

Competitividade, Inovação e Desenvolvimento de Destinos Turísticos: Uma Perspectiva Transversal

Thays Cristina Domareski Ruiz¹
José Manoel Gonçalves Gândara²
Adriana Fumi Chim Miki³

Resumo: A competitividade de destinos turísticos é um conceito multidimensional que requer superioridade em vários aspectos a ser obtido. É um fenômeno dinâmico e seu estudo pode se transformar em um recurso estratégico. Este artigo tem como objetivo principal analisar a inovação territorial como determinante na competitividade de destinos turísticos. A metodologia utilizada no artigo foi um estudo exploratório, com pesquisa bibliográfica e documental. Como principais resultados, o artigo identifica a inovação territorial como importante estratégia para a competitividade dos destinos turísticos.

Palavras-chave: turismo. território. destino turístico. competitividade. inovação territorial.

1. Introdução

Nas últimas seis décadas, o turismo experimentou uma expansão contínua e diversificada, tornando-se um dos maiores setores econômicos e de mais rápido crescimento, do mundo (OMT, 2014). Muitas instituições têm destacado a importância do turismo como um motor para a mudança social e como ferramenta de desenvolvimento econômico (PULIDO FERNÁNDEZ; SANCHEZ RIVERO, 2010; WTTC, 2005). O turismo é o quinto principal produto na geração de divisas no Brasil, criando oportunidades de emprego e renda em diferentes pontos de seu território (MTUR, 2012).

A mais recente pesquisa do World Travel Tourism Council, produzida pela Oxford Economics, o Estudo de Impacto Econômico, mostra que 2013 foi mais um ano de sucesso para o setor de viagens e turismo. A contribuição direta do turismo para a economia mundial foi de 3,1% em 2013, contribuindo com U\$ 2,2 trilhões de dólares para o produto mundial bruto (PIB) e criando 101 milhões de empregos (WTTC, 2014).

¹ Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná – UFPR. E-mail: thaysdomareski@gmail.com;

Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Rio Grande. Doutoranda em Perspectivas científicas del Turismo y la Dirección de Empresas pela Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. E-mail: adriana.chimmiki@gmail.com.

²Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela ULPGC, professor e pesquisador do Departamento de Turismo e do Programa de Mestrado em Turismo da UFPR e do Programa de Mestrado e Doutorado em Geografia da UFPR. E-mail: jmggandara@yahoo.com.br;

³ Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Rio Grande. Doutoranda em Perspectivas científicas del Turismo y la Dirección de Empresas pela Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. E-mail: adriana.chimmiki@gmail.com.

O turismo assumiu múltiplas facetas, passando de uma simples atividade setorial à fenômeno, o que faz necessário compreender esta atividade transdisciplinar, considerando a sua abrangência como fenômeno humano e multifacetado.

O turismo é incontestavelmente, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais expressivos das sociedades ditas pós-industriais. Movimenta, em nível mundial, um enorme volume de pessoas e de capitais, inserindo-se materialmente de forma cada vez mais significativa ao criar e recriar espaços diversificados (RODRIGUES, 1997, p.17).

O novo contexto do turismo globalizado se caracteriza por uma situação onde a competitividade do destino é cada vez mais importante para aquelas economias que dependem diretamente desta atividade (TABERNER, 2007). Assim, os destinos turísticos enfrentam um difícil processo de sobrevivência, onde a estratégia competitiva marca e define sua trajetória (SANCHO; GARCÍA, 2007). Portanto, atingir ótimos níveis de competitividade se transforma em um fator absolutamente estratégico para os destinos turísticos (FERRERAS, 2010).

Castells (2000) coloca a competitividade como uma das grandes forças propulsoras da economia informacional.

Uma nova economia surgiu em escala global nas duas últimas décadas. Chamo-a de informacional e global (...). É informacional porque a produtividade e a competitividade de unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar, aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos. É informacional e global porque, sob novas condições históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede global de interação (CASTELLS, 2000, p. 87).

Assim, a globalização alterou as condições da competitividade das empresas, porque faz da qualidade do território um fator determinante da competitividade das empresas, daí que exista uma evidente relação entre a competitividade das empresas e a competitividade dos territórios.

A competitividade e o crescimento econômico tornaram-se questões de extrema importância no debate mundial sobre o papel do turismo como instrumento de desenvolvimento econômico (PULIDO FERNÁNDEZ; SANCHEZ RIVERO, 2010). Por consequência, a literatura da área turística vem desenvolvendo estudos que procuram compreender o momento do turismo, e ao mesmo tempo contribuir para o processo de gestão do destino turístico, onde nos últimos dez anos foram desenvolvidos diversos estudos relacionados à temática da competitividade, porém,

ainda se apresenta um amplo campo de pesquisa (ALVES, 2013; PULIDO FERNÁNDEZ; SANCHEZ RIVERO, 2010).

Muitos estudos de competitividade de destinos turísticos foram desenvolvidos, com aplicação de modelos diferenciados e que relacionavam temáticas específicas, inclusive estudos de medição desta competitividade.

Dentre eles, se destacam o Modelo de Porter (1989) com uma perspectiva econômica e industrial, o Modelo Sistêmico do Instituto Alemão - Esser (1994), o Modelo de Crouch e Ritchie (1999) com uma abordagem conceitual, o Modelo Integrado de Dwyer e Kim (2003) com indicadores e variáveis, o Modelo conceitual de Heath (2003), o modelo empírico de Hong (2009), o índice de competitividade turística do Fórum Econômico Mundial, Travel & Tourism Competitiveness Index (2007), e no Brasil os relatórios “Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores”, que foram realizados em 2008, 2009, 2010, 2011 e 2013 pela FGV e Ministério do Turismo. A competitividade é um parâmetro que passa a ser utilizado como estratégia de gestão pública e mercadológica para comparar a eficiência entre destinos (BRASIL, 2009).

Observando as profundas modificações que vêm acontecendo na atualidade decorrente, principalmente, do processo de globalização, pode-se visualizar um novo panorama geopolítico e econômico apontando para uma grande reestruturação do espaço em escala mundial (SARTI; QUEIROZ, 2012).

