

**Turismo no Brasil: uma análise de clusters baseada no índice de competitividade dos destinos indutores**

**Tourism in Brazil: a cluster analysis based on the competitiveness index of inducing destinations**

**Turismo en Brasil: un análisis de conglomerados basado en el índice de competitividad de los destinos inductores**

Recebido: 05/02/2020 | Revisado: 12/02/2020 | Aceito: 20/02/2020 | Publicado: 10/03/2020

**Carolina Spínola de Andrade**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0941-0343>

Universidade Salvador, Brasil

E-mail: [carolina.spinola@unifacs.br](mailto:carolina.spinola@unifacs.br)

**Thiago Henrique Carneiro Rios Lopes**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1550-1484>

Universidade Salvador, Brasil

E-mail: [thiagohenriqueros@gmail.com](mailto:thiagohenriqueros@gmail.com)

**Laumar Neves de Souza**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7739-1690>

Universidade Salvador, Brasil

E-mail: [laumar.souza@unifacs.br](mailto:laumar.souza@unifacs.br)

**Iolanda Soares de Barros**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5380-610X>

Universidade Salvador, Brasil

E-mail: [iolandabarros5@gmail.com](mailto:iolandabarros5@gmail.com)

**Resumo**

A utilização de indicadores de competitividade na avaliação da performance dos destinos turísticos tem possibilitado a identificação de fragilidades e potencialidades que precisam ser abordadas pelas políticas públicas de fomento ao setor. Contudo, em se tratando de Brasil e se considerando que as especificidades regionais existentes engendram dinâmicas próprias para o desenvolvimento da atividade, objetivou-se, com este artigo, analisar os padrões de performances dos referidos indicadores visando subsidiar conjuntos de políticas de fomento específicas para cada região. Metodologicamente, trata-se de um estudo exploratório, de base quantitativa que recorreu à utilização de métodos estatísticos hierárquicos e não hierárquicos, bem como da análise da variância para criação de aglomerados ou *clusters* de municípios. Isto foi feito com base nas treze dimensões avaliadas pelo Índice de Competitividade do Turismo

Nacional (ICTN), idealizado pelo Ministério do Turismo, Sebrae e Fundação Getúlio Vargas. Como resultados, identificou-se três grupos de municípios com níveis distintos de competitividade, fortemente baseados em parâmetros associados ao nível de dinamismo de suas economias, tendo em comum uma grande deficiência quanto ao nível de Cooperação Regional. Complementarmente, percebeu-se a existência de necessidades comuns a todos os destinos e que precisam ser objeto de atenção especial, relacionadas justamente com a disponibilidade de análises estatísticas e estudos sobre o setor.

**Palavras-chave:** Turismo; Destinos Indutores; Clusters; Competitividade.

### Abstract

The use of competitiveness indicators to evaluate the performance of tourist destinations has enabled the identification of weaknesses and potentialities that need to be addressed by public policies to promote the sector. However, in the case of Brazil and considering that the existing regional specificities generate their own dynamics for the development of the activity, it was considered appropriate to conduct, in this article, an analysis that considered performance patterns that could subsidize specific incentive policy sets. This is an exploratory study with a quantitative basis that resorted to the use of hierarchical and non-hierarchical statistical methods, as well as the analysis of variance to create *clusters* of municipalities, based on the thirteen dimensions evaluated by the National Tourism Competitiveness Index, designed by the Ministry of Tourism, Sebrae and Getulio Vargas Foundation. In conclusion, we identified three groups of municipalities with different levels of competitiveness, strongly based on parameters associated with the level of dynamism of their economies, having in common a major deficiency regarding the level of Regional Cooperation. In addition, there was a common need to all destinations related to the availability of statistical analyzes and studies on the sector.

**Keywords:** Tourism; Inductive Destinations; Clusters; Competitiveness.

### Resumen

El uso de indicadores de competitividad en la evaluación del desempeño de los destinos turísticos ha permitido identificar las debilidades y potencialidades que las políticas públicas deben abordar para promover el sector. Sin embargo, en el caso de Brasil y considerando que las especificidades regionales existentes generan dinámicas específicas para el desarrollo de la actividad, se consideró apropiado llevar a cabo, en este artículo, un análisis que considerara los patrones de desempeño que podrían subsidiar conjuntos específicos de políticas de desarrollo. Metodológicamente, es un estudio exploratorio, con una base cuantitativa que recurrió al uso de métodos estadísticos jerárquicos y no jerárquicos, así como al análisis de varianza para la creación de agrupaciones o agrupaciones de municipios. Esto se hizo en base a las trece dimensiones evaluadas por el Índice Nacional de Competitividad Turística (ICTN), idealizado por el Ministerio de Turismo, Sebrae y la Fundación Getúlio Vargas. Como conclusión, se identificaron tres grupos de municipios con distintos niveles de competitividad, fuertemente basados en parámetros asociados con el nivel de dinamismo de sus economías, que tienen en común una gran deficiencia con respecto al nivel de Cooperación Regional. Además, se observó la existencia de necesidades comunes a todos los destinos y que deben ser objeto de especial atención, precisamente relacionadas con la disponibilidad de análisis y estudios estadísticos sobre el sector.

**Palabras clave:** Turismo; Destinos inductivos; Clusters, Competitividad.

## 1. Introdução

Segundo o World Travel and Tourism Council (WTTC, 2019), o turismo contribuiu com 10,4% do Produto Interno Bruto (PIB) global, em 2018, e gerou mais de 300 milhões de empregos no mundo. No Brasil, a despeito de todas as dificuldades, tal atividade representou 8,1% do PIB nacional, nesse mesmo ano (WTTC, 2019), e seu crescimento, em relação ao período imediatamente anterior, se situou no patamar de 3,1%. Estes números, aliados ao fato de que os ganhos com essa atividade implicam em um considerável efeito multiplicador da renda e das ocupações, tornam o estímulo ao turismo uma tarefa que deve ser levada a termo quando se pensa, de um modo geral, na promoção do desenvolvimento econômico de regiões e países e, de modo particular, no estabelecimento de estratégias para incrementar a competitividade de destinos turísticos específicos.

No que tange à questão da competitividade, é preciso mencionar que os estudos sobre tal temática têm se popularizado, nos últimos anos, embora ainda existam dissensos, nos campos da Economia e dos Negócios, acerca do seu significado e das metodologias que devam ser empregadas para a sua mensuração (Haguenaer, 1989; Kupfer, 1992; Lastres; Cassiolato, 1995), na medida em que podem ser aplicados a firmas isoladas, indústrias, regiões ou países.

