



Universidade de Brasília
Programa de Pós Graduação em Administração
Mestrado Acadêmico em Administração

Daniel Pires Vieira

**Investimentos, Competitividade e Desenvolvimento em Destinos Indutores do Turismo
Brasileiro**

Brasília – DF, 2013

Daniel Pires Vieira

Investimentos, Competitividade e Desenvolvimento em Destinos Indutores do Turismo Brasileiro

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração, área de concentração Inovação e Estratégia do Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência de Informação e Documentação da Universidade de Brasília.

Orientador: Professor Doutor Valmir Emil Hoffmann

Brasília - DF, 2013

Daniel Pires Vieira

Investimentos, Competitividade e Desenvolvimento em Destinos Indutores do Turismo Brasileiro

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração, área de concentração Inovação e Estratégia do Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência de Informação e Documentação da Universidade de Brasília.

Professor Doutor Valmir Emil Hoffmann
Programa de Pós-Graduação em Administração
Universidade de Brasília
Orientador

Professor Doutor Rafael Barreiros Porto
Programa de Pós-Graduação em Administração
Universidade de Brasília
Examinador Interno

Professora Doutora Anete Alberton
Programa de Pós-Graduação em Administração
Universidade do Vale do Itajaí
Examinadora Externa

Data da banca: 25 de fevereiro de 2013.

Agradecimentos

À minha avó Aparecida, por ter me guiado no início da minha educação formal e pelas lições de vida.

Ao tio Alfredo, à tia Anna e à minha mãe Magda pelo esforço ao longo dos anos para que eu pudesse ter a melhor formação possível.

A Fabiana, minha companheira e incentivadora ao longo de todo o processo.

Aos amigos, a desculpa pela ausência e o agradecimento pelo apoio e por acreditarem em mim mesmo quando eu duvidava.

Aos colegas do PPGA, com quem compartilhei ombro a ombro essa jornada, em especial à Renata e à Jaque pelo apoio e pelo companheirismo.

Aos Professores do PPGA, em especial ao Professor Emil Hoffmann e à Professora Helena Costa, pela paciência e pela orientação ao longo de todo o curso.

Ao Antônio, meu filho, por ser a minha principal motivação para querer continuar crescendo e melhorando.

“Só o que eu quis, todo o tempo, o que eu pejei para achar, era uma só coisa – a inteira – cujo significado e vislumbrado dela eu vejo que sempre tive. A que era: que existe uma receita, a norma dum caminho certo, estreito, de cada uma pessoa viver – e essa pauta cada um tem – mas a gente mesmo, no comum, não sabe encontrar; como é que, sozinho, por si, alguém ia poder encontrar e saber? Mas, esse norteado, tem. Tem que ter. Se não, a vida de todos ficava sendo sempre o confuso dessa doideira que é. E que: para cada dia, e cada hora, só uma ação possível da gente é que consegue ser a certa.”

Riobaldo Tatarana – Grande Sertão: Veredas

Guimarães Rosa

Resumo

O presente estudo busca analisar os investimentos federais em turismo como indutores do incremento da competitividade de destinos turísticos e a competitividade em termos de seus resultados para o desenvolvimento local. Para tanto foram estudados os 65 destinos turísticos indutores do desenvolvimento selecionados pelo Ministério do Turismo em termos dos investimentos aportados pelo próprio Ministério entre os anos de 2007 e 2009, da variação da competitividade desses destinos, mensurada a partir do Modelo Brasileiro entre os anos de 2008 e 2010, e da variação de indicadores de desenvolvimento socioeconômico selecionados. A pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva com a aplicação de métodos quantitativos. Foram empregadas análise fatorial, análise de regressão múltipla, análise envoltória de dados e análise de correlação. Os resultados encontrados demonstram que os investimentos realizados nos destinos turísticos não tiveram significância estatística para o desenvolvimento da competitividade, sendo que investimentos em infraestrutura tiveram efeito negativo sobre a competitividade. Ao analisar os investimentos aportados nos destinos turísticos eficientes segundo a análise DEA, observa-se que o desenvolvimento da competitividade é resultado de múltiplos tipos de investimentos e que destinos em estágios de desenvolvimento distintos demandam diferentes tipos de investimentos. As análises sobre a influência da competitividade para o desenvolvimento dos destinos turísticos demonstram que aspectos associados à gestão dos destinos turísticos desempenham papel central para que a competitividade dos destinos turísticos gere resultados positivos para o desenvolvimento local.

Palavras-chave: Competitividade; Competitividade Sistêmica; Turismo; Investimento Público; Modelos de Competitividade de Destinos Turísticos.

Abstract

The study seeks to analyze federal investments in tourism as drivers of destination competitiveness growth and the influence of competitiveness for local development. Therefore, the study covers 65 Brazilian touristic destinations selected by the Ministry of Tourism. The analysis includes variables for public investment from Brazilian Ministry of Tourism in each destination from 2007 to 2009, the variation of the competitiveness of these destinations, measured from the Brazilian Model between the years 2008 and 2010, and changes in selected indicators of socioeconomic development. The research is characterized as exploratory and descriptive with the application of quantitative methods. The analysis includes factor analysis, multiple regression analysis, data envelopment analysis and correlation analysis. The results show that investments in tourist destinations were not statistically significant for the development of competitiveness, and investments in infrastructure had a negative effect on competitiveness. The analysis of investments in destinations considered efficient at the data envelopment analysis demonstrates that the development of competitiveness results from multiple types of investments and that destinations in different stages of development demand different types of investments. The results also demonstrate that aspects associated with destination's management play a central role so that destination competitiveness can generate positive results for local development.

Keywords: Competitiveness; Systemic Competitiveness; Tourism; Public Investment; Models of Destination Competitiveness.

Lista de Quadros

Quadro 2.1 – Resumo Modelos Competitividade	37
Quadro 2.2 – Comparativo Estudos Empíricos de Competitividade	51
Quadro 3.1 – Lista de Destinos Turísticos	62
Quadro 3.2 – Fonte de Dados e Período de Coleta	63
Quadro 3.3 – Classificação das Intervenções	64
Quadro 3.4 – Variáveis, Indicadores e Técnicas utilizados para resposta das Perguntas de Pesquisa.....	69
Quadro 3.5 – Fatores Teóricos criados a partir das Dimensões de Competitividade	72
Quadro 4.1 – Resumo dos Resultados Análises de Regressão	101

Lista de Tabelas

Tabela 4.1 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Economia	77
Tabela 4.2 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Infraestrutura	78
Tabela 4.3 – Análise DEA 65 Destinos Turísticos	80
Tabela 4.4 – Evolução da Competitividade dos Destinos Turísticos Eficientes	82
Tabela 4.5 – Investimentos por Categoria em Destinos Eficientes	83
Tabela 4.6 – Fatores Gerados – Variáveis Desenvolvimento Socioeconômico	89
Tabela 4.7 – Coeficientes Fatoriais – Variáveis Desenvolvimento Socioeconômico	90
Tabela 4.8 – Resultado Análise de Regressão Fator Economia do Turismo – ECOT	91
Tabela 4.9 – Análise de Correlação de Pearson – Variáveis do Fator Economia do Turismo e do Fator Competitividade Turismo	92
Tabela 4.10 – Resultado Análise de Regressão Fator Impactos Indiretos do Turismo – IMPT	94
Tabela 4.11 – Análise de Regressão: Fatores IMPT e Competitividade Turismo	95
Tabela 4.12 – Análise de Correlação de Pearson – Variáveis do Fator Impactos Indiretos do Turismo – IMPT – e do Fator Competitividade Turismo	96
Tabela 4.13 – Resultado Análise de Regressão Fator Remuneração da Economia do Turismo – REMT	97
Tabela 4.14 – Análise de Correlação de Pearson – Variáveis do Fator Remuneração Economia do Turismo e do Fator Competitividade Políticas Públicas	98
Tabela 4.15– Resultado Análise de Regressão Variável PIB <i>per capita</i>	99
Tabela 4.16 – Análise de Correlação de Pearson – Variáveis Fator Infraestrutura Geral e PIB <i>per capita</i>	100
Tabela 4.17 – Resumo Análises de Correlação Significativas	103

Lista de Figuras

Figura 2.1 – Macrodimensões e Dimensões do Estudo de Competitividade	35
Figura 2.2 – Modelo de Relacionamento entre Variáveis	60
Figura 3.1 – Relacionamento entre variáveis de Investimento e de Competitividade	68
Figura 3.2 – Relacionamento entre variáveis de Competitividade e de Desenvolvimento .	68

Lista de Siglas

ACT – Atividades Características do Turismo

ANPTUR – Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

BCC (ou VRS) – Modelos de Análise DEA que assumem retornos variáveis de escala.

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CCR (ou CRS) – Modelos de Análise DEA que assumem retornos constantes de escala.

CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas

DEA – Análise Envoltória de Dados

DMU – Decision Makinf Unit

ECOT – Fator Economia do Turismo

FGV – Fundação Getúlio Vargas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IEW – Information Entropy Weight

IMPT – Fator Impactos Indiretos do Turismo

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

ISS – Imposto sobre Serviços

KMO – teste de Kaiser-Meyer-Olkin

MTO – Manual Técnico Orçamentário

MTur – Ministério do Turismo

OECD – Organization for Economic Cooperation and Development

OMT – Organização Mundial do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais

REMC – Remuneração Serviços Complementares

REMT – Remuneração da Economia do Turismo

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa

SIAD – Sistema Integrado de Apoio à decisão

SIMT – Sistema de Informações Integrado do Mercado de Trabalho no Setor Turismo

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences

TOPSIS – Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution

VBR – Visão Baseada em Recursos

WTTC – World Travel and Tourism Council

Sumário

1 Introdução	13
1.1 Problema de Pesquisa	15
1.2 Objetivos.....	16
2 Fundamentação Teórica	18
2.1 Vantagem Competitiva	19
2.2 Modelos de Competitividade	23
2.3 Estudos sobre a Competitividade de Destinos Turísticos.....	42
2.4 Turismo e Desenvolvimento Econômico	55
3 Método.....	61
3.1 Delimitação da Pesquisa	62
3.2 Descrição e Coleta dos Dados.....	63
3.3 Tratamento e Análise dos Dados.....	67
3.3.1 Investimentos e Competitividade	70
3.3.2 Competitividade e Desenvolvimento Socioeconômico	75
4 Resultados e Análise.....	77
4.1 Investimentos e Desenvolvimento da Competitividade	77
4.2 Análise Destinos Turísticos Eficientes	80
4.3 Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico	88
4.4 Competitividade de Destinos Turísticos e Desenvolvimento Socioeconômico	91
5 Conclusão	105
Referências	110

1 Introdução

O reconhecimento do turismo como atividade econômica com importante efeito diversificador das economias e multiplicador sobre a renda e emprego locais, os avanços nas tecnologias de informação e comunicação e o amadurecimento de diversos destinos turísticos tradicionais são apontados por González e Ruiz (2006) como as causas para o crescimento do número de novos destinos turísticos e para o acirramento da competitividade entre eles.

Sob a perspectiva de países em desenvolvimento, o turismo, por ser uma atividade intensiva em mão de obra, pode ser entendido como um instrumento para a inclusão social e um catalisador para o alívio à pobreza e para o crescimento sustentável (HEATH, 2003). A possibilidade de êxito de um destino turístico é determinada pela competição frente aos demais. Dessa forma, faz-se necessário melhorar a compreensão sobre os fatores explicativos da competitividade dos destinos para estabelecer estratégias adequadas para o desenvolvimento sustentável da atividade turística (GONZÁLEZ; RUIZ, 2006).

A competitividade de destinos turísticos tornou-se uma área de interesse (MIKI; GÂNDARA; MEDINA-MUÑOZ, 2011) não só do meio acadêmico, mas de órgãos públicos em busca dos potenciais benefícios econômicos e sociais da atividade turística. No Brasil o estudo da competitividade em destinos turísticos vem ganhando importância a partir do diagnóstico realizado pelo Ministério do Turismo – MTur, presente no Plano Nacional de Turismo 2003 – 2007, que aponta a falta de estruturação do setor turístico como a causa de sua baixa competitividade (COSTA; HOFFMANN, 2006). O MTur vem mantendo o desenvolvimento da competitividade do produto turístico brasileiro entre suas diretrizes e seus objetivos gerais (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007) como forma de orientar suas políticas.

O crescimento do interesse pelo tema pode ser constatado também pelo aumento da literatura científica específica (CASTRILLÓN *et al.*, 2011). Nos últimos anos, diversos modelos para aferir a competitividade de destinos turísticos foram desenvolvidos em âmbito internacional, entre os quais pode-se citar: Heath (2003), Dwyer e Kim (2003), *Competitiveness Monitor* (GOOROOCHURN; SUGIYARTO, 2004), *Travel and Tourism Competitiveness Model* (FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL, 2011). O Brasil também apresenta sua contribuição com dois modelos: *Comp&tenible Model* (MAZARO, 2007) e o Modelo Brasileiro (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008; 2009; 2010), este último desenvolvido pelo Ministério do Turismo em parceria com a Fundação Getúlio Vargas – FGV – e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

Os enfoques teóricos e metodológicos, no entanto, ainda mostram-se muito diversos no que tange ao conceito de competitividade turística, ao seu construto e às suas formas de mensuração, o que oferece inúmeros espaços para contribuições (MIKI; GÂNDARA; MEDINA-MUÑOZ, 2011). Embora o conceito de competitividade seja relativo e multidimensional (CROUCH; RICHIE, 1999, p. 140), verifica-se o predomínio de estudos com enfoques parcelados que abordam somente alguns aspectos que influenciam a competitividade (TABERNER, 2007; MIKI; GÂNDARA; MEDINA-MUÑOZ, 2011) e que, ao considerarem a análise da competitividade de destinos turísticos, perdem a perspectiva sistêmica que envolve o fenômeno.

Destaque-se ainda que a análise da competitividade especificamente de destinos turísticos traz consigo um desafio complementar, uma vez que o desenvolvimento bem-sucedido do destino não se estabelece somente com fatores presentes no nível empresarial, sendo necessários aspectos do entorno social do destino. Destinos turísticos são compreendidos por Buhalis (2000) como áreas geográficas definidas que oferecem um conjunto de produtos e serviços turísticos integrados que serão comercializados e consumidos pelos turistas sob a marca comum do destino. Em vista da complexidade, da heterogeneidade e da complementaridade das atividades econômicas que compõem os serviços prestados ao turista, a competitividade de um destino turístico não pode ser avaliada a partir de uma única atividade econômica. Dessa forma, para análise da competitividade de destinos turísticos é necessária uma visão abrangente que considere os diversos fatores que direta ou indiretamente influenciam o seu desempenho.

Em que pese toda a importância dada ao seu estudo e a quantidade de pesquisas realizadas, deve-se ressaltar que a competitividade não é o objetivo final a ser perseguido, mas uma meta intermediária para o desenvolvimento econômico e social dos destinos turísticos (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; RIVERO; CALDERA, 2004). A partir desse pressuposto e da perspectiva de geração de emprego e renda a partir da atividade turística, pode-se justificar o interesse governamental na promoção da competitividade. Destaque-se ainda que, uma boa medida da adequação do modelo de competitividade seria sua capacidade de se relacionar com ou de prever o desenvolvimento econômico.

A partir dessas reflexões, pode-se argumentar que, em uma perspectiva de promoção da competitividade e do desenvolvimento de destinos turísticos, a identificação de aspectos que influenciam o desenvolvimento da competitividade e de como a competitividade influencia o desenvolvimento econômico são questões centrais. Organizações públicas e

privadas envolvidas com o desenvolvimento turístico local deveriam orientar sua atuação no sentido de induzir aspectos da competitividade que gerassem maior retorno em termos de desenvolvimento econômico e social local. Nesse sentido, o presente estudo busca contribuir no sentido de avaliar uma das formas utilizadas para o desenvolvimento da competitividade, bem como ao tentar identificar quais dimensões ou fatores de competitividade são críticos para a geração de desenvolvimento local.

1.1 Problema de Pesquisa

Os diferentes modelos de competitividade de destinos turísticos colocam em evidência o papel desempenhado pelas organizações governamentais para o desenvolvimento e manutenção da competitividade, perpassando temas como a estabilidade macroeconômica (ESSER *et al.*, 1996), as condições do entorno econômico da atividade (PORTER, 1990; ENRIGHT; NEWTON, 2004; TABERNER, 2007), as ações voltadas para a promoção e o marketing dos destinos (CROUCH; RITCHIE, 1999; RITCHIE; CROUCH, 2010; DWYER; KIM, 2003), até o planejamento e a coordenação entre as organizações envolvidas (ESSER *et al.*, 1996; CROUCH; RITCHIE, 1999; RITCHIE; CROUCH, 2010; DWYER; KIM, 2003). Outros aspectos presentes nos modelos, tais como compromisso e gestão ambiental (HASSAN, 2000; MAZARO, 2007) e infraestrutura (GOOROOCHURN; SUGIYARTO, 2004; RIVERO; CALDERA, 2004), ainda que não diretamente atribuídos, têm clara relação com os investimentos e a atuação de órgãos públicos nos destinos turísticos.

Firmino (2008, p. 99) destaca que “qualquer modelo de competitividade não deve ser analisado em abstrato, sendo necessária a análise dos contextos, porque cada destino turístico apresenta problemas próprios e impõe a adoção de variáveis não universais”. Considerando o caso brasileiro, dada a centralidade do Governo Federal na implementação de políticas públicas e na realização de investimentos, é de se esperar que o Ministério do Turismo tenha um papel proeminente no desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos brasileiros.

Dessa forma, são propostas as primeiras questões a serem respondidas: (i) que tipos de investimentos federais são mais efetivos para o desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos? (ii) quais dimensões da competitividade dos destinos turísticos são afetadas pelas diferentes tipologias de investimentos?

Os modelos e estudos sobre competitividade de destinos turísticos alcançaram uma boa base na qual se identificam os atributos que estão relacionados à competitividade

sem, entretanto, relacionar quais deles são determinantes para a competitividade desses destinos (CROUCH, 2011). O autor ressalta ainda que vários aspectos podem ser importantes para a competitividade de um destino, mas somente alguns serão determinantes. Pode-se inferir uma aproximação ao argumento de Barney (1991) ao discutir a Visão Baseada em Recursos – VBR – em que afirma que um recurso para gerar vantagem competitiva deve ser: raro, valioso, imperfeitamente imitável ou não possuir substitutos estratégicos. Dessa forma, uma característica presente em diversos destinos pode ser importante para a competitividade, porém não será o seu determinante.

Os modelos de competitividade de destinos turísticos destacam ainda que a competitividade é apenas o objetivo intermediário e que o desenvolvimento econômico e social da população é a meta a ser alcançada (PORTER, 1990; CROUCH; RITCHIE, 1999; HEATH, 2003; DWYER; KIM, 2003). Infere-se, assim, haver uma correlação positiva entre a competitividade do destino e seu desenvolvimento econômico. Tal suposição, embora presente nos modelos, conta com poucos estudos que visam verificá-la.

A partir das considerações acima surgem os seguintes questionamentos: (iii) qual a relação entre o desenvolvimento da competitividade e o desenvolvimento socioeconômico dos destinos turísticos? (iv) quais dimensões da competitividade se mostram determinantes para o desenvolvimento dos destinos turísticos?

1.2 Objetivos

Considerando as perguntas de pesquisa propostas, o presente trabalho tem por objetivo avaliar os investimentos federais em turismo como indutores do desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos e seus resultados em termos de desenvolvimento socioeconômico local.

Os objetivos específicos da presente pesquisa são:

1. Avaliar os resultados dos investimentos públicos em termos de desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos;
2. Identificar os investimentos que influenciam as dimensões da competitividade;
3. Analisar a eficiência dos investimentos públicos para a geração de competitividade.
4. Avaliar a relação entre o desenvolvimento da competitividade em destinos turísticos e o desenvolvimento socioeconômico;

5. Identificar as dimensões da competitividade influentes no desenvolvimento de destinos turísticos.

Para a consecução dos objetivos a pesquisa está organizada, além desta primeira, em outras quatro seções. A segunda seção aborda o referencial teórico que sustenta e orienta as análises do trabalho. A terceira seção delimita o escopo da pesquisa, a forma de coleta de dados e apresenta as técnicas empregadas para análise dos dados. Na quarta seção os resultados das análises estatísticas são apresentados e analisados. Na quinta seção são apresentadas as conclusões, as limitações e as sugestões para continuidade e aprofundamento da pesquisa.

2 Fundamentação Teórica

Apesar de sua importância, o conceito de competitividade ainda suscita debates a respeito dos aspectos que levam a sua criação, obtenção ou manutenção, em diferentes níveis ou cortes de análise. Dessa forma, pode-se compreender a competitividade como sendo um fenômeno relativo (CROUCH; RICHIE, 1999), uma vez que depende do posicionamento face a outros concorrentes; e multidimensional (CROUCH; RICHIE, 1999; BARBOSA; OLIVEIRA; REZENDE, 2010), uma vez que pode ser abordado segundo diferentes perspectivas de análise e critérios de avaliação.

O objetivo da presente seção é apresentar uma revisão da literatura sobre competitividade e buscar as contribuições e a evolução das primeiras abordagens até os modelos mais recentes de análise, além de apresentar os modelos de competitividade de destinos turísticos. Essa seção encontra-se dividida em quatro partes. Na primeira parte são discutidas as primeiras abordagens sobre vantagem competitiva, partindo de uma perspectiva de análise centrada na competitividade da firma. Nesse sentido serão analisadas as primeiras contribuições de Porter (1986), assim como a Visão Baseada em Recursos – VBR.

Posteriormente são tratados os modelos de competitividade. Inicialmente são apresentados modelos não vinculados a um setor econômico. De forma específica são analisados o Modelo Diamante da Competitividade de Porter (1990) e o Modelo de Competitividade Sistêmica de Esser *et al.* (1996). Na sequência são tratados os modelos para avaliação da competitividade em destinos turísticos, destacando-se o Modelo de Calgary, proposto por Crouch e Ritchie (1999) e o modelo de Dwyer e Kim (2003), dois dos principais modelos de competitividade turística propostos na literatura recente (RIVERO; CALDERA, 2006). Insere-se ainda nessa seção a análise do Modelo Brasileiro aplicado pelo Ministério do Turismo (2008) para avaliar a competitividade de 65 destinos turísticos brasileiros.

Na terceira parte é realizada uma revisão de estudos empíricos nacionais e internacionais a respeito da competitividade de destinos turísticos, ressaltando os principais modelos referenciados e as técnicas de pesquisa aplicadas. Realiza-se na quarta parte uma revisão sobre a relação entre turismo e desenvolvimento econômico. Por fim, na última parte, é apresentada uma breve discussão sobre indicadores de desenvolvimento econômico e social utilizados para avaliação da competitividade de destinos turísticos e que serão empregados para as análises subsequentes.

2.1 Vantagem Competitiva

As primeiras abordagens sobre competitividade têm suas origens na literatura sobre gerenciamento estratégico, sendo inicialmente tratada partindo de uma perspectiva exógena à empresa, de forma que as estratégias competitivas eram determinadas por fatores ambientais (FURRER; THOMAS; GOUSSEVKAIA, 2008). Embora não tenha operacionalizado um conceito formal de vantagem competitiva (HOFFMAN, 2000; HOFFMANN; COSTA; BATAGLIA, 2008), Porter (1986) fez uma das mais influentes contribuições para o campo ao fornecer um modelo de análise da competitividade da empresa baseada na estrutura da indústria e não na firma individual (VASCONCELOS; CYRINO; 2000; BERTERO; VASCONCELOS; BINDER, 2002; FURRER; THOMAS; GOUSSEVKAIA, 2008), que foi inicialmente aplicado a uma diversa gama de indústrias (CAMPBELL-HUNT, 2000).

Baseado no Modelo da Estrutura – Conduta – *Performance* (TEECE; PISANO; SHUEN, 1997; VASCONCELOS; CYRINO, 2000), o modelo proposto por Porter (1986) estabelece que a intensidade da concorrência em uma indústria é determinada por cinco forças competitivas: rivalidade existente entre competidores, ameaça de substituição, poder de negociação dos compradores, poder de negociação dos fornecedores e ameaça de entrada de novos competidores. Quanto maior a concorrência em uma indústria, menores seriam os retornos possíveis para as empresas.

Ao partir da análise das cinco forças competitivas, Porter (1986) identifica três estratégias genéricas que uma firma poderia adotar de forma a conquistar uma vantagem competitiva: liderança em custo total, diferenciação e enfoque. Embora de formas distintas, todas as estratégias competitivas identificadas por Porter (1986) convergem para o objetivo central de manter os retornos financeiros da empresa acima da média de suas concorrentes, proporcionando a manutenção de sua posição de mercado, além de uma posição defensável contra as forças competitivas.

As principais críticas apresentadas ao modelo de Porter (1986) apontam no sentido de que sua perspectiva de análise foca exclusivamente o ambiente em que a empresa se insere, ignorando seus aspectos internos. O modelo das cinco forças competitivas parte do pressuposto de que os atributos e os recursos disponíveis para empresas inseridas em uma mesma indústria são idênticos (BARNEY, 1991), sendo que as características internas das empresas ocupariam um papel secundário nas análises realizadas (VASCONCELOS;

CYRINO, 2000). Mintzberg (1988), por sua vez, tece críticas sobre o modelo de Porter (1986) a partir da percepção de que menores custos não necessariamente se traduzem em uma vantagem competitiva, uma vez que o maior retorno obtido não obrigatoriamente será reinvestido, representando inicialmente apenas uma vantagem nos negócios, mas não uma vantagem competitiva (COYNE, 1986).

Ambas as críticas apresentadas encontram seu embasamento na VBR. Embora tal abordagem seja entendida como complementar ao modelo das cinco forças de Porter (BARNEY, 1991; CARNEIRO; CAVALCANTE; SILVA, 1997), ela parte de um pressuposto diferente: as empresas são heterogêneas (BARNEY, 1991; COYNE, 1986; PETERAF, 1993). A VBR examina a relação existente entre as características internas da firma (seus recursos) e o seu desempenho (DIERICKX; COOL, 1989; BARNEY, 1991; GRANT, 1991; VASCONCELOS; CYRINO, 2000; FURRER; THOMAS; GOUSSEVKAIA, 2008).

Recursos, para essa abordagem, podem ser entendidos como ativos tangíveis e intangíveis controlados por uma firma e que podem ser usados para criar e implementar estratégias (BARNEY; HESTERLY, 2011). Wernerfelt (1984) concebe recursos como sendo ativos tangíveis e intangíveis atrelados de forma semi-permanente à firma. A vantagem competitiva, segundo a VBR, seria alcançada pela empresa ao implementar uma estratégia única, não adotada por qualquer empresa concorrente, seja atual ou potencial. A sustentabilidade da vantagem competitiva derivaria da capacidade ou não da concorrência em duplicar essa estratégia (DIERICKX; COOL, 1989; BARNEY, 1991; GRANT, 1991; HOFFMAN 2000). A fonte da vantagem competitiva se encontra nos recursos e nas competências desenvolvidos e controlados pelas firmas, de forma que deve haver recursos capazes de gerar um desempenho superior e que seriam naturalmente limitados (PETERAF, 1993; VASCONCELOS; CYRINO, 2000).

Barney (1991) argumenta que nem todas as empresas possuem recursos com capacidade de proporcionar vantagens competitivas e que um recurso para ser capaz de gerar vantagens competitivas deve possuir quatro características: serem raros, valiosos, imperfeitamente imitáveis e não possuírem substitutos estratégicos equivalentes. De forma complementar, outros aspectos necessários para a geração e manutenção de vantagens competitivas são identificados (COYNE, 1986; DIERICKX; COOL, 1989; PETERAF, 1993; HOFFMAN, 2000) e podem ser compreendidos como mecanismos de proteção das vantagens competitivas e das rendas superiores geradas (VASCONCELOS; CYRINO, 2000).

Peteraf (1993) destaca outros quatro critérios relacionados e necessários para a existência e manutenção de vantagens competitivas sustentáveis: limites *ex-ante* e *ex-post* para competição, mobilidade imperfeita de fatores e heterogeneidade dos recursos. Os limites *ex-ante* e *ex-post* para a competição relacionam-se à possibilidade de aquisição de vantagens competitivas e sua manutenção, considerando que, conforme argumentado por Porter (1986), o excesso de competição no mercado dissiparia os retornos da firma. A mobilidade imperfeita estaria, assim como a heterogeneidade dos recursos, relacionada à possibilidade de obtenção e manutenção das chamadas rendas ricardianas (GRANT, 1991; PETERAF 1993; VASCONCELOS; CYRINO 2000). Caso os recursos estivessem distribuídos de forma homogênea ou fossem perfeitamente móveis seria impossível a manutenção de vantagens competitivas (BARNEY 1991; GRANT, 1991; PETERAF, 1993). Embora estabeleça interpretações diferentes, as proposições de Peteraf (1993) são bem próximas às de Barney (1991) ao tratar dos recursos que proporcionam vantagens competitivas.

Ao tratar da possibilidade de imitação por parte da concorrência, Dierickx e Cool (1989) apontam a existência de recursos que não são comercializáveis tais como: a reputação, a lealdade de consumidores e de fornecedores, as capacidades e as habilidades específicas desenvolvidas por uma firma, entre outros. Teece, Pisano e Shuen (1997) ressaltam que alguns recursos são difíceis de serem transferidos ou imitados por conterem conhecimentos tácitos envolvidos. Na impossibilidade de aquisição de um fator, a alternativa que a concorrência dispõe seria sua produção interna (WERNERFELT, 1984). No entanto, devido ao tempo ou aos custos necessários para acumular os recursos, a fatores históricos para seu desenvolvimento (DIERICKX; COOL, 1989; BARNEY, 1991; PETERAF, 1993; TEECE; PISANO; SHUEN, 1997), ou mesmo à incapacidade de se determinar quais recursos estratégicos são determinantes para a vantagem competitiva (BARNEY, 1991), nem sempre essa alternativa mostra-se factível.

Coyne (1986), por sua vez, ressalta o papel desempenhado pela demanda ao estabelecer que uma vantagem competitiva sustentável é obtida quando três condições distintas são alcançadas: os consumidores percebem uma diferença consistente entre os atributos dos produtos da empresa e os da concorrência; essa diferenciação é resultado de uma lacuna de capacidade entre a empresa e a concorrência; e essas duas distinções são duradouras. Dessa forma, vantagens competitivas derivam de desigualdades entre competidores, sendo que essas devem ser percebidas pelo mercado, ou seja, devem refletir em algum critério chave que influencie a decisão de compra (COYNE, 1986; HOFFMAN, 2000).

Dierickx e Cool (1989) argumentam que os ativos necessários para a obtenção de uma vantagem competitiva são cumulativos e variáveis ao longo do tempo. Partindo dessa premissa, os autores tentam dotar a análise das vantagens competitivas baseada em recursos de alguma dinâmica, fugindo da análise estática inicialmente proposta pela VBR. Vasconcelos e Cyrino (2000) ressaltam que com o ambiente dinâmico as firmas devem buscar recursos que mantenham seu desempenho e lhes garantam a sobrevivência. A perspectiva do ambiente e dos recursos, ambos estáticos na VBR, representam uma de suas principais limitações (VASCONCELOS; CYRINO, 2000).

Uma corrente explicativa alternativa das vantagens competitivas tem por foco as capacidades dinâmicas da empresa. A abordagem das capacidades dinâmicas ressalta o papel da gestão estratégica em adaptar, reconfigurar e integrar habilidades internas e externas, recursos e competências funcionais de forma a renovar as competências da firma e reagir ao ambiente externo em constante mudança (TEECE; PISANO; SHUEN, 1997). Dessa forma, mais importante do que o estoque atual de recursos é a capacidade de acumular e combinar novos recursos em novas configurações capazes de gerar fontes adicionais de rendas (VASCONCELOS; CYRINO, 2000). A abordagem das capacidades dinâmicas e a VBR são perspectivas próximas que “caminham de forma paralela, o que sugere a falta de consenso sobre a forma como os conceitos deveriam ser tratados” (HOFFMANN, 2002, p. 40). Pascarella (2008), por sua vez, destaca que as abordagens não são concorrentes, mas complementares entre si.

Seguindo o proposto pela abordagem das Capacidades Dinâmicas, a fonte de vantagens competitivas estaria nas capacidades da firma (GRANT, 1991). Nesse sentido, faz-se distinção entre os recursos e as capacidades que a firma possui (GRANT, 1991; TEECE; PISANO; SHUEN, 1997). Recursos seriam entendidos como ativos pertencentes à firma difíceis ou impossíveis de serem imitados (TEECE; PISANO; SHUEN, 1997). Hierarquicamente superiores, as capacidades seriam entendidas como a habilidade da firma em combinar recursos de forma a executar uma determinada atividade (GRANT, 1991; HOFFMANN, 2002).

Ao considerar as oportunidades e ameaças do ambiente externo, Prahalad e Hamel (1990) evidenciam o papel das competências centrais da empresa para competir em uma determinada indústria. Competências centrais são entendidas como a capacidade da empresa aprender de forma coletiva, especialmente no sentido de coordenar e integrar seus diversos setores e suas capacidades produtivas (PRAHALAD; HAMEL, 1990). A competitividade da empresa teria como fonte sua habilidade de criar competências centrais que possibilitem sua

adaptação às demandas do ambiente e sua manutenção em relação aos seus concorrentes (PRAHALAD; HAMEL, 1990; HOFFMAN, 2000). Dessa forma, nem toda fonte de vantagem competitiva para a empresa poderia ser adquirida, devendo ser construída dentro da própria empresa (DIERICKX; COOL, 1989; TEECE; PISANO; SHUEN, 1997).

Por fim, destaca-se que a abordagem baseada nas capacidades dinâmicas enfatiza a necessidade de renovação dos estoques de recursos da firma e o redimensionamento da importância relativa do mercado de atuação de uma empresa (PASCARELLA, 2008). Dessa forma, oferece um arcabouço interpretativo alternativo ao modelo da Estrutura–Conduta – *Performance* e à VBR. As três abordagens citadas trazem contribuições que são utilizadas nos modelos de análise de competitividade com foco em regiões ou países.

2.2 Modelos de Competitividade

Porter (1990), ao romper com a análise estática da competitividade baseada em vantagens comparativas, introduziu o primeiro modelo de análise de competitividade de localizações com foco na produtividade (MIKI; GÂNDARA; MEDINA-MUÑOZ, 2011). Para Porter (1990) o principal objetivo de um país consistiria em proporcionar uma melhor qualidade de vida para seus habitantes e o caminho vislumbrado para atingir esse objetivo seria a produtividade do trabalho e do capital. Dessa forma, o único conceito significativo de competitividade no nível nacional é a produtividade (PORTER, 1990).

O Diamante da Competitividade proposto por Porter (1990) estabelece quatro amplos atributos com capacidade de influenciar a produtividade e a competitividade: Condições de Fatores (fatores de produção: mão-de-obra, infraestrutura); Condições de Demanda (mercado interno); Setores Correlatos e de Apoio (fornecedores e outros setores correlacionados de apoio ao processo produtivo, devem ser internacionalmente competitivos); Estratégia, Estrutura e Rivalidade das Empresas (competição do mercado interno). Todos os atributos estão inter-relacionados, com capacidade de influência recíproca.

Ao comparar o modelo Diamante da Competitividade de Porter (1990) com outros modelos podem-se identificar algumas de suas limitações. A primeira delas é o papel desempenhado pelo governo. Para Porter (1990), o governo exerce um papel parcial atuando somente na transmissão e ampliação das condições favoráveis do Diamante. Somente as empresas são capazes de criar setores competitivos (PORTER, 1990). No modelo Diamante não há referência direta à atuação do governo. Outros modelos de competitividade, tais como Esser *et al.* (2003) e Crouch e Ritchie (1999) atribuem um papel mais significativo às

organizações governamentais. Uma segunda limitação ao modelo Diamante é o não reconhecimento da sustentabilidade (tanto ambiental quanto social) como um fator de influência à competitividade. Conforme será tratado mais adiante, a questão da sustentabilidade é especialmente sensível para análise da competitividade de destinos turísticos. Os conceitos de competitividade e sustentabilidade são cada vez mais entendidos como aspectos complementares e inter-relacionados para assegurar um desenvolvimento competitivo no longo prazo (CASTRILLÓN *et al.*, 2011).