Todas as mudanças começam a criar sociedades cada vez mais abertas e descentralizadas, o que redefine o lugar e o significado que os territórios apresentam na aldeia global (BOISIER, 1996), e este processo resulta em enfrentar novos desafios para formular suas estratégias de desenvolvimento em um contexto de maior complexidade, abertura e concorrência. A questão da competitividade territorial ganhou um novo impulso, se tornou realidade indissociável do desenvolvimento, da globalização, passando a constituir tema recorrente em múltiplas análises, tanto de mercado como de meios acadêmicos, políticos, econômicos e sociais. Considerando os argumentos propostos, bem como a importância da transversalidade na qualificação e competitividade em turismo, o objetivo do presente trabalho é analisar a inovação territorial como determinante na competitividade de destinos turísticos.

O estudo se caracteriza como exploratório e se desenvolveu através de uma pesquisa bibliográfica e documental, onde a análise e a validação dos resultados se estabeleceram, segundo Laville e Dionne (1999), por emparelhamento com a discussão conceitual realizada no marco teórico. O uso do emparelhamento justifica-se, uma vez que o pesquisador buscou, a partir de uma abordagem teórica, compreender o fenômeno estudado. Buscou-se comprovar a associação entre teoria e realidade, garantindo a qualidade do estudo desenvolvido (KRIPPENDORFF, 1980; LAVILLE; DIONNE, 1999).

2. Território e Turismo

A Geografia apresenta condições para um enfoque pluralista do fenômeno turístico, em razão de que, na sua essência este fenômeno produz e consome espaços (RODRIGUES, 1997; LUCHIARI, 1998) e por consequência, territórios. O território é uma das categorias centrais de análise da geografia, das diferentes formas de produção e apropriação dos espaços. Ressalte-se que a análise do fenômeno turístico a partir de uma base geográfica se justifica pelo caráter complexo e multifacetado do turismo.

O território é entendido como suporte ou conjunto de recursos naturais, para abordagens relacionais - processuais, reconhecendo níveis de relações de poder num movimento histórico e multiescalar. Nesta perspectiva o território se apresenta como um “espaço definido e delimitado por e partir de relações de poder”, em que a compreensão de sua gênese está no entendimento de quem influencia ou domina quem e como (SOUZA 2001, p. 78).

Os territórios existem e deixam de existir em escalas (temporais e espaciais) distintas, articulam-se de modo que não exista a exclusividade de um poder e como espaços definidos por relações de poder não devem ser confundidos com substratos materiais, pois o território é “(...) um campo de forças, uma teia ou rede de relações sociais (...)” (SOUZA, 2001).

O conceito de território apresenta distintas abordagens, e assim, é necessário para a contextualização do tema da pesquisa utilizar aquela que mais se aproxima do entendimento em relação com a atividade turística e a sua competitividade. Na geografia, embora alvo de diferentes abordagens, o território é considerado como o resultado da apropriação do espaço (RAFFESTIN, 1993).

Portanto, a analogia entre turismo e território é determinada a partir da relação de apropriação que o turismo realiza com o território (MORAES, 2005). Em sua relação com o território, o turismo se apropria deste, usufrui, ordena-o e transforma em mercadorias tanto seus recursos naturais quanto os recursos produzidos pelo homem, agrega valor a esse território e se reproduz juntamente com as relações econômicas e sociais que nele se estabelecem.

Repensar os conceitos de território e de desenvolvimento, busca discutir novas propostas teórico-metodológicas sobre o desenvolvimento territorial através de uma análise do papel de centralidade assumido pelos territórios e da importância de se gerar outras perspectivas vinculadas à produção e ao desenvolvimento dos mesmos (MANZANAL, 2007).

Estas transformações sociais, políticas e econômicas que acompanham os processos de globalização, descentralização e de modernidade influenciam a produção dos territórios, modificam relações e interações nas mais diversas escalas. Neste processo dinâmico e multifacetado, que inscreve as localidades dentro de redes de interconectividade organizadas à escala global, encontra-se o turismo. A inserção das localidades nos territórios-rede da atividade turística torna-se um dos vetores de transformação desses espaços à medida que reestruturam as suas relações com o mundo, originando novas composições, que possibilitam analisar o lugar e o mundo em unidade (LUCHIARI, 2000).

3. Competitividade e Inovação Territorial

O interesse pela competitividade não se restringe ao nível macroeconómico. Desde os anos de 1990 que a expressão —competitividade começou a tornar-se corrente na literatura ligada à problemática territorial (LOPES, 2001, p. 153, TUROK, 2004).

Especialmente no nível territorial, é cada vez mais importante desenvolver instrumentos e políticas públicas de gestão, destinadas a estimular o aproveitamento de recursos locais endógenos para conduzir novos estilos de desenvolvimento com base no potencial da economia local, como o complemento indispensável das políticas nacional de desenvolvimento (LIRA, 2005).

Se o território é “um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder” conforme os termos de Souza (2001) pode ser relacionado com o conceito de competitividade, onde o que apresenta desempenho superior é mais competitivo. O conceito de competitividade

territorial, entendida como competitividade de um território à escala sub-nacional, tem uma natureza complexa. Refere-se à capacidade de produzir riqueza e, por esse motivo, a produtividade de um território - a eficiência com que o faz - é certamente relevante para defini-la e para medi-la. Contudo, a competitividade territorial implica igualmente a natureza localizada dos processos sociais responsáveis por essas diferenças relativas de eficiência. Por essa razão, a capacidade de atrair e de fixar população e a capacidade de criar emprego são igualmente importantes, enquanto suportes do processo de inovação, o sustentáculo, no longo prazo, da competitividade (NOGUEIRA, 2010).

O padrão de competitividade territorial, ou competência territorial, decorre da especificidade das sinergias resultantes destes fatores se reverterem em inovações territoriais, sendo estas resultantes da intensidade qualitativa dos fatores locais de suporte à competitividade (centros ou institutos de pesquisa, escolas técnicas, universidades...). Sendo a inovação o elemento essencial da competência territorial, podemos falar de territórios em diferentes estágios, em diferentes recortes temporais e espaciais (DALLABRIDA; SIEDENBERG; FERNANDÉZ, 2004).