Com efeito, a partir de uma ótica macroeconômica, pode-se entender a competitividade de uma região ou destino como a capacidade que o mesmo tem de “sob livres e justas condições de mercado, produzir bens e serviços que atendam aos testes internacionais de mercado e simultaneamente promovam a expansão dos rendimentos de seus cidadãos” (OECD, 2003, p. 8).

A literatura recente que aborda o tema da competitividade tem disponibilizado modelos metodológicos que permitem a análise e a comparação de performances dos destinos, seja no âmbito global ou na escala regional (Crouch; Ritchie, 1999; Dwyer; Kim, 2003; Gooroochurn; Sugiyarto, 2005; World Economic Forum, 2017), fato esse que tem concorrido para subsidiar a elaboração de políticas que visem o fomento à atividade turística, através da resolução de eventuais entraves e da potencialização das vantagens competitivas que ostentam.

Este trabalho justifica-se em virtude das especificidades regionais existentes no Brasil que engendram dinâmicas próprias para o desenvolvimento da atividade do turismo. Dessa

forma, o presente artigo objetiva analisar as semelhanças e diferenças de desempenho que conformam “*clusters*” de destinos, com perfis e necessidades próprias, e que, como tal, precisam ser abordados de maneira particular pelas políticas públicas federais voltadas para o setor. Portanto, a caracterização dos grupos de destinos turísticos com suas potencialidades e fragilidades pode servir de instrumento para o desenvolvimento de políticas mais precisas.

Dito isso, cabe revelar que para levar adiante este empreendimento investigativo considerou-se pertinente, metodologicamente falando, trabalhar com o Índice de Competitividade do Turismo Nacional (ICTN), formulado pelo Ministério do Turismo (Mtur) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV), dado que ele permite identificar a evolução dos 65 principais destinos turísticos brasileiros.

O presente artigo está dividido em três seções, além desta Introdução e da Conclusão. Na primeira procurou-se investir na exposição das ideias centrais que dão substância e concretude a alguns dos principais modelos de análise que são utilizados, quando se aborda a questão da competitividade de destinos turísticos. Em tempo, ainda nessa seção, julgou-se conveniente precisar, com maior riqueza de detalhes, os elementos que integram o mencionado ICTN. Na sequência foram explicitadas as informações que revelam a natureza dos dados e do método de que se dispôs para conduzir a presente investigação e, por fim, na terceira seção enveredou-se na direção da exposição dos resultados, bem como da sua discussão.

## **1. MODELOS DE ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS**

O conceito de destinos turísticos pode ter múltiplas interpretações, dependendo da abrangência geográfica e da natureza da abordagem que lhe forem atribuídas. Assim, um destino pode ser entendido como um atrativo (nos casos em que estes possuam uma grande hierarquia e se confundam com a imagem da região que lhes abriga), como um território em que o turismo se desenvolve, como um constructo mercadológico ou como o produto da concentração de toda a oferta necessária para o desenvolvimento da atividade (Flores; Mendes, 2014).

Reconhecendo a variedade dos elementos que constituem os destinos turísticos, a Organização Mundial de Turismo (OMT) os define como

espaços físicos nos quais um visitante pernoita pelo menos uma noite. Inclui produtos turísticos tais como, serviços de suporte, atrações e recursos turísticos a um dia de viagem de regresso. Tem fronteiras físicas e administrativas que definem a sua gestão, e tem também imagens e percepções que definem a sua competitividade no mercado. Os destinos turísticos incorporam vários *stakeholders* que geralmente incluem a comunidade local, e podem ainda, abrigar e formar, uma rede maior de destinos (OMT, 2010, p. 8).

Essa concepção é semelhante a que fora formulada por Buhalis (2000). Este autor, de maneira mais sintética, pontua que os destinos turísticos se constituem em áreas geográficas definidas que apresentam um conjunto de produtos e serviços turísticos integrados em uma marca comum, que são comercializados e consumidos pelos visitantes.

Uma vez fornecida essa conceituação, importa dizer que o estudo da competitividade dos destinos turísticos guarda relação e, em certa medida, é oriundo das pesquisas que tratam da competitividade da indústria, as quais, baseadas na tradição de Mason (1939) e Bain (1968) têm na performance ou desempenho das empresas o seu foco principal. Contudo, diferentemente da abordagem da Economia Industrial, deve-se congregiar uma visão ampla, que considere os múltiplos fatores que, direta ou indiretamente, influenciam em seu desempenho no mercado e para o objetivo do desenvolvimento socioeconômico da comunidade local.

Procurando se aprofundar nessa linha de raciocínio, tem-se que para Crouch e Ritchie (1999), o êxito de um determinado destino turístico tem que ser analisado de maneira sistêmica, visto que, além do desempenho das organizações, envolve o desempenho de outros setores econômicos (energia, transportes e telecomunicações) e sociais (Governo, empresas, organizações não governamentais, associações, etc.).

Seguindo esse entendimento, esses autores sugeriram um dos modelos de análise da competitividade de destinos turísticos mais conhecidos - o Modelo de Calgary (1999) - que incorpora a análise de cinco dimensões que são influenciadas por aspectos do macro e do microambiente: 1) Recursos centrais e atrativos; 2) Fatores de suporte e recursos (infraestrutura e empresas do setor); 3) Gestão do destino (organização, marketing, serviços e informação); 4) Determinantes qualificadores (aspectos como localização, segurança e custo);

e 5) Políticas e planejamento (incluindo o planejamento estratégico do destino, análise de competitividade, monitoramento e avaliação).

Também em linha com essa perspectiva sistêmica, Dwyer e Kim (2003) propuseram um modelo para a avaliação da competitividade de destinos turísticos que engloba diversas das variáveis inicialmente identificadas por Crouch e Ritchie (1999), o qual ficou conhecido como Modelo Integrado. Esta formulação constitui uma espécie de avanço neste particular, posto que procura estabelecer um relacionamento mais claro entre as variáveis e por indicar um grupo de possíveis indicadores para as variáveis que incorpora que assenta-se em quatro dimensões: 1) Recursos, subdividida em Recursos inatos (naturais e herdados), Recursos de apoio (oferta das condições para o desenvolvimento da atividade) e Recursos criados (construídos); 2) Gestão do destino, que compreende a gestão realizada tanto pelo Governo, quanto pela indústria turística em articulação com a comunidade; 3) Condições situacionais, que abrange aspectos macro e microambientais relativos ao meio empresarial e condições de competitividade, aspectos locacionais, políticas governamentais, dentre outros; e 4) Condições de demanda, que enfatiza o papel da demanda na competitividade.

Nessa mesma linha de pensamento e considerando a necessidade de comparabilidade para a avaliação de destinos turísticos, Gooroochurn e Sugiyarto (2005) propuseram um modelo que pudesse utilizar dados de diversos países disponíveis em bancos de dados de organismos internacionais, denominado de *Competitiveness Monitor*.

