

Competitividade potencial e real: uma análise da variação da produção turística comparativamente a variação da posição competitiva no mercado ¹

Adriana Fumi Chim Miki²
Thays Cristina Domareski Ruiz³
Francisco Antonio dos Anjos⁴

Resumo: A competitividade de destinos turísticos é uma temática cada vez mais estudada por pesquisadores por todo o mundo. Este artigo tem duplo objetivo. Primeiro esclarecer pontos de equívoco no uso do termo competitividade turística, quando o conceito está associado a monitores e modelos de medição deste constructo. Segundo, sob a perspectiva de que uma melhor competitividade pressupõe maior produção no setor, dessa forma, se realiza uma análise exploratória da variação dos índices de competitividade, de posicionamento competitivo e de produção turística, dos dez países do continente americano considerados mais competitivos segundo o *World Economic Forum*. A análise é de abordagem qualitativa, exploratória-descritiva baseada em dados secundários. Os resultados indicam que a relatividade do constructo competitividade não permite análises individuais e que mesmo quando um país perde competitividade pode ganhar posicionamento competitivo frente ao grupo mundial. Além disso, mesmo com perda de competitividade em termos de seu índice global, podem ocorrer ganhos de produção turística, como maior participação do setor no PIB nacional e no nível de empregos gerados, pois em relação ao outras atividades desenvolvidas no país, o turismo pode apresentar crescimento superior, independentemente da perda de competitividade no mercado global.

Palavras-Chave: Competitividade Turística; Travel & Tourism Competitiveness Index; Potencial Competitivo; Posicionamento; Produção Turística.

Abstract: The Competitiveness of Tourism Destinations is a topic increasingly studied by researchers all over the world. This paper has a twofold objective. Firstly, clarify misconceptions points in the use of tourism competitiveness term, when the concept is associated with monitors and models to measuring this construct. Secondly, based on the perspective of a more competitiveness requires greater production in the sector is performed an exploratory analysis of the variations in the competitiveness index, the competitive positioning and, tourism production rates of the ten American countries more competitive according to the World Economic Forum. The analysis is qualitative, being an exploratory and descriptive study based on secondary data. The results indicate that the relativity of the competitiveness construct does not allow individual analysis. Also, indicates that even when a country loses competitiveness can gain competitive position relative to the world group. Moreover, even with the loss of competitiveness in terms of its overall index, the country may to earn better tourism production, such as, increased participation of the sector in national GDP and

¹ Este artigo é resultado parcial de projetos de pesquisa financiados com recursos do CNPq e CAPES.

² Doutora em Turismo, Economía y Gestión pela Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Rio Grande. E-mail adriana.chimmiki@gmail.com;

³ Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Pós Doutoranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. E-mail: thaysdomareski@gmail.com;

⁴ Professor do Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Doutor em Engenharia de Produção e Gestão Ambiental pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: anjos@univali.br.

in the jobs level. That is, compared to other activities of the country, the tourism can present growth, regardless of the loss of competitiveness in the global market.

Key-Words: Tourism Competitiveness; Travel & Tourism Competitiveness Index; Competitive Potential; Positioning; Tourism Production.

1. Introdução

A competitividade de destinos turísticos tornou-se uma área de interesse não só do meio acadêmico, mas de órgãos públicos em busca dos potenciais benefícios econômicos e sociais da atividade turística (Domareski, 2011). Os enfoques teóricos e metodológicos, no entanto, ainda mostram-se muito diversos no que tange ao conceito de competitividade turística, ao seu constructo e às suas formas de mensuração, o que oferece inúmeros espaços para contribuições (Chim-Miki *et al.* 2012).