A vantagem competitiva territorial deve, portanto, ser encarada como temporalmente dinâmica capaz de produzir vantagens duradouras de tipo estrutural. A sustentabilidade é elemento fundamental nesta concepção. A questão ambiental, por exemplo, é um ponto fundamental que exprime a necessidade de se adequar o conceito a questão da sustentabilidade (SUGAHARA, 2007).

A competitividade sistêmica territorial não depende mais de vantagens comparativas estáticas, tais como as dotações de recursos naturais, uma localização privilegiada que reduza custos logísticos ou a disponibilidade de mão-de-obra barata. Cada vez mais ganham relevância as vantagens competitivas dinâmicas, tais como as inovações tecnológicas, organizacionais, de gestão e de marketing, todas elas dependentes do maior acesso à informação e ao conhecimento, que por sua vez dependem da qualidade dos recursos humanos disponíveis (PAULA, 2010).

Para alcançar maior competitividade sistêmica territorial, é preciso apostar simultaneamente em três iniciativas:

Quadro 01: Competitividade Sistêmica Territorial
1) A busca pela inovação tecnológica, organizacional, de gestão e de marketing nas empresas, o que repercute no aumento da produtividade, da qualidade e da diferenciação dos produtos, como também da capacidade de comercialização;
2) A constituição de redes empresariais que trabalhem na perspectiva de reduzir os custos transacionais e de dotar o território dos serviços necessários ao desenvolvimento empresarial, criando um ambiente favorável à inovação e à sustentabilidade;
3) A construção de parcerias entre o setor privado e o setor público, que fortaleçam a governança local, melhorando o planejamento participativo e a gestão compartilhada do desenvolvimento territorial.

Fonte: Paula, 2010.

As novas dinâmicas territoriais geram constantes mudanças, sendo assim, face à globalização, não são mais os países que competem entre si, mas sim os territórios. A eles está reservado um novo protagonismo na economia global contemporânea, portanto é imperioso que sejam claramente definida as novas formas de governança para que os territórios sejam capazes de dar resposta aos desafios impostos da globalização (SALVADO ALVES, 2008).

Os territórios não devem ser vistos, portanto, apenas como dimensões administrativas (gerenciais) e, ainda menos, como realidades puramente físico-geográficas, mas como redes locais de cidadãos. Estas redes, entre as quais as empresariais, mas também as sociais e as institucionais precisam ser reconhecidas e valorizadas, porque são elas que produzem e investem na construção de um ambiente favorável à inovação, que é, antes de tudo, inovação social. Um ambiente de inovação social é condição indispensável para o surgimento das inovações técnicas, fundamentais para sustentar o desenvolvimento (SEBRAE).

As cidades adquirem um forte protagonismo tanto na vida política como na vida econômica, social, cultural e nos meios de comunicação. Pode-se falar das cidades como atores sociais complexos e de múltiplas dimensões. A cidade se expressa melhor como ator social na medida em que realiza uma articulação entre administrações públicas (locais ou não), agentes econômicos públicos e privados, organizações sociais e cívicas, setores intelectuais e profissionais e meios de comunicação social, ou seja, entre instituições políticas e sociedade civil (CASTELLS; BORJA, 1996).

Ainda que o conceito de competitividade esteja em constante evolução, bem como as abordagens conceituais e analíticas, a perspectiva territorial define muitos dos fatores para a competitividade. Na atualidade a competitividade já não se baseia exclusivamente no custo dos

fatores de produção tradicionais (mão-de-obra e matérias-primas), pois os territórios estão confrontados com uma nova realidade, ou seja, com fatores competitivos até agora inexistentes, aportados pela globalização (conhecimento e inovação). No futuro, os territórios terão de apostar na conjugação dos fatores tradicionais com os novos fatores. Da conjugação de ambos nascerá o novo modelo de competitividade dos territórios (SALVADO ALVES, 2008).

O talento e o empreendedorismo se relacionam na competitividade territorial. Araújo (2001) define “empoderamento” como a criação ou o fortalecimento do poder decisório nas mãos das pessoas da organização, consistindo, então, em conceder às pessoas oportunidades de participar ativamente do processo de tomada de decisão. Complementando esta visão, Dolabela (1999) cita que empreendedores não nascem feitos, mas é possível formá-los em moldes diferentes do ensino tradicional, ou seja, o ambiente do empreendedor é o próprio mercado, pois ele aprende pelo processo interativo de tentativa e erro. Assim, talento, empreendedorismo podem gerar inovação, que juntamente com a conectividade sustentam a competitividade territorial.

Atualmente, um fator estratégico que define a competitividade é a capacidade de inovação, que depende, por sua vez, do acesso à informação e ao conhecimento. A inovação, na perspectiva econômica, é mais do que o desenvolvimento tecnológico. O território é visto, então, como ambiente de interação e de inovação sistêmica e de aprendizado coletivo (ALBAGLI, 2004).

A inovação proporciona capacidade de gerar ganhos de produtividade, especialmente através de novos processos produtivos. É a capacidade de criar produtos diferenciados, seja pelo ineditismo, pela qualidade, pela agregação de valores intangíveis, pela forma de conquistar o mercado. É a capacidade de identificar e satisfazer os desejos do consumidor, ou até mesmo de criar novos desejos e necessidades (PAULA, 2010). E neste panorama que a competitividade de destinos se relaciona com o território.

O grande desafio do desenvolvimento territorial é a criação de um ambiente favorável para a inovação, que gere impactos positivos junto às micro, pequenas e médias empresas, de modo a elevar a produtividade, a competitividade e a sustentabilidade dos pequenos negócios, ampliando a competitividade sistêmica do território (PAULA, 2010).

A competitividade assume um papel determinante para o futuro dos territórios. Partindo desta premissa, a competitividade territorial tem hoje pela frente novos desafios. Desde logo porque o processo de globalização em curso é incontornável, dinâmico e complexo, mas simultaneamente objetivo. Apurar o modo e os fatores que contribuem decisivamente para o crescimento econômico dos territórios é o próximo desafio dos investigadores (SALVADO ALVES, 2008).