De modo análogo, o Fórum Econômico Mundial, em 2007, principiou a aferição da competitividade turística dos países através do *Travel and Tourism Competitiveness Report*, que, na sua edição de 2019, compreendia 140 países (World Economic Forum, 2019). Trabalha-se neste modelo com quatro grandes categorias relacionadas ao setor de viagens e turismo: Ambiente de negócios, Políticas e arcabouço regulatório, Infraestrutura e Recursos naturais e culturais. Estas categorias, por sua vez, se subdividem em 14 subcategorias e 90 indicadores que permitem a mensuração e comparação de “um conjunto de fatores e políticas que possibilitam o desenvolvimento sustentável do setor de Viagens & Turismo, que por sua vez contribui para o desenvolvimento e a competitividade de um país” (World Economic Forum, 2019, p. 11), demonstrando bem o caráter sistêmico deste tipo de análise e a sua vinculação com o desenvolvimento socioeconômico.

Registre-se aqui que todas essas contribuições foram importantes para a concepção do ICTN, que é utilizado neste artigo. Como a sua própria designação sugere, esse indicador

objetiva avaliar a competitividade dos principais destinos turísticos brasileiros, também conhecidos, alternativamente, como “destinos indutores”.

Importa saber, no âmbito deste estudo, que para operar a construção de tal índice foram selecionados 65 destinos que atendessem a dois requisitos fundamentais: possuísem infraestrutura e atrativos turísticos qualificados e fossem capazes de atrair fluxos turísticos nacionais e internacionais, e que, por via de consequência, induzissem o desenvolvimento da região em que estão inseridos.

De igual modo, vale esclarecer que no processo de construção do indicador, todas as unidades da Federação foram contempladas, sendo que cada uma delas deveria ter no mínimo um e no máximo cinco destinos considerados indutores. Uma vez observada essa nuance, partiu-se para definir as variáveis que o integram, de forma que fosse possível monitorar esses destinos, ao longo do tempo e, assim, traçar políticas públicas nos três níveis de Governo (Brasil, 2015).

A concepção de competitividade que norteou a elaboração desse indicador baseava-se na “capacidade de um destino em gerar, de forma contínua e sustentável, negócios nas atividades do setor de turismo” (Brasil, 2015, p. 30). Ou seja, sob a ótica deste estudo, se considera como mais competitivos os destinos que conseguem potencializar os recursos e atrativos que possuem através de políticas e estruturas de gestão efetivas e continuadas.

Partindo de uma perspectiva sistêmica e integrada da atividade, o ICTN comporta 13 dimensões, as quais são avaliadas em uma escala que varia de 0 a 100 pontos: Infraestrutura geral; Acesso; Serviços e equipamentos turísticos; Atrativos turísticos; Marketing e promoção do destino; Políticas públicas; Cooperação regional; Monitoramento; Economia local; Capacidade empresarial; Aspectos sociais; Aspectos ambientais e Aspectos culturais.

Em grandes linhas, essas dimensões consideram os seguintes aspectos (Brasil, 2015):

- i. Infraestrutura geral: é avaliada a capacidade de atendimento médico para o turista no destino, estrutura urbana nas áreas turísticas, fornecimento de energia e serviço de proteção ao turista.
- ii. Acesso: leva em conta os serviços de transportes existentes, bem como sua qualidade e diversidade; o preço e a sua segurança; regularidade, pontualidade e integração dos sistemas de transportes. Vale destacar que são levados em conta o acesso rodoviário, aéreo, aquaviário e ferroviário.

- iii. Serviços e equipamentos turísticos: estão incluídos na ideia de “serviços e equipamentos turísticos” os meios de hospedagem, restaurantes, agências de receptivo e as empresas transportadoras. São avaliadas as centrais de atendimento ao turista, bem como a estrutura disponível para a realização de eventos e a capacidade de hospedagem e dos restaurantes
- iv. Atrativos turísticos: esta dimensão visa capturar os elementos que servem de atração para o turista numa cidade. Tais atrativos podem ser naturais, culturais, científicas, religiosos, etc.
- v. Marketing e promoção do destino: o marketing é fundamental para as organizações do turismo. Então a competitividade de uma cidade requer a análise de um plano de marketing, a participação em feira e eventos e a capacidade de promoção do destino. Além dos materiais de promoção do destino, foi analisado a existência de alguma página do município na internet (ou de um portal) com as informações turísticas.
- vi. Políticas públicas: este item avalia as políticas públicas para o desenvolvimento do setor de turismo. Nesse sentido, os seguintes pontos são analisados: a estrutura municipal para apoio ao turismo; o grau de cooperação com o governo estadual e federal; o planejamento para a cidade e para a atividade turística; e o grau de cooperação público-privada.
- vii. Cooperação regional: esta dimensão parte do princípio de que a regionalização deve ser entendida como um espaço em que as regiões tenham diversos objetivos em comum. Dessa forma, a cooperação entre elas torna-se elemento central da competitividade. Os elementos de análise neste item são: projetos de cooperação regional; planejamento turístico regional; promoção e apoio à comercialização de forma integrada; governança e roteirização.
- viii. Monitoramento: o desenvolvimento de um plano deve ser acompanhado de perto. Assim, é fundamental o monitoramento do ambiente competitivo e das estratégias que foram adotadas. Para tanto, é necessário que um sistema eficiente de informações permita: realizar pesquisas de oferta e demanda; reunir as estatísticas do turismo; e medir os impactos da atividade turística. Além do mais, o item “Monitoramento” avalia se o município dispõe de um setor específico de estudos e pesquisas.
- ix. Economia local: este item chama a atenção às características locais que indicam maior competitividade. Desta forma, foram identificados: a infraestrutura e facilidades para negócios; os empreendimentos ou eventos alavancadores; os aspectos da economia local; e infraestrutura de comunicação. Dentre outras coisas, este item investiga

disponibilidade de serviços de acesso à internet em banda larga; a disponibilidade de terminais de autoatendimento com cartão de crédito ou débito internacional; acesso gratuito à internet em locais públicos, como aeroportos, rodoviárias, praças, etc.