Meyer-Stamer (2001) afirma que o desenvolvimento industrial bem-sucedido não se estabelece somente com fatores presentes no nível empresarial ou com condições presentes no nível macroeconômico e destaca que é necessária ainda a articulação de organizações públicas e privadas em diversos níveis. Nessa mesma linha Esser *et al.* (1996) destacam que a competitividade não pode ser explicada exclusivamente pela perspectiva centrada no nível empresarial e estabelecem dois critérios complementares para a competitividade das empresas: estarem submetidas à competição com outras empresas de forma a buscarem aprimorar seus produtos; e estarem localizadas em redes articuladas que potencializem e apoiem os seus esforços. Enfatiza-se, assim, a necessidade de um entorno eficaz e da complementaridade entre competição e cooperação para a criação de competitividade.

Partindo dessas considerações, Esser *et al.* (1996) propõem o Modelo de Competitividade Sistêmica. Tal modelo decompõe a análise da competitividade, seja local ou nacional, em quatro níveis de análise distintos, porém relacionados: meta, fatores de integração social de forma a assegurar a coordenação entre os diferentes níveis; macro, corresponde à geração de políticas públicas e à manutenção da estabilidade do ambiente macroeconômico; meso, vinculado a fatores capazes de gerar em entorno apto a fomentar, multiplicar e os esforços das empresas (redes de associação e cooperação); e micro, associado aos aspectos internos e ao entorno imediato das empresas (ESSER *et al.*, 1996). De forma similar Meyer-Stamer (2001) estabelece os mesmos níveis de análise nos seguintes termos: nível meta – padrões de organização política e econômica voltados para o desenvolvimento; nível macro – ambiente econômico, político e legal; nível meso – políticas específicas para a criação de uma vantagem competitiva; e nível micro – atividades dentro da empresa e cooperação formal e informal para criação de vantagens competitivas.

O Modelo de Competitividade Sistêmica atende à necessidade de ampliação do conceito de competitividade (COSTA; HOFFMANN, 2006). A avaliação da competitividade em uma perspectiva sistêmica envolve uma percepção mais ampla sobre o meio em que a empresa se insere e considera aspectos como: as diretrizes dos governos em distintas esferas,

a interação da empresa com seu ambiente e a coordenação de atividades conjuntas, tanto por parte do governo quanto da iniciativa privada (HOFFMANN; COSTA; BATAGLIA, 2010). Tal modelo oferece uma alternativa à VBR, bem como ao modelo de Porter (1990) (HOFFMANN; COSTA; BATAGLIA, 2010), uma vez que foca as decisões conjuntas à interação de agentes em diferentes níveis da economia (COSTA; HOFFMANN, 2006). Bertero, Vasconcelos e Binder (2003) destacam que, para a abordagem sistêmica, a estratégia reflete os sistemas sociais específicos em que ela encontra-se inserida.

Nota-se assim uma evolução no conceito de vantagem competitiva. Inicialmente focado na *performance* da empresa a partir das características da indústria em que ela se insere ou nos recursos e capacidades que ela dispõe, passando para um modelo de análise da competitividade que abrange as características do entorno social da empresa. Nesse sentido, a competitividade envolve não só as organizações diretamente vinculadas ao processo produtivo, mas o conjunto de relacionamentos capazes de fomentar sinergias e promover a competitividade e o desenvolvimento tanto para empresas quanto para a região ou país. Os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos seguem essa perspectiva não só pela diversidade de indústrias envolvidas no setor (HASSAN, 2000), mas pela necessidade de se implicar na análise os diferentes atores sociais que direta ou indiretamente sofrem os impactos do desenvolvimento da atividade e por demandar colaboração e cooperação dos diferentes níveis de forma a competirem de forma efetiva (CROUCH; RITCHIE, 1999).

Apesar de terem sido aplicados na avaliação da competitividade de destinos turísticos, os modelos anteriormente tratados não foram elaborados com esse intuito específico. Dwyer e Kim (2003) destacam que a literatura sobre competitividade, embora útil para identificar diversos aspectos relevantes para a competitividade no âmbito da firma ou nacional, não aborda como determinar a competitividade de destinos turísticos. A seguir serão verificadas algumas iniciativas no sentido de avaliar a competitividade de destinos turísticos, suas principais contribuições e limitações.

Embora ambas estejam relacionadas com a competitividade dos destinos, os modelos de análise da competitividade de destinos turísticos normalmente distinguem dois tipos de vantagem: comparativa e competitiva. Vantagens comparativas são fatores inatos do destino turístico (CROUCH; RITCHIE, 1999; HASSAN, 2000; WILDE; COX, 2008) e incluem aspectos naturais, históricos e culturais. Hassan (2000) ressalta que a manutenção das vantagens comparativas, por se tratarem do atrativo básico que determina a motivação do turista pelo destino, é essencial para a sustentabilidade de um destino turístico.

A vantagem competitiva de um destino turístico, por sua vez, não conta com uma definição amplamente aceita (CROUCH; RITCHIE, 1999; WILDE; COX, 2008). Algumas definições apontam no sentido da capacidade do destino criar novos produtos que agreguem valor aos seus recursos e mantenham seu posicionamento no mercado em relação aos seus competidores (HASSAN, 2000). Outras descrevem no sentido da atratividade do destino e da singularidade da experiência proporcionada na competitividade do destino turístico (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003). Para Ritchie e Crouch (2010), a competitividade de um destino relaciona-se à eficiência e à efetividade que seus recursos são empregados de forma a gerar crescimento e desenvolvimento no setor turístico. Os conceitos de vantagem competitiva e vantagem comparativa proporcionam a base para o desenvolvimento dos modelos de competitividade de destinos turísticos (CROUCH; RITCHIE, 1999).

O Modelo de Calgary, proposto por Crouch e Ritchie (1999), parte de uma perspectiva sistêmica e associa o conceito de competitividade de um destino turístico à sua capacidade de contribuir para a economia local e para o aumento da qualidade de vida da população. O sucesso da atividade turística não pode ser analisado de forma isolada, uma vez que está diretamente relacionado ao desempenho de organizações e de outros setores econômicos, tais como: energia, transportes e telecomunicações, e sociais, como: governo, empresas, organizações não governamentais, associações. Para serem bem-sucedidos os destinos turísticos devem assegurar sua atratividade e a singularidade das experiências proporcionadas aos seus visitantes (CROUCH; RITCHIE, 1999).

Segundo o modelo proposto por Crouch e Ritchie (1999), a competitividade de um destino turístico é resultado do relacionamento de quatro Dimensões: Recursos Centrais e Atrativos, Fatores de Suporte e Recursos, Gestão do Destino e Determinantes Qualificadores. Essas dimensões são influenciadas por aspectos macro e microambientais. Os aspectos macro-ambientais representam as possíveis externalidades (ambientais, políticas, econômicas) às quais o destino turístico encontra-se susceptível. Os aspectos competitivos microambientais são representados pelo setor empresarial turístico do destino, além de órgãos públicos presentes no destino, seus *stakeholders* e outros mercados turísticos competidores. As Dimensões do Modelo são descritas por Crouch e Ritchie (1999) da seguinte forma:

- i. Recursos Centrais e Atrativos – são os elementos primários da atratividade de um destino, representando os aspectos centrais da motivação do visitante. Incluem os seguintes componentes: aspectos naturais, culturais e históricos, elos (culturais, étnicos e históricos) com mercados emissores, conjunto de atividades oferecidas,

eventos especiais e estrutura turística (hospedagem, alimentação, transporte, entre outras).

- ii. Fatores de Suporte e Recursos – fatores de apoio para o desenvolvimento e o sucesso de um destino turístico. Incluem os seguintes componentes: infraestrutura, acessibilidade, vitalidade do setor de negócios do destino e serviços de apoio (qualidade e disponibilidade dos recursos humanos empregados, acesso a instituições financeiras, serviços públicos).
- iii. Gestão do Destino – atividades que aprimoram a atratividade dos recursos centrais e aumentam a qualidade dos Fatores de Suporte e adaptam o destino às restrições dos Determinantes Qualificadores. Inclui os seguintes componentes: marketing, organização do destino, manutenção da qualidade dos serviços, sistemas de informação e manutenção dos atrativos do destino.
- iv. Determinantes Qualificadores – condições situacionais que afetam a competitividade do destino, como: localização, dependência de outros destinos, segurança e custo.

Crouch e Ritchie (1999) reconhecem que seu modelo não é preditivo, tampouco causal. Trata-se de um modelo conceitual que ainda requer aperfeiçoamentos de forma a possibilitar sua generalização. Entre suas principais limitações, pode-se citar: a dificuldade de se mensurar os componentes devido à falta de informações estatísticas em vários destinos; a falta de uma ordem de importância entre os componentes e as variáveis que os compõem; e a falta de um exame mais detalhado dos impactos dos fatores macro-ambientais na competitividade do destino (CROUCH; RITCHIE, 1999; TABERNER, 2007). Apesar de suas limitações, Mazaro (2007a) reconhece o modelo proposto por Crouch e Ritchie (1999) como “exaustivo ao apontar as dimensões e fatores envolvidos no sistema turístico e na interpretação do entorno e condicionantes da competitividade de destinos turísticos” (MAZARO, 2007a, p. 11). Para Buhalis (2000) a principal contribuição do modelo de Crouch e Ritchie (1999) está na abrangência e profundidade dos diversos elementos levados em consideração.

Cumprido destacar que o Modelo de Calgary continuou a ser desenvolvido pelos próprios autores que integraram uma quinta dimensão que contribuiu para expandir a quantidade de componentes analisados: Políticas e Planejamento (RITCHIE; CROUCH, 2010). Costa e Hoffmann (2006) destacam que o modelo proposto apresenta um salto qualitativo na construção de um modelo de competitividade, porém ainda mostra-se limitado

para aplicação empírica pela ausência de indicadores. Embora os autores enfatizem que o desenvolvimento da competitividade deva resultar na melhoria do bem-estar da população local (CROUCH; RITCHIE, 1999), eles não apresentam evidências desse relacionamento.

Kozak e Rimmington (1999) reconhecem que embora a competitividade de um destino turístico possa ser avaliada tanto em termos quantitativos quanto qualitativos, as informações qualitativas seriam de extrema importância, uma vez que permitiriam verificar a satisfação do visitante em termos comparativos a outros destinos turísticos. Dessa forma, os autores criaram um questionário para ser aplicado a turistas durante a visita ao destino (no caso a Turquia) visando a coleta de informações a respeito de diversos atributos da oferta turística e das motivações que levaram a escolha do destino em comparação a concorrentes potenciais.

A principal contribuição de Kozak e Rimmington (1999) está em buscar uma abordagem baseada na demanda turística, o que retoma o argumento de Coyne (1986) ao apontar que a vantagem competitiva deriva de diferenças entre competidores e devem ser percebidas pelo mercado. Entre suas principais limitações pode-se destacar: a impossibilidade de identificar as variáveis mais importantes para a competitividade do destino e de hierarquizar quais são os destinos mais competitivos, uma vez que as comparações feitas só levam em consideração os atributos de um único destino em relação aos demais (TABERNER, 2007). Outra limitação, apontada por Castrillón *et al.* (2011), é que o modelo de Kozak e Rimmington (1999) considera somente informações sobre a demanda.

Hassan (2000) propõe um modelo para a avaliação da competitividade de destinos turísticos tendo por foco a sustentabilidade dos fatores associados às viagens realizadas para o destino. O autor estabelece quatro aspectos determinantes para a competitividade de mercado de um destino: vantagens comparativas, orientação para a demanda, estrutura da indústria e comprometimento ambiental. Além de ressaltar a sustentabilidade na manutenção da competitividade de um destino turístico em seu modelo, Hassan (2000) destaca que destinos turísticos possuem ciclos de vida e que o estágio de maturação do destino pode influenciar sua competitividade. Wilde e Cox (2008) indicam que os fatores inicialmente considerados determinantes para a competitividade de destinos incipientes podem sofrer variações conforme esses vão amadurecendo.

A partir da percepção de que os preços praticados são determinantes para a competitividade de um destino turístico, Dwyer, Forsythe e Rao (2000) examinam a competitividade preço de dezenove destinos turísticos internacionais (países). É proposto um índice de competitividade por preço em que duas categorias de preços são analisadas: os

preços relacionados ao deslocamento para um determinado destino (custos de viagem) e os preços relacionados a bens e serviços no destino turístico (custos locais). Os valores são mensurados a partir de uma cesta de consumo comum para todos os destinos analisados e o índice para cada destino analisado é ponderado em função da taxa de câmbio da moeda. Para fins do estudo, os autores tomaram como base para as comparações o destino Austrália.

O principal resultado do estudo é a aplicação de um método para a construção de índices de competitividade baseado em preços que permite a comparação direta entre destinos levando em consideração padrões particulares de compra (DWYER; FORSYTHE; RAO, 2000). Croes (2011) critica os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos baseados em preços a partir da perspectiva de que, dada a natureza do produto turístico, baseada na experiência proporcionada ao visitante, o preço perde valor informativo. Porter (1990), ao argumentar em favor da produtividade enquanto indicador de competitividade, descaracteriza a taxa de câmbio (um dos aspectos centrais para o estudo da competitividade baseada em preços) como indicador de competitividade, uma vez que compromete o padrão de vida da população.

Dwyer e Kim (2003) propõem um modelo para a avaliação da competitividade de destinos turísticos contendo diversas das variáveis inicialmente identificadas por Crouch e Ritchie (1999). O Modelo Integrado de Dwyer e Kim (2003), no entanto, diferencia-se por ter estabelecido um relacionamento mais claro entre as variáveis, além de propor um conjunto de possíveis indicadores para as variáveis do modelo, o que representa um avanço em relação a uma das limitações encontradas no modelo de Crouch e Ritchie (1999). O modelo de Dwyer e Kim (2003) conta com quatro dimensões: Recursos, Gestão do Destino, Condições Situacionais e Condições de Demanda. Tais dimensões contribuiriam direta ou indiretamente para a competitividade do destino, que seria um objetivo intermediário para o resultado final pretendido: a prosperidade socioeconômica.

A dimensão Recursos encontra-se subdividida em três subcategorias: Recursos Inatos (naturais e herdados), Recursos de Apoio e Recursos Criados. O Modelo demonstra que os Recursos não são capazes de influenciar diretamente a competitividade do destino, sendo dependentes das outras categorias e dimensões para tanto. Seguindo o disposto no Modelo, nota-se que os recursos relacionados à vantagem comparativa (recursos inatos, naturais e herdados) de forma isolada sequer conseguem influenciar as demais dimensões, sendo necessários os dois outros tipos de Recursos (de Apoio e Criados).

A dimensão Situações Condicionais corresponde à dimensão Determinantes Qualificadores identificada anteriormente por Crouch e Ritchie (1999), incluindo, no entanto,

os aspectos macro e microambientais. A dimensão Gestão do Destino também encontra correspondência com a dimensão homônima do Modelo de Calgary, porém com a ressalva de que Dwyer e Kim (2003) distinguem o papel da gestão realizada pelo Governo do papel da gestão realizada pela indústria turística, ressaltando os aspectos de coordenação necessária não só entre governo e indústria, mas com a própria comunidade de forma a alcançar e manter a competitividade do destino. A dimensão Condições de Demanda enfatiza o papel da demanda na competitividade. Um destino pode ser competitivo ou não para determinado segmento dependendo de suas motivações e expectativas sobre a viagem (DWYER; KIM, 2003). Outro ponto ressaltado pelos autores é o papel da demanda doméstica na competitividade ao oferecer condições para eficiências estáticas e encorajar melhorias e inovações (DWYER; KIM, 2003).

Entre as limitações identificadas por Dwyer e Kim (2003) ao seu modelo, destacam-se a necessidade de maiores pesquisas sobre a importância relativa das diferentes dimensões e dos diferentes indicadores propostos e a necessidade de se integrarem indicadores subjetivos e objetivos na análise da competitividade. Entre os tópicos identificados para desenvolvimento futuro estão a relação entre a competitividade de um destino e a competitividade das diferentes firmas e empresas inseridas no destino, assim como a necessidade de maiores esforços no sentido de relacionar medidas de competitividade para diferentes tipos de turistas (DWYER; KIM, 2003). Uma crítica complementar pode ser feita no sentido de que o Modelo Integrado (assim como os anteriores) pressupõe a existência de uma relação positiva entre o desenvolvimento da competitividade de um destino turístico e sua prosperidade, tanto econômica quanto social, sem haver uma verificação dessa relação.

Heath (2003) critica os modelos anteriores por não apresentarem um tratamento integrado das várias questões que cercam o tema competitividade e por não enfatizarem os fatores de sucesso (entendido como as pessoas), tampouco os fatores de conexão (comunicação e gestão da informação) necessários para o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos. A partir dessas considerações, Heath (2003) propõe um modelo conceitual para a avaliação da competitividade no subcontinente sul africano. O modelo de Heath (2003) concebe a competitividade de um destino como uma casa em que a fundação é composta pelos atrativos chave (criados ou inatos), aspectos não negociáveis (saúde e segurança), elementos possibilitadores (estradas, aeroportos, capacidade gerencial), elementos que agregam valor (localização, ligações com outros destinos), elementos facilitadores (capacidade aeroviária apropriada, canais de distribuição) e elementos que aprimoram a experiência (hospitalidade, excelência em serviços, experiências autênticas).

As paredes seriam compostas por dois grandes grupos de características: política de desenvolvimento sustentável e estratégia e marketing do destino. Tais grupos de características devem estar interligados por canais de interação e comunicação entre as organizações envolvidas na gestão do destino. A cobertura da casa seria uma visão estratégica compartilhada que permitiria que os diferentes atores desempenhassem seus papéis de forma adequada (HEATH, 2003). O modelo de Heath (2003) converge em diversos aspectos com os modelos de Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003). Apesar de contribuir com a organização e estabelecer a relação entre as variáveis que influenciam a competitividade turística, Heath (2003) não estabelece variáveis ou indicadores que possibilitem mensurar a competitividade dificultando a avaliação e a comparação dos destinos turísticos.

Gooroochurn e Sugiyarto (2004) propõem uma metodologia quantitativa para mensurar e avaliar a competitividade de países por meio das bases de dados disponíveis em organizações internacionais. O denominado Monitor de Competitividade (GOOROOCHURN; SUGIYARTO, 2004) estabelece oito indicadores, subdivididos em 23 critérios, que possibilitam a avaliação e da competitividade para cada um dos países analisados. Os indicadores propostos são: Competitividade Preço; Desenvolvimento da Infraestrutura; Qualidade Ambiental; Avanço Tecnológico; Recursos Humanos; Nível de Abertura; Desenvolvimento Social; e Indicador Humano de Turismo. A partir dos dados coletados para os indicadores, Gooroochurn e Sugiyarto (2004) elaboram um índice de competitividade. Os indicadores utilizados são normalizados e têm seus pesos calculados a partir de análise fatorial de dados.

A construção de um índice de competitividade turística com dados estatísticos comuns para todos os países avaliados permite a comparação entre os resultados alcançados e a hierarquização dos países em termos de competitividade. O uso de bases de dados de organismos internacionais permite superar a falta de dados comuns, uma das limitações do Modelo de Calgary (TABERNER, 2007). Entre as limitações do Monitor de Competitividade pode-se citar: o peso excessivo atribuído às variáveis relacionadas à tecnologia e o papel secundário desempenhado pelas variáveis ambientais (TABERNER, 2007; CASTRILLÓN *et al.*, 2011). Taberner (2007) destaca ainda que os resultados do Monitor de Competitividade guardam pouca relação com a realidade, uma vez que os países identificados como os mais competitivos não figuram entre os principais destinos visitados no mundo.

Rivero e Caldera (2004) partem dos pressupostos de que não existe um conjunto de indicadores que possa ser aplicado de forma irrestrita a todos os destinos turísticos e que, a depender das características do destino avaliado, alguns indicadores serão mais ou menos

relevantes. A partir dessas considerações os autores apresentam um método baseado na Teoria da Resposta ao Item para avaliar a competitividade turística de 45 municípios da região espanhola de Estremadura. Rivero e Caldera (2004) dividem uma bateria de 12 indicadores em três grandes grupos: infraestrutura turística; recursos de lazer; e outros indicadores. A partir das respostas dos municípios analisados é feita uma ponderação das respostas de forma a determinar quais fatores são mais influentes para a competitividade turística dos municípios e, assim, permitir a classificação e a comparação dos resultados entre municípios. O estudo apresenta uma limitação de sua amostra, uma vez que todos os municípios analisados são de uma mesma região e talvez nem todos tenham características turísticas. Além disso, o estudo não realiza uma comparação mais abrangente que envolva outros concorrentes diretos e indiretos da região turística estudada.

Enright e Newton (2004) estudam a competitividade de uma perspectiva baseada na oferta (CASTRILLÓN *et al.*, 2011) a partir de questionários aplicados a membros do setor empresarial turístico que identificam e categorizam os principais elementos da competitividade turística (TABERNER, 2007). O método utilizado permite a priorização dos elementos mais importantes para a competitividade turística e a comparação de Hong Kong com outros destinos de turismo urbano. Uma das principais contribuições do estudo de Enright e Newton (2004) é que os autores consideraram entre os fatores relacionados ao desenvolvimento da competitividade atributos do entorno econômico da atividade turística (TABERNER, 2007). A forma de apresentação dos resultados é mais acessível e prática, o que facilita a tomada de decisões (CASTRILLÓN *et. at.*, 2011). Por outro lado, entre as limitações do estudo pode-se apontar a comparação de um destino com todos os demais sem estabelecer um *ranking* entre os destinos (TABERNER, 2007).

Cunha e Cunha (2005) integram os conceitos de competitividade sistêmica e sustentabilidade para propor um modelo teórico de análise dos impactos de um *cluster* turístico no desenvolvimento local. O modelo proposto toma por base o modelo de competitividade sistêmica de Esser *et al.* (1996) e analisa o potencial de um *cluster* contribuir para o desenvolvimento local seguindo os níveis de análise meta, macro, micro e meso. São propostos sete passos para sua implementação, o que resulta em uma matriz de análise que classifica e quantifica a contribuição de diferentes fatores para o desenvolvimento local que possibilita a orientação estratégica de órgãos públicos e privados atuantes no setor turístico (CUNHA; CUNHA, 2005).

A forte pressão socioambiental provocada pelo incremento das atividades turísticas provocou a convergência entre os temas desenvolvimento do turismo e

sustentabilidade (MAZARO; VARZIN, 2008). Retomando o argumento presente em Hassan (2000), Mazaro (2007b) reconhece que a atividade turística tem potencial para gerar impactos multidimensionais e busca a formulação de um instrumento de avaliação do desenvolvimento da atividade turística em que as reais condições de sucesso de um destino turístico em termos de desenvolvimento, competitividade e sustentabilidade estejam consideradas. Dessa forma, Mazaro (2007b) elabora o chamado *Comp&tenible Model*. Tal modelo tem como condição geral a sustentabilidade estratégica do destino e conta com três dimensões de análise: desenvolvimento turístico do destino; competitividade turística do destino; e sustentabilidade turística do destino. As diferentes dimensões são analisadas a partir de escalas para a classificação das características presentes nos destinos turísticos. São utilizados dados qualitativos e quantitativos.

A principal contribuição do *Comp&tenible Model* é tornar mais evidente o relacionamento existente entre a competitividade e a sustentabilidade. Conforme já destacado por Hassan (2000), a ligação entre competitividade de mercado de destinos turísticos e sustentabilidade é um tanto lógica, uma vez que destinos turísticos dependem da unicidade dos ambientes em que se inserem. O desenvolvimento da atividade turística deve, portanto, zelar para que tais recursos não sejam degradados. A aplicação do modelo, no entanto, analisa a competitividade de um destino de forma isolada, o que leva a perda da perspectiva comparativa presente no conceito de competitividade e pode causar distorções nos resultados aferidos.

A partir da análise dos modelos de Crouch e Ritchie (1999), Gooroochurn e Sugiyarto (2004), Dwyer e Kim (2003), assim como de outros estudos empíricos sobre competitividade de destinos turísticos, Taberner (2007) propõe a avaliação da competitividade turística a partir de um modelo composto por dois índices: de competitividade da demanda e de competitividade da oferta. O índice de competitividade da demanda é calculado a partir de questionários aplicados a turistas para a coleta de informações sobre suas opiniões a respeito de fatores atrativos do destino e sobre a qualidade dos serviços que consumiram. Dessa forma obtêm-se uma avaliação, sob a ótica do consumidor, sobre os atributos necessários para satisfazer suas motivações ao visitar um determinado destino.

O índice de competitividade da oferta, por sua vez, é subdividido em dois outros índices: de competitividade da economia e de competitividade do setor turismo. De forma similar ao Diamante da Competitividade de Porter (1990), Taberner (2007) reconhece que a competitividade turística está diretamente relacionada com a competitividade da economia em que o destino se insere, referenciando o Relatório de Competitividade do Fórum Econômico

Mundial como indicador para a competitividade da economia. No tocante à competitividade do setor turismo, Taberner (2007) identifica alguns fatores importantes sob a perspectiva da oferta (acesso internacional, atrações turísticas específicas, promoção adequada, presença em catálogos de agentes de turismo, inovação na gestão do meio ambiente) que deverão ser verificados em entrevistas junto ao empresariado turístico.

A aplicação efetiva do modelo proposto por Taberner (2007), no entanto, ficou restrita ao índice de competitividade da demanda em uma pesquisa piloto realizada com turistas europeus retornando de suas férias nas Ilhas Baleares. Considerando somente a parte efetivamente implementada da pesquisa pode-se estabelecer críticas semelhantes ao modelo de Kozak e Rimmington (1999), uma vez que a proposta de Taberner (2007) mensura a competitividade eminentemente sob o ponto de vista da demanda (CASTRILLÓN *et al.*, 2011). Tomando o modelo como um todo, verifica-se que aspectos importantes identificados nos demais modelos tais como cooperação entre organizações do destino, gestão do destino e gestão ambiental, não são considerados.

O Fórum Econômico Mundial se dedica a mensurar a competitividade das economias nacionais por meio do *Global Competitiveness Report* e desde 2007, começou a verificar também a competitividade turística dos países por meio do *Travel and Tourism Competitiveness Report*. O modelo proposto pelo Fórum Econômico Mundial conta com três categorias amplas referentes ao setor de viagens e turismo: Arcabouço Regulatório; Ambiente de Negócios e Infraestrutura; e Recursos Humanos, Naturais e Culturais. Essas categorias se subdividem em 14 subcategorias: Políticas, Regras e Regulamentação; Sustentabilidade Ambiental; Segurança; Saúde e Higiene; Priorização do Setor Turismo; Infraestrutura para Transporte Aéreo; Infraestrutura para Transporte Terrestre; Infraestrutura Turística; Infraestrutura para Comunicações e Tecnologia da Informação; Competitividade dos Preços da Indústria de Viagens e Turismo; Recursos Humanos; Afinidade para Viagens e Turismo; Recursos Naturais; Recursos Culturais. A mensuração dos índices e dos subíndices se dá por meio de indicadores e informações quantitativas, coletadas junto a organizações internacionais, e qualitativas, pesquisada junto aos empresários de empresas líderes do setor (FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL, 2011).

Entre as limitações do *Travel and Tourism Competitiveness Report* pode-se destacar que o modelo foi desenvolvido para aplicação em nível nacional e, dado o conjunto de informações utilizadas, é de difícil aplicação para municípios ou destinos (CROUCH, 2011). De forma complementar, o corte de análise em nível de país pode enviesar os resultados, especialmente em países de grandes dimensões com uma variedade considerável

de atrativos, tal como o Brasil. Rodrigues e Carrasqueira (2011) argumentam que estudos que centram suas análises em países enquanto destinos turísticos acabam por não distinguir as realidades locais e regionais. Croes (2011), ao tratar de estudos sobre a competitividade de destinos turísticos tais como o *Travel and Tourism Competitiveness Report* do Fórum Econômico Mundial e o *Competitiveness Monitor* de Gooroochurn e Sugiyarto (2004), destaca que muitas das variáveis utilizadas não têm sua relação com a variável dependente explicada, além de não considerar a natureza do destino, seu grau de dependência do turismo ou seu estágio de desenvolvimento econômico.

Com o intuito de orientar as políticas públicas para o desenvolvimento do setor turístico em âmbito federal, estadual e municipal, entre os anos de 2008 e 2010 o Ministério do Turismo, em parceria com o SEBRAE e a FGV, realizaram pesquisas com objetivo de avaliar a competitividade de sessenta e cinco Destinos Indutores do Turismo nacional. Para definição das macrodimensões e dimensões utilizadas no estudo definiu-se competitividade como: “a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, p. 32). De forma a compor um índice de competitividade, para cada um dos destinos selecionados foram definidas cinco macrodimensões e treze dimensões para a construção dos índices de competitividade, sendo consideradas variáveis que permitissem a aferição das capacidades do destino direta e indiretamente relacionadas ao desenvolvimento da atividade turística (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008), conforme Figura 2.1.



Figura 2.1 – Macrodimensões e Dimensões do Estudo de Competitividade

Fonte: Estudo de Competitividade 65 Destinos Indutores (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, p. 32).

Barbosa, Oliveira e Rezende (2010) ressaltam que o Estudo de Competitividade realizado pelo MTur é orientado por indicadores de avaliação *ex-ante*, que buscam aferir a eficiência dos destinos analisados na promoção de sua competitividade estrutural. Os autores notam uma evolução geral dos indicadores dos destinos analisados entre as pesquisas de 2008 e 2010 (BARBOSA; OLIVEIRA; REZENDE, 2010), porém observa-se que algumas das limitações dos modelos anteriormente tratados ainda encontram-se presentes.

Embora o índice proposto solucione uma das limitações dos modelos anteriores – a ausência de importância relativa entre as dimensões – a abrangência do estudo faz com que a análise de destinos que trabalham com segmentos de mercado muito específicos possam não ser avaliados da forma mais adequada quanto a sua competitividade. Conforme destaca o próprio estudo: “determinadas localidades não necessariamente precisam atingir os níveis mais elevados da escala para se tornarem competitivas. Isso é especialmente aplicado a alguns dos destinos não-capitais e/ou destinos que trabalhem nichos específicos de mercado” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, p. 65).

O Estudo de Competitividade tem como uma de suas expectativas de que com o aumento da competitividade os destinos sejam capazes de distribuir os fluxos de turistas recebidos, assim como dinamizar as economias do território em que se encontram inseridos (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008). Dessa forma, pressupõe-se que o aumento da competitividade do destino esteja relacionado em um primeiro momento com o seu desenvolvimento econômico e, em um segundo momento, com o desenvolvimento de sua região. Embora haja uma evolução geral dos índices de competitividade, não há ainda estudo para associar essa evolução ao desenvolvimento econômico ou a prosperidade social. O Estudo não conta com indicadores *ex-post*, relacionados ao desempenho econômico dos destinos, que pudessem comprovar a relação pressuposta e validar os resultados aferidos.

Outro aspecto a ser ressaltado é a relação entre investimentos públicos realizados pelo Ministério do Turismo nos destinos selecionados. Por terem como objetivo específico o desenvolvimento da competitividade do produto turístico brasileiro, conforme disposto no Plano Nacional de Turismo 2007-2010 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 16), é de se esperar que esses sejam efetivos e que exista uma correlação positiva entre os investimentos realizados e a variação da competitividade dos destinos.

A seguir é apresentado Quadro 2.1 com o resumo dos modelos discutidos.

Autor(es) (Ano) - Modelo	Dimensões de Competitividade	Tipos de Indicadores	Contribuições/ Observações	Limitações
Porter (1990) - Diamante da Competitividade	1. Condição dos Fatores (de produção); 2. Condições de Demanda 3. Setores Correlatos e de Apoio 4. Estratégia, Estrutura e Rivalidade das Empresas	Produtividade (desempenho/ performance).	Reconhece que os modelos baseados exclusivamente em vantagens comparativas são estáticos e vem perdendo capacidade explicativa.	Modelo não desenvolvido para avaliar competitividade de destinos turísticos. Diversos aspectos não são considerados (governo, recursos inatos, gestão do destino, gestão ambiental).
Esser <i>et al.</i> (1996) – Competitividade Sistêmica	1. Nível macro; 2. Nível meso; 3. Nível micro; 4. Nível meta.	Não estabelece indicadores.	Estabelece fatores que contribuem para a competitividade de um país/ região não vinculados ao desempenho empresarial.	Não é um modelo elaborado para avaliar destinos turísticos. Não estabelece indicadores para avaliar a competitividade.
Ritchie e Crouch (1999; 2010) - Modelo de Calgary	1. Recursos Centrais e Atrativos; 2. Fatores de Suporte e Recursos; 3. Gestão do Destino; 4. Determinantes Qualificadores; 5. Políticas e Planejamento.	Não estabelece indicadores.	Considera vantagem comparativa e vantagem competitiva. Estabelece categorização inicial dos fatores que influenciam a competitividade de destinos turísticos.	Ausência de indicadores dificulta sua aplicação.
Kozak e Rimmington (1999)	Não cria índices ou dimensões de análise. Compara diversos aspectos da oferta turística.	Qualitativos.	Foco na demanda turística.	Não identifica quais variáveis são mais determinantes para a competitividade dos destinos.
Hassan (2000)	1. Orientação da Demanda; 2. Vantagem Comparativa; 3. Estrutura da Indústria Turística; 4. Compromisso Ambiental.	Não estabelece indicadores.	Foco na sustentabilidade como fator preponderante para o desenvolvimento e competitividade turística.	Ausência de indicadores e de uma sistematização mais clara do relacionamento entre as variáveis.
Dwyer, Forsythe e Rao (2000)	Competitividade Preço	Quantitativos.	Analisa a competitividade a partir de uma "cesta" comum de produtos consumidos pelos visitantes.	Dada a natureza do produto turístico, o indicador baseado exclusivamente em preço perde valor explicativo.
Dwyer e Kim (2003) - Modelo Integrado	1. Recursos (inatos e criados); 2. Gestão do Destino; 3. Condições Situacionais; 4. Condições de Demanda.	Qualitativos e quantitativos.	Propõe indicadores capazes de mensurar a competitividade. Estabelecem um relacionamento mais claro entre as dimensões e variáveis analisadas.	Ausência de informações comparáveis entre destinos. Não identifica quais variáveis são mais determinantes para competitividade.

Continua.

Autor(es) (Ano) - Modelo	Dimensões de Competitividade	Tipos de Indicadores	Contribuições/ Observações	Limitações
Heath (2003)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atrativos chave 2. Aspectos não negociáveis 3. Elementos possibilitadores 4. Elementos que agregam valor 5. Elementos facilitadores 6. Elementos que aprimoram a experiência 7. Política de Desenvolvimento Sustentável 8. Estratégia e Marketing 9. Elementos Integradores 10. Fatores Chave de Sucesso 	Não estabelece indicadores.	Organiza e estabelece as relações entre as variáveis que influenciam a competitividade turística.	Modelo conceitual. Não estabelece indicadores.
Gooroochurn e Sugiyarto (2004) - <i>Competitiveness Monitor</i> (WTTC)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competitividade Preço; 2. Desenvolvimento da Infraestrutura; 3. Qualidade Ambiental; 4. Avanço Tecnológico; 5. Recursos Humanos; 6. Nível de Abertura; 7. Desenvolvimento Social; 8. Indicador Humano de Turismo. 	Quantitativos.	Busca uma base de informações comuns que permita a comparabilidade entre países. Primeira tentativa de se formar um índice de competitividade.	Resultado dos estudos guarda pouca relação com a realidade. O peso proposto para os diferentes indicadores aparentemente é questionável.
Enright e Newton (2004)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fatores relacionados à atrativos; 2. Fatores relacionados à negócios. 	Quantitativos.	Baseado no modelo de Crouch e Ritchie (1999). Permite priorização dos elementos mais importantes para competitividade.	Não estabelece <i>ranking</i> comparativo entre destinos.
Rivero e Caldera (2004)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestrutura Turística; 2. Recursos de Lazer; 3. Outros Indicadores. 	Qualitativos.	Permite a classificação e a comparação entre destinos, além da determinação de quais fatores são mais influentes na determinação da competitividade.	Não forma índices de competitividade, apenas compara destinos em função dos indicadores propostos.
Mazaro (2007) - <i>Comp&tenible Model</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desenvolvimento Turístico do Destino; 2. Competitividade Turística do Destino; 3. Sustentabilidade Turística do Destino. 	Qualitativos e Quantitativos.	Maior consonância entre os conceitos de competitividade e sustentabilidade.	Modelo aplicado para avaliar a competitividade de um destino de forma isolada, o que causa a perda da perspectiva comparativa do conceito de competitividade.