4. Destino Turístico

Os destinos turísticos podem ser definidos como, país, região ou estado, cidade ou lugar, como um espaço geográfico determinado, com características de clima, infraestruturas e serviços próprios, com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planeamento, que adquire centralidade atraindo turistas mediante produtos estruturados e adaptados às satisfações buscadas, graças à valorização e ordenação dos atrativos disponíveis, dotado de uma marca e que se comercializa tendo em conta seu caráter integral (VALLS, 2006).

São áreas geográficas definidas que oferecem um conjunto de produtos e serviços turísticos integrados que são comercializados e consumidos pelos turistas (BUHALIS, 2000). Todo o estudo da competitividade dos destinos turísticos é considerado objetivo intermediário, para o objetivo final que seria o desenvolvimento econômico e social da população local (PORTER, 1989; CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003).

O destino turístico é um produto de base territorial, que pode incorporar outros produtos, que necessariamente, devem ser comercializados nos mercados turísticos através de operadores, e deve ser acompanhada de uma marca de identificação (SANCHO ET AL, 2001).

O destino turístico deve ser analisado da forma ampla, pois são constantemente produzidos e reproduzidos através de práticas e discursos complexos: para alguns turistas, empresas, comunidade local e outros atores do mercado, o destino turístico pode crescer ou diminuir e apresentar/representar significados maiores ou superficiais (SARANIEMI; KYLANEN, 2010).

Administrar e promover os destinos turísticos são um desafio, devido à variedade de atores envolvidos no desenvolvimento e na produção de produtos turísticos (BUHALIS, 2000) e também

são consideradas entidades difíceis de gerenciar, devido à complexidade das relações entre os atores locais (SAUTTER; LEISEN, 1999). Um destino turístico é geralmente visto como uma unidade de ação em que diferentes atores interagem através de co-criação de experiências (SARANIEMI, KYLANEN, 2010).

5. Competitividade e Inovação de Destinos Turísticos

A pesquisa acadêmica sobre a competitividade de destinos turísticos representa parte significativa das pesquisas em turismo (KOZAK; RIMMINGTON, 1999). A competitividade de destinos turísticos é um conceito multidimensional que requer superioridade em vários aspectos a ser obtido. Embora o conceito de competitividade possa parecer simples de entender, quando se tenta estudar ou medir, não está claro o quanto é difícil de fazer (GOMEZELJ Y MIHALIC, 2008; HONG, 2009; SÁNCHEZ, 2006; CROUCH; RITCHIE, 1999; RITCHIE; CROUCH, 2003; DWYER; KIM, 2003). É um fenômeno dinâmico e para acompanhar o complexo processo concorrencial, os destinos turísticos são pressionados pelo desafio de se manterem competitivos frente ao mercado. (CROUCH; RITCHIE, 1999).

Os destinos turísticos competem principalmente por razões econômicas, tentando fazer com que o turista gaste mais, assim, a análise da competitividade do destino turístico deve se concentrar na prosperidade econômica de longo prazo, que é o critério a ser utilizado para avaliar o quanto é competitivo o destino (CROUCH; RITCHIE, 1999). Buhalis (2000), define a competitividade de um setor econômico como o esforço demandado para a obtenção em si de rentabilidade acima da média do setor em questão à longo prazo.

O panorama global de competitividade determina que a prosperidade de uma localidade não se baseia somente nos setores de atuação, mas em como se desenvolve a competição. Os destinos turísticos serão capazes de operar com maior produtividade em qualquer setor se aplicar métodos sofisticados, adotarem tecnologia avançada e oferecerem produtos e serviços singulares (PORTER, 1999).

O desafio do estudo da competitividade em destinos turísticos é caracterizado por um número significativo de complexidades. A primeira delas é que um destino turístico é muito diferente da maioria dos produtos comercialmente competitivos (CROUCH; RITCHIE, 1999).

A competitividade de um destino turístico é a capacidade para satisfazer de forma mais eficaz e eficiente (eficiência económica e ambiental) as necessidades dos fluxos turísticos, preservando as próprias qualidades territoriais e contribuindo para melhorar o bem-estar atual e em perspectiva da comunidade local. O conceito de competitividade turística reporta-se ao de competitividade territorial, mas apresenta uma especificação setorial que se insere numa relação de interdependência e de complementaridade com a territorial (DALL'ARA, 2006; FRANCH, 2010).

O turismo tem se transformado em uma atividade econômica aonde os destinos turísticos mais competitivos, conduzem novos instrumentos de política e gestão devido à intensidade dos processos de mudança (HJALAGER, 2002; VERA, LÓPEZ, MARCHENA, ANTON, 2011).

Hjalager (2002) distingue quatro tipos de inovação em turismo: Inovações regulares (ex. Cooperação entre hotéis e operadores); Inovações de nicho (Ex. melhoramento da qualidade ou formação de pessoas atuando no turismo); Inovações arquitetônicas; e Inovações revolucionárias (novas tecnologias). A inovação também pode ser analisada como capacidade. Considerando-a por este aspecto é necessário verificar os fatores estruturais empresariais e de ambiente econômico/social que contribuem para impulsionar a inovação. São os fatores internos ou externos a organização (DAMANPOUR; ARAVIND, 2006, CAMISÓN ET AL., 2003, DAMANPOUR, 1991). Observa-se a intrínseca relação entre o território e a inovação, seja analisada pela sua tipologia (HJALAGER, 2002) ou analisada pela capacidade inovadora (DAMANPOUR; ARAVIND, 2006, CAMISÓN ET AL., 2003, DAMANPOUR, 1991). Além disso, os obstáculos que influenciam na capacidade para inovar, também estão intrinsecamente relacionados com o território. Sousa et al., (2008), define seis principais obstáculos para inovar: custo; percepção do conhecimento; ritualismo organizacional; fatores de mercado e fatores institucionais.