- x. Capacidade empresarial: esta dimensão está associada à competência e a capacidade de mobilizar as forças políticas e sociais para promover o desenvolvimento do setor. As práticas gerenciais e o capital humano influenciam diretamente na habilidade das firmas para a competição. Portanto, leva-se em conta: capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local; presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias; presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo; e concorrência e barreiras de entrada. Avalia-se, dentre outras coisas, os tipos de instituições de ensino instaladas no município.
- xi. Aspectos sociais: este aspecto parte do princípio de que a qualidade de vida no destino deve contribuir para a experiência do turista em sua visita. Dessa forma, quanto mais desenvolvido socialmente, mais competitivo deve ser o município. As seguintes variáveis foram levadas em conta nesta dimensão: acesso à educação; empregos gerados pelo turismo; política de prevenção e enfrentamento à exploração sexual infanto-juvenil; uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; e cidadania, sensibilização e participação na atividade turística.
- xii. Aspectos ambientais: as questões ambientais que foram levadas em conta neste sub-índice dizem respeito a estrutura e legislação municipal de meio ambiente; atividades em curso potencialmente poluidoras; rede pública de distribuição de água; rede pública de coleta e tratamento de esgoto; coleta e destinação pública de resíduos; e unidades de conservação no território municipal.
- xiii. Aspectos culturais: o fator cultural é importante para a competitividade porque funciona como um atrativo para diversos nichos. Além disso, o turismo cultural é também gerador de emprego e pode contribuir para o desenvolvimento local. Dessa forma, as seguintes variáveis serviram para medir a dimensão dos aspectos culturais: produção cultural associada ao turismo; patrimônio histórico-cultural; e estrutura municipal para apoio à cultura. Dentre outras coisas, investiga-se a presença de museus, cinemas, shoppings, TVs comunitárias, clubes e associações desportivas, centros culturais, bibliotecas, livrarias, etc.

Com base nessas treze dimensões, procurou-se agrupar os municípios em conglomerados ou *clusters* com características semelhantes entre si e diferentes entre os

demaís, com o objetivo de identificar potencialidades e fragilidades mais evidentes que possam facilitar a elaboração de medidas corretivas, conforme descrito na próxima seção.

## 2. DADOS E MÉTODO

A análise de *clusters* é uma técnica estatística que permite, a partir de um conjunto de variáveis, formar grupos de indivíduos homogêneos em função do grau de similaridade entre eles. Tal como alertado por Johnson e Wichern (2007), a análise de *clusters* é uma técnica exploratória, sendo, portanto, útil para descrever e classificar os objetos em estudo.

Para identificar os agrupamentos de indivíduos é fundamental a adoção de alguma medida de similaridade para que as observações sejam comparadas. Uma das medidas mais utilizadas, e que é adotada neste trabalho, é a Distância Quadrática Euclidiana, representada como:

$$d_{ij}^2 = \sum_{k=1}^p (x_{ik} - x_{jk})^2$$

Em que:

$x_{ik}$  é o valor da variável  $k$  referente à observação  $i$

$x_{jk}$  é o valor da variável  $k$  para a observação  $j$

Note, portanto, que a distância entre duas observações ( $i$  e  $j$ ) corresponde a soma dos quadrados das diferenças entre os pares de observações ( $i$  e  $j$ ) para todas as  $p$  variáveis.

Para realizar os processos de agrupamentos, fez-se a opção por utilizar, num primeiro momento, um método hierárquico para definir quantos grupos seriam formados. Posteriormente, adotou-se um método não hierárquico, cujo processo de agrupamento é dinâmico e interativo. Tal sugestão é dada por Maroco (2007). No caso do método hierárquico, foi aplicado o procedimento de Ward, o qual, segundo Fávero et al. (2009), busca agrupar as observações que apresentam menor soma dos quadrados entre os dois grupos, calculada para todas as variáveis. Na sequência, uma vez definida a quantidade de grupos, valeu-se dos centroides iniciais para a utilização no procedimento não-hierárquico, cujo método foi o K-means.

Segundo Fávero (2009), o método *K-means* produz apenas uma solução para o número de conglomerados pré-definidos. Aqui, o critério de distância para a formação dos grupos é a distância euclidiana, que pode ser definida como:

$$d_{ij} = \sqrt{\sum_{k=1}^p (x_{ik} - x_{jk})^2}$$

Em que:

$x_{ik}$  é o valor da variável  $k$  referente à observação  $i$

$x_{jk}$  é o valor da variável  $k$  para a observação  $j$

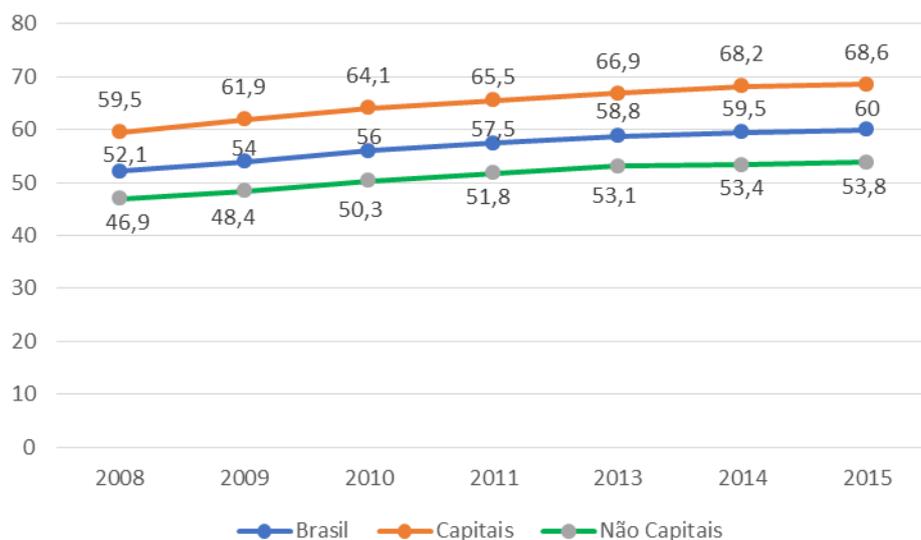
O método *K-means* tem por objetivo minimizar a variância interna aos grupos e maximizar a variância entre os grupos. Os centroides (ou pontos de sementes iniciais) para a realização do *K-means* serão fornecidos a partir do método hierárquico apresentado anteriormente.

A publicação que serviu de base para este artigo está disponível em uma série histórica de oito anos que compreende o período entre 2008 e 2015. Para fins da análise de *clusters*, todavia, utilizou-se dos dados disponibilizados pela última edição do ICTN, referente ao ano de 2015.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Antes de apresentar os resultados dos *clusters*, é importante uma análise preliminar dos dados do Estudo, uma vez que o ICTN tem apresentado sucessivos avanços ao longo dos anos, como pode ser visto na Figura 1.

#### **Gráfico 1 - Brasil - Evolução do Índice Geral de Competitividade do Turismo, capitais e não capitais, 2008-2015**



Fonte: MTur/Sebrae/FGV (2015).

Nota: Os dados para 2012 não estavam disponíveis.