Continua.

Autor(es) (Ano) - Modelo	Dimensões de Competitividade	Tipos de Indicadores	Contribuições/ Observações	Limitações
Taberner (2007)	1. Competitividade da Demanda; 2. Competitividade da Oferta 2.1. Competitividade Econômica 2.2. Competitividade do Setor Turismo.	Qualitativos e quantitativos.	Divide competitividade a partir da demanda e da oferta turística. Forma de mensuração próxima ao proposto por Porter (1990).	Desconsidera aspectos importantes identificados nos demais modelos (governo, recursos inatos, gestão do destino, gestão ambiental).
Fórum Econômico Mundial (2011) - <i>Travel and Tourism Competitiveness Model</i>	1. Políticas, Regras e Regulamentação; 2. Sustentabilidade Ambiental; 3. Segurança; 4. Saúde e Higiene; 5. Priorização do Setor Turismo; 6. Infraestrutura Transporte Aéreo; 7. Infraestrutura Transporte Terrestre; 8. Infraestrutura Turística; 9. Infraestrutura Comunicações e TI; 10. Competitividade dos preços da Indústria de Viagens e Turismo; 11. Recursos Humanos; 12. Afinidade para Viagens e Turismo; 13. Recursos Naturais; 14 Recursos Culturais.	Qualitativos e quantitativos.	Busca uma base de informações comuns que permita a comparabilidade das informações entre países.	Indicadores propostos podem ser questionados. Avaliação realizada para países e não destinos turísticos pode trazer viés aos resultados.
MTur, FGV, SEBRAE (2008; 2009; 2010) - Modelo Brasileiro	1. Infraestrutura Geral; 2. Acesso; 3. Serviços e Equipamentos Turísticos; 4. Atrativos Turísticos; 5. Marketing; 6. Política Pública; 7. Cooperação Regional; 8. Monitoramento; 9. Economia. Local; 10. Capacidade Empresarial; 11. Aspectos Sociais; 12. Aspectos Ambientais; 13. Aspectos Culturais	Qualitativos e quantitativos.	Estabelece importância relativa (peso) entre as dimensões e variáveis que compõem o Modelo.	Competitividade mensurada apenas em destinos nacionais. Não permite a verificação da competitividade face à destinos internacionais.

Quadro 2.1 – Resumo Modelos Competitividade

O Quadro 2.1 permite analisar a evolução dos diversos modelos de competitividade. Nota-se que os primeiros modelos propostos são mais teóricos, uma vez que analisam a competitividade de forma qualitativa e não identificam indicadores que possibilitassem a operacionalização e, portanto, a aplicação desses modelos. A abordagem de Dwyer, Forsythe e Rao (2000) estabelece indicadores quantitativos baseados nos preços de uma cesta comum de produtos e serviços consumidos pelos turistas que permitem a comparação da competitividade de diferentes destinos. Destaque-se, no entanto, que esse modelo não parte de uma perspectiva sistêmica e, conforme argumentado, a análise da competitividade baseada exclusivamente em preços pode gerar distorções dada a característica do produto turístico.

Dwyer e Kim (2003) estabelecem o primeiro modelo com características sistêmica acompanhado por uma bateria de indicadores qualitativos e quantitativos associados às diversas dimensões de análise que possibilitariam sua operacionalização. Ainda assim, uma das limitações ao modelo de Dwyer e Kim (2003) é a dificuldade em encontrar fontes de dados que permitam a avaliação da competitividade de diferentes destinos e sua comparação. A partir do modelo de Dwyer e Kim (2003) nota-se uma maior preocupação com aspectos quantitativos que possibilitem não só a avaliação da competitividade dos destinos, mas também sua comparação com os demais. Nesse sentido merecem destaque o modelo de Gooroochurn e Sugiyarto (2004) e o modelo do Fórum Econômico Mundial (2011) que, ao buscarem bases de dados comuns em organismos internacionais conseguem avaliar os destinos de forma comparada.

Os diversos modelos estudados são profícuos ao demonstrar o que compõem a competitividade de um destino turístico. Observa-se que há um crescimento do número de dimensões associadas à mensuração da competitividade. Eventualmente por essa razão Crouch (2011) ressalte que o estudo da competitividade de destinos turísticos atingiu um grau de evolução em que os atributos relacionados à competitividade foram descritos. Embora a análise baseada em diversas dimensões respeite a relatividade associada ao conceito de competitividade, pode-se questionar sobre a parcimônia desses modelos.

Outro ponto a ser tratado é que boa parte dos modelos analisados (especialmente aqueles que partem de uma perspectiva sistêmica) convergem no sentido de que a competitividade de um destino turístico é tão somente um objetivo intermediário e que o desenvolvimento econômico e social o objetivo final a ser atingido a partir da competitividade (ESSER *et al.*, 1996; CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; HEATH, 2003; RIVERO; CALDERA, 2004; MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008).

Ao tratar de desenvolvimento econômico um dos indicadores mais usuais é a mensuração da produção de riquezas em uma localidade através do Produto Interno Bruto – PIB. Tal medida, entretanto, está sujeita a distorções ao analisar unidades com dimensões populacionais muito distintas. Como forma a evitar esse problema opta-se pela utilização do PIB em sua forma ponderada pela população local, o PIB *per capita*. Esse indicador encontra respaldo em Dwyer e Kim (2003) ao destacarem a renda *per capita* como indicador de prosperidade econômica em seu modelo para avaliação de destinos turísticos. Na literatura sobre turismo e desenvolvimento econômico também respalda esse indicador conforme pode ser observado em Lage e Milone (1998), OMT (1998) e Sinclair e Stabler (2009).

O PIB e o PIB *per capita* podem ser entendidos como indicadores de desenvolvimento geral da economia, porém não consideram a concentração de renda na população e não trazem informações específicas sobre setores econômicos. Ao tratar de modelos de competitividade de destinos turísticos espera-se que a competitividade traga benefícios para as atividades econômicas relacionadas ao setor turístico. Dessa forma, a arrecadação de Imposto sobre Serviços – ISS – pode ser entendida como um indicador mais adequado para mensurar o desenvolvimento econômico por guardar uma relação mais próxima com o desenvolvimento das atividades econômicas do turismo. Apesar desse indicador não estar explicitamente incluído no modelo de Dwyer e Kim (2003), ele pode ser considerado como uma adaptação dos indicadores da dimensão Contribuição do Turismo para a Economia. Adicionalmente a OMT (1998) identifica a arrecadação de impostos como um dos efeitos do desenvolvimento da atividade turística.

O desenvolvimento gerado a partir da competitividade não deve se restringir ao aspecto econômico, devendo também gerar benefícios para a sociedade. Nuñez (2010), ao avaliar a competitividade de cidades brasileiras adota como indicadores o salário médio, na dimensão econômica, e indicadores sobre o nível de emprego, na dimensão sociodemográfica. Dwyer e Kim (2003) identificam como indicadores da dimensão contribuição do turismo para economia a contribuição do turismo para o emprego. Rua (2006) e OMT (1998) destacam o turismo como atividade econômica com forte potencial para a geração de emprego e renda. Haguenaer (1989), embora tendo por objeto de análise a competitividade de empresas, argumenta que a evolução da competitividade deve ser acompanhada pela evolução da remuneração dos empregados no longo prazo.

Para fins do presente estudo os indicadores PIB *per capita*, arrecadação de ISS, quantidade de empreendimentos, quantidade de empregos e remuneração média serão utilizados para verificar o pressuposto teórico de que a competitividade de destinos gera

desenvolvimento social e econômico. Esses indicadores encontram na teoria respaldo para seu uso enquanto variáveis de desenvolvimento econômico e social em decorrência da competitividade. A forma de coleta desses dados, seu tratamento e a delimitação da pesquisa estão detalhados na Seção 3 seguinte.

2.3 Estudos sobre a Competitividade de Destinos Turísticos

A presente seção tem por objetivo identificar estudos empíricos recentes sobre o tema competitividade em destinos turísticos. Considerando que a maioria dos modelos avaliados na revisão bibliográfica foi elaborada até o ano de 2003, optou-se pela seleção de artigos publicados nos últimos cinco anos como forma de verificar a aplicação desses modelos. Os artigos foram buscados em revistas nacionais da área de avaliação Administração, Ciências Contábeis e Turismo. Para a pesquisa em periódicos internacionais foi utilizada a base de periódicos com acesso por meio do Portal da CAPES. Para a pesquisa foram utilizados para pesquisa os termos “competitividade”, “vantagem competitiva” e “turismo” e os termos correspondentes em inglês e espanhol para a pesquisa em periódicos nacionais, no Portal da CAPES e no sítio de pesquisa Google Acadêmico. Foram analisados 25 artigos que dentro dos critérios propostos, os quais procede-se uma breve análise sobre suas abordagens e seus conteúdos.

Borges, Zaine e Ruschmann (2006), seguindo os argumentos da VBR e o modelo proposto por Hassan (2000), analisam a competitividade da estância hidromineral de Águas de São Pedro – SP a partir da perspectiva dos seus atributos diferenciados que compõem suas vantagens competitivas. As análises foram feitas a partir de questionários e entrevistas com turistas (demanda) e empresários do setor turístico local. Os resultados encontrados apontam no sentido de que aspectos relacionados à vantagem comparativa do destino não são suficientes para a manutenção de sua posição competitiva no mercado e que são necessárias ações para a diferenciação dos produtos ofertados, de forma que a uma experiência turística seja proporcionada com alto valor agregado aos visitantes (BORGES; ZAINE; RUSCHMANN, 2006).

Oliveira e Santos (2006) estudam a competitividade dos municípios integrantes da Rota dos Tropeiros em Minas Gerais. Os autores utilizam uma derivação do modelo de Gooroochurn e Surgyarto (2004) e mensuram os índices de competitividade do preço, qualidade ambiental, avanços tecnológicos, desenvolvimento social e recursos humanos nos

municípios considerados com o objetivo de identificar as principais deficiências ao incremento do turismo regional. A pesquisa foi caracterizada como qualitativa e utilizou como técnica para coleta de dados a entrevista semi-estruturada. A mensuração dos índices se deu pela média dos valores normalizados para os índices avaliados. As conclusões possibilitaram a identificação de índices de competitividade para as diferentes cidades da Rota dos Tropeiros e destacaram diversos gargalos para o desenvolvimento da atividade turística no destino. É ressaltada ainda a necessidade de cooperação entre a sociedade e o poder público para o desenvolvimento da competitividade do destino analisado (OLIVEIRA; SANTOS, 2006).

Costa e Hoffmann (2006) destacam que as abordagens seminais sobre competitividade mostram-se insuficientes para compreender a competitividade do destino, sendo necessário um modelo de competitividade que leve em consideração as interações e articulações entre os atores sociais envolvidos na atividade turística. O objetivo do trabalho é caracterizar e avaliar a administração do turismo em Balneário Camboriú – SC. O método utilizado é qualitativo e a coleta de dados é realizada a partir de entrevistas semiestruturadas aplicadas junto a representantes dos setores público, privado e terceiro setor. A administração do turismo é analisada a partir de adaptação realizada aos indicadores propostos por Dwyer e Kim (2003). As conclusões do trabalho identificam diversos aspectos a serem desenvolvidos para que a administração do destino fosse considerada elemento agregador de competitividade (COSTA; HOFFMANN, 2006).

Blake e Soria (2006) analisam a competitividade do turismo sob a perspectiva da produtividade, indicador proposto por Porter (1990), tomando por ponto de partida quatro variáveis que contribuem para o seu desenvolvimento: capital humano (treinamento e habilidades), capital físico, inovações e ambiente competitivo. As análises são realizadas para o Reino Unido e são utilizadas técnicas qualitativas e quantitativas que perpassam entrevistas com gerentes de meios de hospedagem e atrativos turísticos, análises estatísticas sobre dados secundários a respeito de diversos setores relacionados ao turismo e a proposição de um modelo de equilíbrio geral computável para análise envolvendo diversos setores do turismo. Os resultados encontrados apontam uma relação positiva entre as variáveis analisadas e a competitividade, no entanto o principal gargalo encontrado está no capital humano, seguido de taxas limitadas de inovação. Por outro lado o capital físico e o ambiente competitivo não se apresentam como barreiras para a competitividade do turismo do destino analisado (BLAKE; SORIA, 2006).

Partindo do pressuposto de que os modelos de competitividade turística desenvolvidos não são capazes de determinar a competitividade de um destino turístico

específico de um segmento, Lee e King (2006) propõem um modelo para avaliar a competitividade de destinos de fontes térmicas hidrominerais. É utilizado o método Delphi com participantes de organizações governamentais, empresas e acadêmicos para analisar quais aspectos são mais determinantes para a competitividade do segmento analisado. Os resultados encontrados identificam os principais itens considerados determinantes para a avaliação da competitividade em três dimensões: recursos e atrativos, estratégia e ambiente (LEE; KING, 2006).

Craigwell (2007) estuda a natureza e os determinantes da competitividade em pequenos países insulares em desenvolvimento. O método de pesquisa empregado é quantitativo. São utilizadas bases de dados da Organização Mundial do Turismo – OMT, bem como do *World Travel and Tourism Council – WTTC*, com informações de 45 países entre os anos de 1988 e 2004. Foram considerados como indicadores de competitividade os gastos dos visitantes e o valor agregado na atividade turística. Tais indicadores de competitividade, juntamente com o indicador chegada de turistas internacionais foram considerados como variáveis dependentes para as análises de regressão realizadas. Os resultados indicam que os países analisados não dispõem de competitividade em preço, necessitam melhorar sua infraestrutura de tecnologia e devem atuar de forma a assegurar que os ganhos da atividade turística sejam disseminados entre as parcelas menos favorecidas da população. O autor ressalta a dificuldade de se traçar estratégias e políticas públicas para o desenvolvimento da competitividade turística nos países analisados partindo apenas de uma perspectiva macroeconômica (CRAIGWELL, 2007).

Hocayen-da-Silva e Teixeira (2007) analisam o ambiente competitivo e a obtenção de vantagem competitiva a partir de um modelo que integra a VBR de Barney (1991), o modelo das cinco forças competitivas de Porter (1986) e a abordagem relacional de forma a obter uma análise integrada do ambiente interno e externo da organização. Foi realizado um estudo de caso qualitativo baseado em seis entrevistas semiestruturadas aplicadas a proprietários e funcionários de nível estratégico de uma empresa do setor hoteleiro de Curitiba. Os resultados apontam no sentido de que o ambiente competitivo do hotel analisado é fortemente influenciado por duas das cinco forças competitivas: poder de negociação dos clientes e a rivalidade da concorrência. Em relação aos aspectos internos da organização, destacaram-se os recursos físicos e os recursos humanos como os que mais contribuem para a obtenção de vantagem competitiva sustentável pela organização. Destaca-se ainda a existência de poucas parcerias estratégicas por parte do hotel analisado (HOCAYEN-DA-SILVA; TEIXEIRA, 2007).

Gomezelj e Mihalic (2007) examinam os determinantes e os indicadores de competitividade sob a perspectiva da oferta turística a partir da percepção dos *stakeholders* do setor turístico da Eslovênia. O estudo toma por base as dimensões do modelo de competitividade de Dwyer e Kim (2003) para a formulação de indicadores de competitividade. O método empregado foi a aplicação de questionários com questões sobre a competitividade do destino Eslovênia analisada em uma escala Likert de cinco pontos tomando por base 85 indicadores propostos. Os respondentes foram *stakeholders* do lado da oferta, representantes de organizações governamentais, gestores e empregados da indústria turística e acadêmicos envolvidos no estudo do setor. A partir das médias das categorias analisadas, Gomezelj e Mihalic (2007) verificam as seguintes hipóteses: o aspecto mais deficiente do desenvolvimento competitivo da Eslovênia é a gestão do destino. Os resultados encontrados identificam uma diferença estatisticamente significativa entre as variáveis analisadas e a gestão do destino de forma que a hipótese elaborada é confirmada.

Santa Rita *et al.* (2007) utilizam o modelo sistêmico de Esser *et al.* (1996) para analisar a competitividade de arranjos produtivos locais no Estado de Alagoas. O objetivo do estudo é identificar como se articulam os diferentes níveis de competitividade (meta, macro, meso e micro). A pesquisa realizada teve natureza qualitativa e contou com dados secundários do SEBRAE/AL, revisão bibliográfica e entrevistas semiestruturadas com gestores dos arranjos produtivos locais. As conclusões indicam que há deficiências nos arranjos produtivos locais de Alagoas que impedem seu desenvolvimento de forma satisfatória.

Wilde e Cox (2008), ao considerar os estudos sobre a competitividade de destinos turísticos, observam que há poucas contribuições no sentido de associar a competitividade de um destino ao desenvolvimento e à evolução da atividade turística no destino e que raramente se considera o estágio de desenvolvimento em que o destino turístico se encontra. Dessa forma, os autores buscam avaliar a competitividade de um destino turístico australiano maduro. Para coleta de dados foi utilizado *focus group*, uma técnica qualitativa. Participaram do grupo 15 representantes de organizações turísticas da região estudada, contando com a participação de organizações do primeiro, segundo e terceiro setores. As conclusões indicam que os fatores determinantes para a competitividade de um destino turístico maduro são: a capacidade de se manter a infraestrutura do destino de forma a manter seu apelo aos turistas; a capacidade de organizações públicas e privadas cooperarem; e a existência de uma visão comunitária de futuro do turismo na região (WILDE; COX, 2008).

A partir de adaptação dos indicadores propostos no modelo de competitividade sistêmica de Esser *et al.* (1996), Hoffmann e Costa (2008) analisam a associação entre

confiança, cooperação, comunicação e competitividade em um destino turístico de Santa Catarina no tocante às dimensões macro e micro. O estudo faz uso de dados primários e secundários e aplica técnicas de análise estatística inferencial para verificação de hipóteses. Os resultados encontrados demonstraram que há relação entre a variação da cooperação e o faturamento das empresas turísticas locais. Diferentemente, não foi encontrada relação estatística forte entre as variáveis que avaliaram a macro competitividade e a cooperação, a comunicação e a confiança na amostra estudada (HOFFMANN; COSTA, 2008).

Cracolici e Nijkamp (2008) estudam a competitividade da região sul da Itália a partir da perspectiva da demanda com o objetivo de avaliar a atratividade turística em termos da qualidade da estrutura e de seus atributos turísticos. Dessa forma, foram aplicados questionários a turistas italianos de forma a coletar os dados para a realização de análises quantitativas. Os resultados são comparados com pesquisas anteriores realizadas pelos autores como forma de gerar resultados mais robustos. Os resultados encontrados indicam que aspectos naturais e culturais, embora importantes, não são suficientes para a competitividade de um destino, além de que a análise da competitividade de destinos turísticos não deve se limitar a dados macro ou micro em suas análises, de forma a não gerar resultados enviesados (CRACOLICI; NIJKAMP, 2008).

Chagas e Brandão (2009) analisam a sustentabilidade social como um fator de competitividade no destino turístico Natal a partir da subdimensão Sustentabilidade Social do Turismo, conforme identificado no *Comp&tenible Model* proposto por Mazaro (2007b). Os resultados apresentados indicam a dificuldade de análise devido à falta de pesquisas que permitam o monitoramento adequado dos indicadores propostos. Seguindo a escala proposta no *Comp&tenible Model* os autores identificam uma condição de sustentabilidade moderada com diversos aspectos com potencial para serem desenvolvidos no destino de Natal, entre as quais se destacam: a promoção de produtos interativos, estreitamento das relações entre turistas e população local, a melhoria da infraestrutura local e a promoção de mecanismos de participação cidadã nas decisões e na elaboração de políticas públicas de turismo (CHAGAS; BRANDÃO, 2009).

Partindo do Índice de Competitividade proposto pelo Fórum Econômico Mundial e seus quatorze pilares, Alves e Ferreira (2009) analisam a competitividade turística do Brasil em comparação a outros 19 países latino-americanos. O método de pesquisa utilizado foi quantitativo e exploratório baseado em análise estatística multivariada, análise de *cluster* e escalonamento multidimensional. A partir das análises realizadas, foram identificados como mais significativos para a competitividade os pilares: recursos naturais, recursos humanos,

competitividade de preços da indústria de turismo e viagens e saúde e higiene. Foram ainda identificados três *clusters* de agrupamento de países. O Brasil figura no *cluster* de melhor posicionamento acompanhado de Argentina e México. Entre as limitações encontradas destacam-se a reduzida amostra e a utilização somente de dados secundários para análise (ALVES; FERREIRA, 2009).

Viana e Hoffmann (2009) classificam os municípios catarinenses de acordo com os indicadores para a formação de um *cluster* de turismo cultural a partir da adaptação dos indicadores presentes no trabalho de Cunha e Cunha (2005). O método de análise empregado foi quantitativo e incluiu técnicas de análise multivariada de dados. Foram utilizados dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Os resultados encontrados indicam que Santa Catarina apresenta uma quantidade significativa de municípios com bons indicadores para a formação de *clusters* de turismo cultural, no entanto, a falta de apoio do poder público e a falta de interesse da comunidade criam obstáculos para a formação de uma aglomeração territorial e para o desenvolvimento da competitividade (VIANA; HOFFMANN, 2009).

Gorni e Dreher (2010) realizam uma pesquisa exploratória com o objetivo de analisar o papel das parcerias intersetoriais no desenvolvimento da competitividade da Região de Blumenau, incluindo os municípios de Blumenau, Gaspar e Pomerode. A coleta de dados foi realizada a partir de questionários aplicados a organizações do primeiro, segundo e terceiro setores. Foram ainda utilizados dados secundários (documentos, atas e registros). Os resultados encontrados corroboram as proposições de Esser *et al.* (1996), Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003) ao evidenciar que a atuação intersetorial, a cooperação, o intercâmbio de informações, conhecimentos e recursos são fatores importantes para o desenvolvimento da competitividade turística (GORNI; DREHER, 2010).

De forma a analisar a relação existente entre competitividade e desenvolvimento econômico Fernández e Rivero (2010) utilizam dados das pesquisas realizadas pelo Fórum Econômico Mundial para dados de competitividade e pelo *World Travel and Tourism Council* para dados sobre o desenvolvimento da economia do turismo. O método empregado foi quantitativo e a técnica para determinar a relação entre as variáveis foi a correlação canônica. Os resultados encontrados a partir das análises indicam a existência de correlação positiva entre as variáveis que mensuram a competitividade e as variáveis de desenvolvimento econômico, de forma que quanto maior o nível de competitividade, maior o crescimento econômico (FERNÁNDEZ; RIVERO, 2010).

Considerando que destinos turísticos são uma forma de aglomeração de empresas em um processo de complementaridade, Andriighi e Hoffmann (2010) analisam o destino

turístico de Urubici – SC. O método empregado inclui a coleta de dados secundários, a partir de pesquisa bibliográfica e informações disponíveis em sítios eletrônicos oficiais, e primários, coletados a partir de pesquisa censitária com aplicação de questionário fechado à representantes de organizações públicas, privadas e do terceiro setor. Para os dados primários foram realizadas análises estatísticas descritivas. Os resultados apontam que há um aumento de fatores relacionados com a formação de uma rede, tais como comunicação e confiança entre as organizações, no entanto as análises não encontraram evidência suficiente para supor a existência de uma rede interorganizacional, de forma que o destino turístico Urubici estaria em um estágio preliminar de formação de uma rede (ANDRIGHI; HOFFMANN, 2010).

Barbosa, Oliveira e Rezende (2010) avaliam a evolução dos indicadores do Estudo de Competitividade realizado pelo Ministério do Turismo em parceria com a FGV e o SEBRAE entre os anos de 2008 e 2009. Os dados são examinados a partir de estatística descritiva e os resultados demonstram um modesto incremento na competitividade dos destinos turísticos brasileiros e uma capacidade moderada de gerar novos negócios (BARBOSA; OLIVEIRA; REZENDE, 2010).

Rodrigues e Carrasqueira (2011) fazem uma análise do desempenho competitivo dos destinos turísticos balneários comparando a região de Algarve com o Sul da Espanha. Foi empregado um método de estudo quantitativo que considerou 23 indicadores divididos em sete variáveis latentes. O estudo teve por referencial teórico principal o trabalho de Gooroochurn e Surgiyarto (2004), apesar de apresentar críticas aos modelos voltados para a mensuração da competitividade de países. Os resultados apresentam diferença no desempenho competitivo dos destinos, além de identificarem as variáveis patrimônio cultural e infraestrutura como as mais diferenciadoras entre as estudadas. Por outro lado, as variáveis preço e competitividade social foram as que apresentaram menor variação e, portanto, são identificadas como as menos diferenciadoras. A principal limitação apontada refere-se ao estudo da competitividade por meio de variáveis quantitativas. As explicações proporcionadas partem de uma perspectiva de verificação/ medição dos fenômenos sociais, o que exclui de seu conteúdo sua complexidade dinâmica (RODRIGUES; CARRASQUEIRA, 2011).

Das e Dirienzo (2011) estudam os efeitos que a fragmentação de aspectos étnico-linguísticos teria sobre a competitividade de um destino. O método de análise administrado é quantitativo e parte de duas hipóteses: quanto maior o nível de fragmentação, menor a competitividade turística; e o impacto negativo da fragmentação étnico-linguística é minorado pelo nível de desenvolvimento econômico do país. A justificativa apresentada para a hipótese é de que a fragmentação representaria uma barreira à comunicação efetiva e à cooperação

entre indivíduos e organizações, o que, conforme argumentado também por Esser *et al.* (1996), Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003), afetaria negativamente a competitividade dos destinos. De forma a mensurar a competitividade são utilizados dados de 2009 do *Travel and Tourism Competitiveness Index*, do Fórum Econômico Mundial para 127 países selecionados. Os resultados alcançados sugerem que a fragmentação étnico-linguística afeta negativamente a competitividade dos países e que essa influência negativa é minorada pelo desenvolvimento econômico (DAS; DIRIENZO, 2011).

Bolaky (2011) avalia a competitividade turística a partir de dados de 32 países caribenhos no período compreendido entre 1995 e 2006. O método aplicado é quantitativo e são utilizados dados principalmente de organismos internacionais para a realização de uma análise de regressão. Entre os resultados, destacam-se a não existência de correlação estatística significativa entre o nível de investimentos e a competitividade na amostra de países analisados. Entre as variáveis analisadas, a competitividade turística do Caribe encontra correlação estatística positiva com as variáveis: densidade populacional e recursos tecnológicos. Por outro lado, encontra-se correlação estatística significativa negativa entre a competitividade e as variáveis: abertura ao comércio, rigidez do mercado de trabalho, vulnerabilidade a desastres naturais e existência de HIV/AIDS na população. De forma adicional, o estudo constatou que o gasto governamental afeta negativamente a competitividade turística (BOLAKY, 2011).

Armensky *et al.* (2011) estudam a competitividade da Sérvia a partir da aplicação do Modelo Integrado desenvolvido por Dwyer e Kim (2003). O objetivo do estudo foi identificar os pontos fracos e os pontos fortes do país, considerando apenas o momento estudado. Os dados utilizados no estudo foram coletados a partir de questionários aplicados a profissionais e a especialistas do setor turismo. Dessa forma, o estudo considerou apenas o lado da oferta turística em suas análises. Foram obtidos ao todo 140 questionários. Como forma de verificar se haveria diferenças nas percepções dos participantes em função do tempo de atuação no setor turismo foi realizada uma análise de variância. Os resultados demonstraram haver diferença estatisticamente significativa entre as médias para as dimensões recursos inatos, recursos criados, gestão do destino, condições situacionais, condições de demanda e recursos de apoio.

A partir das médias das respostas dos participantes da pesquisa, foram realizados Testes-*t* para comparação de médias e verificação de uma série de hipóteses. Os resultados obtidos mostram que, para o destino analisado, os recursos naturais são necessários para o desenvolvimento do destino, porém não são os únicos fatores determinantes. Para alcançar

uma boa *performance* no mercado turístico, o destino depende ainda da capacidade de organização e gestão. Os autores indicam ainda que a baixa competitividade encontrada na dimensão condições de demanda pode estar relacionada à falta de envolvimento e de apoio do governo especialmente em ações de planejamento e de marketing, devendo haver uma maior cooperação entre organizações públicas e privadas, assim como entre os *stakeholders* (ARMENSKY *et al.*, 2011).

Para estudar a competitividade entre destinos turísticos localizados em pequenas ilhas, Croes (2011) identifica uma série de limitações nos modelos de competitividade, especialmente nos mais abrangentes, tais como os modelos do Fórum Econômico Mundial e o de Gooroochurn e Sugiyarto (2004). Dessa forma, a partir de metodologia quantitativa aplicada a dados secundários coletados de bancos de dados de diversos organismos internacionais, um modelo próprio para mensurar a competitividade de destinos turísticos em pequenas ilhas é proposto. O caso das ilhas do Caribe foi utilizado como estudo de caso. Os resultados encontrados identificam que os destinos insulares não podem contar apenas com seus atrativos naturais, que a competitividade dos destinos analisados está diretamente relacionada à capacidade de proporcionar produtos de alta qualidade e que os destinos mais caros tendem a receber uma maior parcela das receitas do turismo regional (CROES, 2011).

Zhang *et al.* (2011) examinam a competitividade de cidades chinesas a partir de métodos qualitativos. A técnica *Information Entropy Weight* – IEW – é utilizada para ponderar o peso relativo entre os índices e a técnica *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* – TOPSIS – foi utilizada para hierarquizar a competitividade dos destinos analisados em função dos dados utilizados. Os resultados aferidos para as cidades analisadas ainda foram avaliados a partir de uma análise de *cluster*. Os resultados encontrados, comparados com a análise de *cluster*, demonstram que as técnicas utilizadas são efetivas para a mensuração da competitividade (ZHANG *et al.*, 2011).

O Quadro 2.2 apresenta um breve comparativo sobre os estudos empíricos identificados.

Autor(es) (Ano)	Objetivo	Método Empregado	Âmbito de Análise	Principal Modelo Empregado	Resultados
Borges, Zaine e Ruschmann (2006)	Fomentar a discussão entre competitividade e sustentabilidade.	Qualitativo	Município	Hassan (2000)	Aspectos relacionados à vantagem comparativa não são suficientes para manutenção de sua posição competitiva. São necessárias ações para a diferenciação dos produtos ofertados de forma a oferecer uma experiência turística de alto valor agregado.
Oliveira e Santos (2006)	Identificar as principais deficiências ao incremento do turismo regional.	Qualitativo	Destino	Gooroochurn e Sugiyarto (2004)	Identificação de índices de competitividade para diferentes cidades da Rota dos Tropeiros e dos diversos gargalos para o desenvolvimento da atividade turística no destino.
Costa e Hoffmann (2006)	Caracterizar e avaliar a administração do turismo em Balneário Camboriú	Qualitativo	Destino	Dwyer e Kim (2003)	São identificados aspectos a serem desenvolvidos para que a administração do destino seja considerada elemento agregador de competitividade.
Blake e Soria (2006)	Examinar as formas pelas quais a produtividade do setor turístico pode ser aprimorada por mudanças no capital humano, no capital físico, nas inovações e no ambiente competitivo.	Qualitativo e quantitativo	País	-	Relação positiva entre capital humano, capital físico, inovações e ambiente competitivo com a competitividade do destino.
Lee e King (2006)	Proposta de um modelo para avaliar a competitividade de destinos de fontes térmicas hidrominerais.	Qualitativo.	Segmento	-	Identifica os principais itens a serem considerados determinantes para a avaliação da competitividade em três dimensões: recursos e atrativos, estratégia e ambiente
Craigwell (2007)	Identifica a natureza e os determinantes da competitividade turística em pequenos países insulares.	Quantitativo	Países	-	Os países analisados não dispõem de competitividade em preço, necessitam melhorar sua infraestrutura de tecnologia e devem atuar de forma a assegurar que os ganhos da atividade turística sejam disseminados entre as parcelas menos favorecidas da população.

Continua.

Autor(es) (Ano)	Objetivo	Método Empregado	Âmbito de Análise	Principal Modelo Empregado	Resultados
Hocayen-da-Silva e Teixeira (2007)	Analisar o ambiente competitivo e a obtenção de vantagens competitivas em um hotel de Curitiba.	Qualitativo	Empresa	VBR e Porter (1986)	Ambiente competitivo é fortemente influenciado pelas forças competitivas: poder de negociação dos clientes e a rivalidade da concorrência. Os aspectos internos da organização: recursos físicos e recursos humanos são os que mais contribuem para a obtenção de vantagem competitiva sustentável.
Gomezelj e Mihalic (2007)	Comparar o desenvolvimento da competitividade e a aplicação de dois modelos de competitividade.	Quantitativo	País	Dwyer e Kim (2003)	O país analisado é mais competitivo em seus recursos naturais, culturais e criados; porém é pouco competitivo na gestão do turismo.
Santa Rita <i>et al.</i> (2007)	Identificar como se articulam os níveis sistêmicos da competitividade no Arranjo Produtivo de Turismo e sua relação com o desenvolvimento regional.	Qualitativo	APL	Esser <i>et al.</i> (1996)	Apontam deficiências nos APL analisados que impedem seu desenvolvimento satisfatório.
Wilde e Cox (2008)	Avaliar a competitividade de um destino turístico maduro.	Qualitativo	Região	-	Os fatores determinantes para a competitividade de um destino turístico maduro são: a capacidade de manter a infraestrutura do destino de forma a manter seu apelo aos turistas; a capacidade de organizações públicas e privadas cooperarem; e a existência de uma visão comunitária de futuro do turismo na região
Hoffmann e Costa (2008)	Analisar a associação entre cooperação, confiança, comunicação e competitividade turística.	Quantitativo	Região	Esser <i>et al.</i> (1996)	Há relação entre a variação da cooperação e o faturamento das empresas turísticas locais. Não foi encontrada correlação entre as variáveis de macro competitividade e a cooperação, a comunicação e a confiança na amostra estudada.
Cracolici e Nijkamp (2008)	Avaliar a atratividade turística em termos da qualidade da estrutura e dos atributos turísticos da região.	Quantitativo	Destino	-	Aspectos naturais e culturais, embora importantes, não são suficientes para a competitividade de um destino, além de que a análise da competitividade de destinos turísticos não deve se limitar a dados macro ou micro em suas análises.

Continua.