Pode ser observada uma tendência em medir a competitividade dos países com o objetivo de classificá-los, como pode ser observado nos relatórios e documentos do *World Economic Forum* (WEF 2007-2015) em nível global, e pelos Organismos de Turismo em diversos países. Os destinos turísticos se esforçam para manterem-se bem posicionados em um mercado, que cada vez está mais competitivo e globalizado (Crouch, 2011). No entanto, o constructo competitividade é considerado por alguns autores como “problemático” (Croes & Kubickova, 2013), pois possui uma variedade de abordagens devido a sua multidimensionalidade (Porter, 1990; Crouch & Ritchie, 1999).

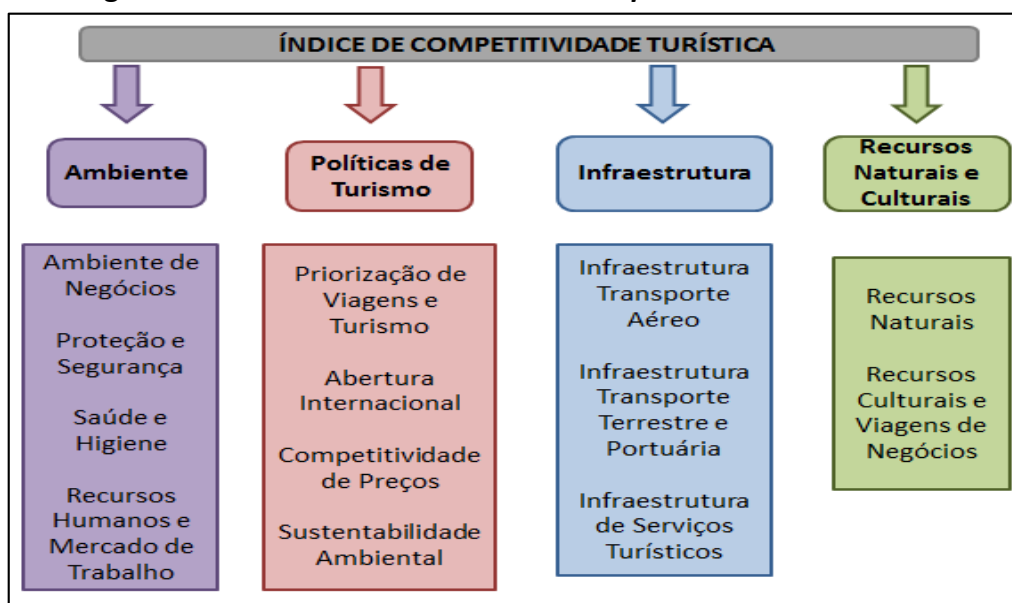
Como conceito se consagrou através dos trabalhos de Ritchie e Crouch que realizaram vários estudos relacionados a competitividade turística, desenvolvendo um dos conceitos e modelos teóricos mais completos do setor (Crouch & Ritchie, 1999). No entanto, o principal objetivo da competitividade enquanto constructo é seu uso prático como medida de capacidade produtiva, como bem defendida por Newall (1992), a competitividade não é um fim em si mesmo, mas sim, um meio para atingir um fim, que seria a melhoria das condições econômicas e sociais do país (Dwyer & Kim, 2003; Vianna, 2011, Domareski, 2011). Portanto, são os reflexos da competitividade, que são mais importantes do que o conceito propriamente dito. Outro ponto é que não existe competitividade individual, ou seja, só é competitivo, frente a outros ou a um grupo, ou seja, é um conceito relativo. Além do que, em termos turísticos se busca a competitividade para atrair mais e melhor os fluxos turísticos que os outros destinos, esperando que, com isto se alcance melhorias sociais, econômicas e uma melhor qualidade de vida à população local (Ritchie & Crouch, 2003; Dwyer & Kim, 2003).