Pode ser observado que as capitais têm desempenho, em termos de competitividade, superior às não capitais. Este é um resultado esperado, uma vez que a infraestrutura e os serviços turísticos são mais concentrados nos grandes centros urbanos. Contudo, vale destacar que foram também as capitais que mais avançaram entre 2008 e 2015. O Índice de Competitividade cresceu 15,3% nas capitais neste período, ao passo que entre as não capitais o avanço foi de 14,7%. Esse comportamento pode indicar um maior descolamento dos núcleos mais estruturados em relação aos destinos menores, o que não contribuiria para a descentralização do fluxo e da receita da atividade.

Entre 2008 e 2015, o melhor critério observado para as capitais foi a “Capacidade empresarial”, cujo valor médio foi de 82,4, ao passo que o pior indicador foi o de “Monitoramento” (43,5). É de se esperar que o capital humano, bem como a capacidade de mobilizar as forças políticas e sociais sejam, de fato, mais presentes nas capitais; ademais, como as empresas de grande porte se localizam nestas cidades, é compreensível que a capacidade empresarial seja uma dimensão favorável à sua competitividade. Por outro lado, o monitoramento precisa avançar substancialmente para que informações e estudos mais precisos sejam realizados nessas cidades.

Em relação às não capitais, o melhor indicador médio ao longo do período foi o de “Atrativos turísticos” (61,7). Este quesito não depende das institucionalidades, uma vez que podem estar associados às dotações locais, como recursos naturais, religiosos e culturais. Por outro lado, o “Monitoramento”, tal como nas capitais, foi o indicador de pior desempenho

médio, entre 2008 e 2015, com apenas 30.6 pontos. Em grandes linhas, uma análise preliminar sugere que há uma carência, nos principais destinos turísticos do Brasil, no que diz respeito as análises estatísticas, coleta de informações e estudos sobre o setor de turismo. A Tabela 1 fornece uma visão mais completa do comportamento médio dos indicadores entre 2008 e 2015:

**Tabela 1 - Brasil - Média dos componentes do Índice de Competitividade do Turismo, capitais e não capitais - 2008-2015**

	Capitais	Não Capitais	Brasil
Infraestrutura geral	74.2	61.2	66.7
Acesso	72.7	51.6	60.4
Serviços e equipamentos turísticos	65.2	43.8	52.7
Atrativos turísticos	61.0	61.7	61.4
Marketing	49.5	40.9	44.5
Políticas públicas	61.0	52.0	55.8
Cooperação regional	46.4	49.2	48.0
Monitoramento	43.5	30.6	36.0
Economia local	71.7	53.1	60.8
Capacidade empresarial	82.4	41.4	58.4
Aspectos sociais	63.6	55.4	58.8
Aspectos ambientais	71.1	61.1	65.2
Aspectos culturais	66.4	52.2	58.1

Fonte: MTur/Sebrae/FGV (2015).

As treze variáveis descritas acima foram utilizadas para a formação dos *clusters*. Após a elaboração dos grupos pelo método hierárquico e não hierárquico, foi possível formar três grupos de municípios, os quais são apresentados no Quadro 1.

**Quadro 1 - Brasil - Clusters de destinos indutores por grupo, capitais e não capitais**

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Ipojuca	Belo Horizonte (Capital)	Alto Paraíso de Goiás
Angra dos Reis	Bento Gonçalves	Aracati
Aracaju (Capital)	Brasília (Capital)	Barcelos
Belém (Capital)	Curitiba (Capital)	Barreirinhas
Boa Vista (Capital)	Florianópolis (Capital)	Fernando de Noronha
Cáceres	Fortaleza (Capital)	Jijoca de Jericoacoara
Campo Grande (Capital)	Foz do Iguaçu	Lençóis
Cuiabá (Capital)	Goiânia (Capital)	Maragogi
Gramado	João Pessoa (Capital)	Maraú
Macapá (Capital)	Porto Alegre (Capital)	Mata de São João
Maceió (Capital)	Recife (Capital)	Mateiros
Manaus (Capital)	Rio de Janeiro (Capital)	Nova Olinda
Natal (Capital)	Salvador (Capital)	Paraty
Palmas (Capital)	São Luís (Capital)	Parnaíba
Porto Seguro	São Paulo (Capital)	Pirenópolis
Porto Velho (Capital)	Vitória (Capital)	São Joaquim
Rio Branco (Capital)	Balneário Camboriú	Tibau do Sul

Teresina (Capital)	Ouro Preto	Tiradentes
Bonito	Paranaguá	Parintins
Caldas Novas	Petrópolis	São Raimundo Nonato
Corumbá		
Diamantina		
Ilhabela		
Santarém		
Armação dos Búzios		

Fonte: Elaboração própria, baseado nos resultados da análise de clusters, 2019.

É importante notar que o primeiro grupo conta com 25 cidades, sendo 13 capitais. Contudo, nenhuma delas do Sul ou Sudeste do país; ademais, todas as capitais da região Norte estão neste grupo. No outro extremo está o grupo 3, que não possui nenhuma capital. O grupo 2 é formado por vinte cidades, sendo 14 delas capitais – todas as capitais do Sul e do Sudeste estão neste grupo, além dos principais destinos do Nordeste e Centro-Oeste.

Conforme pode ser visto na Tabela 2, a média de todas as treze dimensões é maior no grupo 2. Este conjunto de municípios, portanto, é caracterizado como o mais competitivo. Vale destacar que os itens “Capacidade empresarial” e “Economia local” apresentam as maiores médias dentro do grupo: 85.67 e 82.13, respectivamente. Ele é formado por cidades economicamente mais dinâmicas, com forte capacidade empresarial, bem como melhor infraestrutura de comunicação e financeira. A despeito de apresentar os maiores indicadores, há espaço para avançar em três itens: “Cooperação regional”, “Marketing e promoção do destino” e “Monitoramento”. É importante ressaltar que os referidos itens se constituem em dimensões que refletem, em alguma medida, a capacidade de planejamento dos municípios e que, ademais, se apresentam deficientes nos três grupos, podendo revelar uma necessidade dos destinos turísticos brasileiros avançarem em relação ao planejamento e a integração regional.

**Tabela 2 - Média das dimensões por grupos**

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Infraestrutura	67.81	79.55	55.77
Acesso	64.33	77.59	43.27
Serviços e equipamentos	61.02	76.01	39.36
Atrativos turísticos	59.99	70.63	59.70
Marketing	44.28	66.09	39.46
Políticas públicas	59.62	70.23	51.06

Cooperação	46.80	57.96	46.14
Monitoramento	29.99	67.00	16.64
Economia local	64.90	82.13	46.98
Capacidade empresarial	69.55	85.67	31.24
Aspectos sociais	58.22	71.69	52.18
Aspectos ambientais	68.32	77.61	58.73
Aspectos culturais	63.31	75.66	53.27

Fonte: Elaboração Própria, 2019.