Em relação ao turismo, a inovação não se limita à tecnologia. Ocorre como resposta, em termos de reorganização social, econômica e territorial-urbana, dos sistemas turísticos locais às necessidades provocadas pelas mudanças dos mercados globais: a crescente competição entre os destinos turísticos; a transformação do perfil do turista; a transformação dos sistemas de intermediação; a integração dos destinos turísticos em espaços regionais; a aparição de redes de agentes com capacidade para inovar e o papel das novas tecnologias como fontes de informação e posicionamento dos destinos turísticos (VERA, LÓPEZ, MARCHENA, ANTON, 2011).

6. Competitividade, Inovação e Desenvolvimento de Destinos Turísticos: Uma Perspectiva Transversal

Competitividade a nível urbano pode ser definida como a capacidade das cidades de gerar empregos e renda, relativamente altos, ao ser exposto à competição externa. Para uma cidade para ser competitiva, é importante garantir tanto qualidade como quantidade de postos de trabalho. A competitividade urbana é mais do que o PIB - e determinada por um conjunto complexo de variáveis, principalmente girando em torno dos conceitos da produtividade e emprego (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

O desempenho econômico dos países é determinado pelo desempenho das suas empresas individuais no mercado. O capital humano, a habilidade tecnológica da força de trabalho, as práticas de gestão e as políticas do governo são as questões-chave que influenciam e caracterizam a capacidade da empresa em competir (UL HAQUE 1995; LEONARDBARTON, 1992; FIGUEIREDO, 2001) e por consequência impactam diretamente na competitividade do país.

Um modelo de competitividade de destino turístico proporcionaria ao turismo um mecanismo para análise, diagnóstico, planejamento e comunicação de estratégias competitivas (CROUCH; RITCHIE, 1999, p.142). Crouch (1999) destaca ainda que as estratégias para melhorarem a competitividade de destino devem incluir decisões sobre onde e como os recursos escassos devem ser alocados.

A essência de gerenciar com sucesso um destino turístico é a criação de uma parceria entre os diferentes intervenientes na atividade turística. Wanhill (1997) enfatiza a importância da participação dos stakeholders, sejam eles governos centrais e locais, organizações voluntárias e sem fins lucrativos, setor privado, comunidade receptora e visitantes.

A produtividade territorial e o emprego estão entre os principais objetivos de desenvolvimento territorial para os governos das cidades europeias. No State of European Cities Report, (2007), os principais fatores de valoração da competitividade territorial colocam-se em quatro grandes pilares (ou raízes), como bases estruturantes de todo o processo, abaixo no quadro 02:

Quadro 02: Pilares da Competitividade Territorial	
Talento	Muito baseado numa elevada qualificação das populações, não necessariamente residentes permanentes, mas tendo como base excelentes condições de qualidade de vida;
Inovação	Tanto entendida em termos das atividades de T&I, por sua vez apropriadas pelas redes empresariais do território, incluindo as redes com investimento direto estrangeiro; como em termos dos fatores mais clássicos de existência de universidades;
Conectividade	Territórios que detenham excelentes redes de comunicação e de intercâmbio de bens, pessoas e informação (por sua vez, entre múltiplos territórios). Este fator igualmente se liga às infraestruturas de transporte e, de forma mais global, às capacidades de mobilidade universal.
Empreendedorismo	Detendo importantes raízes culturais em diferentes metrópoles e de forma crescente, cada vez mais baseado em capacidades de enfrentar riscos por parte de cada sociedade local;

Fonte: State of European Cities Report, 2007; Elaboração: os autores;

Estes quatro pilares da competitividade territorial são igualmente importantes para o desenvolvimento da competitividade territorial. Em relação ao pilar, **talento**, dados da Urban Audit sugerem claramente uma relação entre desempenho econômico e talento: cidades com uma grande percentagem de pessoas mais instruídas tendem a ter níveis de PIB que são bem acima da média nacional (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Existem diferenças significativas na forma como a **inovação** é expressa. Às vezes, assume a forma de pesquisa de ponta que é utilizada pelas empresas de tecnologia, gerando investimento estrangeiro direto e formando a base para uma rede de relações acadêmicas e comerciais internacionais. Em outras ocasiões, a base da inovação ocorre nas universidades com uma maior ênfase no desenvolvimento de produtos para as próprias indústrias locais (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Conectividade é outro fator chave de competitividade urbana. Diz respeito comunicação e troca de bens, pessoas e informações entre cidades e pode ser dividido em dois componentes. Em primeiro lugar, existe o aspecto de acessibilidade, que envolve todos os meios de transporte, incluindo o transporte ferroviário, rodoviário e aéreo. O segundo aspecto é o acesso à informação sobre infraestrutura. Dados da Urban Audit demonstra uma relação entre desempenho econômico e conectividade, pois cidades europeias com maior pontuação no índice de

acessibilidade (100 ou mais) tendem a ter maiores níveis de PIB (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Algumas cidades têm uma história de **empreendedorismo** mais acentuada, beneficiando-se com investimentos externos e altos níveis de intra-empreendedorismo. Outras cidades tem uma maior cultura de risco do que outras. No entanto, o empreendedorismo não necessariamente garante um maior nível de PIB, uma vez que também pode refletir em uma falta de empregos regulares (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Atingir um bom ou alto nível de competitividade não deve ser o objetivo principal do destino turístico e sim, a melhoria da qualidade de vida dos residentes (DWYER; KIM, 2003; CROUCH; RITCHIE, 2003; VIANNA, 2011). Assim, a proposta de desenvolvimento territorial, proporciona benefícios a toda a população, além de garantir melhores níveis de PIB, produtividade e empregos. Portanto, faz sentido discutir o desenvolvimento territorial e as iniciativas que podem ser tomadas para promover mais dinamismo, mais produtividade, mais competitividade e mais sustentabilidade nas economias locais (PAULA, 2010).

A estratégia tem significativa importância no processo de desenvolvimento turístico, pois sustenta todo o processo (VALLS, 2004). A proposta de desenvolvimento territorial busca relacionar os quatro pilares: talento, inovação, conectividade e empreendedorismo, como sendo a base da estrutura de governo, o que vai ser atingido a partir da produtividade local, beneficiando a população com bem-estar, inclusão social, sustentabilidade, alimentação, moradia, mobilidade, saúde, cultura e meio ambiente.