Autor(es) (Ano)	Objetivo	Método Empregado	Âmbito de Análise	Principal Modelo Empregado	Resultados
Chagas e Brandão (2009)	Analisar a sustentabilidade social como fator de competitividade de um destino turístico.	Qualitativo e quantitativo	Destino	Mazaro (2006)	Identifica-se uma condição de sustentabilidade moderada com diversos aspectos com potencial para serem desenvolvidos no destino analisado.
Alves e Ferreira (2009)	Avaliar o grau de competitividade internacional do Brasil como destino turístico comparativamente a 19 outros países latino-americanos.	Quantitativo	Países	Fórum Econômico Mundial.	Brasil figura no <i>cluster</i> de melhor posicionamento entre os países analisados. Foram identificados como mais significativos para a competitividade os pilares: recursos naturais, recursos humanos, competitividade de preços da indústria de turismo e viagens e saúde e higiene.
Viana e Hoffmann (2009)	Classificar os municípios catarinenses, conforme os indicadores necessários para a formação de um <i>cluster</i> de turismo cultural.	Quantitativo	Municípios	Cunha e Cunha (2005)	Embora haja uma quantidade significativa de municípios com bons indicadores para a formação de <i>clusters</i> de turismo cultural, a falta de apoio do poder público e a falta de interesse da comunidade criam obstáculos para a formação de uma aglomeração territorial e para o desenvolvimento da competitividade.
Gorni e Dreher (2010)	Analisar o papel das parcerias intersetoriais no desenvolvimento da competitividade.	Qualitativo	Destino	-	A atuação intersetorial, a cooperação, o intercâmbio de informações, conhecimentos e recursos são fatores importantes para o desenvolvimento da competitividade turística.
Fernández e Rivero (2010)	Analisar a relação existente entre competitividade e desenvolvimento econômico.	Quantitativo	Países	Fórum Econômico Mundial.	Identifica a existência de correlação positiva entre as variáveis que mensuram a competitividade e as variáveis de desenvolvimento econômico.
Andrighi e Hoffmann (2010)	Analisar as relações entre os atores pertencentes a uma rede interorganizacional.	Quantitativo	Destino	-	Há um aumento de fatores relacionados com a formação de uma rede no destino analisado, no entanto as análises não encontraram evidência para supor a existência de uma rede interorganizacional.

Continua.

Autor(es) (Ano)	Objetivo	Método Empregado	Âmbito de Análise	Principal Modelo Empregado	Resultados
Barbosa, Oliveira e Rezende (2010)	Analisar a evolução da competitividade do Brasil.	Quantitativo	País	MTur (2008, 2009)	Demonstra-se um modesto incremento na competitividade dos destinos turísticos brasileiros e uma capacidade moderada de gerar novos negócios.
Rodrigues e Carrasqueira (2011)	Análise comparativa da competitividade do destino de Algarve com os demais destinos turísticos do sul da Espanha.	Quantitativo	Destinos	Gooroochurn e Sugiyarto (2004)	Identifica dois grupos de destinos turísticos segundo a homogeneidade e heterogeneidade do desempenho competitivo e posiciona os destinos turísticos analisados.
Das e Dirienzo (2011)	Estudar os efeitos da fragmentação étnico-linguística sobre a competitividade de um destino.	Quantitativo	Países	Fórum Econômico Mundial.	A fragmentação étnico-linguística afeta negativamente a competitividade dos países e que essa influência negativa é minorada pelo desenvolvimento econômico.
Bolaky (2011)	Avaliar a competitividade turística de países caribenhos.	Quantitativo	Países	Fórum Econômico Mundial.	Inexistência de correlação estatística entre o nível de investimentos e a competitividade na amostra de países analisados. E correlação negativa entre a competitividade e as variáveis: abertura ao comércio, rigidez do mercado de trabalho, vulnerabilidade a desastres naturais e existência de HIV/AIDS na população.
Armensky et al. (2011)	Identificar os pontos fracos e os pontos fortes do país estudado.	Quantitativo	País	Dwyer e Kim (2003)	Os recursos naturais são necessários para o desenvolvimento do destino, porém não são os únicos fatores determinantes. Para alcançar uma boa performance no mercado turístico, o destino depende ainda da capacidade de organização e gestão.
Croes (2011)	Estudar a competitividade de destinos turísticos localizados em pequenas ilhas.	Quantitativo	Destinos	-	Identifica que os destinos insulares não podem contar apenas com seus atrativos naturais e que a competitividade dos destinos analisados está relacionada à capacidade de proporcionar produtos de alta qualidade.
Zhang <i>et al.</i> (2011)	Avaliar a competitividade de cidades chinesas a partir das técnicas IEW e TOPSIS	Quantitativo	Municípios	-	Apontam que as técnicas utilizadas são efetivas para a mensuração da competitividade.

Quadro 2.2 – Comparativo Estudos Empíricos de Competitividade

A análise do Quadro 2.2 aponta que os estudos publicados em periódicos nacionais normalmente abordam o estudo da competitividade a partir de uma perspectiva qualitativa. Estudos publicados em periódicos internacionais tendem a utilizar técnicas quantitativas para a análise dos dados. A diversidade de cortes de análise utilizados, incluindo municípios, regiões, países ou segmentos turísticos, demonstra a diversidade de abordagens do tema competitividade em destinos turísticos. Mais uma vez, pode-se identificar diferenças entre as publicações nacionais e internacionais, uma vez que há uma predominância de análises focadas em um único destino ou município nas publicações nacionais, enquanto que nas publicações internacionais análises com perspectiva comparada (relacional) que tratam de um país ou destino mostram-se mais recorrentes. Ambas as situações talvez possam ser explicadas pela carência de bases de dados estatísticos nacionais com a abrangência e a confiabilidade necessárias para a realização de análises quantitativas ou que incluam uma gama maior de destinos.

Os resultados descritos, embora tenham por foco a competitividade de destinos turísticos, mostram-se alinhados às conclusões de Miki, Gândara, Medina-Muñoz (2011) em análise bibliométrica dos estudos sobre competitividade apresentados nos seminários da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR. Em suas conclusões, Miki, Gândara, Medina-Muñoz (2011) ressaltam que os estudos nacionais se restringem a uma ou duas dimensões da competitividade e perdem de vista a questão da multidimensionalidade e relatividade, além de serem raros os estudos nacionais dedicados à mensuração da competitividade através de indicadores. Em outro estudo bibliométrico sobre o tema de estratégia e turismo, Luz *et al.* (2011), de forma similar, identificam um predomínio das abordagens qualitativas nas publicações das principais revistas que tratam do tema turismo e sugerem ampliar a discussão sobre o tema com abordagens quantitativas.

2.4 Turismo e Desenvolvimento Econômico

A indústria turística caracteriza-se por sua complexidade tanto em termos de elementos que a compõem como pelos diferentes setores econômicos envolvidos em seu desenvolvimento (OMT, 1998). Devido à natureza heterogênea de seu consumo, o turismo acarreta efeitos diretos sobre diversos setores da economia com reflexos também nas esferas social, cultural e ambiental (LAGE; MILONE, 1998; RUSCHMANN, 2004; SINCLAIR; STABLER, 2009). A possibilidade de efeitos negativos sugere a necessidade de planejamento

da atividade turística para que a população local possa se beneficiar de seus impactos positivos e ser preservada de suas externalidades negativas. A presente seção tem por finalidade apresentar alguns dos impactos potenciais do turismo para o desenvolvimento socioeconômico descritos na literatura com especial atenção ao papel desempenhado pelos governos na promoção do desenvolvimento e da sustentabilidade da atividade turística.

Um dos primeiros impactos associados ao desenvolvimento da atividade turística é a entrada de divisas a partir do turismo internacional. O turismo pode ser compreendido como uma atividade econômica de exportação que gera renda, favorece a criação de empregos e o aporte de divisas para o equilíbrio da balança de pagamentos, além de incidir positivamente sobre a arrecadação de impostos pelos entes públicos (OMT, 1998). Ele é visto como uma atividade econômica geradora de divisas especialmente em países em desenvolvimento (LAGE; MILONE, 1998; SINCLAIR; STABLER, 2009). Os gastos dos turistas internacionais teriam o efeito de modificar o equilíbrio da economia reposicionando-o em um nível mais elevado do que o inicial, o que acarretaria efeitos na renda interna, no nível de produção, no número de empregos ofertados e nas receitas governamentais (LAGE; MILONE, 2001).

O aporte de divisas não teria influência restrita àquelas atividades diretamente relacionadas ao turismo, mas, devido à interdependência existente entre as atividades econômicas, beneficiaria também outros setores por meio do efeito multiplicador (OMT, 1998). Para Lage e Milone (1998, p. 34) o efeito multiplicador é “o grau em que o dinheiro gasto pelos turistas permanece na região para ser reciclado pela economia local”. Para Sinclair e Stabler (2009) o efeito multiplicador dos gastos de turistas internacionais, assim como de investimentos privados varia significativamente conforme o país de destino. A explicação para essa variação seria a existência de “vazamentos” que reenviariam para o exterior parte dos recursos recebidos por meio de importações de insumos para a elaboração de produtos consumidos pelos visitantes não produzidos no local, pelo pagamento de salários a profissionais vindos de outros países para atuar no turismo ou mesmo pela remessa de lucros aos investidores externos (SINCLAIR; STABLER, 2009). Embora as análises em questão tratem especificamente de turistas internacionais, é esperado que o efeito multiplicador também ocorra, ainda que com efeito reduzido, a partir do turismo nacional com o aumento do volume de meio circulante nos destinos turísticos proveniente dos gastos dos turistas.

Outro resultado positivo associado ao turismo é a geração de empregos. Lage e Milone (1998) destacam que embora a geração de emprego não seja o objetivo primordial do

desenvolvimento do turismo, é um de seus principais resultados. Por se tratar de um serviço intensivo em mão de obra, o turismo tem potencial significativo para a geração de novos postos de trabalho. Segundo a Organização Mundial do Turismo – OMT – (1998), por se tratar de uma indústria dependente do fator humano, o turismo favorece a criação de empregos. Um aspecto importante sobre os empregos da economia do turismo é o alto índice de informalidade. Em um estudo sobre a economia do turismo o IBGE (2008) identificou que 59,23% dos postos de trabalho das atividades características do turismo eram ocupações sem vínculo formal. Diretamente relacionado tanto à geração de empregos quanto ao crescimento econômico, o turismo também favorece a distribuição de renda, o que gera a possibilidade de melhoria de vida da população (OMT, 1998; LAGE; MILONE, 2001). RUA (2006) destaca que o turismo, além de forte potencial para a geração de trabalho e renda, pode contribuir para a inclusão social por agregar um conjunto de dimensões favoráveis à solidariedade e à integração.

Dois pontos, no entanto, devem ser ressaltados em relação ao emprego na economia do turismo. O primeiro refere-se à sazonalidade da atividade que em seus períodos de baixa ocupação ou fora da temporada turística podem ocasionar um aumento da taxa de desemprego. Um segundo ponto é a remuneração média das atividades características do turismo. Segundo dados do Sistema de Informações Integrado do Mercado de Trabalho no Setor Turismo – SIMT, desenvolvido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, a remuneração média das atividades características do turismo é inferior à média das demais atividades econômicas nacionais. Além disso as atividades da economia do turismo teriam uma maior rotatividade de seus empregados.

Em que pese os potenciais resultados positivos para o desenvolvimento local, Lage e Milone (1998) destacam que o turismo incorre em um grande número de custos sociais e culturais. O primeiro aspecto negativo identificado é a pressão inflacionária. Os turistas por terem maior capacidade de gasto fazem com que haja uma elevação dos preços dos produtos durante a temporada turística (OMT, 1998; LAGE; MILONE, 2001). Sinclair e Stabler (2009) associam o fenômeno da elevação dos preços à inexistência de capacidade excedente na economia local. Como a atividade turística se desenvolve em uma área geográfica específica, a geração de empregos no setor pode provocar fluxos migratórios em busca de empregos, privando outras regiões ou atividades econômicas da mão de obra necessária para seu desenvolvimento (OMT, 1998). Shiki (2007) observa que o aumento populacional derivado da migração em busca de empregos na atividade não consegue ser acompanhado pelos

investimentos necessários em infraestrutura urbana, o que levaria à queda de indicadores de desenvolvimento, especialmente em cidades de menor porte.

Fora da perspectiva econômica, o turismo também apresenta potenciais impactos negativos nas esferas social e ambiental. O crescimento do turismo pode provocar a destruição dos atrativos naturais e culturais das regiões turísticas (LAGE; MILONE, 2001). Entre as possíveis consequências negativas do turismo sobre o meio ambiente pode-se citar: degradação da paisagem urbana e natural, problemas com o aumento do volume de lixo produzido, contaminação da água e do ar (OMT, 1998). Do ponto de vista social, o turismo teria como potenciais resultados negativos a mudança do estilo de vida da população local e a degradação de culturas tradicionais (SINCLAIRE; STABLER, 2009), além da criação de certo ressentimento entre a população local e os turistas devido às diferenças sociais e econômicas entre visitantes e residentes (OMT, 1998).

Considerando os potenciais impactos negativos do turismo sobre a cultura e o meio ambiente, derivados do crescimento descontrolado da economia que acarretariam a perda de originalidade dos atrativos ofertados pelo destino, Ruschmann (2004) destaca a necessidade de planejamento de longo prazo para que haja um equilíbrio entre a qualidade ofertada e a demandada pelos turistas. A complexidade dos efeitos do desenvolvimento do turismo requer a atuação conjunta de diversos setores da iniciativa privada, além da atuação governamental em seus diferentes níveis (RUA, 2006). Ao tratar das ações desenvolvidas pelos governos para o desenvolvimento da atividade turística, inicia-se o debate sobre as políticas públicas de turismo.

A política de turismo pode ser entendida como um conjunto de ações de entes governamentais com vistas a modificar o meio econômico e social (LOPES; TINÔCO; SOUZA, 2011). O papel do governo no desenvolvimento do turismo é extrair da atividade o maior número de benefícios sociais e econômicos (OECD, 2010). Para Lage e Milone (1998) cabe ao agente público organizar uma política pública de turismo que maximize os retornos positivos da atividade turística, especialmente em relação à criação de emprego, renda e arrecadação de impostos derivados da atividade turística.

As primeiras intervenções públicas necessárias para o desenvolvimento turístico são os investimentos em infraestrutura. No turismo a infraestrutura pública material (rodovias, saneamento, abastecimento de água) e imaterial (assistência médica, segurança, telecomunicações) são entendidas como facilitadoras do crescimento da economia do turismo, sendo base secundária de recursos turísticos (SINCLAIR; STABLER, 2009). A atividade turística está diretamente relacionada à existência de infraestrutura, sendo função da

administração pública prover esses bens públicos de forma adequada ao desenvolvimento da atividade turística (OMT, 1998). Além de ser condição necessária para o aumento do fluxo turístico, a infraestrutura básica cumpre também o papel para a sustentabilidade do destino ao conter os impactos negativos sobre o ambiente natural através da adequada destinação dos resíduos da atividade turística.

Não obstante ao capital físico, os investimentos em capital humano também são necessários para que o crescimento da atividade turística seja sustentável (SINCLAIR; STABLER, 2009). O investimento em capacitação do capital humano adquire importância estratégica de forma a se obter melhores preços e custos e a aprimorar a qualidade dos serviços prestados de forma a tornar o destino competitivo face à concorrência (OMT, 1998). Um mercado de trabalho capacitado é essencial para a competitividade, uma vez que incide sobre a produtividade e sobre a capacidade de inovação do destino turístico (OECD, 2010). A educação e a formação em turismo devem ser processos integrados que atuem em diversos níveis de forma a produzir profissionais com capacidade de se adaptarem aos desafios futuros que a indústria do turismo venha a interpor (OMT, 1998).

A gestão do destino turístico e dos interesses das diversas organizações que direta ou indiretamente influenciam ou são influenciados pela atividade turística é mais um dos desafios atribuídos aos órgãos governamentais. Dada a complexidade dos relacionamentos entre *stakeholders* e seus potenciais conflitos de interesse, gestão de destinos turísticos torna-se desafiadora (BUHALIS, 1999). Diversas atividades estão associadas à gestão do destino, desde seu planejamento e monitoramento, passando pela regulação da atividade até ações de marketing e de posicionamento de mercado. Conforme verificado, dada a miríade de possíveis efeitos positivos e negativos, o planejamento turístico deve ser abrangente e levar em consideração os interesses dos *stakeholders* envolvidos na atividade. Complementar ao planejamento deve haver um sistema de indicadores relacionados aos objetivos de desenvolvimento estabelecidos para o destino e que permitam o monitoramento de seu desempenho e o alcance das metas traçadas (OECD, 2010). Para Buhalis (1999) as organizações de gestão do destino turístico têm responsabilidade sobre o produto e sobre os incentivos e políticas voltados para a facilitação de seu desenvolvimento. Essa perspectiva remonta o papel do governo em oferecer incentivos e em regular o desenvolvimento da atividade turística. Para Rua (2006) as políticas de turismo devem se assegurar da equidade da distribuição dos benefícios para a população.

Beni (2006) considera o marketing como a principal componente da gestão de destinos. Buhalis (1999) argumenta que o marketing de destinos turísticos não deve se

concentrar apenas no aumento do número de visitantes por causa da natureza dos destinos e de suas particularidades em termos de características ambientais, socioculturais e geográficas. Partindo das características e limitações do destino turístico, as estratégias de marketing devem ser voltadas para a atração de consumidores e para sua manutenção através da satisfação com os serviços recebidos (OMT, 1998). O marketing deve ser utilizado como um mecanismo para atingir objetivos estratégicos propostos para o destino em termos de desenvolvimento regional (BUHALIS, 1999).

A partir dessas considerações sobre o papel desempenhado pelos investimentos públicos no desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos e do pressuposto presente nos principais modelos de competitividade de destinos turísticos (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; RITCHIE; CROUCH, 2010), A Figura 2.2 apresenta o modelo teórico que orienta as análises do presente estudo.

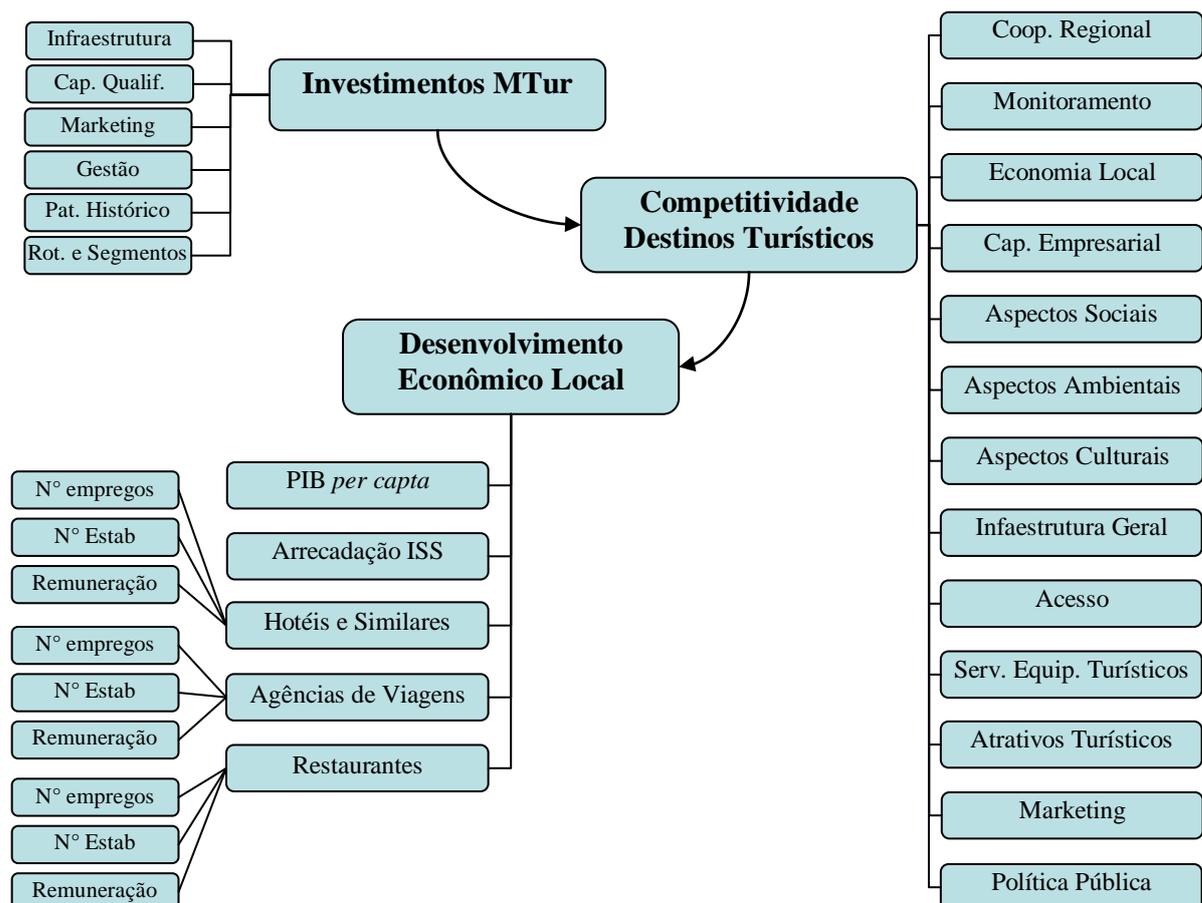


Figura 2.2 – Modelo de Relacionamento entre Variáveis.

3 Método

Conforme verificado no levantamento de trabalhos empíricos sobre o tema, realizado na seção anterior, os estudos da competitividade, especialmente em âmbito nacional, vêm sendo realizados com técnicas qualitativas, considerando um número reduzido de variáveis de competitividade e, não raramente, se restringem à análise de um único destino. Essas características vão de encontro às características da competitividade de destinos turísticos, uma vez que ela seria multidimensional e, portanto, sua avaliação deveria considerar diversas dimensões ou fatores; além de relativa, por ser um conceito necessariamente comparativo a outros destinos. Destaque-se ainda que não foi possível identificar estudos empíricos que considerassem o modelo desenvolvido pelo Ministério do Turismo ou que trouxessem uma aplicação dos resultados aferidos pelos levantamentos já realizados.

A presente pesquisa caracteriza-se com uma abordagem dedutiva uma vez que busca a verificação da ocorrência de fenômenos a partir da descrição presente em modelos teóricos (LAKATOS; MARCONI, 1992). Richardson (2011, p.36) ressalta que para testar uma teoria deve-se utilizar o método dedutivo. Segundo a classificação proposta por Malhotra (2001), pode-se caracterizar a pesquisa como exploratória, uma vez que busca o levantamento de critérios para a maior compreensão sobre o problema estudado, e descritiva, dada a finalidade de descrição dos aspectos determinantes para a competitividade de destinos turísticos e suas consequências para o desenvolvimento socioeconômico.

Diferentemente da forma como a competitividade de destinos turísticos vem sendo estudada em âmbito nacional, o presente estudo emprega o método quantitativo em suas análises. Segundo Richardson (2011), esse método caracteriza-se pela quantificação tanto na coleta de dados quanto em sua avaliação. Os métodos quantitativos são aplicados em estudos descritivos em que se procura descobrir e classificar a relação entre variáveis, assim como a causalidade entre fenômenos e devem ser aplicados quando se deseja obter um melhor entendimento do comportamento de diversos fatores e elementos que influem em determinado fenômeno (RICHARDSON, 2011). Entende-se, assim, que o método quantitativo mostra-se mais adequado para a consecução dos objetivos propostos.

3.1 Delimitação da Pesquisa

O universo estudado é composto por sessenta e cinco destinos turísticos selecionados pelo Ministério do Turismo como indutores do turismo nacional. Tais destinos distribuem-se por todas as Regiões do país e por todas as unidades da federação e vêm sendo objeto de estudo para a aferição de sua competitividade turística desde o ano de 2008, por meio da aplicação do modelo de competitividade desenvolvido pelo Ministério do Turismo em parceria com o SEBRAE e com a FGV (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, 2009, 2010). O Quadro 3.1 apresenta a relação de destinos considerados no presente estudo.

UF - Destino	UF - Destino	UF - Destino	UF - Destino	UF - Destino
AC - Rio Branco	CE - Fortaleza	MG - Ouro Preto	PI - Parnaíba	RO - Porto Velho
AL - Maceió	CE - Jijoca de Jericoacoara	MG - Tiradentes	PI - São Raimundo Nonato	RR - Boa Vista
AL - Maragogi	CE - Nova Olinda	MS - Bonito	PI - Teresina	RS - Bento Gonçalves
AM - Barcelos	DF - Brasília	MS - Campo Grande	PR - Curitiba	RS - Gramado
AM - Manaus	ES - Vitória	MS - Corumbá	PR - Foz do Iguaçu	RS - Porto Alegre
AM - Parintins	GO - Alto Paraíso de Goiás	MT - Cáceres	PR - Paranaguá	SC - Balneário Camboriú
AP - Macapá	GO - Caldas Novas	MT - Cuiabá	RJ - Angra dos Reis	SC - Florianópolis
BA - Lençóis	GO - Goiânia	PA - Belém	RJ - Armação dos Búzios	SC - São Joaquim
BA - Marau	GO - Pirenópolis	PA - Santarém	RJ - Paraty	SE - Aracaju
BA - Mata de São João	MA - Barreirinhas	PB - João Pessoa	RJ - Petrópolis	SP - Ilhabela
BA - Porto Seguro	MA - São Luís	PE - Fernando de Noronha	RJ - Rio de Janeiro	SP - São Paulo
BA - Salvador	MG - Belo Horizonte	PE - Ipojuca	RN - Natal	TO - Mateiros
CE - Aracati	MG - Diamantina	PE - Recife	RN - Tibau do Sul	TO - Palmas

Quadro 3.1 – Lista de Destinos Turísticos

Fonte: Estudo de Competitividade 65 Destinos Indutores (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008).

Sob uma perspectiva temporal a presente pesquisa considera dados e informações referentes aos destinos turísticos entre os anos de 2007 e 2010. O corte temporal justifica-se pela influência pressuposta entre as variáveis e pela necessidade de tempo para que um grupo de variáveis possa surtir efeito nas demais. Destaque-se que os dados mais recentes sobre a

competitividade de destinos turísticos, quando da realização da pesquisa, datavam de 2010. A seguir são apresentadas as formas de coleta dos dados, assim como os períodos considerados para as análises.

3.2 Descrição e Coleta dos Dados

Para a realização das análises fez-se necessária a coleta de dados e indicadores para composição de três grupos de variáveis: investimentos governamentais, competitividade de destinos turísticos e desenvolvimento econômico. São utilizados dados secundários e, como forma de obter maior uniformidade nas informações sobre os destinos, foram buscadas fontes de dados confiáveis, com periodicidade adequada para as análises pretendidas e que cobrissem a totalidade do universo de destinos estudados. Dessa forma, foram coletados dados de quatro fontes distintas conforme Quadro 3.2.

Fonte	Dados Coletados	Período de Coleta
Portal Transparência do Governo Federal	Informações sobre investimentos realizados pelo MTur nos 65 destinos estudados.	04 a 15 de junho de 2012
Estudo de Competitividade 65 Destinos Indutores (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008; 2009; 2010)	Índice de Competitividade dos destinos e índices de competitividade para as 13 dimensões de análise do Estudo.	-
Ministério do Trabalho e Emprego/ RAIS	Informações sobre número de empregos, remuneração média e número de empresas das 3 ACT analisadas na pesquisa.	20 de junho a 15 de julho de 2012
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE	Informações sobre arrecadação de ISS e PIB per capita dos destinos	16 a 25 de junho de 2012

Quadro 3.2 – Fonte de Dados e Período de Coleta

Para o primeiro grupo de variáveis foram considerados os investimentos realizados pelo Ministério do Turismo. Alguns dos investimentos realizados possuem tempos de implementação e de maturação consideráveis, tais como obras de infraestrutura e urbanização. Assim, espera-se que os impactos das ações em termos de desenvolvimento econômico ou da competitividade demandem tempo para manifestar seus efeitos. Como forma de minorar o tempo de maturação das intervenções, a variável investimentos será considerada como o somatório dos investimentos aportados pelo MTur diretamente nos sessenta e cinco destinos selecionados ao longo dos anos 2007, 2008 e 2009.

Os dados sobre investimentos realizados pelo Ministério do Turismo nos destinos selecionados foram coletados no Portal Transparência (www.portaltransparencia.gov.br) entre os dias 04 e 15 de junho de 2012. As informações foram coletadas para cada um dos municípios selecionados nos anos considerados para análise. Somente foram considerados dados sobre os investimentos realizados na Função¹ “Comércio e Serviços”, Programas 1001 e 1166², em que os investimentos do Ministério do Turismo enquadram-se. As variáveis resultantes têm características escalares e são mensuradas na moeda nacional corrente. Para facilitar a análise e tratamento dos dados, os valores investidos foram divididos por R\$ 1.000,00.

Como forma de aprimorar as análises, os investimentos do órgão federal de turismo foram classificados em cinco categorias a partir da Ação Orçamentária em que a intervenção se encaixa. O quadro 3.2 apresenta a categorização proposta com exemplos de intervenções características, as ações orçamentárias de referência e as macrodimensões do modelo de competitividade do Ministério do Turismo (2008; 2009; 2010) com que as intervenções se relacionam.

Classificação	Exemplos de Intervenções	Ações Orçamentárias³	Macrodimensões Modelo Brasileiro
Infraestrutura e Serviços Básicos	Abastecimento de água, saneamento, energia elétrica, transportes e urbanização.	0562; 0173; 2301; 1181; 0564; 0A50; 0E06; 0316; 5701; 0316; 10W8; 10WU; 10X0; 10V0.	Infraestrutura
Capacitação e Qualificação	Capacitação e qualificação de empresários e profissionais do setor de turismo.	4054; 4052; 2B39; 4590.	Turismo e Economia
Marketing e divulgação	Ações de marketing e divulgação do destino turístico, realização de festas e eventos para atração de turistas e visitantes.	4038; 2731; 4034; 6672; 4620; 2E04; 4032; 4054; 8256.	Turismo
Gestão	Planos, pesquisas e demais ações voltadas para o fortalecimento da capacidade institucional de gerenciar o destino turístico.	4030; 4104; 4092; 11Y1; 2C01.	Políticas Públicas
Patrimônio Histórico	Ações para conservação, preservação e restauração de patrimônio histórico.	5112.	Sustentabilidade e Turismo
Roteiros e Segmentos	Investimentos em segmentos e roteiros turísticos.	4624; 4622; 4054.	Turismo

Quadro 3.3 – Classificação das Intervenções

¹ Segundo o Manual Técnico Orçamentário (MTO) 2010 a Função refere-se à área da ação governamental em que a despesa será realizada. As ações finalísticas implementadas pelo MTur são classificadas na Função 23 - Comércio e Serviços, Subfunção 695 - Turismo.

² O Programa 1001 é denominado “Gestão da Política Pública de Turismo” ao longo de todo o triênio analisado. O Programa 1166, no entanto, tem sua nomenclatura modificada sendo denominado “Turismo no Brasil, uma viagem para todos” no ano de 2007 e “Turismo no Brasil, uma viagem de inclusão” nos dois anos seguintes.

³ Segundo o MTO 2010, Ações são operações das quais resultam produtos (bens ou serviços) que contribuem para atender ao objetivo de um programa. Podem ser classificadas em atividades, projetos ou operações especiais.

Para a aferição da competitividade de destinos turísticos foram utilizados os dados do Estudo de Competitividade do Ministério do Turismo realizado nos anos de 2008, 2009 e 2010 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, 2009, 2010). A coleta dos dados sobre a competitividade dos destinos turísticos se deu a partir dos relatórios anuais de competitividade produzidos a partir das pesquisas aplicadas e elaborados para cada um dos destinos turísticos selecionados.

Conforme verificado o referido estudo vem sendo realizado nos 65 destinos considerados para a presente análise e apresenta cinco macrodimensões que se subdividem em treze dimensões que contribuem para a formação de um índice de competitividade para cada destino (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008; 2009; 2010). A Figura 2.1 da seção 2.2 apresenta de forma gráfica a relação estabelecida entre dimensões, macrodimensões e o índice de competitividade. Cumpre destacar que o modelo de competitividade de destinos turísticos proposto pelo Ministério do Turismo (2008, 2009, 2010), embora pressuponha a relação entre dimensões, macrodimensões e índice de competitividade, não informa resultados para as macrodimensões ou uma fórmula de cálculo para aferir a contribuição das dimensões para as o índice de competitividade.

Os indicadores resultantes tanto para as dimensões como para o índice de competitividade são variáveis escalares com valores entre 0 e 100. O Estudo de Competitividade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008) sugere a categorização das variáveis de forma a facilitar a análise de seus resultados. São estabelecidas cinco categorias: deficiência competitiva (de 0 a 20 pontos); nível inadequado de competitividade (de 21 a 40 pontos); regularmente satisfatório (de 41 a 60 pontos); condições adequadas (de 61 a 80); e o quinto nível (de 81 a 100 pontos) representando o melhor posicionamento que o destino pode alcançar (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, p.65).

O terceiro conjunto de variáveis empregado nas análises faz referência ao desenvolvimento socioeconômico dos destinos turísticos. Tais variáveis, para os fins do presente estudo, não foram consideradas como indicadores de competitividade, mas como resultantes do desenvolvimento da competitividade turística. Nesse sentido, optou-se pela mensuração dos resultados a partir de cinco grupos de indicadores:

- i. Número de empregos nas atividades características do turismo;
- ii. Salário médio dos empregos em atividades características do turismo;
- iii. Número de empresas nas atividades características do turismo;
- iv. Arrecadação de Imposto sobre Serviços – ISS – municipal; e

v. Produto Interno Bruto per capita municipal.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas – IBGE – define atividades econômicas características do turismo – ACT – como aquelas nas quais as unidades econômicas (as empresas) produzem pelo menos um produto característico de turismo, isto é produtos sensíveis ao consumo de visitantes (IBGE, 2008). Dos doze grupos de atividades identificados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, foram considerados para o presente estudo apenas três: Hotéis e similares, Restaurantes e similares e Agências de Viagens e similares. A seleção de tais grupos deve-se a sua maior identificação com a economia do turismo e, principalmente, ao fato de que apenas parte das atividades econômicas dos demais grupos estar relacionada às atividades características do turismo, de acordo com o IBGE (2008).

Os dados sobre arrecadação de ISS municipal e PIB *per capita* municipal foram obtidos a partir do sítio do IBGE (www.ibge.gov.br) e foram coletados entre os dias 16 e 25 de junho de 2012. Foram obtidos dados sobre PIB *per capita* municipal nos anos de 2007, 2008 e 2009, sendo esse o ano mais atualizado disponível. Não foram observados dados faltantes para a variável PIB *per capita* municipal. Para variável arrecadação de ISS municipal foi possível obter dados referentes aos anos de 2007, 2008, 2009 e 2010. A variável arrecadação de ISS municipal, entretanto, apresentou dados faltantes para alguns destinos analisados, entretanto nunca superiores a 10% do total de casos.

Entre os 65 destinos analisados dois casos merecem destaque: Brasília e Fernando de Noronha. Ambos destinos apresentam condições especiais em termos de arrecadação de ISS, uma vez que não são municípios. Para Brasília foi considerado o valor de ISS arrecadado pelo Distrito Federal. Fernando de Noronha, por sua vez, é um Distrito Estadual pertencente ao Estado de Pernambuco e não foi possível aferir a arrecadação de ISS específica do destino, sendo que o destino foi considerado como dado faltante nas análises em que a variável foi empregada.

Os dados sobre número de empregos, remuneração média e número de empresas nas ACT foram coletados a partir do banco de dados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS – do Ministério do Trabalho e Emprego. Foram coletadas informações referentes aos anos de 2007, 2008, 2009 e 2010. O acesso ao banco de dados foi possibilitado a partir de solicitação feita ao Programa de Disseminação de Estatísticas do Trabalho do Ministério do Trabalho e Emprego (<http://www.mte.gov.br/pdet/index.asp>). A coleta dos dados ocorreu entre os dias 20 de junho e 15 de julho de 2012.

Os dados sobre as diferentes ACT foram coletados seguindo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, versão 2.0, no nível de agrupamento classe. Dessa forma foram utilizados os seguintes códigos: Hotéis e Similares – 55.10-8; Agências de Viagem – 79.11-2; e Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas – 56.11-2. Os dados sobre número de empregos e remuneração média foram obtidos a partir do banco de dados da RAIS sobre vínculos e foram considerados os vínculos ativos em 31 de dezembro de cada ano. Para a coleta de dados sobre o número de estabelecimentos foi acessado o banco de dados da RAIS sobre empresas e foram desconsideradas as empresas que apresentaram declaração RAIS negativa⁴.

