande valia gestores investirem no atendimento personalizado ao cliente, oferecendo além de serviços satisfatórios, informações pertinentes que agregam valor ao empreendimento, em vantagem competitiva, e ao destino turístico. Após esta pesquisa, é interessante a aplicação desse estudo em outros campos e regiões geográficas, para o crescimento das potencialidades turísticas e a observação, por parte dos gestores, das localidades de turismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDRIGUI, Mariana. **Meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2007.

ANDRADE, Nelson; BRITO, Paulo Lúcio de; JORGE, Wilson Edson. **Hotel: planejamento e projeto**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2002.

BERKOWITZ, E. N. et al. **Marketing**. v. 1. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2003.

CAMPOS, L.C; GONÇALVES, M.H. **Introdução ao Turismo e Hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac, 1998.

CARVALHO, C. E. Relacionamento entre ambiente organizacional, capacidades, orientação estratégica e desempenho: um estudo no setor hoteleiro brasileiro. **Tese de Doutorado**, Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, SC, 2011.

DALPIAZ, Roni Carlos Costa et al. A Hospitalidade no Turismo. O Bem receber. **Revista Conversas Interdisciplinares**. Torres, v.1, 2008.

FERREIRA, R. C. **Lazer e potencialidades para o turismo em Piracuruca**, Piauí. 2011.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Ceará: Universidade Estadual do Ceará, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Gil, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRÖNROOS, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HAIR, J. F; ANDERSON, R. E; TATHAM, R. L; BLACK, W. **Análise multivariada de dados**. São Paulo: Bookman, 2005.

HAIR, J. F; ANDERSON, R. E; TATHAM, R. L; BLACK, W. **Análise multivariada de dados**. 5ª ed. São Paulo: Bookman, 2009.

MARANHÃO, R. A.; TEIXEIRA, C. E. Capacidades dinâmicas e sistema de gestão ambiental em organização militar da marinha do Brasil. **Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE**, v. 14, n. 2, p. 121-136, 2015.

NELSON, R. R. Why do firms differ, and how does it matter? **Strategic Management Journal**, v. 12, p.61-74, 1991.

OMT – Organização Mundial do Turismo. CÓRNER, Dolores Martin Rodriguez (Trad.). **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

ROSA, F.; KAMAKURA, W.A. Pesquisas de satisfação de clientes e efeito halo: interpretações equivocadas? In: **ENANPAD**, 25., 2001

SILVA, E. L. MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SILVEIRA-MARTINS, E.; TAVARES, P. M. Processo de formulação de estratégias: capacidade mercadológica, incerteza ambiental e desempenho. **Revista Organizações em Contexto**, v. 10, n. 20, 2014.

SILVEIRA-MARTINS, E.; ZONATTO, V. C. S.. Proposição e validação de escala para mensuração de capacidade turística. **Revista Turismo em Análise**, 2016.

SCHUMPETER, J.A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

TEECE, D.; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic Management Journal**, 18, 1997.