Os principais modelos de competitividade de destinos turísticos apresentam em seus determinantes ou fatores a preocupação com bem-estar (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; WEF, 2013), inclusão social (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; WEF, 2013), sustentabilidade (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; WEF, 2013), alimentação, moradia, mobilidade (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; WEF, 2013), saúde (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; WEF, 2013), cultura (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; WEF, 2013) e meio ambiente (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003; WEF, 2013), o que justifica a proposta elaborada pelo State of European Cities Report de 2007.

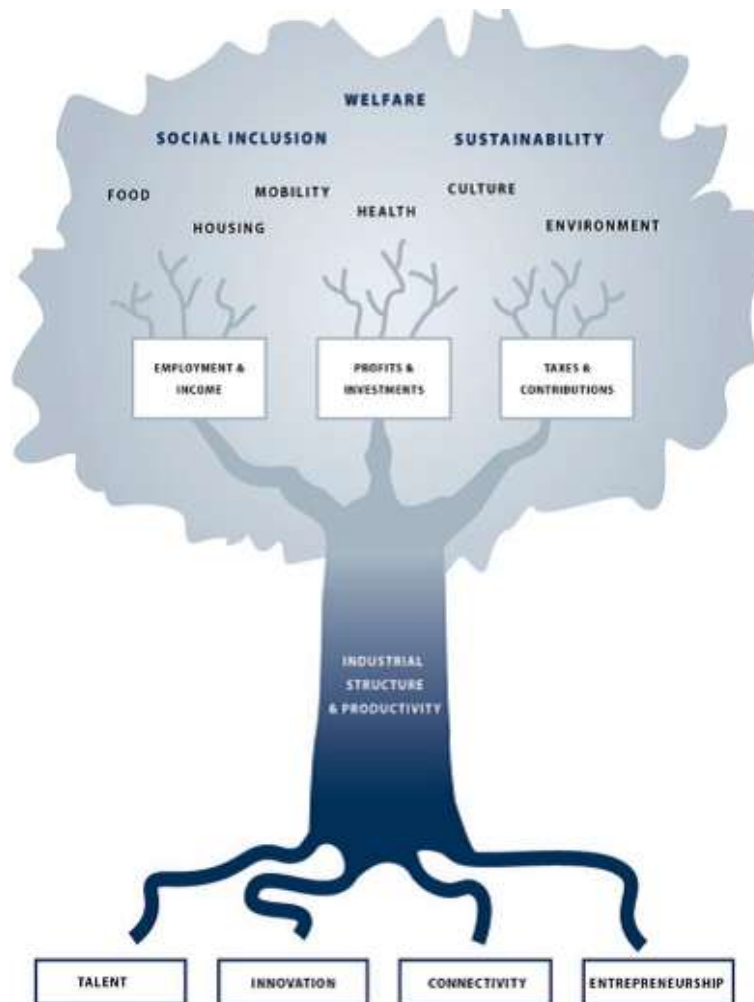


Figura 01: The competitiveness tree: drivers of urban competitiveness;
Fonte: State of European Cities Report, 2007;

7. Conclusão

O desenvolvimento do turismo está diretamente relacionado com o desenvolvimento de uma comunidade e, se for bem gerido, o turismo pode ser considerado uma importante ferramenta para a melhoria social. No entanto, enquanto a sociedade espera melhorias, destinos turísticos lutam para gerenciar o desenvolvimento do turismo de forma eficaz (CROUCH; RITCHIE, 1999). Dessa forma, é importante discutir o desenvolvimento territorial e as iniciativas que podem ser tomadas para promover mais dinamismo, mais produtividade, mais competitividade e mais sustentabilidade nas economias locais (PAULA, 2010).

Considerando a competitividade como um processo, a diferenciação da gestão é fator de primordial importância para o desenvolvimento do setor turístico (GANDARA, CHIM-MIKI,

DOMARESKI-RUIZ; BIZ, 2013). O panorama global de competitividade determina que a prosperidade de uma localidade não se baseia somente nos setores de atuação, mas em como se desenvolve a competição. Os destinos turísticos serão capazes de operar com maior produtividade em qualquer setor se aplicar métodos sofisticados, adotarem tecnologia avançada e oferecerem produtos e serviços singulares (PORTER, 1999).

O fator estratégico que define a competitividade econômica é a capacidade de inovação, que depende, por sua vez, do acesso à informação e ao conhecimento. A inovação, na perspectiva econômica, é mais do que o desenvolvimento tecnológico, é a capacidade de gerar ganhos de produtividade, seja na produção ou na gestão. É a capacidade de criar produtos diferenciados, seja pelo ineditismo, pela qualidade, pela agregação de valores intangíveis, pela forma de conquistar o mercado (PAULA, 2010).

A inovação se converte em um fator fundamental para a competitividade de empresas e destinos turísticos (BUHALIS, 2000; HJALAGER, 2002; RITCHIE; CROUCH, 2003). Contudo, a intensidade da inovação empresarial no turismo está abaixo de outros setores produtivos, embora se deva destacar que os indicadores de avaliação convencionais não são válidos para avaliar inovação na atividade turística (CAMISÓN; MONFORT, 2012).

A inovação e a especialização de produtos turísticos podem proporcionar uma atratividade intencional à uma demanda devido a sua diferenciação de outros destinos turísticos e, portanto, permitir a concorrência contínua (BUHALIS, 2000; DOMARESKI-RUIZ, ANJOS, ANJOS, 2013).

O grande desafio da promoção do desenvolvimento territorial é a criação de um ambiente favorável para a inovação, que gere impactos positivos junto às micro, pequenas e médias empresas, de modo a elevar a produtividade, a competitividade e a sustentabilidade dos pequenos negócios, ampliando a competitividade sistêmica do território (PAULA, 2010).