3.3 Tratamento e Análise dos Dados

As análises encontram-se divididas em duas etapas: na primeira são analisados dados referentes aos investimentos do Ministério do Turismo e ao desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos. Na segunda etapa é analisada a contribuição da competitividade para o desenvolvimento socioeconômico dos destinos turísticos. As Figuras 3.1 e 3.2 apresentam as relações entre as variáveis que serão analisadas na primeira e na segunda etapas respectivamente. O Quadro 3.4, por sua vez apresenta as perguntas de pesquisa e as variáveis e os indicadores e as técnicas que serão utilizados para respondê-las.

⁴ Empresas que não possuem vínculos empregatícios em um ano apresentam a declaração de RAIS negativa, segundo o Manual de Orientação RAIS – ano base 2011.

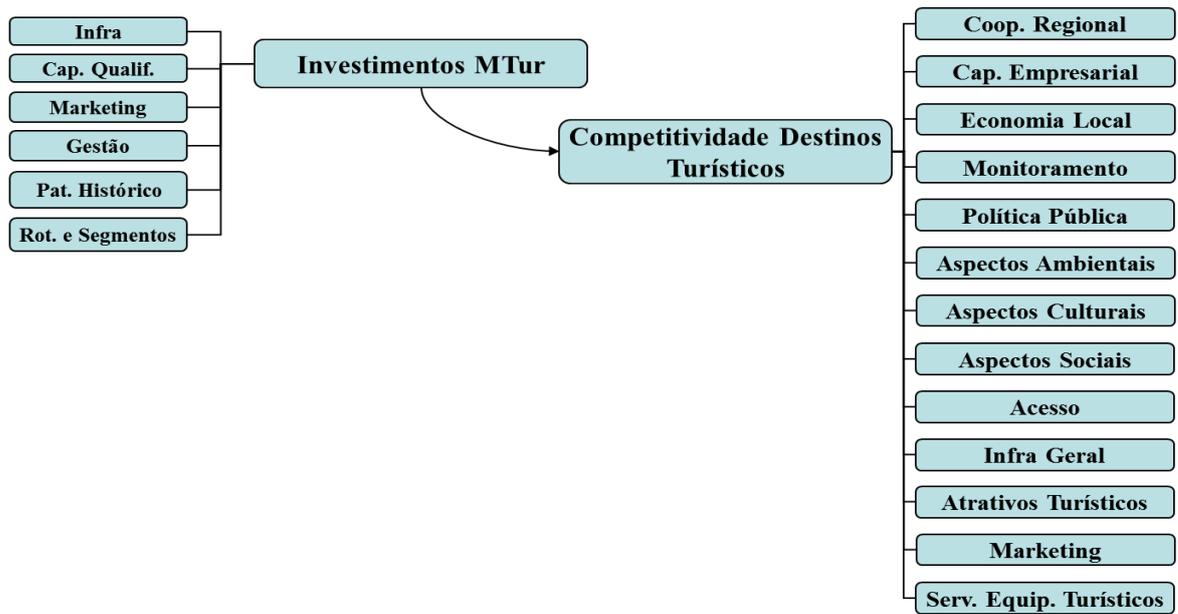


Figura 3.1 – Relacionamento entre variáveis de Investimento e de Competitividade

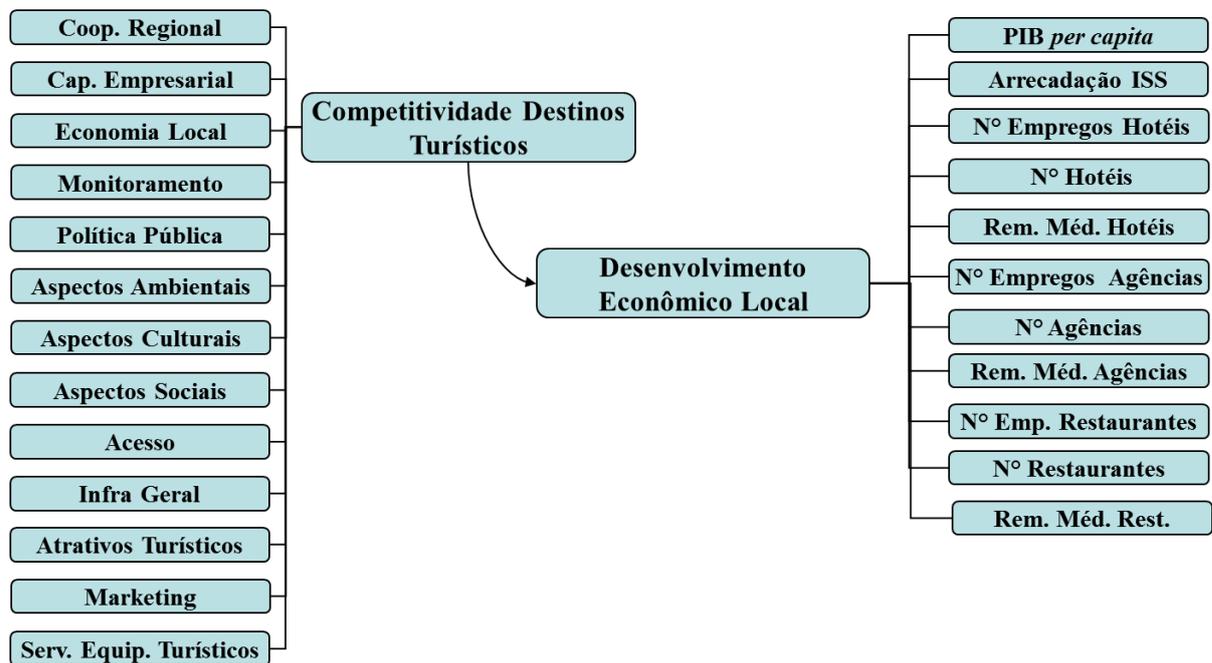


Figura 3.2 – Relacionamento entre variáveis de Competitividade e de Desenvolvimento

Pergunta de Pesquisa	Variáveis	Indicadores	Análises
(i) Que tipos de investimentos federais são mais efetivos para o desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos? (ii) Quais dimensões da competitividade dos destinos turísticos são afetadas pelas diferentes tipologias de investimentos?	Variáveis Independentes - Investimentos governamentais	Investimentos em: 1. Infraestrutura e Serviços Básicos; 2. Capacitação e Qualificação; 3. Marketing e divulgação; 4. Gestão; 5. Patrimônio Histórico; 6. Atrativos Turísticos.	Análise Fatorial – Dimensões de Competitividade; Regressão Multivariada; Análise Envoltória de Dados – DEA;
	Variáveis Dependentes - Competitividade dos destinos turísticos	1. Infraestrutura Geral; 2. Acesso; 3. Serviços e Equipamentos Turísticos; 4. Atrativos Turísticos; 5. Marketing; 6. Política Pública; 7. Cooperação Regional; 8. Monitoramento; 9. Economia Local; 10. Capacidade Empresarial; 11. Aspectos Sociais; 12. Aspectos Ambientais; 13. Aspectos Culturais; 14. Índice de Competitividade.	
(iii) Há relação entre o desenvolvimento da competitividade e o desenvolvimento socioeconômico dos destinos turísticos? (iv) Quais dimensões da competitividade se mostram determinantes para o desenvolvimento dos destinos turísticos?	Variáveis Independentes - Competitividade dos destinos turísticos	1. Infraestrutura Geral; 2. Acesso; 3. Serviços e Equipamentos Turísticos; 4. Atrativos Turísticos; 5. Marketing; 6. Política Pública; 7. Cooperação Regional; 8. Monitoramento; 9. Economia Local; 10. Capacidade Empresarial; 11. Aspectos Sociais; 12. Aspectos Ambientais; 13. Aspectos Culturais; 14. Índice de Competitividade.	Análise Fatorial – Variáveis de Desenvolvimento; Regressão Multivariada; Análise de Correlação.
	Variáveis Dependentes - Desenvolvimento socioeconômico	1. N° de empregos: meios de hospedagem, restaurantes e agências de viagem; 2. Salário Médio empregados: meios de hospedagem, restaurantes e agências de viagem; 3. N° de empresas: meios de hospedagem, restaurantes e agências de viagem; 3. PIB <i>per capita</i> destinos turísticos; 4. Arrecadação ISS destinos turísticos.	

Quadro 3.4 – Variáveis, Indicadores e Técnicas utilizados para resposta das Perguntas de Pesquisa

3.3.1 Investimentos e Competitividade

O modelo de competitividade de destinos turísticos do Ministério do Turismo (2008, 2009, 2010) avalia a competitividade a partir de treze dimensões que dão origem a um índice de competitividade. Considerando o grande número de dimensões realizou-se, com auxílio do *software Statistical Package for the Social Sciences – SPSS*, análise fatorial dos dados como forma de facilitar a análise dos dados. Fatores são dimensões subjacentes que explicam as correlações em um conjunto de variáveis (MALHOTRA, 2001). A análise fatorial foi aplicada aos dados sobre a competitividade dos destinos turísticos no ano de 2008 (ano base das informações sobre competitividade dos destinos).

A fim de verificar se a análise fatorial é adequada foram aplicados os testes de Kaiser-Meyer-Olkin – KMO – e de Esfericidade de Barlett. O teste KMO é um índice utilizado para verificar quão adequada é a análise fatorial (MALHOTRA, 2001). Os valores do teste variam entre 0 e 1, sendo que valores maiores que 0,5 indicam que a análise fatorial é adequada (MALHOTRA, 2001; FIELD, 2005). O resultado do teste KMO apresentou valor de 0,878, o que indica que a análise fatorial é adequada.

O Teste de Esfericidade de Barlett é aplicado para testar a hipótese nula de que a matriz de correlação da população é uma matriz identidade em que cada variável se correlaciona perfeitamente com ela própria e não se correlaciona com as demais (MALHOTRA, 2001). O Teste de Esfericidade de Barlett apresentou significância ($p < 0,05$), o que segundo Hair Jr. *et al.* (2009) indica a existência de correlação suficiente entre as variáveis para prosseguir as análises.

Uma vez que a redução do número de variáveis é o principal interesse da análise, o método de extração utilizado foi a análise do componente principal e o método de rotação foi o Varimax com normalização Kaiser, ambos padrão no *software* utilizado, por minimizar o número de variáveis com altas cargas sobre um fator reforçando a interpretabilidade dos dados (MALHOTRA, 2001). Dimensões com coeficientes inferiores à 0,3 foram desprezadas na composição dos fatores. Os fatores gerados a partir da análise não foram passíveis de interpretação a partir do referencial teórico estudado, uma vez que diversas variáveis analisadas apresentaram coeficientes semelhantes em mais de um fator.

De forma alternativa, tentou-se a análise fatorial a partir da variação em valores absolutos dos valores das treze dimensões de competitividade. Dessa forma, para cada uma das dimensões de competitividade dos destinos turísticos foi criada uma nova variável a partir

da subtração do valor da competitividade no ano de 2010 pelo valor da competitividade no ano de 2008. A análise fatorial da variação das dimensões da competitividade entre os anos de 2008 e 2010 apresentaram valor para o teste KMO de 0,486, o que, seguindo o padrão proposto por Malhotra (2001) e Field (2005), indica que a análise fatorial seria inapropriada. Não obstante, o Teste de Esfericidade de Barlett não apresentou valores significativos, o que indica que as variáveis contempladas nas análises não possuem correlação suficiente. A Tabela 3.3 apresenta os resultados dos referidos testes. A partir dos resultados preliminares, para análise da relação entre investimentos e competitividade, a análise fatorial foi abandonada para a análise das dimensões de competitividade. Os resultados das análises fatoriais, assim como dos pré-testes realizados encontram-se no Apêndice A.

Em face da impossibilidade de se alcançar fatores estatísticos, optou-se pelo estabelecimento de fatores teóricos tomando por base a descrição do comportamento das diferentes dimensões de competitividade proporcionada pelo próprio modelo do Ministério do Turismo. A figura 2.1 apresenta as cinco macrodimensões do modelo de competitividade que são geradas a partir das treze dimensões. A macrodimensão Infraestrutura é composta pelas dimensões Infraestrutura Geral e Acesso. A macrodimensão Turismo é composta pelas dimensões Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos e Marketing. A macrodimensão Políticas Públicas é composta Política Pública, Cooperação Regional e Monitoramento. A macrodimensão Economia é composta pelas dimensões Economia Local e Capacidade Empresarial. Por fim a macrodimensão Sustentabilidade é composta pelas dimensões Aspectos Sociais, Aspectos Ambientais e Aspectos Culturais.

Não foi possível, no entanto, identificar no modelo de competitividade do Ministério do Turismo o peso das dimensões para a composição das macrodimensões, tampouco o peso das diferentes macrodimensões para a composição do índice de competitividade. Como forma de obter fatores para análise estabeleceu-se que cada macrodimensão seria um fator de competitividade e que seu valor seria dado pela soma dos valores das dimensões que o compõem. Para manter a comparabilidade entre os diferentes fatores optou-se ainda pela divisão do somatório pelo número de dimensões, de forma que o valor dos fatores foi obtido a partir da média dos valores das dimensões que o compõem. Foram considerados os dados referentes à variação em valores absolutos dos valores das treze dimensões de competitividade entre os anos de 2010 e 2008. O Quadro 3.5 apresenta os fatores teóricos criados e as dimensões que os compõem. Como forma de tornar mais clara a discussão e diferenciar os fatores de competitividade dos fatores de desenvolvimento

econômico analisados mais a frente, os nomes dos fatores criados a partir do estudo de competitividade serão sempre acompanhados da expressão competitividade.

Fatores de Competitividade	Dimensões
Infraestrutura	Infraestrutura Geral Acesso
Turismo	Serviços e Equipamentos Turísticos Atrativos Turísticos Marketing
Políticas Públicas	Política Pública Cooperação Regional Monitoramento
Economia	Economia Local Capacidade Empresarial
Sustentabilidade	Aspectos Sociais Aspectos Ambientais Aspectos Culturais

Quadro 3.5 – Fatores Teóricos criados a partir das Dimensões de Competitividade

Fonte: Estudo de Competitividade 65 Destinos Indutores (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, p. 32).

Inicialmente, a identificação da efetividade dos investimentos para o desenvolvimento da competitividade foi realizada a partir de análises de regressão múltipla em que os investimentos do Ministério do Turismo foram entendidos como variáveis independentes e os fatores competitivos como variáveis dependentes. Lee e Lings (2008) estabelecem que as análises de regressão são métodos para modelar a relação existente entre variáveis. Sua principal utilidade está na possibilidade de predição do valor de uma variável resultado (também denominada dependente ou critério) a partir de outras variáveis predictoras (ou independentes). Adicionalmente, a partir dos coeficientes de regressão parciais resultantes das análises de regressão pode-se estabelecer quais investimentos possuem maior peso na explicação da variação de cada um dos fatores de competitividade. Para cada fator foi realizada uma análise de regressão em que foram incluídas todas as variáveis independentes.

Antes das análises de regressão foi feita a limpeza do banco de dados. Não foram identificados dados faltantes. Ao analisar as variáveis independentes foram removidos da análise de regressão oito casos por estarem a mais de 3,29 desvios padrão da média das observações e, portanto, serem considerados casos extremos. Ao considerar as variáveis dependentes, somente o Fator Competitividade Economia teve um caso excluído da análise, também por se tratar de um caso extremo.

Com o banco de dados limpo, procedeu-se às análises de regressão. Cada fator de competitividade foi adotado como variável dependente e as variáveis de investimentos como variáveis independentes. Segundo Field (2005), a regressão *stepwise* é indicada quando não

há uma ordem pré-estabelecida de importância entre as variáveis independentes. Abbad e Torres (2002) estabelecem que a regressão *stepwise* é normalmente aplicada em estudos exploratórios em que se busca descrever relacionamentos pouco conhecidos entre as variáveis. Dessa forma, decidiu-se pelo emprego da regressão *stepwise* com a introdução das variáveis pelo método *backward*. No método *backward*, todas as variáveis independentes são inicialmente inseridas no modelo e posteriormente são removidas de acordo com a sua contribuição potencial para a significância do modelo de regressão de forma a restarem somente as melhores predictoras (ABBAD; TORRES, 2002; FIELD, 2005). Realizou-se ainda análise de regressão pelo método entrada forçada. A limpeza do banco de dados e as análises de regressão foram feitas com o uso do *software* SPSS.

As análises de regressão com as variáveis investimentos e os fatores de competitividade não apresentaram resultados significativos para os destinos estudados. De forma alternativa procedeu-se a análise envoltória de dados – DEA. Segundo Peña (2008) a análise envoltória de dados é um método não-paramétrico utilizado para avaliar a eficiência técnica de unidades produtivas (denominadas de *decision making units* – DMU) que utilizam múltiplos insumos para produzir múltiplos produtos medidos em diferentes unidades. O objetivo primário do DEA é comparar como uma quantidade de DMU que realizam tarefas similares se diferenciam pela quantidade de insumos consumidos e produtos realizados (MELLO *et al.*, 2005). A análise envoltória de dados busca a criação de uma fronteira de eficiência a partir dos casos analisados (MELLO *et al.*, 2005). Dessa forma, a análise DEA foi utilizada de forma a determinar quais destinos turísticos foram mais eficientes na aplicação dos recursos para a geração da competitividade e, a partir da identificação dos destinos eficientes, avaliar o padrão de investimentos recebidos.

A partir das informações coletadas, cada destino turístico foi considerado como uma DMU. Os casos anteriormente removidos para as análises de regressão foram reintegrados para as análises DEA. Os investimentos segundo as diferentes classificações foram entendidos como os insumos (*inputs*) e a variação da competitividade em cada uma das treze variáveis relativas à competitividade foram consideradas produtos (*outputs*) para o modelo DEA. Como forma de evitar a presença de valores negativos, a variação da competitividade foi avaliada a partir da divisão do valor da dimensão de competitividade no ano de 2010 pelo valor da dimensão da competitividade no ano de 2008.

As análises foram realizadas com o *Software* Sistema Integrado de Apoio à decisão – SIAD – desenvolvido por Angulo Meza *et al.* (2004). O Programa SIAD oferece a análise DEA segundo dois modelos: CCR (sigla em homenagem a seus autores, Charnes,

Cooper e Rhodes), também conhecido como CRS – *Constant Returns to Scale* – que avalia as entradas (insumos) produzindo retornos constantes de escala em relação às saídas (*outputs*); e BCC (sigla também em homenagem aos seus autores Banker, Charnes e Cooper), também denominado VRS – *Variable Returns to Scale* – que considera retornos variáveis de escala (MELLO *et al.*, 2005). Ambos podem adotar duas formas de maximizar a eficiência: orientado ao insumo – pela redução dos insumos, mantendo o nível de produção; e orientado ao produto – pelo aumento da produção, mantidos os níveis de insumos.

Conforme destaca Mello *et al.* (2005), a análise DEA é benevolente com as unidades avaliadas, uma vez que permite considerar na análise de eficiência de uma DMU apenas aquelas variáveis que lhe são mais favoráveis, o que provoca baixa discriminação entre as variáveis por meio de um grande número de empates entre DMU com eficiência de 100%. Para solucionar esse problema troca-se a relação de *inputs* e *outputs* do modelo original como forma de se descobrir as DMU com as piores práticas. Realiza-se, assim, a análise pela fronteira invertida que seria uma avaliação pessimista das DMU (MELLO *et al.*, 2005) e que representa uma forma de medir a ineficiência das unidades (ANGULO MEZA *et al.*, 2004). As DMU que atingirem 100% de eficiência em ambas avaliações são consideradas falso-eficientes (LOPES, 2012). A DMU falso-eficiente representa uma unidade especializada, com excelência em algum dos itens analisados, porém com desempenho ruim nos demais itens (LOPES, 2012, p. 56). Outros dois aspectos a serem considerados são a eficiência composta e a eficiência composta normalizada. A primeira considera a eficiência padrão e a eficiência invertida através da média aritmética entre a eficiência padrão e o valor obtido da subtração da eficiência invertida. A segunda permite a comparação entre as DMU através da divisão do resultado alcançado na eficiência composta pelo máximo valor alcançado pelas demais DMU analisadas.

Para fins das análises a serem realizadas optou-se pelo modelo BCC com orientação a insumo. Tal escolha justifica-se por considerar que o desenvolvimento da competitividade seria melhor representado com retornos variáveis de escala (destinos de alta competitividade devem realizar um esforço maior para melhorar sua competitividade do que destinos de baixa ou média competitividade) e por considerar que, para fins dessa análise, quanto menor a utilização de insumos (investimentos) para a obtenção da mesma variação de competitividade, mais eficiente seria o destino. A orientação a insumo justifica-se ainda pela definição para os fins da presente análise de que os investimentos comportaram-se como variáveis independentes.

3.3.2 Competitividade e Desenvolvimento Socioeconômico

Para análise da influência da competitividade sobre o desenvolvimento socioeconômico dos destinos turísticos foi utilizada a variação percentual dos fatores de competitividade entre os anos de 2008 e 2010 criados e a variação percentual das variáveis sobre número de empregos, salário médio dos empregados e número de empresas nas atividades características do turismo consideradas e arrecadação de ISS dos destinos turísticos entre os anos de 2007 e 2010. A utilização da variação percentual das variáveis ocasionou o achatamento da variância e a redução do número de casos que seriam considerados extremos. A variável PIB *per capita* apresenta valores até o ano de 2009 de forma que sua análise foi realizada à parte das demais variáveis dependentes. Destinos com variáveis com valor zero em variáveis no ano base de análise (2008 para as variáveis de competitividade e 2007 para as demais variáveis) foram considerados como valores faltantes.

De forma similar à análise anterior, buscou-se a redução do número de variáveis dependentes a partir da análise fatorial. Ao final das análises foram criados quatro Fatores: Economia do Turismo, Impactos Indiretos do Turismo, Remuneração da Economia do Turismo e Remuneração Serviços de Complementares. A variável PIB *per capita*, por apresentar variação somente entre os anos de 2007 e 2009, foi analisada de forma isolada.

A partir dos Fatores criados foi feita a limpeza do banco de dados. Nas variáveis independentes (Fatores de Competitividade) foram identificados um caso faltante no Fator Competitividade Turismo e cinco dados faltantes no Fator Competitividade Políticas Públicas. Adicionalmente foram identificados três casos extremos: um no Fator Competitividade Turismo, um no Fator Competitividade Políticas Públicas e um no Fator Competitividade Economia. Esses casos foram desconsiderados para as análises de regressão, o que reduziu para 57 o número de casos válidos.

As variáveis dependentes (Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico) apresentaram dois casos faltantes no Fator Economia do Turismo, três casos faltantes no Fator Impactos Indiretos do Turismo, um caso faltante no Fator Remuneração da Economia do Turismo e seis casos faltantes no Fator Remuneração Serviços de Complementares. Não obstante foram identificados dois casos extremos no Fator 3 e um caso extremo no Fator 4. A variável PIB *per capita*, também utilizada como variável dependente, não possui casos faltantes, porém foi identificado um caso extremo. Casos faltantes e extremos em variáveis dependentes somente foram desconsiderados quando da utilização dessas variáveis. Com o

banco limpo foram realizadas as análises de regressão. Foram empregadas a regressão *stepwise* com o método *backward*, bem como a regressão com o método entrada forçada.

Os resultados das análises de regressão que apresentaram significância estatística foram descritos em equações a partir dos coeficientes não padronizados. Posteriormente os fatores estatísticos e teóricos foram descritos em função das variáveis que os compõem. Como forma de verificar de forma mais clara o relacionamento entre as variáveis que compõem os Fatores foram realizadas análises de correlação a partir do coeficiente de correlação de Pearson. Segundo Malhotra (2001) a análise de correlação estabelece a intensidade de associação entre duas variáveis métricas. Barbetta (2006) ressalta que a correlação refere-se à uma associação numérica entre duas variáveis, sem, no entanto, estabelecer relação de causalidade entre elas.

Os resultados das análises de correlação variam entre -1 e 1, sendo que coeficientes de correlação com valores positivos indicam uma relação diretamente proporcional e valores negativos uma relação inversamente proporcional. Coeficientes com valores mais próximos de zero indicam menor a intensidade da correlação entre as variáveis enquanto que valores próximos a -1 e 1 indicam forte intensidade de correlação (FIELD, 2005; BARBETTA, 2006). Field (2005, p. 111) indica que uma medida comum para verificar a intensidade da correlação é: valores próximos de $\pm 0,1$ são considerados de fraca intensidade; valores próximos a $\pm 0,3$ são considerados de média intensidade e valores acima de $\pm 0,5$ são considerados de forte intensidade. Para fins do presente estudo será adotada a escala proposta por Field (2005).

A limpeza dos dados, as análises de regressão, bem como as análises de correlação foram realizadas com o auxílio do *software* SPSS. Os resultados dessas análises são apresentados e discutidos na seção seguinte.

4 Resultados e Análise

A presente seção se dedica a apresentação dos resultados das análises estatísticas descritas na seção anterior e à realização das análises com base no referencial teórico. A seção encontra-se dividida em quatro subseções. Nas duas primeiras é abordada a relação entre os investimentos e o desenvolvimento da competitividade a partir das análises de regressão e da análise envoltória de dados. A terceira subseção apresenta os resultados da análise fatorial com as variáveis de desenvolvimento socioeconômico. A quarta e última subseção analisa a relação entre a competitividade e o desenvolvimento de destinos turísticos.

4.1 Investimentos e Desenvolvimento da Competitividade

A partir dos dados sobre investimentos federais realizados pelo Ministério do Turismo nos 65 destinos turísticos estudados entre os anos de 2007 e 2009 e da variação da competitividade entre os anos de 2008 e 2010, buscou-se responder às duas primeiras perguntas de pesquisa: (i) que tipos de investimentos federais são mais efetivos para o desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos? (ii) diferentes tipologias de investimentos federais afetam quais dimensões da competitividade dos destinos turísticos?

Conforme verificado na seção anterior, foram criados cinco fatores teóricos baseados nas macrodimensões do modelo de competitividade do Ministério do Turismo. Cada fator teórico foi utilizado como variável dependente, enquanto os investimentos federais aplicados em cada um dos destinos analisados foram utilizados como variáveis independentes. As Tabelas 4.1 e 4.2 apresentam os resultados das análises com significância estatística. Os demais resultados das análises de regressão são apresentados no Apêndice B.

Modelo	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
(Constante)	3,441	,324		10,629	,000
Marketing	7,697E-5	,000	,315	2,632	,011

Tabela 4.1 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Infraestrutura

Modelo	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
(Constante)	5,450	,679		8,025	,000
Infraestrutura	,000	,000	-,272	-2,305	,025
Patrimônio Histórico	-,010	,004	-,290	-2,461	,017

Tabela 4.2 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Turismo

Foi possível obter resultados com significância estatística somente nas análises de regressão do Fator Competitividade Infraestrutura e do Fator Competitividade Turismo. Conforme Tabela 4.1, para Fator Competitividade Infraestrutura a única variável independente com significância foi o investimento em marketing, de forma que não se vislumbra uma explicação a partir do arcabouço teórico considerado para o presente estudo.

Os resultados da análise de regressão para o Fator Competitividade Turismo, constantes na Tabela 4.2, apresentam significância para as variáveis infraestrutura e patrimônio histórico. Em ambos os casos, no entanto, os coeficientes Beta padronizados apresentaram valores negativos, o que indica que as variáveis independentes influenciam o Fator Competitividade Turismo de forma negativa. Os investimentos realizados nos destinos em infraestrutura e patrimônio histórico, portanto, tiveram resultado oposto ao pretendido, no tocante ao desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos. Esse resultado vai de encontro à proposição de que os investimentos do Ministério do Turismo têm um impacto positivo para o desenvolvimento da competitividade turística.

O Fator Competitividade Turismo envolve as dimensões: Serviços e Equipamentos Turísticos; Atrativos Turísticos; e Marketing. Essas dimensões relacionam-se aos Recursos Centrais e Atrativos do modelo de Crouch e Ritchie (1999) e à Gestão do Destino no modelo de Dwyer e Kim (2003) e são aspectos centrais para o desenvolvimento de recursos turísticos necessários à competitividade dos destinos. Considerando o volume de recursos aportado pelo Ministério do Turismo em ambas tipologias de investimentos, uma possível explicação seria que há um enfoque muito grande em investimentos em infraestrutura (45% do total de investimentos considerados), desproporcional à evolução desses aspectos relativos à competitividade turística. Haveria, portanto, um descompasso nos investimentos, uma vez que, em seguida às infraestruturas básica e de acesso, necessárias para o desenvolvimento turístico, deveria haver investimentos complementares voltados para os produtos e os atrativos turísticos. Segundo Hassan (2000), a ausência de ações de marketing e

de promoção de atrativos turísticos pode acarretar, no longo prazo, o comprometimento da competitividade de mercado dos destinos turísticos.

Da mesma forma, o investimento aportado em patrimônio histórico possivelmente não acompanhou o desenvolvimento dos Fatores relacionados à competitividade, mais uma vez ocasionando um descompasso entre as variáveis e a relação inversamente proporcional aferida na análise de regressão. Cumpre destacar que os investimentos em patrimônio histórico referem-se a menos de 1% do total investido pelo Ministério do Turismo nos 65 destinos considerados.

Nota-se a partir do resultado que os investimentos nos destinos turísticos podem ter influência em aspectos diversos da área temática de aplicação dos recursos, além de não se restringirem a impactos positivos para o desenvolvimento da competitividade. Por haver a possibilidade de resultados negativos para a competitividade ressalta-se a necessidade de planejamento dos investimentos para o desenvolvimento da competitividade e de seu monitoramento para que os resultados alcançados não sejam diversos daqueles almejados. Esser *et al.* (1996) destacam que uma política ativa e antecipatória não pode ser implementada com um método de planejamento unidimensional e tradicional com a participação exclusiva de organismos governamentais dotados de conhecimentos limitados. Dessa forma, as políticas públicas devem se apoiar no diálogo amplo entre os diversos segmentos para que as mudanças sociais, resultado final da competitividade, efetivamente ocorram (ESSER *et al.*, 1996).

Tendo por base os resultados obtidos, não foi possível identificar quais investimentos foram mais efetivos para o desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos analisados devido à falta de significância estatística da grande maioria das análises de regressão linear. Conforme destacado nos modelos de competitividade de destinos turísticos estudados, a competitividade seria desenvolvida a partir da atuação conjunta do Governo em seus diferentes níveis (municipal, estadual e federal), assim como das organizações que compõem o destino turístico (DWYER; KIM, 2003). Ao abordar somente os investimentos federais realizados pelo Ministério do Turismo diretamente no município, não estão sendo considerados outros investimentos realizados em âmbito regional ou mesmo os investimentos que os Estados e os próprios municípios possam realizar.

Ainda assim, por se tratar de investimentos realizados diretamente nos municípios, e que o desenvolvimento da competitividade é um dos objetivos centrais das políticas públicas desenvolvidas pelo MTur, era esperado que esses investimentos fossem significativos para a variação positiva da competitividade dos destinos turísticos, ainda que com pouca variação podendo ser explicada pelas variáveis inseridas nas análises de regressão.

4.2 Análise Destinos Turísticos Eficientes

Os resultados obtidos a partir das análises de regressão não foram suficientes para responder às questões propostas para a presente pesquisa. Dessa forma optou-se pela utilização da análise envoltória de dados para identificar quais destinos foram mais eficientes na aplicação de recursos do Ministério do Turismo e buscar verificar a existência de um padrão comum nos investimentos aportados. Procedendo-se a análise envoltória de dados a partir do Programa SIAD obtém-se os resultados constantes na Tabela 4.3.

DMU	Eficiências			
	Padrão	Invertida	Composta	Composta Normalizada
Alto Paraíso de Goiás	1	1	0,5	0,511562
Angra dos Reis*	1	0,101196	0,949402	0,971355
Aracaju	1	1	0,5	0,511562
Aracati	1	1	0,5	0,511562
Armação dos Búzios	1	1	0,5	0,511562
Balneário Camboriú	1	1	0,5	0,511562
Barcelos	1	1	0,5	0,511562
Barreirinhas	0	0	0,5	0,511562
Belém	1	1	0,5	0,511562
Belo Horizonte	1	1	0,5	0,511562
Bento Gonçalves	1	1	0,5	0,511562
Boa Vista	1	1	0,5	0,511562
Bonito*	1	0,167899	0,91605	0,937232
Brasília	1	1	0,5	0,511562
Cáceres	1	1	0,5	0,511562
Caldas Novas*	1	0,866458	0,566771	0,579876
Campo Grande	1	1	0,5	0,511562
Corumbá	1	1	0,5	0,511562
Cuiabá*	1	0,567948	0,716026	0,732583
Curitiba*	1	0,453919	0,77304	0,790915
Diamantina	1	1	0,5	0,511562
Fernando de Noronha	0	0	0,5	0,511562
Florianópolis*	1	0,463814	0,768093	0,785854
Fortaleza	1	1	0,5	0,511562
Foz do Iguaçu	1	1	0,5	0,511562
Goiânia	1	1	0,5	0,511562
Gramado	1	1	0,5	0,511562
Ilhabela	1	1	0,5	0,511562
Ipojuca*	1	0,214073	0,892964	0,913612
Jijoca de Jericoacoara	1	1	0,5	0,511562
João Pessoa	1	1	0,5	0,511562
Lençóis	1	1	0,5	0,511562
Macapá*	1	0,824366	0,587817	0,601409
Maceió	1	1	0,5	0,511562

Continua.

DMU	Eficiências			
	Padrão	Invertida	Composta	Composta Normalizada
Manaus	1	1	0,5	0,511562
Maragogi	1	1	0,5	0,511562
Marauí	1	1	0,5	0,511562
Mata de São João	1	1	0,5	0,511562
Mateiros	0	0	0,5	0,511562
Natal	1	1	0,5	0,511562
Nova Olinda	1	1	0,5	0,511562
Ouro Preto	1	1	0,5	0,511562
Palmas*	1	0,30021	0,849895	0,869547
Paranaguá*	1	0,252863	0,873568	0,893768
Paraty	1	1	0,5	0,511562
Parintins	1	1	0,5	0,511562
Parnaíba	1	1	0,5	0,511562
Petrópolis	1	1	0,5	0,511562
Pirenópolis	1	1	0,5	0,511562
Porto Alegre*	1	0,185095	0,907453	0,928436
Porto Seguro	1	1	0,5	0,511562
Porto Velho	1	1	0,5	0,511562
Recife	1	1	0,5	0,511562
Rio Branco*	1	0,354307	0,822846	0,841873
Rio de Janeiro	1	1	0,5	0,511562
Salvador	1	1	0,5	0,511562
Santarém	1	1	0,5	0,511562
São Joaquim	1	1	0,5	0,511562
São Luís	1	1	0,5	0,511562
São Paulo	1	1	0,5	0,511562
São Raimundo Nonato	1	1	0,5	0,511562
Teresina	1	1	0,5	0,511562
Tibau do Sul*	1	0,045201	0,9774	1
Tiradentes	1	1	0,5	0,511562
Vitória	1	1	0,5	0,511562

* Destinos Turísticos Classificados como Eficientes pela Análise DEA.