No ano de 2015, os municípios do grupo 2 empregaram 874.252 trabalhadores formais no setor do turismo<sup>1</sup>. Isto representou 82% dos empregos turísticos dos 65 municípios analisados. Portanto, são nestas 20 cidades mais competitivas que se concentram os trabalhadores formais desta atividade. Por outro lado, exatamente por ser mais diversificado, este grupo apresentou uma pequena proporção de empregos no turismo: em média, a proporção dos trabalhadores naquele setor foi de 6,5% do total. Isto sugere que, a despeito de mais competitivas, essas cidades não são especializadas na referida atividade, mas se beneficiam, em muitos casos, dos efeitos da dinamicidade econômica que apresentam em outros setores e que se refletem nas dimensões utilizadas pelo turismo.

Vale ressaltar que, entre 2008 e 2015, a taxa média de crescimento do emprego formal no setor de turismo foi menor para o grupo 2 (18%). Embora os indicadores de competitividade sejam maiores e tenham avançado mais nas cidades deste grupo, não foi possível notar uma evolução similar na geração de empregos formais vis-à-vis os grupos 1 e 3.

<sup>1</sup> Os dados de trabalhadores formais foram obtidos através da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Logo, considera apenas os empregos formais. Vale ressaltar que a definição de atividades turísticas seguiu a orientação de Ribeiro *et al* (2018) e Lopes *et al* (2019) cuja classificação teve como base as orientações da Organização Mundial do Turismo (OMT). Assim, podem ser considerados serviços ligados ao setor de turismo: Transporte metroferroviário de passageiros; Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, municipal e em região metropolitana; Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional; Transporte rodoviário de táxi; Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários; Trens turísticos, teleféricos e similares; Transporte marítimo de cabotagem; Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares; Transporte aéreo de passageiros regular; Transporte aéreo de passageiros não-regular; Hotéis e similares; Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente; Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas; Serviços ambulantes de alimentação; Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada; Locação de automóveis sem condutor; Locação de meios de transporte, exceto automóveis, sem condutor; Aluguel de equipamentos recreativos e esportivos; Agências de viagens; Operadores turísticos; Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente; Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares; Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental; Parques de diversão e parques temáticos; Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente.

O outro extremo é formado pelo grupo 3. Ele é composto por municípios cujas dimensões do Índice de Competitividade são as mais baixas. Todos os treze itens possuem as menores médias no grupo 3. Os dois maiores indicadores são aqueles referentes aos “Atrativos turísticos” e “Aspectos ambientais”. Esses municípios são marcados, via de regra, por vantagens naturais, mas fraca capacidade empresarial. Talvez por ser um grupo marcado por pequenas cidades, a capacidade de planejamento e articulação entre os empresários seja limitada.

Para se ter uma ideia, no ano de 2015, os 20 municípios que compõem o grupo 3 empregaram 18.660 trabalhadores formais no setor de turismo. Isto representou apenas 1,7% dos empregos totais do setor para as 65 cidades analisadas. Por outro lado, cerca de 23% dos empregos formais nos municípios do grupo 3 estão concentrados no setor de turismo; é a maior proporção dentre os grupos considerados. Isto indica que, a despeito de pouco competitivo, este é um grupo formado por cidades especializadas nesta atividade. Aqui, o turismo talvez funcione mais como uma alternativa de desenvolvimento local do que uma atividade sofisticada e geradora de grandes empreendimentos. Este grupo apresentou o maior crescimento, em termos de geração de emprego no turismo, entre 2008 e 2015 (54%). Tais dados podem indicar uma prioridade de alocação de recursos públicos na atividade, bem como a necessidade de um olhar diferenciado das políticas setoriais em direção aos pequenos pólos atratores do interior.

Por fim, o grupo 1 tem características mistas. Todos os seus indicadores são piores que os do grupo 2, mas melhores que os do Grupo 3. Em média, os municípios performam bem na “Capacidade empresarial”, nos “Aspectos ambientais”, e na “Infraestrutura”. Além do baixo indicador nos quesitos “Cooperação regional” e “Monitoramento” que, aliás, é também baixo no grupo 3, é preciso avançar no item “Marketing e promoção do destino”. Este grupo se aproxima do grupo 2, aquele que tem maior competitividade, nos seguintes aspectos: Infraestrutura, Acesso, Serviços e equipamentos, Economia local, Capacidade empresarial, Aspectos ambientais e Aspectos culturais. Porém, se aproxima mais do grupo 3, o menos competitivo, nas dimensões: Atrativos turísticos, Marketing e promoção do destino, Políticas públicas, Monitoramento, Cooperação regional e Aspectos sociais.

Dos destinos turísticos analisados, notou-se que os 25 municípios que fazem parte deste grupo empregaram 16.3% dos trabalhadores formais no setor de turismo. Ademais, em média, 11% da força de trabalho nessas cidades está empregada naquele setor, cujo

crescimento da força de trabalho, entre 2008 e 2015, foi de 33%. É importante notar que há alguma competitividade e especialização desta atividade nos municípios do grupo 1.

Infere-se que os municípios pertencentes a este último grupo, por serem compostos, em parte, também por centros que exercem funções polarizadoras do ponto de vista administrativo e político, reúnem condições infraestruturais e econômicas que os aproximam dos municípios do grupo mais competitivo; entretanto, também se apresentam como espaços mais sensíveis ao investimento direto no setor, tal como os municípios do Grupo 3, tendo em vista a representatividade e o crescimento do emprego no setor. Destacam-se, neste *cluster*, destinos conhecidos dentre as capitais, como Natal e as não capitais, a exemplo de Porto Seguro, Gramado, Búzios e Bonito.

Tão importante quanto sugerir a formação de determinados agrupamentos é identificar quais variáveis melhor os discriminam. Assim, a análise discriminante serve como uma técnica confirmatória da análise de *cluster* (FÁVERO, 2009). É de se esperar que se determinada variável esteja distinguindo bem os grupos ela apresente grande variabilidade entre grupos e baixa variabilidade dentro do grupo. Assim, a ANOVA (análise de variância) tem por objetivo identificar quais são as variáveis que mais discriminam os grupos.

Conforme apresentado na Tabela 3, as variáveis com maior valor na estatística F são aquelas que melhor discriminam os grupos, desde que significativas. Das dimensões analisadas, apenas a “Cooperação regional” não serve para discriminar os grupos, pois a estatística F não foi significativa a 5%. Isto acontece porque este item possui uma alta variabilidade dentro dos grupos e uma baixa variabilidade entre eles. A média desta variável entre os grupos é muito baixa, o que sugere que talvez os municípios brasileiros, independentemente de seu nível de protagonismo na atividade, atuem de maneira pouco cooperativa no que diz respeito ao Turismo. Ademais, a falta de estratégias para o planejamento turístico regional com uma comercialização integrada, bem como a inexistência de uma roteirização que integre os destinos turísticos pode explicar este resultado.