Portanto, as cidades são os principais produtores de conhecimento e inovação, e podem ser considerados os centros de uma economia globalizada, onde as cidades maiores tendem a ser os motores econômicos deste processo de desenvolvimento territorial. As cidades precisam propor e implementar estratégias únicas que evidenciem os seus pontos fortes e minimizem seus pontos fracos, fazendo um balanço completo. Elas precisam ser únicas, não só dentro dos seus próprios territórios, mas, de preferência, em uma escala maior, através do desenvolvimento

destes quatro pilares: talento, inovação, conectividade e empreendedorismo (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

8. Referências

ALBAGLI, S. Território e Territorialidade. In: MORELLI, Gustavo; BRAGA, Christiano; LAGES, Vinícius (Org.). Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva. Rio de Janeiro: Relme Dumará/ Brasília, DF: SEBRAE, 2004. p. 25-62.

ALVES, S. (2013). Modelo de mensuração da competitividade turística sustentável de municípios brasileiros. [Tese de Doutorado, apresentada no programa de Pós-Graduação em Administração do Instituto COPPEAD de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Rio de Janeiro.

ARAUJO, L. C. G. (2001). Tecnologias de gestão organizacional. São Paulo: Atlas.

BOISIER, S. (1996). Conversaciones sociales y desarrollo regional. Chile: Editorial de la Universidad de Talca.

BRASIL. Ministério do Turismo. Boletim de desempenho econômico do turismo. Brasília: MTUR, ano 4, n. 21, p. 12-29, jan. 2009.

BUHALIS, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. Canaries, mainland Spain, France, the Balearics and Italy. *Tourism Today*.

CAMISÓN, C., LAPIEDRA, R., SEGARRA, M., & BORONAT, M. (2003). Marco conceptual de la relación entre innovación y tamaño organizativo. *Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología*, 19, 49-61.

CAMISÓN, C; VICENTE M. MONFORT-MIR. (2012). Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. *Tourism management : research, policies, practice.- Amsterdam [u.a.] : Elsevier Science, ISSN 0261-5177, ZDB-ID 8022458. - Vol. 33.2012, 4, p. 776-789*

CASTELLS, M. (2000) A era da informação: economia, sociedade e cultura. In: *A Sociedade em rede*. São Paulo : Paz e Terra, V. 1.

CASTELLS, M; BORJA, J. (1996). As cidades como atores políticos. *Novos Estudos*. Nº 45.

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, v.44, no 3, p.137-152.

DALL'ARA, G. (2006). Come progettare un piano di sviluppo turistico territoriale Normativa, marketing, casi di eccellenza. Halley, Matelica (Mc).

DALLABRIDA, V. R.; SIEDENBERG, D. R.; FERNÁNDEZ, V. R. (2004). Organização Socioterritorial, Inovação e Desenvolvimento. In: *V Coloquio sobre transformaciones territoriales – Nuevas visiones en el inicio del siglo XXI*.

- DAMANPOUR F. (1991). Organizational innovation: a meta analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- DAMANPOUR, F. & ARAVIND, D. (2006). Product and process innovations: A review of organizational and environmental determinants. In Hage, J., Meeus, M. (eds., 2006), *Innovation, Science, and Institutional Change: A research handbook*. Oxford University Press, Cambridge, 38-66.
- DOLABELA, F. *O segredo de Luísa*. São Paulo: Cultura, 1999.
- DOMARESKI-RUIZ, T.C; ANJOS, F.A.; ANJOS, S.J.G. (2013). Competitividad de destinos turísticos. Estudio de caso de Foz do Iguaçu (Paraná – Brasil). *Cuadernos de Turismo* n 31, p. 83-103.
- DWYER, L.; KIM, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6, 369-414.
- ESSER, et al. (1994). *Competitividad sistémica: competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Berlín: Instituto Alemán de Desarrollo.
- FERRERAS, V.A.A. (2010). Factores críticos de êxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas em Turismo*. Buenos Aires. V.19, p.201-220.
- FGV; MTUR; SEBRAE. (2008). *Relatório Brasil: estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*. Brasília: MTur.
- FGV; MTUR; SEBRAE. (2009). *Relatório Brasil: estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*. Brasília: MTur.
- FGV; MTUR; SEBRAE. (2010). *Relatório Brasil: estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*. Brasília: MTur.
- FGV; MTUR; SEBRAE. (2011). *Relatório Brasil: estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*. Brasília: MTur.
- FGV; MTUR; SEBRAE. (2013). *Relatório Brasil: estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional*. Brasília: MTur.
- FIGUEIREDO, P. N. (2001). *Technological Learning and Competitive Performance*. Edward Elgar Publishing.
- FRANCH, M. (2010). *Il Marketing delle destinazioni turistiche* McGraw-Hill, Milano.
- GANDARA, J. M. G.; CHIM-MIKI, A. F.; DOMARESKI-RUIZ, T. C.; BIZ, A. A (2013). La Competitividad Turística de Foz do Iguaçu Según Los Determinates del Integrative Model de Dwyer & Kim: Analizando la Estrategia de Construcción del Futuro. *Cuadernos de Turismo*, (31), 105-128.
- GOMEZELJ, O. D.; MIHALIC, T. (2008): "Destination competitiveness-Applying different models, the case of Slovenia". *Tourism Management*, vol.29, no.2, 294-307.

HEATH, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: a South Africa perspective. *Journal of Hospitality & Tourism Management*, v. 10, n. 2, p.124-141.

HJALAGER, A. M. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23(5), 465-474.

HONG, W.C. (2009). Global Competitiveness Measurement for the Tourism Sector. *Current Issues in Tourism*, V.12, N.2, P.105-132.

KRIPPENDORF, J. (1980). *Content analysis: an introduction to its methodology*. London: Sage Publications.

KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings, *Hospitality Management*. V.18, P.273-283.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. (1999). *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: UFMG.

LEONARD-BARTON, D. (1992). Core capabilities and core rigidities: a paradox in managing new product development. *Strategic Management Journal*, v. 13, p. 111-125, (Summer – Special issue).

LIRA, I. S. (2005). Desarrollo Económico Local y Competitividad Territorial em América Latina. *Revista de la Cepal*, 85.

LOPES, R. (2001). *Competitividade, inovação e territórios*. Portugal, Celta.