Tabela 4.3 – Análise DEA 65 Destinos Turísticos

Os resultados da análise DEA (Tabela 4.3) demonstram um grande número de DMU falso-eficientes (que apresentam valores máximos tanto na eficiência padrão quanto na invertida) e apenas 13 destinos turísticos com eficiência real, sendo sete capitais e seis não-capitais. Tomando por base somente as informações dos destinos considerados eficientes a partir da análise DEA, observa-se que o valor médio recebido por destino durante o triênio analisado foi de R\$ 5.421.250,00, valor abaixo da média dos investimentos realizados pelo Ministério do Turismo nos 65 destinos indutores (R\$ 9.885.160,00), para o mesmo período de análise. O índice de competitividade desses destinos sofreu uma variação percentual média de 11,4%, com valor máximo de 17,16% de variação ocorrendo no destino de Palmas. Em valores absolutos, os destinos eficientes sofreram uma variação média de 5,4 pontos no

período. Considerando o valor médio investido pelo Ministério do Turismo nos treze destinos eficientes, tem-se que para cada ponto incremental no índice de competitividade do destino turístico há um investimento do MTur de aproximadamente R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

Tomando por base a classificação proposta pelo Ministério do Turismo (2008) para a competitividade dos destinos indutores, observa-se que apenas dois destinos evoluíram de categoria. Observa-se ainda que a maioria dos destinos considerados eficientes posiciona-se na categoria intermediária (Satisfatório) e que somente Capitais figuram na categoria intermediária superior (Adequado). Um único destino, Ipojuca, encontrava-se na categoria Inadequado e, no período analisado, evoluiu da categoria Satisfatório. A Tabela 4.4 traz informações a respeito da evolução dos índices de competitividade dos treze destinos considerados eficientes e a evolução do posicionamento dos destinos na escala proposta pelo Estudo de Competitividade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008).

Destino	Variação Competitividade 2008-2010		Posicionamento*	
	2010-2008	Variação %	2008	2010
Angra dos Reis	3,5	6,28	Satisfatório	Satisfatório
Bonito	6,7	15,07	Satisfatório	Satisfatório
Caldas Novas	4,5	8,94	Satisfatório	Satisfatório
Cuiabá	4,8	8,16	Satisfatório	Adequado
Curitiba	6,5	9,83	Adequado	Adequado
Florianópolis	5,3	8,41	Adequado	Adequado
Ipojuca	4,8	12,60	Inadequadas	Satisfatório
Macapá	5,4	11,36	Satisfatório	Satisfatório
Palmas	8,1	17,16	Satisfatório	Satisfatório
Paranaguá	4,6	8,50	Satisfatório	Satisfatório
Porto Alegre	7,5	11,82	Adequado	Adequado
Rio Branco	6,2	13,32	Satisfatório	Satisfatório
Tibau do Sul	5,5	14,00	Satisfatório	Satisfatório
Média	5,4	11,4	-	-

* Seguindo a escala proposta no Estudo realizado pelo Ministério do Turismo (2008), os destinos foram classificados em cinco categorias de acordo com o índice de competitividade: Deficientes (de 0 a 20 pontos), Inadequado (de 21 a 40 pontos), Satisfatório (de 41 a 60 pontos), Adequado (de 61 a 80) e Competitivo (de 81 a 100 pontos).

Tabela 4.4 – Evolução da Competitividade dos Destinos Turísticos Eficientes

Todos os destinos considerados eficientes receberam investimentos na categoria infraestrutura. O segundo tipo de investimento mais comum entre os destinos considerados eficientes foi o investimento em marketing, havendo ocorrência em 84,61% dos destinos selecionados. Investimentos em gestão e em capacitação e qualificação ocorreram em 38,46% dos destinos. Investimentos em roteiros e segmentação ocorreram em apenas 15,38% dos

casos. Entre os destinos eficientes não foi possível identificar investimentos em patrimônio histórico. Tal situação justifica-se pela pequena quantidade de programas do Ministério do Turismo diretamente relacionados ao tema e, conforme citado, pelo pequeno volume de recursos aplicados nesses programas no triênio considerado. A Tabela 4.5 traz informações sobre os investimentos recebidos pelos destinos turísticos, o percentual aplicado nas diferentes categorias consideradas e as informações sobre os valores médios investidos nos destinos eficientes e nos 65 destinos analisados.

DMU	Eficiência Composta Normalizada	% Investido						Total Investido (R\$ 1.000,00)
		Infraestrutura	Capacitação e Qualificação	Marketing	Gestão	Pat. Histórico	Roteiros e Segmentação	
Tibau do Sul	1	92,08	0,00	7,92	0,00	0,00	0,00	631,25
Angra dos Reis	0,971355	72,22	27,78	0,00	0,00	0,00	0,00	540,00
Bonito	0,937232	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.646,54
Porto Alegre	0,928436	54,90	9,71	30,75	4,64	0,00	0,00	4.960,42
Ipojuca	0,913612	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.200,00
Paranaguá	0,893768	93,55	0,00	6,45	0,00	0,00	0,00	4.266,65
Palmas	0,869547	65,99	17,44	16,57	0,00	0,00	0,00	5.909,79
Rio Branco	0,841873	97,58	0,00	2,42	0,00	0,00	0,00	6.195,00
Curitiba	0,790915	20,35	37,88	32,12	8,45	0,00	1,19	13.013,53
Florianópolis	0,785854	27,82	8,05	58,28	2,57	0,00	3,28	5.253,50
Cuiabá	0,732583	37,99	0,00	61,08	0,93	0,00	0,00	10.717,19
Macapá	0,614090	45,33	0,00	5,39	49,28	0,00	0,00	5.073,50
Caldas Novas	0,579876	90,11	0,00	9,89	0,00	0,00	0,00	9.808,88
Valores Médios (R\$ 1.000,00) Dest. Eficientes	-	3.138,29	539,67	1.385,43	312,69	0,00	25,17	5.401,25
Valores Médios (R\$ 1.000,00) 65 Destinos	-	4.456,33	1.111,02	3.825,39	355,92	22,11	114,39	9.885,16

Tabela 4.5 – Investimentos por Categoria em Destinos Eficientes

Ao observar os destinos turísticos mais eficientes segundo a análise DEA, a exceção de Bonito e Ipojuca, todos os demais recebem investimentos em mais de uma categoria. Esse resultado corrobora a perspectiva de Crouch e Ritchie (1999) de que a competitividade de destinos turísticos é multidimensional, o que demandaria investimentos em diversas áreas para seu desenvolvimento. Aparentemente não há relação entre o volume de recursos aportado e o resultado em termos de variação da competitividade, uma vez que os destinos eficientes que receberam maior aporte de recursos obtiveram variações médias

absolutas ou percentuais próximas ou abaixo da média dos demais destinos turísticos eficientes.

Adicionalmente, ao observar os destinos considerados eficientes a partir da classificação proposta pelo estudo do Ministério do Turismo (2008), observa-se que os destinos turísticos classificados na categoria Adequado (categoria mais alta entre os destinos eficientes) receberam investimentos em um maior número de categorias, comparado aos destinos classificados na categoria Satisfatório. O único destino classificado inicialmente na categoria Inadequado recebeu exclusivamente investimentos em infraestrutura e, no período analisado evoluiu para a categoria Satisfatório.

Outro ponto a ser observado a partir da Tabela 4.5 é que os destinos que são Capitais de Estado receberam investimentos em um maior número de categorias, e que o peso relativo dos investimentos na categoria infraestrutura é menor em comparação aos destinos não-capitais. Florianópolis e Curitiba, duas capitais classificadas na categoria Adequado em todo período de análise, em relação à competitividade foram as que receberam menor proporção de investimentos em infraestrutura (20,35% e 27,82% respectivamente). Porto Alegre, outra capital na classificação “Adequado”, recebeu 54,9% dos investimentos em ações de infraestrutura. Tal diferença pode ser explicada pela infraestrutura já existente e pelo estágio de desenvolvimento econômico das capitais que necessitariam de menores investimentos em infraestrutura para o desenvolvimento da atividade turística comparativamente a outros destinos. De forma contrária, as não-capitais e destinos menos avançados, por serem áreas relativamente menos desenvolvidas, necessitam de maiores recursos especialmente em infraestrutura e serviços básicos de forma a desenvolver a estrutura receptiva necessária para o turismo.

Dwyer e Kim (2003), ao tratar na dimensão Recursos em seu modelo, ressaltam a necessidade de recursos criados e de recursos de apoio para o desenvolvimento e para a competitividade de destinos turísticos. Pode-se inferir, a partir dos resultados, que a infraestrutura e os serviços básicos são condições necessárias para o desenvolvimento dos destinos turísticos de forma sustentável e competitiva. Conforme os destinos vão se desenvolvendo e se tornando competitivos há uma redução da necessidade de investimentos em infraestrutura e serviços básicos, tratados por Dwyer e Kim (2003) como recursos de apoio aos recursos criados e aos recursos inatos, e um aumento da necessidade de investimentos que qualifiquem os produtos e o destino turístico, tais como: capacitação e qualificação de mão-de-obra, ações de marketing e divulgação e gestão do destino. Crouch e

Ritchie (1999) tratam a infraestrutura básica e o acesso como fatores de suporte para o desenvolvimento de recursos centrais e atrativos dos destinos turísticos.

Capacitação e qualificação para a prestação de serviços também são compreendidos como recursos de suporte aos atrativos nos modelos de Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003). A exceção de Curitiba, que teve 37,88% dos recursos aportados no período nessa categoria, os demais destinos competitivamente mais avançados receberam investimentos em torno de 10% do volume total nessa categoria. Heath (2003) destaca o turismo como ferramenta para inclusão social para a população menos favorecida. Nesse sentido, os investimentos em qualificação e capacitação profissional devem ser entendidos como necessários para o cumprimento da meta fim da competitividade: geração de benefícios sociais e econômicos para a sociedade, especialmente ao se tratar de países em desenvolvimento. Embora os modelos de competitividade de destinos turísticos ressaltem a importância da competitividade para o desenvolvimento socioeconômico local, não se verifica o reconhecimento da capacitação e da qualificação como vetores para esse desenvolvimento. As capitais possuem uma maior oferta de cursos de qualificação profissional pela existência de uma maior quantidade de instituições e centros de formação técnica, o que poderia tornar menos intensiva a necessidade de investimentos públicos para que houvesse a capacitação e qualificação da mão de obra.

Investimentos em marketing e divulgação encontram um peso relativo importante nos quatro destinos com competitividade Adequada (sempre superior a 30%). Especialmente ao verificar Cuiabá, cuja competitividade evoluiu de Satisfatória para Adequada no período, os investimentos em marketing chegaram a 61,08%. Os demais destinos que também receberam investimentos de marketing apresentaram proporções inferiores a 10% do valor total de investimentos recebidos. As atividades de marketing e promoção são entendidas como aspectos centrais da gestão do destino por Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003) e se relacionam com a atratividade dos destinos turísticos no mercado. Embora os investimentos estejam mais associados às ações de promoção do que à prospecção de mercados, nota-se que eles se encontram mais presentes em destinos desenvolvidos.

Apesar de o destino com maior investimento proporcional em gestão ser Macapá, os quatro destinos com competitividade Adequada também receberam recursos para a gestão turística. A dimensão de gestão do destino em Dwyer e Kim (2003), assim como em Crouch e Ritchie (1999), Heath (2003) e nos demais modelos de competitividade recebe atenção especial por tratar de aspectos tais como: a cooperação, o relacionamento entre *stakeholders* envolvidos ou influenciados pelo desenvolvimento da atividade turística, a coordenação entre

as diferentes atividades econômicas, a formação de uma visão de futuro conjunta para o destino, além de seu planejamento, do monitoramento e avaliação de seu desenvolvimento, da formalização de canais de comunicação e da organização do turismo nos destinos. Crouch e Ritchie (2010) destacam as atividades de gestão do destino como necessárias para o aprimoramento da atratividade dos recursos centrais e atrativos do destino, o fortalecimento e a qualificação os fatores de suporte para o desenvolvimento da atividade turística e principalmente para a adaptabilidade do destino para as oportunidades e ameaças apresentadas pelo ambiente. A presença desses investimentos em destinos mais desenvolvidos justifica-se, portanto, pela maior complexidade relacionada à sua gestão, bem como pela necessidade de constante aprimoramento para a manutenção de sua competitividade.

Não obstante ao achado acima descrito, investimentos em roteirização e segmentação foram observados somente em destinos turísticos classificados na categoria Adequado. Esses investimentos relacionam-se aos estudos e pesquisas sobre o aproveitamento turístico de novos segmentos, assim como a proposição de roteiros turísticos integrados que poderiam agregar valor aos produtos e atrativos já explorados. Os investimentos em roteiros e segmentos podem evidenciar, portanto, a necessidade de diversificação de produtos e atrativos para a evolução de destinos turísticos em estágios mais avançados de desenvolvimento de sua competitividade.

Argumenta-se, assim, que quanto mais competitivo o destino turístico maior a necessidade de investimentos em diversas áreas temáticas para manutenção ou evolução do nível de sua competitividade, o que reforça o aspecto multidimensional do conceito. Quanto mais desenvolvidos os destinos menor a proporção de investimentos necessários em infraestrutura e outros recursos de suporte e maior a proporção de investimentos em ações e atividades para estruturação e diversificação de produtos e atrativos, gestão do destino e posicionamento de mercado. Destinos turísticos em formação recebem mais investimentos em infraestrutura e recursos de suporte. Conforme ressaltado, esses investimentos configuram-se como necessários para o estabelecimento das bases para o desenvolvimento do turismo. Ritchie e Crouch (2010) destacam que a infraestrutura geral do destino é um dos principais fatores de suporte para a competitividade de um destino.

Para o desenvolvimento e manutenção da competitividade, entretanto, são necessários investimentos complementares para o desenvolvimento de atrativos e produtos turísticos, bem como a implementação de ações de promoção e marketing de forma a posicionar os destinos no mercado e efetivamente atrair a demanda turística. Os resultados evidenciam ainda que, em estágios mais avançados, há a necessidade de diferenciação através

da criação de novos roteiros e exploração de novos segmentos turísticos que permitam ao destino a manutenção e o desenvolvimento de sua competitividade. Embora pouco tenha sido produzido sobre o tema, pode-se argumentar que os fatores determinantes de competitividade sejam diferentes conforme o estágio de desenvolvimento ou evolução dos destinos turísticos (WILDE; COX, 2008). Hassan (2000) ressalta a necessidade de monitoramento especialmente para destinos turísticos maduros, para que os destinos possam antecipar mudanças de mercado e reagir a elas de forma a manter a sustentabilidade de seu desenvolvimento e sua competitividade face ao mercado.

Retomando as questões propostas para a presente seção, não foi possível identificar de forma clara quais investimentos foram mais efetivos para o desenvolvimento dos fatores de competitividade, ou quais dimensões são mais influenciadas pelos investimentos, devido aos resultados das análises de regressão não terem apresentado significância estatística. Em que pesem as informações sobre investimentos estarem restritas às aplicações do Ministério do Turismo em um triênio, e que possivelmente diversos outros investimentos realizados têm efeitos diretos e indiretos no desenvolvimento da competitividade, argumenta-se que, por se tratar de um objetivo explícito das políticas do Ministério, era de se esperar que tais investimentos tivessem ao menos um resultado significativo para o desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos, ainda que com pouca variância explicada.

A presença de variáveis independentes com coeficientes de regressão parcial negativo nas análises que apresentaram alguma significância estatística é emblemática. Esse resultado evidencia que os investimentos realizados poderiam ter efeito contrário ao objetivo pretendido de desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos. A partir dos resultados das análises de regressão pode-se inferir que os investimentos realizados nos destinos turísticos indutores selecionados pelo Ministério do Turismo ou não tiveram significância para a competitividade ou contribuíram de forma negativa para o seu desenvolvimento. Shiki (2007), ao analisar a relação entre investimentos públicos em turismo e o índice de desenvolvimento em municípios turísticos, encontra resultados similares e argumenta em função da ampliação das demandas provenientes da imigração sem que os serviços públicos pudessem atender de forma satisfatória essa demanda.

Crouch e Ritchie (2010) destacam que as políticas para o desenvolvimento de destinos turísticos devem ser formuladas de forma integrada para o desenvolvimento da competitividade e devem contemplar um espectro amplo de questões incluindo preocupações com a oferta e a demanda turística. Ressalta-se, assim, a necessidade de que os investimentos

para o desenvolvimento da competitividade sejam planejados de forma integrada com os diversos agentes envolvidos com a atividade turística e os investimentos não se restrinjam a poucos aspectos da competitividade. Os resultados da análise envoltória de dados corroboram essa perspectiva, uma vez que foi possível identificar o padrão de investimentos (entendidos como insumos) recebidos pelos destinos classificados como mais eficientes.

Não obstante, a classificação dos destinos eficientes de acordo com o desenvolvimento de sua competitividade permitiu verificar que o peso relativo dos investimentos em infraestrutura, identificados como de suporte ao desenvolvimento da atividade turística (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003), é maior em destinos em formação. Conforme os destinos turísticos apresentavam evolução em seu grau de competitividade, menor era a proporção de investimentos em infraestrutura e mais diversa era a gama de tipologias abrangidas pelos investimentos. Nota-se que em destinos mais desenvolvidos investimentos em promoção e marketing, em gestão e em diversificação dos atrativos são mais presentes.

Essas evidências estão de acordo com a perspectiva adotada pelos principais modelos de competitividade de destinos turísticos e corrobora o argumento de Hassan (2000) e Wilde e Cox (2008) de que destinos em estágios de evolução diferentes possuem fatores críticos de competitividade diferentes. Uma vez que a competitividade é multidimensional, seu desenvolvimento também demandará ações e atividades em diversas dimensões.

A seção seguinte aborda a influência do desenvolvimento da competitividade em destinos turísticos sobre o desenvolvimento socioeconômico dos destinos turísticos.

4.3 Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico

Em prosseguimento às análises, buscou-se a partir dos dados sobre a competitividade dos 65 destinos turísticos estudados verificar sua contribuição para o desenvolvimento socioeconômico dessas localidades e, assim, responder às duas últimas perguntas de pesquisa: (iii) há relação entre o desenvolvimento da competitividade e o desenvolvimento socioeconômico dos destinos turísticos? (iv) quais dimensões da competitividade se mostram determinantes para o desenvolvimento dos destinos turísticos?

As perguntas propostas foram respondidas a partir dos fatores teóricos gerados das dimensões do Modelo de Competitividade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008, 2010) e com os fatores de desenvolvimento socioeconômico gerados a partir de análise fatorial. As

diferentes variáveis que compõem os fatores representam a variação percentual dos valores observados entre os anos de 2007 e 2010, à exceção do PIB *per capita* cuja disponibilidade dos dados, até a data da coleta, encontrava-se restrita ao ano de 2009.

De forma similar à análise anterior, buscou-se a redução do número de variáveis dependentes a partir da análise fatorial. O método de extração utilizado foi a análise do componente principal e o método de rotação foi o Varimax com normalização Kaiser. Dimensões com coeficientes inferiores à 0,5 foram desprezadas na composição dos fatores. O teste KMO para a análise apresentou significância estatística com resultado de 0,502, o que, seguindo o padrão de análise adotado para o presente trabalho, demonstra que a análise fatorial é adequada. Adicionalmente o Teste de Esfericidade de Barlett apresentou valores significativos. A Tabela 4.6 apresenta os Fatores resultantes da análise.

Variáveis	Fatores*			
	1	2	3	4
$\Delta\%$ N° Empregos Hotéis	,804			
$\Delta\%$ N° Hotéis	,895			
$\Delta\%$ N° Agências	,725			
$\Delta\%$ Arrecadação de ISS		,570		
$\Delta\%$ N° Empregos Restaurantes		,924		
$\Delta\%$ N° Restaurantes		,884		
$\Delta\%$ Remuneração Média Hotéis			,794	
$\Delta\%$ Remuneração Média Restaurantes			,762	
$\Delta\%$ N° Empregos Agências				,565
$\Delta\%$ Remuneração Média Agências				,784

*Rotação convergida em 5 iterações.

Tabela 4.6 – Fatores Gerados – Variáveis Desenvolvimento Socioeconômico

As informações constantes na Tabela 4.7 demonstram que foram criados quatro fatores a partir das variáveis empregadas na análise. Esses fatores explicam 69,32% da variância total. Destaque-se que as variáveis Arrecadação de ISS, Remuneração Média de Restaurantes e Número de Agências de Viagens apresentaram cargas relevantes em mais de um fator. Devido à diferença nos valores das cargas, optou-se pela manutenção das variáveis nos fatores em que elas possuíssem maior carregamento e por desconsiderar sua presença nos fatores de menor carregamento para o prosseguimento das análises.

O Fator 1 engloba as variáveis: número de empregos em hotéis, número de hotéis e número de agências de viagens. Considerando que os meios de hospedagem e as agências de viagens são a ACT com relação mais direta com a atividade turística e com menor incidência de consumo por residentes da própria localidade, o Fator 1 foi denominado de Economia do Turismo – ECOT.

O Fator 2 englobou as variáveis arrecadação de ISS, número de empregos em restaurantes e número de restaurantes. Atividades de restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação e bebidas, embora possuam um grande peso no número de empregos relacionados ao turismo são muito influenciados pelo consumo de residentes sendo difícil a mensuração direta de seu impacto na economia do turismo. Da mesma forma, em grandes centros é difícil estimar a participação direta do turismo na arrecadação de ISS municipal dada a grande diversidade de serviços ofertados. Decidiu-se, assim, por nomear o Fator 2 de Impactos Indiretos do Turismo – IMPT.

As duas ACT que mais empregam na economia do turismo são os meios de hospedagem e os restaurantes e representam as principais alternativas para inserção social e distribuição de renda a partir da economia do turismo. O Fator 3 inclui essas duas variáveis e foi designado Remuneração da Economia do Turismo – REMT. Por fim o Fator 4 envolve o número de empregos e a remuneração média dos empregados de agências de viagens. Embora o consumo de residentes para essa ACT não seja grande, o número de empregos relacionados à essa atividade é inferior aos meios de hospedagem e aos restaurantes. Dessa forma, optou-se por denominar esse fator de Remuneração Serviços Complementares – REMC.

Como forma de possibilitar a efetiva redução das variáveis dependentes os fatores criados foram transformados em valores a partir dos coeficientes fatoriais atribuídos às variáveis que os compõem. A Tabela 4.7 apresenta os coeficientes fatoriais resultantes da análise realizada.

Variáveis	Coeficientes de Escores Fatoriais			
	Fator ECOT	Fator IMPT	Fator REMT	Fator REMC
Δ% N° Empregos Hotéis	,373			
Δ% N° Hotéis	,435			
Δ% N° Agências	,324			
Δ% Arrecadação de ISS		,239		
Δ% N° Empregos Restaurantes		,442		
Δ% N° Restaurantes		,454		
Δ% Remuneração Média Hotéis			,604	
Δ% Remuneração Média Restaurantes			,589	
Δ% N° Empregos Agências				,468
Δ% Remuneração Média Agências				,646

Tabela 4.7 – Coeficientes Fatoriais – Variáveis Desenvolvimento Socioeconômico

A partir dos Coeficientes Fatoriais pode-se estabelecer equações para a transformação das variáveis em Fatores de desenvolvimento socioeconômico conforme as equações a seguir:

- $F_{ECOT} = 0,373(\Delta\%N^{\circ} \text{Empregos Hotéis}) + 0,435(\Delta\%N^{\circ} \text{Hotéis}) + 0,324(\Delta\%N^{\circ} \text{Agências})$
- $F_{IMPT} = 0,239(\Delta\% \text{Arrecadação de ISS}) + 0,442(\Delta\% N^{\circ} \text{Empregos Restaurantes}) + 0,454(\Delta\% N^{\circ} \text{Restaurantes})$
- $F_{REMT} = 0,604(\Delta\% \text{Remuneração Média Hotéis}) + 0,589(\Delta\% \text{Remuneração Média Restaurantes})$
- $F_{REMC} = 0,468(\Delta\% N^{\circ} \text{Empregos Agências}) + 0,646(\Delta\% \text{Remuneração média Agências})$

Na seção seguinte os fatores de desenvolvimento socioeconômico serão utilizados para verificar a contribuição da competitividade para o desenvolvimento local.

4.4 Competitividade de Destinos Turísticos e Desenvolvimento Socioeconômico

As análises de regressão empregaram os Fatores de Competitividade como variáveis independentes e os Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico e o PIB *per capita* foram utilizados como variáveis dependentes. Apenas uma das análises de regressão não apresentou significância estatística. Todas as demais regressões apresentaram significância estatística em que os modelos resultantes contam apenas com uma variável independente. A seguir são apresentados os resultados das análises significativos. No Apêndice C encontram-se disponíveis os demais resultados das análises de regressão.

O Fator ECOT apresentou significância estatística para o Fator Competitividade Turismo, conforme Tabela 4.8. O Fator Economia do Turismo é composto pelas variáveis número de empregos em hotéis, número de hotéis e número de agências de viagens e o Fator Competitividade Turismo é composto pelas variáveis Serviços e Equipamentos Turísticos, Atrativos Turísticos e Marketing do modelo de competitividade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008).

Modelo	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
(Constante)	12,684	5,227		2,427	,019
F.CTurismo	,796	,267	,379	2,979	,004

Variável Dependente: Fator Economia do Turismo

Tabela 4.8 – Resultado Análise de Regressão Fator Economia do Turismo - ECOT

A relação entre os Fatores é justificável, uma vez que quanto maior a presença de serviços, equipamentos, atrativos e ações de marketing maior a quantidade de empresas relacionadas ao receptivo e à hospedagem turística e, conseqüentemente, maior o número de empregos relacionados. Considerando os coeficientes Beta não padronizados da análise de regressão pode-se chegar a seguinte equação:

$$\bullet F_{ECOT} = 0,796 (F.CTur) + 12,684$$

Uma vez que ambos os Fatores estão mensurados em termos de variação percentual de suas variáveis, uma variação de um ponto percentual no Fator Competitividade Turismo geraria um incremento no Fator ECOT de 13,48 pontos percentuais. Os Fatores ECOT e Competitividade Turismo, conforme verificado, são compostos por três variáveis cada. Dessa forma, a equação acima pode ser reescrita utilizando as variáveis que compõem os Fatores:

$$\bullet 0,373(\Delta\%N^{\circ}\text{EmpHotéis}) + 0,435(\Delta\%N^{\circ}\text{Hotéis}) + 0,324(\Delta\%N^{\circ}\text{Agências}) = 0,265(\Delta\%\text{ServEquipTur} + \Delta\%\text{AtrativosTurísticos} + \Delta\%\text{Marketing}) + 12,684$$

Observa-se que o número de variáveis de cada um dos Fatores torna difícil a identificação de quais variáveis teriam maior ou menor peso na relação inferida. Dessa forma foi realizada análise de correlação com as variáveis que compõem os Fatores de forma a verificar a força das correlações existentes. A Tabela 4.9 apresenta os resultados da análise de correlação de Pearson para as variáveis citadas.

		Nº Empregos Hotéis	Nº Hotéis	Nº Agências
C.Serviços e Equipamentos	Coef. Correlação Pearson	,216	,305*	,288*
	Sig. (bicaudal)	,110	,022	,033
	N	56	56	55
C.Atrativos	Coef. Correlação Pearson	-,053	,053	-,158
	Sig. (bicaudal)	,698	,700	,250
	N	56	56	55
C.Marketing	Coef. Correlação Pearson	,348**	,399**	,104
	Sig. (bicaudal)	,009	,002	,449
	N	56	56	55

* Correlação é significativa a 0,05 (bicaudal).

** Correlação é significativa a 0,01 (bicaudal).

Tabela 4.9 – Análise de Correlação de Pearson – Variáveis do Fator Economia do Turismo – ECOT – e do Fator Competitividade Turismo

Os resultados da análise de correlação indicam que existe correlação entre a dimensão de competitividade Marketing e o número de hotéis e o número de empregos em hotéis (duas variáveis com maior carga no Fator ECOT), ambas com intensidade média. A

dimensão Serviços e Equipamentos Turísticos apresentou média correlação com as variáveis Número de Hotéis e Número de Agências de Viagens também com intensidade média. As demais correlações não apresentaram significância estatística. Embora a quantidade de empresas dedicadas às atividades de hospedagem e de agências de viagens se relacionem com os serviços e equipamentos ofertados no destino, somente as empresas de meios de hospedagem apresentam correlação com o marketing do destino. Infere-se, assim, que as empresas de agência de viagem pouco contribuem para o desenvolvimento do marketing dos destinos turísticos estudados. Haveria, portanto, um descompasso entre a contribuição das atividades privadas para a formação dos serviços e atrativos necessários para o desenvolvimento do turismo e sua contribuição para o marketing do destino. Considerando se tratar de uma atividade de gestão do destino (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003) era de se esperar que todos os *stakeholders* apresentassem grau de participação similar.

A dimensão Atrativos, por envolver principalmente atrativos naturais e culturais (MINISTRÉRIO DO TURISMO, 2008), relaciona-se a aspectos inatos dos destinos turísticos. Esses aspectos são identificados por Crouch e Ritchie (1999), Hassan (2000) e Wilde e Cox (2008) como fontes de vantagens comparativas. Hassan (2000) destaca que os destinos turísticos devem explorar suas vantagens comparativas únicas de forma a se mostrar atrativo para um determinado segmento de mercado.

Embora seja o aspecto central da motivação da demanda para visitar o atrativo (DWYER; KIM, 2003), a efetividade com que os recursos inatos são empregados é o que levará ao crescimento e ao desenvolvimento do destino turístico (CROUCH; RITCHIE, 1999). Nesse sentido ressalta-se o papel das dimensões Marketing e Serviços e Equipamentos Turísticos como atividades que possibilitam a exploração dos recursos centrais e o desenvolvimento econômico a partir da atividade turística. As ações de marketing estão normalmente voltadas para promoção, comercialização e posicionamento do destino no mercado e são entendidas como ações relacionadas à gestão do destino (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003). A correlação entre a dimensão Marketing e o número de hotéis e o número de empregos em hotéis evidencia a importância das ações de marketing para o desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos.

A dimensão Serviços e Equipamentos considera os serviços privados ofertados aos turistas e os equipamentos existentes para o receptivo e suporte ao desenvolvimento da atividade turística em termos de sua qualidade e disponibilidade (MINISTRÉRIO DO TURISMO, 2008). Os serviços e equipamentos turísticos, ao agregar valor de forma consistente com a demanda, contribuem para a manutenção de uma posição competitiva no

mercado (HASSAN, 2000). A correlação entre Serviços e Equipamentos com o número de hotéis e o número de agências de viagens corrobora essa perspectiva. Crouch e Ritchie (1999) destacam ainda a necessidade de um microambiente competitivo em que as organizações possam se desenvolver. Dessa forma, quanto maior o número de organizações interagindo, seja via competição ou cooperação, melhor a competitividade e melhores os serviços prestados.

O Fator IMPT também apresenta significância estatística para o Fator Competitividade Turismo, conforme Modelo 4 da Tabela 4.10. O Fator IMPT é composto pelas variáveis Arrecadação de ISS, Empregos em Restaurantes e Número de Restaurantes. Novamente a relação entre as variáveis apresenta certa lógica, uma vez que o número de restaurantes e os empregos em restaurantes (variáveis com maior carga fatorial) estão entre os principais serviços turísticos de um destino.

Modelo	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
(Constante)	20,900	6,263		3,337	,002
F.CTurismo	,724	,193	,455	3,758	,000
F.CInfraestrutura	1,215	,712	,207	1,706	,094

Variável Dependente: Impactos Indiretos do Turismo

Tabela 4.10 – Resultado Análise de Regressão Fator Impactos Indiretos do Turismo – IMPT

Cumprido destacar que, embora não apresente significância estatística, o Fator Competitividade Infraestrutura não foi removido do Modelo final apresentado das análises de regressão, o que indica que sua presença contribui positivamente para a significância do Modelo. O Fator Competitividade Infraestrutura é composto pelas dimensões Infraestrutura geral e Acesso e, conforme verificado anteriormente, os modelos de competitividade de destinos turísticos entendem essas variáveis como condições de suporte necessárias para o desenvolvimento da atividade turística (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; HEATH, 2003; RITCHIE; CROUCH, 2010). Dessa forma optou-se pela realização de uma análise de regressão bivariada apenas com o Fator Competitividade Turismo, como variável independente, e o Fator IMPT como forma de se ter uma visão mais clara da contribuição do Fator Competitividade Infraestrutura. O resultado da análise encontra-se na Tabela 4.11.

Modelo	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
(Constante)	29,372	3,886		7,559	,000
F.CTurismo	,728	,196	,458	3,713	,001

Variável Dependente: Fator Impactos Indiretos do Turismo

Tabela 4.11 – Análise de Regressão: Fatores IMPT e Competitividade Turismo.

Observa-se na Tabela 4.11 que há uma pequena perda de significância estatística na variável Fator Competitividade Turismo. Observando os valores R-quadrado das duas análises de regressão, verifica-se também uma pequena redução nos valores do Modelo com as duas variáveis independentes para o modelo com uma única variável (0,252 e 0,21 respectivamente). Conclui-se, assim, pela retirada do Fator Competitividade Infraestrutura e manutenção apenas do Fator Competitividade Turismo, uma vez que as perdas são pequenas, o Fator Competitividade Infraestrutura não apresentou significância estatística e com uma variável a menos o modelo torna-se mais parcimonioso. A partir dos coeficientes não padronizados resultantes da análise de regressão da Tabela 4.12 tem-se que:

- $F_{IMPT} = 0,728 (FCTurismo) + 29,372$

Interpretando a equação tem-se que uma variação de um ponto percentual no Fator Competitividade Turismo geraria um incremento no Fator ECOT de 30,1. Conforme verificado anteriormente o Fator Competitividade Turismo e o Fator IMPT são compostos por três dimensões cada. A partir das variáveis e dimensões que compõem os referidos Fatores pode-se reescrever a equação da seguinte forma:

- $0,239(\Delta\% \text{ Arrecadação ISS}) + 0,442(\Delta\% \text{ N}^\circ \text{ Empregos Restaurantes}) + 0,454(\Delta\% \text{ N}^\circ \text{ Restaurantes}) = 0,242 (\Delta\% \text{ ServEquipTur} + \Delta\% \text{ AtrativosTurísticos} + \Delta\% \text{ Marketing}) + 29,372$

Para identificar de forma mais clara a relação existente entre as variáveis procedeu-se à análise de correlação de Pearson. Os resultados são apresentados na Tabela 4.12.

		ISS	Nº Empregos Restaurantes	Nº Restaurantes
C.Serviços e Equipamentos	Coef. Correlação Pearson	,120	,396**	,184
	Sig. (bicaudal)	,382	,003	,174
	N	55	55	56
C.Atrativos	Coef. Correlação Pearson	,155	,028	,153
	Sig. (bicaudal)	,260	,841	,261
	N	55	55	56
C.Marketing	Coef. Correlação Pearson	,427**	,119	,067
	Sig. (bicaudal)	,001	,386	,626
	N	55	55	56

** Correlação é significativa a 0,01 (bicaudal).

Tabela 4.12 – Análise de Correlação de Pearson – Variáveis do Fator Impactos Indiretos do Turismo – IMPT – e do Fator Competitividade Turismo

Os resultados da análise de correlação apontam que a dimensão Serviços e Equipamentos Turísticos possui correlação com a variável Número de Empregos em Restaurantes e a dimensão Marketing possui correlação com a variável arrecadação de ISS. Ambas correlações apresentaram intensidade média, segundo a escala adotada. Conforme argumentado, os serviços e equipamentos turísticos têm por função agregar valor aos recursos inatos do destino e os estabelecimentos de alimentação e bebida encontram-se entre os estabelecimentos que mais empregam entre as atividades características do turismo. As ações de marketing estão relacionadas à gestão do destino turístico (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003), mais especificamente ao seu posicionamento de mercado e à atração de turistas. A correlação entre a dimensão Marketing e a arrecadação de ISS pode ser explicada pela maior intensidade das ações de marketing (público e privado) em destinos mais desenvolvidos, o que acarretaria maior arrecadação de impostos. O aproveitamento dos recursos naturais e culturais e o desenvolvimento da indústria turística teriam por efeito a criação de empregos e de renda, além de receitas para que o governo possa realizar os investimentos necessários para o fomento da atividade turística (CROUCH; RITCHIE, 1999).