**Tabela 3 - Análise da variabilidade entre os componentes do Índice Geral de Competitividade do Turismo Nacional, 2015**

	Variabilidade entre grupos	Variabilidade intra grupos	Estatística F	Significância
Infraestrutura	2828.81	70.27	40.25	.000
Acesso	6006.43	103.88	57.82	.000
Serviços e equipamentos	6800.17	83.25	81.68	.000
Atrativos turísticos	803.48	70.83	11.34	.000
Marketing	4100.90	172.80	23.73	.000
Políticas públicas	1846.52	90.75	20.34	.000

Cooperação regional	909.46	298.25	3.04	.055
Monitoramento	13753.84	194.98	70.53	.000
Economia local	6180.27	80.40	76.86	.000
Capacidade empresarial	15757.40	153.29	102.79	.000
Aspectos sociais	2010.42	56.10	35.83	.000
Aspectos ambientais	1782.43	70.48	25.29	.000
Aspectos culturais	2516.69	133.32	18.87	.000

Fonte: Elaboração Própria, 2019.

Vale ressaltar que a variável “Atrativos turísticos” também possui baixa variabilidade entre os grupos. Este é um resultado esperado, pois os 65 municípios trabalhados possuem, por definição, atrativos turísticos que os enquadrem como de interesse para a visitaçãõ.

Por outro lado, as dimensões que mais serviram para discriminar os grupos foram: “Capacidade empresarial”, “Serviços e equipamentos turísticos” e “Economia local”. Em grandes linhas, essas variáveis capturam o tamanho e a dinâmica econômica dos municípios. Isto demonstra que mesmo dentro dos 65 destinos turísticos há relevante heterogeneidade entre eles, de tal modo que as políticas para o desenvolvimento do setor não podem ser padronizadas.

Os grupos formados apresentam dispersões diferentes e estatisticamente significativas. Em outras palavras, há heterogeneidade das matrizes de covariância para os grupos em análise, tal como observado a partir da estatística Box’s M, cujo valor, estatisticamente significativo a 5%, foi de 1.216. Portanto, os grupos, tais como foram separados, possuem diferentes distribuições das variáveis utilizadas. A matriz de estrutura, apresentada a seguir, ajuda na interpretação da contribuição que cada dimensão forneceu para a função discriminante. A divisão dos grupos pode ser explicada a partir de duas funções discriminantes, cujas variáveis mais importantes em cada função discriminante estão destacadas na Tabela 4.

**Tabela 4 - Matriz de estrutura e funções discriminantes**

	Funções discriminantes	
	Função 1	Função 2
Serviços e equipamentos	<b>0.517*</b>	-0.294
Economia local	<b>0.505*</b>	-0.073
Acesso	<b>0.433*</b>	-0.297
Infraestrutura	<b>0.366*</b>	-0.047
Aspectos sociais	<b>0.338*</b>	0.301
Aspectos ambientais	<b>0.290*</b>	-0.039
Políticas públicas	<b>0.260*</b>	0.048

Aspectos culturais	<b>0.250*</b>	0.043
Capacidade empresarial	0.564	<b>-0.654*</b>
Monitoramento	0.468	<b>0.525*</b>
Marketing	0.264	<b>0.409*</b>
Atrativos turísticos	0.170	<b>0.397*</b>
Cooperação regional	0.089	<b>0.195*</b>

Fonte: Elaboração Própria, 2019.

As cargas discriminantes são, na prática, a correlação linear entre as variáveis explicativas e os escores discriminantes. Elas permitem uma análise da hierarquia do poder das variáveis explicativas em separar os grupos. Com base na Tabela 4, é possível verificar que as dimensões mais importantes para a primeira função discriminante foram, respectivamente: Serviços e equipamentos, Economia local, Acesso, Infraestrutura, Aspectos sociais, Aspectos ambientais, Políticas públicas e Aspectos culturais. Ou seja, esse conjunto de variáveis foi o mais relevante para a separação dos grupos num primeiro momento. As demais variáveis – Capacidade empresarial, Monitoramento, Marketing, Atrativos turísticos e Cooperação regional – têm o maior peso na explicação da segunda função discriminante.

Em outras palavras, tendo em vista os resultados apresentados anteriormente, pode-se afirmar que a diferenciação entre os destinos turísticos brasileiros ocorre muito mais em função das oito primeiras dimensões. Há maior homogeneidade entre as dimensões: Monitoramento, Cooperação regional, Marketing, Capacidade empresarial e Atrativos turísticos, sendo que as três primeiras dimensões parecem ser os maiores desafios para o aumento da competitividade geral.

## CONCLUSÃO

A aplicação das análises de competitividade ao setor de turismo, em um sentido macro, pode permitir a avaliação e a comparação das performances dos destinos, contribuindo para subsidiar a elaboração de políticas que visem o fomento à atividade, através da resolução de eventuais entraves e da potencialização das vantagens competitivas que ostentam.

Todavia, considerando-se as diferenças regionais de um país continental como o Brasil e as variações de desempenho que podem ser percebidas entre municípios de porte e importância político-administrativa distintas, julgou-se apropriado realizar, neste artigo, uma

análise que considerasse padrões de performances que pudessem subsidiar conjuntos de políticas de fomento específicas.

Mediante a utilização das treze dimensões avaliadas pelo ICTN, os 65 municípios considerados indutores foram agrupados em conglomerados ou *clusters* que pudessem evidenciar potencialidades e fragilidades comuns.

De uma maneira geral, no conjunto dos destinos selecionados, pode-se perceber que o ICTN teve um desempenho positivo entre as capitais e não capitais, no período compreendido entre os anos de 2008 e 2015, com um predomínio do desempenho das primeiras, fortemente influenciadas por variáveis como “Capacidade empresarial” e “Infraestrutura”.

Os métodos utilizados para a formação dos *clusters* definiram a existência de três grupos razoavelmente equilibrados quanto à sua concentração, com um leve predomínio dos destinos integrantes do grupo 1, que representaram 38% do total, com 25 municípios.

Quanto à sua composição, as capitais e destinos de maior porte econômico e populacional se distribuíram entre os grupos 1 e 2, enquanto as cidades menores e menos dinâmicas se concentraram no grupo 3. Este padrão pôde evidenciar, nos *clusters* de destinos formados, três níveis distintos de competitividade, em que o grupo 2 despontou com os melhores indicadores de performance, seguido pelo grupo 1, considerado intermediário, ficando o grupo 3 com os desempenhos mais frágeis.