LUCHIARI, M. T. (1998). Urbanização turística: um novo nexo entre o lugar e o mundo. In: LIMA, Luiz Cruz (Org.). *Da cidade ao campo: a diversidade do saber fazer turístico*. Fortaleza: UECE.

LUCHIARI, M. T. (2000). Urbanização turística. Um novo nexo entre o lugar e o mundo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI Maria Tereza D.P. (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas: Papyrus, p. 105-130.

MANZANAL, M. (2007). Territorio, poder e instituciones. Una perspectiva crítica sobre la producción del territorio. In: MANZANAL, Mabel, ARZENO, Mariana, NUSSBAUMER, Beatriz (Orgs.). *Territorios en construcción: actores, tramas y gobiernos, entre la cooperación y el conflicto*. 1 ed. Buenos Aires: Ciccus, p. 15- 50.

MORAES, A.C.R. Ordenamento territorial: uma conceituação para o planejamento estratégico. In: *Para pensar uma Política Nacional de Ordenamento Territorial*. Brasília, Ministério da Integração Nacional, Secretaria de Políticas de Desenvolvimento Regional (SDR), 2005.

MTUR. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2012). *Anuário Estatístico de Turismo*, volume 39, Ano base 2011.

NOGUEIRA, F.M.M. (2010). *Desenvolvimento local: estratégias e competitividade*. [Tese de Doutorado apresentada à Universidade de Aveiro em Ciências Sociais]. Universidade de Aveiro, Portugal.

OMT. Organização Mundial do Turismo. (2014). Disponível em: <<http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>>.

- PAULA, de J. (2010). Territórios - inovação e sustentabilidade. In: Riscos e Oportunidades: em tempos de mudanças / Ladislau Dowbor, Ignacy Sachs e Carlos Lopes (org.). São Paulo: Editora e Livraria Instituto Paulo Freire; Fortaleza, CE: Banco do Nordeste do Brasil.
- PORTER, M. (1989). Vantagem Competitiva, 18 ed, Rio de Janeiro, Campus.
- PORTER, M. (1999). Competição: estratégias competitivas essenciais, 11ed. Rio de Janeiro, Elsevier.
- PULIDO FERNÁNDEZ, J.I.; SANCHEZ RIVERO, M. (2010). Competitividad versus crecimiento de destinos turísticos. Un analisis mediante técnicas multivariantes. Cuardenos de Economía, V.33, N.91, p. 159-181.
- RAFFESTIN, C. (1993). Por uma geografia do poder. São Paulo: Ática.
- RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. (Eds) (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Ed. CABI Publishing, Oxon.
- RODRIGUES, A. B. (1997). Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: Hucitec.
- SALVADO ALVES, A. J. F. (2008). A Competitividade dos Territórios num contexto de Globalização: Uma Utopia ou uma Realidade? Congresso Português de Sociologia.
- SÁNCHEZ, M. R. (2006). Elaboración de um Ranking de Competitividad de los Destinos Turísticos Españoles: Un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. Revista de Análisis Turístico, nº 1, pp. 4-22.
- SANCHO PÉREZ, A. Y GARCÍA MESANAT, G. (2007). El posicionamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo: comparación de prácticas entre competidores líderes, en http://iei.uv.es/docs/ponencias/posicionamiento_turístico.pdf
- SANCHO PÉREZ, A., GARCÍA MESANAT, G., PEDRO BUENO, A, & YAGÜE PERALES, R.M. (2001). Auditoria de sostenibilidad en los destinos turísticos. Valencia: Minim, Instituto de Economía Internacional, 97p.
- SARANIEMI, S.; KYLANEN, M. (2010). Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches. Journal of travel research. p. 1-11.
- SARTI, A.C.; QUEIROZ, O.T.M.M. (2012). Espaço, paisagem, lugar, território e região – a organização do espaço turístico. In: Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters. Organizador: Mario Carlos Beni. Barueri, SP: Manole.
- SAUTTER, E.T.; LEISEN, B. (1999). Managing Stakeholders: A Tourism Planning Model. Annals of Tourism Research. V. 26 N 2. P.312-329.
- STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT (2007). European Union Regional Policy.
- SOUSA, A.A, VEIGA, G.V., LOPEZ, J.L, RODRIGUES, A.G, VALO, R.C, & SUAREZ, M.J.A (2008). Innovación Turística: Perspectivas Teóricas y Objetos de Estudio. Revista de Ocio y Turismo. 1, 19-50.

SOUZA, M. L. (2001). O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná E. de, CORRÊA, Roberto L., GOMES, Paulo César da C. (Orgs.). Geografia: conceitos e temas. 3 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. p.77-116.

TABERNER, J.G. (2007). Measuring destination competitiveness: na exploratory study of the Canaries, mainland Spain, France, the Balearics and Italy. *Tourism Today*.

TUROK, I. (2004), Cities, Regions and Competitiveness, *Regional Studies*, volume 38, nº 9, Dezembro.

UL HAQUE, I. (1995). Trade, Technology, and International Competitiveness. The World Bank Washington.

VALLS, J.F. (2004). Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles. Gestión, Barcelona.

VALLS, J.F. (Ed) (2006). Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis. Editora FGV, Rio de Janeiro.

VERA, J.F; LÓPEZ, F.; MARCHENA, M.J.; ANTON, S.(2011). Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos. Valencia.

VIANNA, S. L.G. (2011). A Competitividade e a Qualidade de Vida na Destinação Turística: Análise quanto à sua correspondência. [Tese de Doutorado, apresentada no programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI.] Balneário Camboriú.

WANHILL, S. (1997). Tourism development and sustainability. In: COOPER, C. P. *Tourism development: environment and community issues*. Londres: Willey.

WEF – World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007. Disponível em: <<http://www.weforum.org/en/index.htm>>. Acesso em: 12 de mar de 2014.

WEF - World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Disponível em: <<http://www.weforum.org/reports/five-challenges-one-solution-women>>. Acesso em: 10 abr 2014.

WTTC - World Travel and Tourism Council. (2014). Economic Impact Research. Disponible en: <http://www.wttc.org>

WTTC - World Travel and Tourism Council. Annual Index 1990-2011. Disponible en:<<http://www.wttc.org>> .