A significância do Fator Competitividade Turismo com dois Fatores de desenvolvimento econômico evidencia sua importância para o desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos analisados. As análises de correlação indicam que as dimensões Marketing e Serviços e Equipamentos turísticos apresentam maior relação com as variáveis de desenvolvimento econômico do que a dimensão Atrativos Turísticos. Os Atrativos compreendidos como recursos centrais, especialmente os atrativos culturais e naturais, por serem próprios do local, são de difícil desenvolvimento e imitação. Como tais atrativos apresentariam pouca variação no tempo, embora importantes para a atratividade dos destinos, não teriam correlação estatística com o desenvolvimento socioeconômico dos destinos. Embora tais características coincidam com as características de um recurso capaz de

gerar vantagens competitivas identificadas por Barney (1991), Crouch e Ritchie (1999) ressaltam que os atrativos naturais e culturais relacionam-se com a vantagem comparativa dos destinos, sendo que a vantagem competitiva será alcançada a partir da habilidade do destino em empregar efetivamente seus recursos no longo prazo. Barney e Hesterly (2011) estabelecem que os recursos, para gerar vantagem competitiva, devem ser valiosos, raros, de difícil imitação e empregados de forma correta pela organização. As ações de marketing ou o desenvolvimento de serviços e equipamentos são entendidas como atividades de gestão do destino (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; RITCHIE;CROUCH , 2010) e que possibilitam o emprego de seus recursos inatos, agregam valor à experiência ofertada e transformam a vantagem comparativa do destino em vantagens competitivas.

A análise de regressão com o Fator REMT apresentou significância estatística para o Fator Competitividade Políticas Públicas, conforme Modelo 5 da Tabela 4.13.

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
(Constante)	40,814	1,415		28,841	,000
F.CPolPúb	,114	,047	,322	2,449	,018

Tabela 4.13 – Resultado Análise de Regressão Fator Remuneração da Economia do Turismo - REMT

A partir dos coeficientes não padronizados da análise de regressão (Modelo 5, Tabela 4.14) tem-se a seguinte equação:

$$\bullet F_{\text{REMT}} = 0,144(\text{F.CPolPúb}) + 40,814$$

O Fator REMT é composto pelas variáveis Remuneração Média em Hotéis e Remuneração Média em Restaurantes. O Fator Competitividade Políticas Públicas é composto pelas dimensões Política Pública, Monitoramento e Cooperação Regional. Uma possível explicação para o relacionamento positivo entre os dois Fatores seria a presença de políticas públicas que ordenariam e regulamentariam o setor, além de prover a capacitação e a qualificação necessárias para a competitividade dos destinos turísticos. Considerando as variáveis que compõem os Fatores, pode-se reescrever a equação acima da seguinte forma:

$$\bullet 0,604(\Delta\% \text{ Remuneração Média Hotéis}) + 0,589(\Delta\% \text{ Remuneração Média Restaurantes}) = 0,048 (\Delta\% \text{ Política Pública} + \Delta\% \text{ Monitoramento} + \Delta\% \text{ Cooperação Regional}) + 40,814$$

Para verificar quais variáveis possuem maior correlação foi realizada a análise de correlação de Pearson. Os resultados são demonstrados na Tabela 4.14.

		Remuneração Média Hotéis	Remuneração Média Restaurantes
C.Política Pública	Coef. Correlação Pearson	-,317*	-,042
	Sig. (bicaudal)	,017	,760
	N	56	56
C.Cooperação Regional	Coef. Correlação Pearson	,199	,075
	Sig. (bicaudal)	,141	,584
	N	56	56
C.Monitoramento	Coef. Correlação Pearson	,292*	,076
	Sig. (bicaudal)	,029	,580
	N	56	56

* Correlação é significativa a 0,05 (bicaudal).

Tabela 4.14 – Análise de Correlação de Pearson – Variáveis do Fator Remuneração Economia do Turismo e do Fator Competitividade Políticas Públicas

Os resultados da análise de correlação indicam que a dimensão de competitividade Política Pública apresenta coeficiente de correlação negativo com intensidade média para a variável Remuneração Média em Hotéis. Segundo o Estudo de Competitividade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008), a dimensão Políticas Públicas engloba, entre outras variáveis, o grau de cooperação com os governos Estadual e Federal. No tocante ao Governo Federal é dada grande importância aos aportes dos programas do Ministério do Turismo. Dessa forma, embora a expectativa fosse de que houvesse correlação positiva entre a dimensão e a variável, o resultado mostra-se condizente com os resultados das análises sobre investimentos e desenvolvimento da competitividade, uma vez que a correlação negativa permite inferir um comportamento inversamente proporcional, ou seja, a variação positiva da dimensão política pública seria acompanhada da variação negativa da remuneração dos empregados de meios de hospedagem. O Modelo Sistêmico e os principais modelos de competitividade de destinos turísticos ressaltam a importância do planejamento e da coordenação entre as organizações e *stakeholders* envolvidos no desenvolvimento da atividade turística (ESSER *et al.*, 1996; CROUCH; RITCHIE, 1999; RITCHIE; CROUCH, 2010; DWYER; KIM, 2003), de forma que a correlação negativa pode evidenciar problemas em algum desses aspectos inerentes à política pública de turismo.

A dimensão Monitoramento, por sua vez, apresentou correlação positiva com a variável Remuneração Média em Hotéis. A dimensão Monitoramento engloba, entre outras variáveis, a realização de pesquisas de demanda e de oferta, a existência de sistemas de estatísticas de turismo e o monitoramento dos impactos do turismo. Crouch e Ritchie (1999) destacam a necessidade de monitoramento, uma vez que as políticas públicas de turismo têm resultados de difícil determinação *a priori* e que o monitoramento é necessário para a correção de trajetória e implementação de melhorias para que as políticas implantadas sejam

efetivas. Dessa forma, pode-se inferir que, para os destinos estudados, a presença de monitoramento possibilitaria a geração de políticas públicas mais adequadas às realidades locais e teriam resultados positivos sobre a remuneração dos meios de hospedagem. Dessa forma, a dimensão monitoramento pode ser apontada como um recurso distintivo das políticas públicas desenvolvidas e implementadas nos destinos turísticos estudados capaz de gerar resultados positivos em termos de desenvolvimento local que seriam esperados a partir do desenvolvimento da competitividade.

A variável Remuneração Média em Restaurantes não apresentou significância estatística para as variáveis de competitividade consideradas. Conforme ressaltado essa variável sofre influência externa não captada pelas variáveis relacionadas à competitividade turística, uma vez que seu desempenho é afetado pelo consumo de residentes. A partir dos resultados, pode-se inferir que as variáveis Número de Empregos em Restaurantes e Remuneração Média em Restaurantes não sejam explicativas para a competitividade de destinos turísticos.

Das análises de regressão realizadas com os Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico, apenas a análise do Fator REMC não apresentou significância estatística para quaisquer das variáveis independentes.

Por fim, a análise de regressão com a variável PIB *per capita* apresentou significância para o Fator Competitividade Infraestrutura que é composto pelas variáveis Acesso e Infraestrutura Geral, conforme Tabela 4.15.

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
(Constante)	9,333	3,511		2,658	,010
F.CInfraestrutura	1,079	,437	,319	2,472	,017

Tabela 4.15 – Resultado Análise de Regressão Variável PIB *per capita*

A partir dos coeficientes não padronizados do Modelo 5 da Tabela 4.14, pode-se chegar à seguinte equação:

- $\Delta\% \text{ PIB } per \text{ capita} = 1,079(\text{F.CInfraestrutura}) + 9,333$

Para os destinos estudados, uma variação de um ponto percentual no Fator Competitividade Infraestrutura levaria a uma variação de 10,412% no PIB *per capita*. Para tornar mais claras as relações entre as variáveis realizou-se também a análise de correlação entre as dimensões que compõem o Fator Competitividade Infraestrutura e o PIB *per capita*. A Tabela 4.16 apresenta os resultados da análise.

		PIB <i>per capita</i>
C.Infraestrutura Geral	Coef. Correlação Pearson	,168
	Sig. (bicaudal)	,211
	N	57
C.Acesso	Coef. Correlação Pearson	,296*
	Sig. (bicaudal)	,025
	N	57

* Correlação é significativa a 0,05 (bicaudal).

Tabela 4.16 – Análise de Correlação de Pearson – Variáveis Fator Competitividade Infraestrutura Geral e PIB *per capita*

Os resultados da análise de correlação apontam que o PIB *per capita* apresenta uma correlação moderada com a variável Competitividade Acesso, porém não apresenta correlação estatística significativa com a dimensão Infraestrutura Geral. Dessa forma, a dimensão Acesso, por possuir maior correlação, teria maior importância para a explicação da variação do PIB *per capita* dos destinos turísticos estudados. Os modelos de competitividade normalmente posicionam a infraestrutura geral (abastecimento de água, saneamento básico, energia elétrica) e o acesso (portos, aeroportos, rodovias, sinalização) entre as variáveis relacionadas aos fatores ou recursos de suporte (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003) ou aos elementos possibilitadores (HEATH, 2003) do desenvolvimento da atividade turística, sem, no entanto, diferenciar ou distinguir os efeitos específicos relacionados a cada tipo de infraestrutura. Embora diversos tipos de infraestrutura contribuam para a competitividade turística, os resultados apontam que somente as infraestruturas de acesso seriam influentes para o aumento da renda nos destinos turísticos estudados.

O Fator Competitividade Economia e o Fator Competitividade Sustentabilidade não apresentaram significância para os Fatores de desenvolvimento socioeconômico. No primeiro caso o Fator é composto pelas dimensões Capacidade Empresarial e Economia Local, o que, para Crouch e Ritchie (1999), estaria associado aos ambientes macro e micro em que o destino turístico se insere e que também guarda relação com as forças competitivas identificadas por Porter (1986). Considerando que as análises foram realizadas a partir da variação dos fatores, é de se esperar que indicadores sobre a capacidade empresarial, assim como sobre a economia local se mantivessem constantes dado o curto período considerado. Ainda assim, essa dimensão não se mostrou significativa para o desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos no curto prazo.

No tocante ao Fator Competitividade Sustentabilidade, embora a composição do Fator denote uma aceção ampla do termo sustentabilidade (incluindo as dimensões Aspectos Sociais, Aspectos Ambientais e Aspectos Culturais), o Fator não se mostrou significativo no

desenvolvimento dos Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico. Considerando a perspectiva de que a competitividade sem sustentabilidade seja efêmera, conforme defendido de forma mais ativa por Hassan (2000) e Mazaro (2007a), era de se esperar que tais aspectos fossem significativos para o desenvolvimento dos destinos turísticos estudados. A ausência de significância, no entanto, pode ser explicada pela temporalidade do estudo. O intervalo de tempo considerado pode não ter sido suficiente para que a sustentabilidade manifestasse seus efeitos, sendo a degradação ou conservação de seus ativos sentido no médio ou longo prazos. Dessa forma, pode-se compreender a sustentabilidade não como um Fator que gere o desenvolvimento socioeconômico, mas como uma condição necessária para sua manutenção.

Retomando a primeira pergunta de pesquisa proposta para essa seção: quais Fatores de Competitividade são determinantes para o desenvolvimento socioeconômico? Identifica-se que, para os destinos turísticos estudados, o Fator Competitividade Turismo possui influência significativa sobre os Fatores ECOT e IMPT. O Fator Competitividade Políticas Públicas teria influência significativa sobre o Fator REMT. O PIB *per capita* dos destinos seria influenciado significativamente pelo Fator Competitividade Infraestrutura. O Quadro 4.1 apresenta o resumo dos resultados das análises de regressão entre os Fatores de Competitividade e os Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico.

Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico (Variável Dependente)	Composição Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico	Fator Competitividade (Variável Independente)	Composição Fatores de Competitividade
Fator Economia do Turismo - ECOT	(i) Número de empregos em hotéis; (ii) Número de hotéis; (iii) Número de agências de viagens.	Fator Competitividade Turismo	(i) Serviços e Equipamentos Turísticos; (ii) Atrativos Turísticos; (iii) Marketing.
Fator Impactos Indiretos do Turismo - IMPT	(i) Arrecadação de ISS; (ii) Número de Empregos em Restaurantes; (iii) Número de Restaurantes.	Fator Competitividade Turismo	(i) Serviços e Equipamentos Turísticos; (ii) Atrativos Turísticos; (iii) Marketing.
Fator Remuneração da Economia do Turismo - REMT	(i) Remuneração Média em Hotéis; (ii) Remuneração Média em Restaurantes.	Fator Competitividade Políticas Públicas	(i) Política Pública; (ii) Monitoramento; (iii) Cooperação Regional.
Fator Remuneração Serviços Complementares - REMC	(i) Remuneração Agências de Viagens; (ii) Empregos Agências de Viagens.	-	-
PIB <i>per capita</i>	(i) PIB <i>per capita</i>	Fator Competitividade Infraestrutura	(i) Acesso; (ii) Infraestrutura Geral.

Quadro 4.1 – Resumo dos Resultados Análises de Regressão

Considerando as variáveis selecionadas para o presente estudo, o Fator Competitividade Turismo, pelo maior número de Fatores de Desenvolvimento

Socioeconômico influenciados, seria o Fator de Competitividade mais crítico para o desenvolvimento dos destinos estudados. A seguir viriam o Fator Competitividade Políticas Públicas, com influência sobre os Fatores REMT, e o Fator Competitividade Infraestrutura, com influência sobre a variável PIB *per capita*. Os Fatores de Competitividade Economia e Sustentabilidade não apresentaram correlação com quaisquer Fatores de Desenvolvimento Econômico, o que denota serem Fatores comparativamente menos importantes para explicar o desenvolvimento socioeconômico nos destinos turísticos estudados.

Cumprir destacar que os Fatores que figuram como variáveis dependentes do Fator Competitividade Turismo são aqueles compostos por variáveis relacionadas ao número de empreendimentos e ao número de empregos gerados em atividades características do turismo. Ao examinar os Fatores que englobam as variáveis de remuneração média, verifica-se que o Fator Competitividade Políticas Públicas seria o único com influência sobre a remuneração das atividades características do turismo incluídas nas análises.

A variação do PIB *per capita* também é um indicador de desenvolvimento da renda da população dos destinos e um indicador indireto da evolução da economia do turismo. Conforme verificado, as análises de regressão com PIB *per capita* apresentaram significância estatística para o Fator Competitividade Infraestrutura, o que permite inferir a influência desse Fator no desenvolvimento da renda local. No turismo, infraestrutura é vista como facilitadora do crescimento e é mencionada como base secundária dos recursos turísticos (SINCLAIR; STABLER, 2009). A necessidade de infraestruturas básicas para suporte ao desenvolvimento da atividade turística é destacada por Dwyer e Kim (2003) e por Ritchie e Crouch (2010).

As variáveis sobre renda, número de empregos e remuneração média das ACT são variáveis que tratam do efeito do turismo na economia dos destinos. Para que o desenvolvimento da competitividade possa ter efeitos socioeconômicos positivos, entretanto, não basta que fatores relacionados ao turismo estejam desenvolvidos, sendo necessária também a presença de políticas públicas e da infraestrutura básica necessária. As políticas públicas de turismo devem contribuir para a criação de um ambiente propício para o desenvolvimento da atividade turística (HEATH, 2003) e que revertam os resultados em prol da população local.

A segunda pergunta proposta para a presente seção buscava estabelecer quais dimensões de competitividade se mostravam determinantes para o desenvolvimento dos destinos turísticos. A análise de correlação entre as variáveis de desenvolvimento socioeconômico e as dimensões de competitividade dos fatores que apresentaram

significância estatística a partir das análises de regressão permitiu aferir de forma mais clara as correlações existentes. A Tabela 4.17 resume as correlações significativas encontradas.

Dimensões de Competitividade	Variáveis Desenvolvimento Socioeconômico	Coefficiente de Correlação de Pearson
Serviços e Equipamentos Turísticos	Número de Hotéis	0,305
	Número de Agências de Viagens	0,288
	Número de Empregos Restaurantes	0,396
Marketing	Número de Empregos em Hotéis	0,348
	Número de Hotéis	0,399
	Arrecadação de ISS	0,427
Política Pública	Remuneração Média em Hotéis	-0,317
Monitoramento	Remuneração Média em Hotéis	0,292
Acesso	PIB <i>per capita</i>	0,296

Tabela 4.17 – Resumo Análises de Correlação Significativas

As dimensões de competitividade Serviços e Equipamentos Turísticos e Marketing apresentaram correlação com três variáveis de desenvolvimento socioeconômico. A dimensão Marketing se relaciona ao número de hotéis, número de empregos em hotéis e à arrecadação de ISS pelos destinos. A dimensão Serviços e Equipamentos se relaciona às variáveis número de hotéis, número de agências de viagens e ao número de restaurantes. As duas dimensões cobrem grande número das variáveis selecionadas, em especial as variáveis relacionadas ao desenvolvimento das duas principais atividades econômicas características do turismo: hotéis e restaurantes. Essas duas dimensões são, portanto, consideradas as dimensões determinantes para o desenvolvimento dos destinos turísticos estudados, com a dimensão Marketing levando leve vantagem por ter apresentado coeficientes de correlação maiores. Segundo o modelo proposto por Dwyer e Kim (2003) as dimensões Marketing e Serviços e Equipamentos turísticos estariam relacionadas respectivamente à gestão do destino e recursos de suporte para o desenvolvimento da atividade. Para o modelo de Crouch e Ritchie (1999) e Ritchie e Crouch (2010) essas dimensões estariam localizadas na gestão do destino, no caso do Marketing, na gestão do destino e nos recursos centrais e atrativos.

As dimensões Política Pública e Monitoramento apresentaram correlação com a variável remuneração média de hotéis, sendo que a primeira dimensão apresentou correlação negativa e a segunda positiva. O monitoramento pressupõe o acompanhamento da atividade turística, bem como dos resultados e do impacto das políticas públicas voltadas para o desenvolvimento do setor. Para d'Hautessere (2000), embora a percepção de que as características dos destinos continuarão atrativas perpassa diversos planejamentos turísticos, a teoria do ciclo de vida do produto, aplicada aos destinos turísticos, demonstra que mudanças ocorrerão e demandarão processos de planejamento flexíveis e sistemas de monitoramento

adequados para que os destinos turísticos possam responder a eventuais ameaças. Hassan (2000) argumenta a necessidade de coleta e análise de dados para o acompanhamento das mudanças do mercado, especialmente em destinos turísticos maduros. Dessa forma, além da necessidade de planejamento com ampla participação dos segmentos direta ou indiretamente envolvidos (ESSER *et al.*, 1996), ressalta-se a necessidade de monitoramento para manutenção da competitividade e geração de retorno positivo para o desenvolvimento local. A dimensão Política Pública engloba a interação com programas desenvolvidos pelos Governos Estaduais e Federal e apresentou uma relação inversamente proporcional às variáveis de remuneração. Esse resultado corrobora os achados anteriores em que alguns investimentos do MTur apresentaram influência negativa sobre a competitividade.

Por fim a dimensão acesso apresentou correlação com a variável PIB *per capita*. A facilidade de acesso é reconhecida como um dos aspectos que influenciam a competitividade dos destinos turísticos, uma vez que a facilidade de acesso estaria diretamente relacionada à escolha do destino (DWYER; KIM, 2003). Os destinos turísticos com maior facilidade de acesso seriam, então, capazes de atrair um maior número de visitantes, o que acarretaria uma maior renda para o destino. Dessa forma, entre as infraestruturas de suporte ao desenvolvimento da atividade turística, o acesso teria correlação direta com o desenvolvimento econômico dos destinos.

5 Conclusão

O presente estudo teve como foco a verificação dos investimentos públicos como indutores da competitividade e a da influência da competitividade no desenvolvimento local. Os investimentos realizados pelo MTur não apresentaram significância estatística para a variação da competitividade dos destinos turísticos estudados. Pode-se concluir, assim, que a atuação do Ministério em termos de investimentos para o desenvolvimento da competitividade, objetivo descrito no Plano Nacional de Turismo 2007-2010 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007), não se mostrou efetiva. Destaque-se ainda a ocorrência de efeito oposto, uma vez que se observa a relação inversamente proporcional entre os investimentos aportados em infraestrutura (cerca de 45% do total de investimentos do Ministério do Turismo durante o triênio analisado) e a variação do Fator Competitividade Turismo. A atividade turística, embora reconhecida por seus potenciais impactos positivos para o desenvolvimento local, tem potencial também para gerar impactos negativos. O que se conclui é que os investimentos estudados não têm gerado o impacto positivo em termos de desenvolvimento local, porém seus efeitos negativos foram verificados. Uma explicação alternativa seria a não linearidade na relação entre investimentos e desenvolvimento da competitividade.

Os resultados da análise envoltória de dados (DEA) identificaram treze destinos turísticos eficientes a partir dos quais se buscou verificar os padrões de investimentos recebidos e os respectivos efeitos em termos de melhorias na competitividade. Os resultados demonstraram que a relação entre investimentos e competitividade não é orientada pelo volume de recursos aportados, mas pela orientação estratégica de sua aplicação considerando o estágio de desenvolvimento em que o destino turístico se encontra. Este estudo apontou que mais do que um grande volume de recursos, o desenvolvimento da competitividade está relacionado ao atendimento das necessidades do destino turístico em termos de seu ciclo de vida. Destinos turísticos menos desenvolvidos aparentam necessitar de mais recursos para o desenvolvimento de sua infraestrutura básica que possibilitará o desenvolvimento sustentável da atividade turística, enquanto destinos mais avançados necessitariam menos de recursos em infraestrutura e mais recursos relacionados à gestão do destino, ao posicionamento estratégico no mercado e à diversificação da oferta turística. A infraestrutura dos destinos turísticos, embora apresente significância para o desenvolvimento da renda dos destinos (conforme verificado nos resultados) e apresente importância para destinos em fases iniciais de desenvolvimento, deve receber investimentos de forma equilibrada com investimentos em outras dimensões para o desenvolvimento competitivo e sustentável dos destinos turísticos.

Conclui-se que, o que a literatura assinala como uma relação direta entre investimento e competitividade, de fato sofre uma ponderação em função do ciclo de vida. Assim, o estudo da competitividade de um destino parece ter que levar em conta seu estágio em termos de ciclo de vida.

A percepção de que quanto mais desenvolvido o destino turístico maior a necessidade de investimentos em dimensões múltiplas para a manutenção ou desenvolvimento de sua competitividade corrobora o argumento de que a competitividade de destinos turísticos é multidimensional (CROUCH; RICHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003), uma vez que necessita de diferentes tipologias de investimentos para seu desenvolvimento; e que destinos turísticos em estágios de desenvolvimento diferentes teriam fatores de competitividade distintos (HASSAN, 2000; DWYER; KIM, 2003; WILDE; COX, 2008). Dessa forma, o planejamento para o aporte de investimentos deveria pautar-se pelo conhecimento do estágio de desenvolvimento do destino, bem como pelo diagnóstico de seus gargalos competitivos.

A segunda parte das análises foi dedicada a verificar a relação existente entre a variação dos fatores e das dimensões de competitividade mensurados pelo Modelo Brasileiro (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008; 2010) e a variação de indicadores de desenvolvimento com foco na busca por Fatores de Competitividade determinantes para o desenvolvimento dos destinos turísticos. Os resultados demonstram que o Fator Competitividade Turismo possui influência sobre um maior número de Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico.

Análises complementares entre as variáveis e dimensões que compõem os fatores indicam que as dimensões Marketing e Serviços e Equipamentos Turísticos possuem correlação significativa com as variáveis de desenvolvimento socioeconômico selecionadas para o presente estudo. Essas dimensões estão relacionadas à gestão dos destinos turísticos nos modelos de Crouch e Ritchie (1999), Dwyer e Kim (2003) e Ritchie e Crouch (2010), o que indica que a gestão dos destinos turísticos seria o principal aspecto a ser considerado para o desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos. Isso talvez explique a razão pela qual alguns destinos ainda que dotados de recursos naturais e culturais não consigam desenvolver o turismo.

Não obstante, outros Fatores de Competitividade também se mostraram significativos para outros Fatores de Desenvolvimento Socioeconômico, o que novamente corrobora a perspectiva de que a competitividade de destinos turísticos é multidimensional. O Fator Competitividade Infraestrutura apresentou significância estatística para a variável PIB *per capita*, que pode ser compreendida como o nível de renda dos destinos turísticos. Ao analisar as dimensões que compõem o referido Fator, observa-se que somente a dimensão

acesso apresenta correlação com a variável. Dessa forma, embora se reconheça a necessidade de diversos tipos de infraestrutura para o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos, somente o acesso apresentou-se como aspecto diferencial para a renda neste estudo.

O Fator Competitividade Políticas Públicas mostrou-se influente para o Fator REMT, sendo que a dimensão Monitoramento apresentou correlação positiva e a dimensão Política Pública correlação negativa, ambas relacionadas à remuneração média dos meios de hospedagem dos destinos. O Fator Competitividade Políticas Públicas de Turismo também está associado à gestão dos destinos turísticos, embora com o enfoque específico sobre as organizações públicas. Os resultados positivos do Fator estão relacionados à existência de monitoramento das políticas públicas que implica a existência de estudos, pesquisas e sistemas de informações necessários para o controle dos resultados e impactos do desenvolvimento da atividade turística. Ressalte-se ainda que o monitoramento é uma das fases do processo de planejamento estratégico, o que reforça a necessidade de planejamento para que os destinos turísticos possam se desenvolver.

Observa-se que as dimensões de competitividade Marketing, Serviços e Equipamentos e Monitoramento estão relacionadas à gestão do destino turístico. Embora outras dimensões também sejam consideradas importantes, conclui-se que a gestão dos destinos turísticos desempenha papel central no desenvolvimento da competitividade e na geração de resultados para a população local.

Aspectos relacionados ao macro e microambiente em que os destinos se inserem, assim como à sustentabilidade não se mostraram significativos para o desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos estudados. Esses Fatores são considerados condicionantes da competitividade de destinos turísticos que, no entanto, não sofreram variações para o período analisado. Considerando que esses efeitos podem levar mais tempo do que aquela que foi considerado para este estudo, é possível que eles existam, mesmo não tendo sido verificados. Entende-se que, para a aferição de seus efeitos sobre a competitividade, seria necessário um período de tempo maior.

Ao retomar o argumento de que a competitividade dos destinos turísticos não é o objetivo final a ser perseguido, mas uma meta intermediária para o desenvolvimento econômico e social dos destinos turísticos (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; RIVERO; CALDERA, 2004), os resultados da pesquisa permitem avaliar o Modelo Brasileiro utilizado pelo Ministério do Turismo (2008; 2009; 2010). O primeiro aspecto a ser destacado é a impossibilidade de formação de fatores estatísticos para a realização das análises. Os fatores criados não se aproximam das macrodimensões do Modelo. A partir dos

resultados da análise fatorial pode-se questionar a composição das macrodimensões do Modelo, assim como a pertinência de algumas dimensões.

Outro aspecto a ser discutido seria a escala para a classificação das dimensões e do indicador de competitividade dos destinos turísticos. Observa-se que as categorias propostas pelo Modelo são dispostas em intervalos de vinte pontos em cem possíveis. Conforme pode ser observado na Tabela 4.4, diversos destinos obtiveram variações consideráveis em seus indicadores de competitividade sem, no entanto, conseguirem modificar sua classificação de acordo com as categorias estabelecidas. Considerando a possibilidade de aplicação do Modelo Brasileiro para análise de outros destinos nacionais ou internacionais, parece pertinente que a escala adotada seja mais sensível especialmente no tocante às categorias superiores de competitividade, de forma que os resultados possam orientar a atuação dos órgãos de gestão públicos e privados desses destinos em termos da atuação necessária para os níveis de competitividade dos segmentos de mercado pretendidos.

A partir das análises de regressão entre as variações dos Fatores de Competitividade e de Desenvolvimento e das análises de correlação entre as dimensões do Modelo Brasileiro e as variáveis de desenvolvimento socioeconômico pode-se observar que poucas dimensões do Modelo apresentaram correlação com as variáveis de desenvolvimento socioeconômico selecionadas. Observa-se ainda que essas dimensões mostraram-se mais alinhadas às variáveis relacionadas ao desenvolvimento da economia do turismo (número de empregos em hotéis e restaurantes, número de hotéis, agências de viagens e restaurantes e arrecadação de ISS) do que às variáveis associadas ao efeito multiplicador da economia do turismo (remuneração média em meios de hospedagem e restaurantes e PIB *per capita*). Tendo em conta que a associação ao desenvolvimento socioeconômico seria uma medida apropriada para verificar a adequação de um modelo de competitividade, pode-se afirmar que o modelo adotado pelo Ministério do Turismo necessita de ajustes de forma que suas dimensões possam refletir de forma mais clara o desenvolvimento dos destinos turísticos.

Entre as principais limitações do presente estudo pode-se citar o curto intervalo de tempo entre os fenômenos estudados. No caso dos investimentos o prazo considerado pode ser insuficiente para que os recursos aportados tenham sido efetivamente aplicados, especialmente no caso de grandes obras de infraestrutura em que os prazos para a contratação e execução tendem a ser mais longos. Em que pese os achados poderem ser compreendidos como resultados de curto ou médio prazos do desenvolvimento da competitividade dos destinos turísticos, os efeitos descritos nos modelos de competitividade de destinos turísticos podem demandar mais tempo para se manifestarem de forma plena e a relação entre

competitividade e desenvolvimento socioeconômico pode não ser imediata. Dessa forma, sugere-se a continuidade do acompanhamento da competitividade dos destinos turísticos em paralelo aos indicadores de desenvolvimento socioeconômico durante um prazo mais longo para aferir de forma mais clara a relação entre as variáveis e os fatores, além de verificar a influência de aspectos ambientais e da sustentabilidade para o desenvolvimento da competitividade.

Ainda ao tratar dos investimentos para o desenvolvimento da competitividade, o presente estudo desconsidera investimentos realizados pelo próprio destino, assim como outras fontes de investimentos públicos (governos estaduais ou outros órgãos federais) ou privados. Esses investimentos contribuem para o desenvolvimento da competitividade, no entanto, em virtude da falta de acesso a informações confiáveis, bem como à dificuldade em identificar os investimentos que teriam influência sobre a atividade turística, optou-se por abordar somente os recursos do próprio MTur. Ao focar nos investimentos o presente estudo não considera a atuação do MTur enquanto articulador de políticas junto aos órgãos públicos e privados que fazem a gestão dos destinos, o que também poderia ter efeitos positivos para a competitividade. Não obstante, também não foram considerados os investimentos aportados por outros órgãos federais e que possivelmente teriam influência sobre a competitividade.

Outra limitação a ser destacada é a não correção das variáveis mensuradas em valores monetários pela inflação do período. Embora o período considerado seja relativamente curto e os possíveis efeitos da inflação sobre as variáveis relacionadas à remuneração sejam amenizadas pelos reajustes anuais do salário mínimo, considerar a inflação acumulada no período poderia gerar análises mais precisas.

Os resultados da pesquisa ora apresentados contribuem para o debate sobre quais fatores são mais influentes para a competitividade de destinos turísticos. Ainda assim questões presentes na própria literatura poderiam orientar a continuidade do trabalho. Nesse sentido, destaca-se a necessidade de verificar se os fatores mais influentes para a competitividade dos destinos turísticos variam de acordo com o estágio de desenvolvimento do destino ou mesmo se destinos que atuam em segmentos turísticos diferentes possuiriam fatores de competitividade distintos. A partir dos resultados do trabalho e da identificação da gestão como fator influente para a competitividade, considera-se a necessidade de aprofundar a pesquisa no sentido de verificar quais são as organizações envolvidas na gestão dos destinos turísticos e como são os relacionamentos entre essas organizações e quais tipos de relacionamento contribuiriam para a competitividade.

Referências

- ABBAD, G.; TORRES, C. V. Regressão múltipla *stepwise* e hierárquica em Psicologia Organizacional: aplicações, problemas e soluções. **Estudos de Psicologia**, n° 7, p. 19-29, 2002.
- ALVES, S.; FERREIRA, N. N. Medida da competitividade do destino Brasil: uma aplicação do Índice de Competitividade Turística do WEF 2008. **Observatório de Inovação do Turismo**, vol. IV – n° 1 – Março de 2009.
- ANDRIGHI, F. F.; HOFFMANN, V. E. Redes e Cooperação na Destinação Turística de Urubici/SC. **Turismo em Análise**, vol. 21, n° 1, 2010.
- ANGULO MEZA, L., BIONDI NETO, L., SOARES DE MELLO, J.C.C.B.; GOMES, E.G. **SIAD - Sistema Integrado de Apoio à Decisão: uma implementação computacional de modelos de Análise Envoltória de Dados**. Resumos da I Reunião Regional da Sociedade Brasileira de Pesquisa Operacional no Rio de Janeiro, Junho, Niterói-RJ, 2003.
- ARMENSKY, T.; GOMEZELJ, D. O.; DJURDJEV, B.; LUKRECIJA, D.; ALEKSANDRA, D. Destination Competitiveness: a Challenging process for Serbia. **Journal of Studies and Research in Human Geography**, 5.1, p.19-33, 2011.
- BARBETTA, P. A. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. 6ª Edição, Florianópolis, Editora da UFSC, 2006.
- BARNEY, J.B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. **Journal of Management**, v. 17, p. 99-120, 1991.
- BARNEY, J.B.; HESTERLY, W. S. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva**. 3ª ed. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2011.
- BARBOSA, L. G. M.; OLIVEIRA, C. T. F.; REZENDE, C. Competitiveness of tourist destinations: The study of 65 key destinations for the development of regional tourism. **Revista de Administração Pública – RAP** — Rio de Janeiro, 44(5), p. 1067-1095, 2010.
- BENI, M.C. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo, Editora Aleph, 2006.
- BERTERO, C.; VASCONCELOS, F.; BINDER, M. Estratégia Empresarial: a Produção Científica Brasileira entre 1991e 2001. **Revista de Administração de Empresas**, v. 43, n. 4, p. 48-62, 2003.
- BLAKE, A.; SORIA, J. A. C. Tourism Productivity – Evidence form United Kindom. **Annals of Tourism Research**, vol. 33, no. 4, p. 1099–1120, 2006.
- BOLAKY, B. La Competitividad del Turismo en el Caribe. **Revista de la Cepal** 104, Agosto de 2011.

BORGES, M. P.; ZAINÉ, M. F.; RUSCHMANN, D. Competitividad y Turismo Sustentable – el caso de Águas de San Pedro. **Estudios y Perspectivas em Turismo**, vol. 15, p. 206 – 235, 2006.

BUHALIS, D. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism Management**, N° 21, p. 97 – 116, 2000.

CAMPBELL-HUNT, C. What have we learned about generic competitive strategy? A meta-analysis. **Strategic Management Journal**, n° 21, p.127-154, 2000.

CARNEIRO, J.M.T.; CAVALCANTI, M. A. F. D.; SILVA, J. F. Porter Revisado: Análise Crítica da Tipologia Estratégica do Mestre. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 1, n. 3, p. 7-30, 1997.

CASTRILLÓN, I. D.; CANTO, A. G.; CANTORNA, A. S.; CERRADELO, L. B. Análisis de los principales Modelos Explicativos de la Competitividad de los Destinos Turísticos en el Marco de la Sostentabilidad. **Revista Cultura e Turismo**, n° 02, Agosto/ 2011.

CHAGAS, M. M.; BRANDÃO, P. M. A sustentabilidade social como fator de competitividade do destino turístico Natal: uma análise à luz do Compet&nible Model. **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 9, n° 2, 2009.

COSTA, H. A.; HOFFMANN, V. E. Competitividade de destinações turísticas: elementos e indicadores aplicados no estudo da administração turística de Balneário Camboriú – SC – Brasil. **Turismo em Análise**, v.17, n. 2, p. 113-134, 2006.

COYNE, K. P. Sustainable competitive advantage: What It Is, What it Isn't. **Business Horizons**, jan/fev. 1986.

CRACOLICI, M. F.; NIJIKAMO, P. The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. **Tourism Management**, n° 30, p. 336–344, 2008.