Sendo o turismo uma atividade demandadora de uma série de serviços e produtos oriundos de outros setores da economia e dependente da articulação entre as diversas esferas da sociedade, esse resultado se coaduna com a dinâmica socioespacial estabelecida nos destinos selecionados.

Outra característica relevante evidenciada pelo método foi o nível de dependência dos destinos agrupados em relação à atividade. Os *clusters* mais dinâmicos revelaram concentrar, juntos, 98% dos empregos formais no turismo dentre os municípios estudados, em que pese esse contingente representar, apenas, entre 6,5% e 16,3% do total de vagas geradas nas economias dos grupos 2 e 1, respectivamente. Com comportamento diametralmente oposto, no grupo 3, que representa pouco menos de 2% do total de empregos dos 65 destinos indutores, os postos de trabalho gerados pela atividade correspondem a 54% do total existente, revelando uma baixa diversificação da economia local.

Justamente por este motivo, mediante uma análise de variância, identificou-se que as dimensões que mais serviram para discriminar os grupos foram: “Capacidade empresarial”, “Serviços e equipamentos turísticos” e “Economia local”. Em grandes linhas, essas variáveis capturam o tamanho e a dinâmica econômica dos municípios, demonstrando que, mesmo dentre os 65 destinos turísticos há relevante heterogeneidade, de tal modo que as políticas para o desenvolvimento do setor não podem ser padronizadas. No outro extremo, o componente “Cooperação regional” foi muito pouco sensível, tendo uma média muito baixa entre os grupos, podendo sugerir que os municípios brasileiros, independentemente de seu nível de protagonismo na atividade, atuem de maneira pouco cooperativa no que diz respeito ao Turismo.

Esta mesma análise constatou que, independentemente do grupo a que pertençam, há uma carência nos principais destinos turísticos do Brasil no que diz respeito os indicadores referentes às análises estatísticas, coleta de informações e estudos sobre o setor de turismo, sendo estas variáveis necessidades comuns que podem ser abordadas por uma política geral.

## Referências

Bain, J.S. (1968). *Industrial Organization*. New York: John Wiley & Sons

Buhalis, D. (2000) Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. doi: 10.1016/S0261-5177(99)00095-3

Brasil, Ministério do Turismo. (2015). *Índice de Competitividade do Turismo Nacional: relatório Brasil 2015*. Brasília, DF: 1-84. Recuperado de [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Relatorio\\_Brasil\\_2015\\_WEB.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Relatorio_Brasil_2015_WEB.pdf)

Crouch, G.I.; & Ritchie, J.R.B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44 (3), 137-152. doi: 10.1016/S0148-2963(97)00196-3

Dwyer, L. & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6 (5), 369-414. doi: 10.1080/13683500308667962

Favero, L. P., Belfiore, P., Silva, F. L., Chan, B. L. (2009). *Análise de Dados: modelagem multivariada para tomada de decisões*. Rio de Janeiro: Elsevier

Flores, L.C. da S. & Mendes, J. da C. (2014). Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. 8(2), 222-237. doi: 10.7784/rbtur.v8i2.717

Gooroochurn, N. & Sugiyarto, N. (2005). Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry. *Tourism Economics*. 11(1), 25-43. doi: 10.5367/0000000053297130

Haguenauer, L. (2012). Competitividade: conceitos e medidas. Uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro. *Revista de Economia Contemporânea*, 16(1). 5-31. doi: 10.1590/S1415-98482012000100008

Johnson, R. A. & Wichern, D. W. (2007). *Applied multivariate statistical analysis*. New Jersey: Pearson Education

Kupfer, D. (1992, dezembro). Padrões de concorrência e competitividade. Encontro Nacional da Associação Nacional dos Centros de Pós-graduação em Economia, Campos do Jordão, SP, Brasil, 20. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/David\\_Kupfer/publication/288507827\\_PADROES\\_DE\\_CONCORRENCIA\\_E\\_COMPETITIVIDADE/links/5681a5b408ae1975838f8fee.pdf](https://www.researchgate.net/profile/David_Kupfer/publication/288507827_PADROES_DE_CONCORRENCIA_E_COMPETITIVIDADE/links/5681a5b408ae1975838f8fee.pdf)

Lastres, H. & Cassiolato, J. (1995). Contribuição do PADCT para a melhoria das condições de competitividade da indústria brasileira — versão preliminar para discussão. Recuperado de [https://www.faneesp.edu.br/site/documentos/contribuicao\\_PADCT.pdf](https://www.faneesp.edu.br/site/documentos/contribuicao_PADCT.pdf)

Lopes, T. H. C. R., Spinola, C. A., Souza, L. N., Reis, R. B. (2019). Determinantes do crescimento do emprego no setor de turismo no Nordeste: 2006-2015. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 9 (1), 200-218. Recuperado de: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/7048>

Maroco, J. (2007). *Análise estatística com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo

Mason, E.S. (1939). Price and Production Policies of Large Scale Enterprises. *The American Economic Review*, 29(1), 61-74. Recuperado de [https://www.jstor.org/stable/1806955?casa\\_token=2dwp03sloCMAAAA:HahsIfLiZlqXka9BnHizlyD1rHVfuNoyjHzPfOSReUHlhqJ-oeIrhjwnxjJETB-0xtbDR5AYayKVTCZmqBSehJXzTIT\\_Fz96boeCjrXyawnG88oaAlz0SA&seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1806955?casa_token=2dwp03sloCMAAAA:HahsIfLiZlqXka9BnHizlyD1rHVfuNoyjHzPfOSReUHlhqJ-oeIrhjwnxjJETB-0xtbDR5AYayKVTCZmqBSehJXzTIT_Fz96boeCjrXyawnG88oaAlz0SA&seq=1#metadata_info_tab_contents)

Organization for Economic Cooperation and Development. (2003). *A Study on the factors of regional competitiveness: A draft final report for the European Commission Directorate-General regional policy*. University of Cambridge. Recuperado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.400.2517&rep=rep1&type=pdf>

Ribeiro, L. C. S., Lopes, T. H. C. R., Montenegro, R. L. G., Andrade, J. R. L. (2017) Employment dynamics in the Brazilian tourism sector (2006-2015). *Tourism Economics*, 24(4), 418-433. doi: 10.1177/1354816617736409

World Economic Forum. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva: WEF. Recuperado de <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>

World Tourism Organization. (2009). *International Tourism on Track for a Rebound after an Exceptionally Challenging 2009*. Madrid: UNWTO. Recuperado de <http://www.unwto.org/media/news/>

#### **Porcentagem de contribuição de cada autor no manuscrito**

Carolina Spínola – 30%

Thiago Henrique Carneiro Rios Lopes – 25%

Laumar Neves – 25%

Iolanda – 20%