CRAIGWELL, R. **Tourism Competitiveness in Small Island Developing States**. World Institute for Development of Economic Research, Research Paper No. 2007/19, 2007.

CROES, R. Measuring and Explaining Competitiveness in the Context of Small Island Destinations. **Journal of Travel Research**, 50(4), p. 431-442, 2011.

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. R. B. Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. **Journal of Business Research**, vol. 44, n. 3, p. 137–152, 1999.

CROUCH, G. I. Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. **Journal of Travel Research**, 50(1) 27 –45, SAGE Publications, 2011. (disponível em <http://jtr.sagepub.com/content/50/1/27>, acesso em 7 de fevereiro de 2012)

CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development. **Brazilian Administration Review – BAR**, v. 2, n. 2, art. 4, p. 47-62, 2005.

DAS, J.; DIRIENZO, C. E. Tourism Competitiveness and the Role of Fractionalization. **International Journal of Tourism Research**, DOI: 10.1002/jtr.866, 2011.

D'HAUTESSERE, A.M. Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort. **Tourism Management** n° 21, p. 23-32, 2000.

DIERICKX, I.; COOL, K. Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. **Management Science**. v. 33, n. 12, dez. 1989.

DWYER, L. FORSYTH, P.; RAO, P. The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. **Tourism Management**, 21, p. 9-22, 2000.

DWYER, L.; KIM, C. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. **Current Issues in Tourism**, v.6, n.5, 2003.

ENRIGHT, M.J. ; NEWTON, J. Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. **Tourism Management**, 25, p. 777-788, 2004.

ESSER, K.; HILLEBRAND, W.; MESSNER, D.; MEYER-STAMER, J. Competitividad Sistémica: Nuevo Desafío a las Empresas y a la Política. **Revista de la Cepal**, n. 59, p. 39-52, 1996.

FERNÁNDEZ, J. I. P.; RIVERO, M. S. Competitividad versus crecimiento en destinos turísticos. Un análisis mediante técnicas multivariantes. **Cuadernos de Economía**, vol. 33, n° 91, p. 159-182, 2010.

FIRMINO, M. B. A oferta das empresas e a competitividade dos destinos turísticos. **Economia Global e Gestão**, v.13, n°1, Lisboa, abril de 2008.

FIELD, A. **Discovering Statistics using SPSS**. 2ª Edição, Sage Publications, London, 2005.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011**. Geneva, Suíça, 2011. (disponível em <http://www.weforum.org/ttcr>, acesso em 18 de fevereiro de 2012).

FURRER, O.; THOMAS, H.; GOUSSEVSKAIA, A. The structure and evolution of the strategic management field: a content analysis of 26 years of strategic management research. **International Journal of Management Reviews**, v. 10. n. 1, p. 1-23, 2008.

GOMEZELJ, D. O.; MIHALIC, T. Destination competitiveness - Applying different models, the case of Slovenia. **Tourism Management** 29, p. 294 – 307, 2008.

GONZÁLEZ, M. B.; RUIZ, D. F. La Competitividad Internacional de los Destinos Turísticos: del enfoque Macroeconómico al enfoque Estratégico. **Cuadernos de Turismo**, n° 17, p. 7-24, Universidad de Murcia, 2006.

GOOROOCHURN, N.; SUGIYARTO, N. **Measuring Competitiveness in the travel and tourism industry**. Discussion Paper – TTRI. Nottingham University Business School, Nottingham. University of Nottingham, 2004.

GORNI, P. M.; DREHER, M. T. Estratégias Intersetoriais no Desenvolvimento do Turismo de Natureza: desafios e perspectivas. **Turismo em Análise**, vol. 21, nº 3, dezembro de 2010.

GRANT, R. M. The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. **California Management Review**, p.114-135, Spring 1991.

HAGUENAUER, L. **Competitividade: conceitos e medidas. Uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro.** Texto para discussão 211, IEI/UFRJ, 1989.

HAIR JR., J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E. **Multivariate Data Analysis.** 7ª Edição, Prentice Hall, 2009.

HASSAN, S. S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. **Journal of Travel Research**, Vol. 38, p. 239-245, 2000.

HEATH, E. Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 10(2), p. 124-141, 2003.

HOCAYEN-DA-SILVA, A. J.; TEIXEIRA, R. M. Ambiente Competitivo e Obtenção de Vantagens Competitivas a partir de uma abordagem integrador: estudo de caso no setor hoteleiro de Curitiba. **REAd**, Edição 55, vol. 13, nº 1, 2007.

HOFFMAN, Nicole P. An examination of the “Sustainable competitive advantage” concept: past, present, and future. **Academy of Marketing Science Review**, n. 4, p. 1-16, 2000.

HOFFMANN, V. E. **Los Factores Competitivos de la Empresa a Partir de la Perspectiva de los Distritos Industriales. Um estudio de la industria cerámica de revestimento brasileña.** Zaragoza, 2002. Tese (Doctoral em Economía y Dirección de Empresas) Universidad de Zaragoza, España.

HOFFMANN, V. E.; COSTA, H. A. **Competitividade Sistêmica em Destinos Turísticos: um estudo a partir da Cooperação, Confiança e Comunicação entre Micro e Pequenas Empresas.** XXXII Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, 2008.

HOFFMANN, V. E.; COSTA, H. A.; BATAGLIA, W. Systemic Competitiveness in Tourism. *In: EURAM - European Academy of Management*, Roma. Anais do EURAM, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS – IBGE. **Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica.** Estudos e Pesquisas Informação Econômica número 7, Rio de Janeiro, 2008.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA. **Sistema de Informações Integrado do Mercado de Trabalho no Setor Turismo – SIMT.** Disponível em http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=2967&Itemid=33, acesso em 06 de dezembro de 2012.

KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. **International Journal of Hospitality Management** nº 18, p. 273-283, 1999.

LAGE, B.H.G.; MILONE, P.C. Impactos Socioeconômicos do Turismo. **Revista de Administração**. São Paulo, v.33, n° 4, p. 30-44, 1998.

_____. **Economia do Turismo**. 7ª Edição, São Paulo, Editora Atlas, 2001.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. São Paulo, Editora Atlas, 1992

LEE, C. F.; KING B. Assessing Destination Competitiveness: an Application to the Hot Springs Tourism Sector. **Tourism and Hospitality Planning & Development**, v. 3, p. 179-197, 2006.

LEE, N.; LINGS, I. **Doing Business Research: a guide to theory and practice**. London: Sage Publications, 2008.

LOPES, A.L.A. **Estratégias de Internacionalização Subjacentes ao Desempenho de Bancos Estrangeiros em Mercados Latinoamericanos**. Brasília, 2012. Dissertação (Mestrado em Administração), Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade de Brasília – UnB.

LOPES, A. O. B.; TINÔCO, D. S.; SOUZA, L. M. **Avaliação de Políticas Públicas de Turismo: uma análise bibliométrica dos periódicos de turismo**. Turismo em Análise, vol. 22, n° 3, 2011.

LUZ, L. F. P.; ALBERTON, A.; HOFFMANN, V. E.; SILVA, T. F. F. Estratégia e finanças em turismo: análise das publicações em periódicos brasileiros de turismo. **Observatório de Inovação do Turismo**, vol. VI, n° 1, Rio de Janeiro, 2011.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 3ª edição. Porto Alegre, Bookman, 2001.

MAZARO, R.M. Factores determinantes de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. **Observatório de Inovação do Turismo**, Volume II, Número 1, Março de 2007a.

_____. La Sustentable Levedad del Visitar: modelo de evaluación de competitividad y sostenibilidad estratégica de destinos turísticos. **Turismo - Visão e Ação**, vol. 9 - n.3, p. 325-339 set. /dez. 2007b.

MAZARO, R.M.; VARZIN, G. Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, Curitiba, v. 12, n. 3, p. 789-809, Jul./Set. 2008.

MELLO, J. C. C. B. S.; MEZA, L. A.; GOMES, E. G.; BIONDI NETO, L. **Curso de Análise Envoltória de Dados**. XXXVII Simpósio Brasileiro de Pesquisa Operacional, Gramado – RS, 27 a 30 de setembro, 2005.

MEYER-STAMER, J. **Estratégias de Desenvolvimento Local e Regional: Cluster, Política de Localização e Competitividade Sistêmica**. Friedrich Ebert Stiftung, Policy Paper, n. 28, 2001.

MIKI, A.F.C.; GÂNDARA, J.M.G.; MEDINA-MUÑOZ, D.R. **O Estado Atual das Pesquisas Sobre Competitividade Turística no Brasil**. VIII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Balneário Camboriú – SC, outubro de 2011. Anais VIII ANPTUR.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010**. Brasília – DF, 2007. Disponível em www.turismo.gov.br.

MINISTÉRIO DO TURISMO; SEBRAE; FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS; BARBOSA, L. G. (org.). **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil**. Brasília – DF, 2008. (disponível em www.turismo.gov.br/dadosefatos).

_____. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil**. Brasília – DF, 2009. (disponível em www.turismo.gov.br/dadosefatos).

_____. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – Relatório Brasil**. Brasília – DF, 2010. (disponível em www.turismo.gov.br/dadosefatos).

MINSTZBERG, H. Generic Strategies Toward a Comprehensive Framework. **Advances in Strategic Management**, JAI Press, vol. 5, 1988.

NUÑEZ, F. R. Benchmarking the Competitiveness of Brazilian Cities. *In. Competitiveness and Growth in Brazilian Cities: Local Policies and Actions for Innovation*. World Bank, Washington D.C., 2010.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT – OECD. **Tourism Trends and Policies 2010**. OCDE, 2010.

OLIVEIRA, J. M. S. R.; SANTOS, A. C. **O Turismo como alternativa para o desenvolvimento da Competitividade: um análise da Rota dos Tropeiros no Oeste de Minas Gerais**. FACEF Pesquisa, vol. 9, n° 3, 2006.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT; SANCHO, A.(org.) . **Introducción al Turismo**. Madri, 1998.

PASCARELLA, R.; **Modelo de Avaliação Competitiva de Destinos Turísticos com Base nas Capacidades Dinâmicas**. Rio de Janeiro, 2008. Dissertação (Mestrado em Administração Pública), Escola Brasileira de Administração Pública – FGV.

PEÑA, C. R. Um Modelo de Avaliação da Eficiência da Administração Pública através do Método Análise Envoltória de Dados (DEA). **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, Curitiba, v. 12, n. 1, p. 83-106, Jan./Mar, 2008.

PETERAF, M. The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. **Strategic Management Journal**, v. 14. p. 179-191, 1993.

PORTER, M. **Estratégia Competitiva**. São Paulo: Campus, Capítulos 1 e 2, 1986.

_____. A Vantagem Competitiva das Nações, 1990. *In*: Porter, M. **Competição**. Elsevier, Rio de Janeiro, Capítulo 6, p. 170 – 210, 2009.

PRAHALAD, C.K.; HAMEL, G. Competence of the Corporation. **Harvard Business Review**, Boston, p. 79-91, may, 1990.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas**. Editora Atlas, São Paulo, 3ª edição, 2011.

RITCHIE, J.R.B.; CROUCH, G. I. A Model of Destination Competitiveness/ Sustainability: Brazilian perspectives. **Revista de Administração Pública – RAP**, Rio de Janeiro, 44(5), p. 1049-66, 2010.

RIVERO, M.S.; CALDERA, M.A.F. **La Competitividad de los Destinos Turísticos: un Análisis Cuantitativo Mediante Modelos Logísticos. Aplicación a los Municipios Extremeños**. I Jornadas de Economía del Turismo. Palma de Mallorca, pp. 1-21, 28, 29 Maio, 2004.

RODRIGUES, L.; CARRASQUEIRA, H. Análisis del Desempeño Competitivo de los Destinos Turísticos Balnearios – el caso de Algarbe versus el Sur de Espana. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, vol. 20, p. 855 – 875, 2011.

RUA, M. G. **Turismo, Políticas Públicas e Inclusão**. *In*: Diálogos do Turismo, uma viagem de Inclusão. Ministério do Turismo e IBAM, Rio de Janeiro, p. 17-37, 2006.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável**. 11ª Edição, Campinas-SP, Editora Papyrus, 2004.

SANTA RITA, L. P.; MILITO, C. M.; LIMA, M. O.; NASCIMENTO, T. C. ; BATINGA, A. T.B. **Competitividade Sistêmica e Desenvolvimento Regional: um Estudo do Arranjo Produtivo Local de Turismo**. *In*: Simpósio de Excelência em Gestão Tecnológica - SEGET, Resende, 2007.

SHIKI, S. F. N. **Estado, Políticas Públicas e Desenvolvimento Local: Sustentabilidade do Turismo no Nordeste Brasileiro**. Brasília, 2007. Tese de Doutorado. Centro de Desenvolvimento Sustentável – Universidade de Brasília.

SINCLAIR, M.T.; STABLER, M. **Aspectos Econômicos do Turismo**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2009.

TABERNER, J. G. Propuesta de dos Índices para la Medición de la Competitividad de los Destinos de sol y playa del Mediterráneo. **Revista de Análisis Turístico**, nº 4, 2º semestre 2007, pp. 50-67.

TEECE, D. J.; PISANO, G.; SHUEN, A. Dynamic Capabilities and Strategic Management. **Strategic Management Journal**, v. 18, p. 509-533, 1997.

VASCONCELOS, F. C.; CYRINO, A. B.; Vantagem Competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. **Revista de Administração de Empresas – RAE**, n. 4, 2000.

VIANA, S. L. G.; V. E. HOFFMANN. Classificação dos Municípios Catarinenses com base nos indicadores para a formação de um cluster de turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 9, nº 2, 2009.

WERNERFELT, B. A Resource-based View of the Firm. **Strategic Management Journal**, Vol. 5, Nº 2, pp. 171-180, 1984.

WILDE, S. J.; COX, C. **Linking destination competitiveness and destination development: findings from a mature Australian tourism destination**. Proceedings of the Travel and Tourism Research Association (TTRA) European Chapter Conference, Helsinki, pp. 467-478, 2008.

ZHANG, H.; CHAO-LIN, G.; LU-WEN, G.; ZHANG, Y. The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy e A case in the Yangtze River Delta of China. **Tourism Management** nº 32, p. 443-451, 2011.

Lista de Apêndices

Apêndice A – Análise Fatorial Dimensões Modelo de Competitividade Ministério do Turismo	121
Apêndice B – Resultados Análises de Regressão – Investimentos e Fatores de Competitividade	122
Apêndice C - Resultados Análises de Regressão – Fatores de Competitividade e Fatores de Desenvolvimento	127

Apêndice A – Análise Fatorial Dimensões Modelo de Competitividade Ministério do Turismo

Análise Fatorial Dimensões Competitividade 2008:

Medida de adequação da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin		,878
Teste de Esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado Aproximado	499,028
	gl	78
	Sig.	,000

Tabela A.1 – Resultados Teste KMO e Teste de Esfericidade de Barlett – Variáveis Competitividade 2008

Dimensões 2008	Fatores*		
	1	2	3
Infraestrutura	,824		
Acesso	,840		
Serviços e Equipamentos Turísticos	,753	,318	,383
Atrativos Turísticos			,914
Marketing	,405	,435	,500
Políticas Públicas	,450	,694	
Cooperação Regional		,791	
Monitoramento	,390	,597	,416
Economia Local	,809		
Capacidade Empresarial	,823		,305
Aspectos Sociais	,570	,510	
Aspectos Ambientais	,318	,410	,444
Aspectos Culturais	,530		,470

* Rotação convergida em 5 iterações.

Método de Extração: Análise do Componente Principal.

Método de Rotação: Varimax com normalização Kaiser.

Tabela A.2 – Fatores Gerados a partir das Dimensões de Competitividade (2008)

Dimensões Competitividade 2010-2008

Medida de adequação da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin		,486
Teste de Esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado Aproximado	61,741
	gl	78
	Sig.	,912

Tabela A.3 – Resultados Teste KMO e Teste de Esfericidade de Barlett – Variação Competitividade 2010 – 2008

Apêndice B – Resultados Análises de Regressão – Investimentos e Fatores de Competitividade

Variável Dependente - Fator Competitividade Economia

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	0,287	0,082	-0,013	6,80945
2	0,285	0,081	0,003	6,755
3	0,264	0,07	0,008	6,73976
4	0,252	0,063	0,017	6,70817
5	0,218	0,048	0,017	6,70927
6	0,202	0,041	0,025	6,67986
7	0	0	0	6,76666

Tabela B1 - Resumo dos Modelos

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
1 (Constante)	2,755	1,139		2,419	,019
Infraestrutura	,000	,000	,207	1,640	,106
Capacitação/Qualificação	,000	,000	-,191	-,865	,391
Marketing	,000	,000	,311	1,023	,311
Gestão	,002	,002	,361	1,501	,139
Patrimônio Histórico	,002	,007	,032	,245	,807
Roteiros e Segmentos	-,007	,005	-,456	-1,416	,162
2 (Constante)	2,796	1,117		2,503	,015
Infraestrutura	,000	,000	,205	1,638	,107
Capacitação/Qualificação	,000	,000	-,187	-,854	,396
Marketing	,000	,000	,318	1,056	,295
Gestão	,002	,002	,355	1,496	,140
Roteiros e Segmentos	-,007	,005	-,459	-1,437	,156
3 (Constante)	2,832	1,114		2,543	,014
Infraestrutura	,000	,000	,207	1,659	,102
Marketing	9,494E-5	,000	,147	,655	,515
Gestão	,001	,001	,224	1,240	,220
Roteiros e Segmentos	-,005	,004	-,310	-1,162	,250
4 (Constante)	3,007	1,076		2,794	,007
Infraestrutura	,000	,000	,206	1,659	,102
Gestão	,001	,001	,213	1,193	,238
Roteiros e Segmentos	-,003	,003	-,181	-1,010	,316
5 (Constante)	3,025	1,076		2,810	,007
Infraestrutura	,000	,000	,203	1,635	,107
Gestão	,001	,001	,083	,670	,505
6 (Constante)	3,225	1,029		3,133	,003
Infraestrutura	,000	,000	,202	1,635	,107
7 (Constante)	4,224	,839		5,033	,000

Variável Dependente: Fator Competitividade Economia.

Tabela B.2 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Economia

Variável Dependente - Fator Competitividade Infraestrutura

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,366 ^a	,134	,045	2,50220
2	,365 ^b	,133	,060	2,48213
3	,364 ^c	,133	,075	2,46237
4	,354 ^d	,125	,082	2,45231
5	,343 ^e	,118	,089	2,44310
6	,315 ^f	,099	,085	2,44892

Tabela B3 - Resumo dos Modelos

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
1 (Constante)	3,189	,418		7,622	,000
Infraestrutura	5,455E-5	,000	,130	1,058	,295
Capacitação/Qualificação	-5,481E-5	,000	-,069	-,321	,749
Marketing	,000	,000	,537	1,819	,074
Gestão	,000	,001	,056	,240	,811
Patrimônio Histórico	-,002	,002	-,084	-,665	,509
Roteiros Segmentos	-,001	,002	-,241	-,772	,443
2 (Constante)	3,210	,406		7,897	,000
Infraestrutura	5,435E-5	,000	,129	1,063	,292
Capacitação/Qualificação	-2,821E-5	,000	-,036	-,219	,827
Marketing	,000	,000	,504	1,945	,057
Patrimônio Histórico	-,002	,002	-,087	-,700	,487
Roteiros Segmentos	-,001	,001	-,189	-,849	,399
3 (Constante)	3,200	,401		7,986	,000
Infraestrutura	5,469E-5	,000	,130	1,078	,285
Marketing	,000	,000	,475	2,161	,035
Patrimônio Histórico	-,002	,002	-,087	-,709	,481
Roteiros e Segmentos	-,001	,001	-,181	-,831	,409
4 (Constante)	3,162	,395		7,995	,000
Infraestrutura	5,770E-5	,000	,137	1,146	,256
Marketing	,000	,000	,445	2,072	,042
Roteiros e Segmentos	-,001	,001	-,157	-,731	,467
5 (Constante)	3,186	,393		8,115	,000
Infraestrutura	5,719E-5	,000	,136	1,141	,258
Marketing	7,691E-5	,000	,315	2,636	,011
6 (Constante)	3,441	,324		10,629	,000
Marketing	7,697E-5	,000	,315	2,632	,011

Variável Dependente: Fator Competitividade Infraestrutura.

Tabela B.4 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Infraestrutura

Variável Dependente - Fator Competitividade Política Pública

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,186 ^a	,035	-,065	5,15881
2	,186 ^b	,034	-,047	5,11535
3	,180 ^c	,033	-,032	5,07748
4	,170 ^d	,029	-,019	5,04482
5	,155 ^e	,024	-,008	5,01708
6	,138 ^f	,019	,003	4,98986
7	,000 ^g	,000	,000	4,99831

Tabela B.5 - Resumo dos Modelos

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
1 (Constante)	4,217	,863		4,887	,000
Infraestrutura	-4,794E-5	,000	-,058	-,451	,654
Capacitação/Qualificação	,000	,000	,073	,321	,749
Marketing	,000	,000	-,242	-,777	,440
Gestão	,000	,001	-,025	-,101	,920
Patrimônio Histórico	-,005	,005	-,126	-,946	,348
Roteiros e Segmentos	,002	,004	,166	,502	,618
2 (Constante)	4,199	,838		5,013	,000
Infraestrutura	-4,777E-5	,000	-,058	-,453	,652
Capacitação/Qualificação	8,976E-5	,000	,058	,339	,736
Marketing	,000	,000	-,228	-,832	,409
Patrimônio Histórico	-,005	,005	-,124	-,948	,347
Roteiros e Segmentos	,002	,003	,143	,606	,547
3 (Constante)	4,231	,826		5,120	,000
Infraestrutura	-4,883E-5	,000	-,059	-,467	,642
Marketing	-8,566E-5	,000	-,179	-,773	,442
Patrimônio Histórico	-,005	,005	-,123	-,950	,346
Roteiros e Segmentos	,001	,003	,130	,562	,576
4 (Constante)	4,010	,673		5,955	,000
Marketing	-8,596E-5	,000	-,180	-,781	,438
Patrimônio Histórico	-,004	,005	-,118	-,920	,361
Roteiros e Segmentos	,001	,002	,130	,566	,574
5 (Constante)	3,982	,668		5,962	,000
Marketing	-3,401E-5	,000	-,071	-,564	,575
Patrimônio Histórico	-,005	,005	-,130	-1,027	,308
6 (Constante)	3,858	,628		6,148	,000
Patrimônio Histórico	-,005	,005	-,138	-1,103	,274
7 (Constante)	3,744	,620		6,039	,000

Variável Dependente: Fator Competitividade Política Pública.

Tabela B.6 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Política Pública

Variável Dependente - Fator Competitividade Sustentabilidade

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,192 ^a	,037	-,063	4,04844
2	,191 ^b	,037	-,045	4,01435
3	,190 ^c	,036	-,028	3,98125
4	,189 ^d	,036	-,012	3,94987
5	,175 ^e	,031	-,001	3,92781
6	,129 ^f	,017	,001	3,92457
7	,000 ^g	,000	,000	3,92671

Tabela B.7 - Resumo dos Modelos

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
1 (Constante)	2,825	,677		4,172	,000
Infraestrutura	9,968E-6	,000	,015	,119	,905
Capacitação/Qualificação	,000	,000	,138	,608	,546
Marketing	1,193E-5	,000	,032	,102	,919
Gestão	,000	,001	,122	,494	,623
Patrimônio Histórico	-,001	,004	-,026	-,199	,843
Roteiros e Segmentos	-,002	,003	-,223	-,675	,502
2 (Constante)	2,838	,659		4,303	,000
Infraestrutura	1,006E-5	,000	,016	,122	,904
Capacitação/Qualificação	,000	,000	,153	,898	,373
Gestão	,000	,001	,110	,509	,613
Patrimônio Histórico	-,001	,004	-,025	-,192	,848
Roteiros e Segmentos	-,002	,002	-,195	-1,054	,296
3 (Constante)	2,884	,535		5,388	,000
Capacitação/Qualificação	,000	,000	,153	,905	,369
Gestão	,000	,001	,109	,510	,612
Patrimônio Histórico	-,001	,004	-,027	-,205	,838
Roteiros e Segmentos	-,002	,002	-,194	-1,060	,293
4 (Constante)	2,867	,525		5,461	,000
Capacitação/Qualificação	,000	,000	,146	,889	,377
Gestão	,000	,001	,117	,556	,580
Roteiros e Segmentos	-,002	,002	-,197	-1,083	,283
5 (Constante)	2,904	,518		5,606	,000
Capacitação/Qualificação	,000	,000	,192	1,357	,180
Roteiros e Segmentos	-,001	,001	-,134	-,947	,348
6 (Constante)	2,858	,515		5,546	,000
Capacitação/Qualificação	,000	,000	,129	1,034	,305
7 (Constante)	3,033	,487		6,227	,000

Variável Dependente: Fator Competitividade Sustentabilidade.

Tabela B.8 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Sustentabilidade

Variável Dependente - Fator Competitividade Turismo

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,427 ^a	,182	,098	4,37960
2	,422 ^b	,178	,109	4,35285
3	,401 ^c	,161	,105	4,36310
4	,387 ^d	,150	,108	4,35542
5	,380 ^e	,145	,117	4,33262

Tabela B.9 - Resumo dos Modelos

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Sig.	
	B	Erro Padrão	Beta			
1	(Constante)	5,803	,732		7,923	,000
	Infraestrutura	,000	,000	-,274	-2,301	,025
	Capacitação/Qualificação	,000	,000	,111	,530	,598
	Marketing	,000	,000	-,348	-1,210	,231
	Gestão	-,001	,001	-,272	-1,200	,235
	Patrimônio Histórico	-,010	,004	-,280	-2,294	,025
	Roteiros e Segmentos	,004	,003	,432	1,422	,160
2	(Constante)	5,784	,727		7,955	,000
	Infraestrutura	,000	,000	-,275	-2,322	,024
	Marketing	,000	,000	-,248	-1,148	,256
	Gestão	-,001	,001	-,194	-1,133	,262
	Patrimônio Histórico	-,010	,004	-,275	-2,272	,027
	Roteiros e Segmentos	,003	,003	,345	1,358	,180
3	(Constante)	5,598	,710		7,885	,000
	Infraestrutura	,000	,000	-,271	-2,282	,026
	Marketing	,000	,000	-,230	-1,066	,291
	Patrimônio Histórico	-,009	,004	-,265	-2,193	,032
	Roteiros e Segmentos	,002	,002	,190	,886	,379
4	(Constante)	5,560	,707		7,859	,000
	Infraestrutura	,000	,000	-,271	-2,286	,026
	Marketing	-3,108E-5	,000	-,071	-,594	,555
	Patrimônio Histórico	-,010	,004	-,282	-2,366	,021
5	(Constante)	5,450	,679		8,025	,000
	Infraestrutura	,000	,000	-,272	-2,305	,025
	Patrimônio Histórico	-,010	,004	-,290	-2,461	,017

Variável Dependente: Fator Competitividade Turismo.

Tabela B.10 – Resultado Análise de Regressão Fator Competitividade Turismo

Apêndice C - Resultados Análises de Regressão – Fatores de Competitividade e Fatores de Desenvolvimento

Variável Dependente - Fator Economia do Turismo – ECOT

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,478 ^a	,229	,150	28,47740
2	,474 ^b	,225	,163	28,26122
3	,460 ^c	,211	,165	28,22534
4	,433 ^d	,187	,156	28,38013
5	,379 ^e	,143	,127	28,85679

Tabela C.1 - Resumo dos Modelos

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
1 (Constant)	7,608	9,154		,831	,410
F.CPolPúb	-,080	,163	-,069	-,494	,624
F.CInfraestrutura	1,288	1,007	,163	1,278	,207
F.CTurismo	,864	,286	,411	3,023	,004
F.CEcon	,312	,336	,117	,929	,358
F.CSustent	-1,034	,538	-,252	-1,922	,060
2 (Constant)	7,284	9,061		,804	,425
F.CInfraestrutura	1,213	,988	,154	1,228	,225
F.CTurismo	,810	,262	,385	3,093	,003
F.CEcon	,311	,333	,117	,933	,355
F.CSustent	-,966	,516	-,235	-1,872	,067
3 (Constant)	9,098	8,838		1,029	,308
F.CInfraestrutura	1,237	,987	,157	1,254	,216
F.CTurismo	,804	,261	,382	3,074	,003
F.CSustent	-,934	,514	-,227	-1,815	,075
4 (Constant)	17,419	5,869		2,968	,005
F.CTurismo	,808	,263	,384	3,072	,003
F.CSustent	-,859	,514	-,209	-1,672	,101
5 (Constant)	12,684	5,227		2,427	,019
F.CTurismo	,796	,267	,379	2,979	,004

Variável Dependente: Fator Economia do Turismo

Tabela C.2 – Resultado Análise de Regressão Fator Economia do Turismo - ECOT

Variável Dependente - Fator Impactos Indiretos do Turismo – IMPT

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,510 ^a	,260	,183	21,22394
2	,509 ^b	,259	,199	21,01410
3	,507 ^c	,258	,213	20,83006
4	,502 ^d	,252	,223	20,69823

Tabela C.3 - Resumo dos Modelos

Modelos	Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
1 (Constante)	20,735	6,780		3,058	,004
F.CTurismo	,685	,215	,431	3,190	,003
F.CInfraestrutura	1,165	,745	,198	1,563	,125
F.CPolPúb	,063	,122	,072	,514	,610
F.CEcon	,089	,245	,045	,363	,718
F.CSustent	-,077	,408	-,025	-,189	,851
2 (Constante)	20,413	6,498		3,141	,003
F.CTurismo	,680	,211	,428	3,222	,002
F.CInfraestrutura	1,145	,730	,195	1,568	,123
F.CPolPúb	,069	,117	,079	,589	,558
F.CEcon	,087	,242	,044	,358	,722
3 (Constante)	20,892	6,303		3,315	,002
F.CTurismo	,677	,209	,426	3,238	,002
F.CInfraestrutura	1,162	,722	,198	1,610	,114
F.CPolPúb	,069	,116	,079	,597	,553
4 (Constante)	20,900	6,263		3,337	,002
F.CTurismo	,724	,193	,455	3,758	,000
F.CInfraestrutura	1,215	,712	,207	1,706	,094

Variável Dependente: Impactos Indiretos do Turismo

Tabela C.4 – Resultado Análise de Regressão Fator Impactos Indiretos do Turismo – IMPT

Variável Dependente - Remuneração da Economia do Turismo – REMT

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,398 ^a	,159	,071	9,17703
2	,398 ^b	,158	,090	9,08380
3	,395 ^c	,156	,106	9,00442
4	,372 ^d	,139	,105	9,00827
5	,322 ^e	,103	,086	9,10186

Tabela C.5 - Resumo dos Modelos

Modelos		Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
		B	Erro Padrão	Beta		
1	(Constante)	36,860	2,940		12,539	,000
	F.CInfraestrutura	,314	,324	,130	,967	,338
	F.CTurismo	,009	,094	,014	,097	,923
	F.CPolPúb	,120	,053	,338	2,267	,028
	F.CEcon	,039	,108	,048	,362	,719
	F.CSustent	,218	,176	,171	1,239	,221
2	(Constante)	36,946	2,774		13,317	,000
	F.CInfraestrutura	,312	,321	,130	,974	,335
	F.CPolPúb	,122	,048	,343	2,534	,015
	F.CEcon	,039	,107	,048	,361	,720
	F.CSustent	,220	,173	,173	1,274	,209
3	(Constante)	37,063	2,731		13,570	,000
	F.CInfraestrutura	,323	,317	,135	1,022	,312
	F.CPolPúb	,122	,048	,343	2,556	,014
	F.CSustent	,225	,171	,177	1,319	,193
4	(Constante)	39,150	1,813		21,589	,000
	F.CPolPúb	,128	,047	,362	2,725	,009
	F.CSustent	,245	,170	,192	1,444	,155
5	(Constante)	40,814	1,415		28,841	,000
	F.CPolPúb	,114	,047	,322	2,449	,018

Variável Dependente: Fator Remuneração da Economia do Turismo

Tabela C.6 – Resultado Análise de Regressão Fator Remuneração da Economia do Turismo - REMT

Variável Dependente - Fator Remuneração Serviços Complementares – REMC

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,263 ^a	,069	-,034	85,44340
2	,262 ^b	,069	-,012	84,53133
3	,261 ^c	,068	,008	83,66167
4	,258 ^d	,067	,028	82,83963
5	,256 ^e	,066	,046	82,04099

Tabela C.7 - Resumo dos Modelos

Modelos		Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
		B	Erro Padrão	Beta		
1	(Constante)	56,774	14,713		3,859	,000
	F.CTurismo	,074	,447	,026	,165	,870
	F.CInfraestrutura	-2,160	1,618	-,199	-1,335	,189
	F.CPolPúb	-,065	,263	-,040	-,247	,806
	F.CEcon	-,400	,529	-,111	-,757	,453
	F.CSustent	,455	,863	,080	,527	,601
2	(Constante)	57,539	13,810		4,167	,000
	F.CInfraestrutura	-2,168	1,600	-,200	-1,355	,182
	F.CPolPúb	-,049	,242	-,030	-,203	,840
	F.CEcon	-,404	,523	-,112	-,773	,444
	F.CSustent	,468	,850	,082	,551	,584
3	(Constante)	56,909	13,316		4,274	,000
	F.CInfraestrutura	-2,206	1,572	-,203	-1,403	,167
	F.CEcon	-,404	,517	-,112	-,780	,439
	F.CSustent	,504	,823	,089	,612	,544
4	(Constante)	59,008	12,780		4,617	,000
	F.CInfraestrutura	-2,070	1,546	-,191	-1,339	,187
	F.CEcon	-,387	,513	-,107	-,754	,454
5	(Constante)	56,753	12,370		4,588	,000
	F.CInfraestrutura	-2,139	1,537	-,197	-1,392	,170
6	(Constante)	41,727	6,095		6,846	,000

Variável Dependente: Fator Remuneração Serviços Complementares

Tabela C.8 – Resultado Análise de Regressão Fator Remuneração Serviços Complementares – REMC

Variável Dependente - PIB *per capita*

Modelos	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da Estimativa
1	,390 ^a	,152	,067	12,82449
2	,390 ^b	,152	,086	12,69902
3	,387 ^c	,149	,100	12,59590
4	,361 ^d	,131	,098	12,61352
5	,319 ^e	,102	,085	12,70291

Tabela C.9 - Resumo dos Modelos

Modelos		Coeficientes não Padronizados		Coeficientes Padronizados	T	Sig.
		B	Erro Padrão	Beta		
1	(Constante)	11,058	4,051		2,730	,009
	F.CTurismo	-,011	,129	-,012	-,083	,934
	F.CInfraestrutura	1,140	,449	,337	2,536	,014
	F.CPolPúb	,029	,073	,058	,396	,694
	F.CEcon	-,184	,146	-,164	-1,258	,214
	F.CSustent	-,222	,241	-,125	-,918	,363
2	(Constante)	10,951	3,804		2,878	,006
	F.CInfraestrutura	1,142	,445	,337	2,568	,013
	F.CPolPúb	,027	,067	,053	,399	,692
	F.CEcon	-,184	,145	-,164	-1,269	,210
	F.CSustent	-,224	,237	-,126	-,945	,349
3	(Constante)	11,289	3,678		3,069	,003
	F.CInfraestrutura	1,167	,436	,345	2,675	,010
	F.CEcon	-,184	,143	-,165	-1,282	,205
	F.CSustent	-,245	,229	-,138	-1,072	,289
4	(Constante)	10,259	3,555		2,886	,006
	F.CInfraestrutura	1,119	,435	,331	2,575	,013
	F.CEcon	-,191	,144	-,171	-1,330	,189
5	(Constante)	9,333	3,511		2,658	,010
	F.CInfraestrutura	1,079	,437	,319	2,472	,017

Variável Dependente: PIB *per capita*Tabela C.10 – Resultado Análise de Regressão Variável PIB *per capita*