Apesar de sua importância, o conceito de competitividade ainda suscita debates a respeito dos aspectos que levam a sua criação, obtenção ou manutenção, em diferentes níveis ou perspectivas de análise. É compreendido como um fenômeno relativo, uma vez que depende do posicionamento em face de outros concorrentes, e multidimensional, uma vez que pode ser calculado de diversas formas (Crouch & Ritchie, 1999). No entanto, tem uma primordial relação com a produção, que em turismo pode ser vista desde várias perspectivas ou indicadores, entre eles, o fluxo turístico, número de empregos, contribuição

ao PIB nacional, gasto turístico, entre outros. Ainda que também se busque melhorias na qualidade de vida, estes são mais difíceis de medir e raros países possuem indicadores atualizados ou índices agregados que expressem o constructo qualidade de vida.

Desde 2007 estão disponíveis os relatórios de Competitividade Global e Turística desenvolvidos e publicados pelo WEF - Fórum Econômico Mundial. Este Instituto produz uma série de pesquisas que busca a integração e a complexidade do mundo da economia com monitoramentos mundiais e regionais. Especificamente, o relatório de competitividade turística é baseado em um índice agregado, multidimensional e comparativo formado por 14 pilares que representam uma agrupação de variáveis representativas para a competitividade turística de um país (Figura 2). Na atualidade, 141 países são verificados bianualmente através de 90 indicadores, sendo o índice final uma média não ponderada. Inicialmente desenvolvido como um índice de medição dos fatores que tornam atrativos os investimentos ou desenvolvimento de negócios no setor de viagens e turismo em um país específico (WEF, 2007), e atualmente tem sido utilizado como uma medição da atratividade do país como destino turístico ou da capacidade competitiva frente ao grupo de países monitorados.

Figura 2: Pilares de *Travel & Tourism Competitiveness Index* - TTCI



Fonte: WTTC, (2015);

Este relatório também apresenta os países agrupados por continentes, com suas posições relativas frente ao cenário mundial e regional. Nesta pesquisa, se utilizou como recorte geográfico o continente americano e entre este grupo se definiu como amostra os dez países mais competitivos segundo os parâmetros do TTCI. Assim, os dez países que serão base da presente análise são: Estados Unidos, Canadá, Brasil, México, Panamá, Costa Rica, Barbados, Chile, Porto Rico e Argentina (TTCI, 2015).

Diante do exposto, este trabalho tem duplo objetivo. Primeiro esclarecer pontos de equívocos no uso do termo competitividade turísticos, quando o conceito está associado a monitores e modelos de medição deste constructo. Segundo, sob a perspectiva de que uma melhor competitividade pressupõe maior produção no setor. Dessa forma, realizou-se uma

análise exploratória da variação dos índices de competitividade, de posicionamento competitivo e de produção turística, segundo o *World Economic Forum*. Para tanto, realizou-se uma análise comparativa da variação da competitividade turística dos 10 países mais competitivos do continente americano segundo o *Travel & Tourism Competitiveness Index* (TTCI, 2015) e alguns indicadores de produção turística, especificamente a contribuição do setor turístico aos níveis de empregos totais, ao PIB nacional e gasto do turista estrangeiro no país. Também se compara a variação do investimento no setor e o posicionamento competitivo relativo do país no TTCI. A principal implicação desta pesquisa é ressaltar o caráter relativo do constructo competitividade, focando na importância de realizar análises em grupo de destinos turísticos, pois análises individuais não fazem sentido em termos de competitividade, sendo que, analisando um único destino turístico a análise é relativa aos atributos do destino e não da competitividade do mesmo.

2. Fundamentação Teórica

Um dos conceitos mais conhecidos de competitividade turística é a capacidade de um destino turístico de agregar valor e assim, aumentar a riqueza através da gestão de bens e processos, fazendo a integração destes sob um modelo econômico e social que considere o capital humano do destino e sua preservação para as futuras gerações (Ritchie & Crouch, 2003). Por outro lado, as instituições mundiais de monitoramento da competitividade consideram que ela é gerada pelo conjunto de instituições, políticas e fatores que determinam a produtividade de um país (WEF, 2015).

Desde 1996, Wahheeduzzaman e Ryans destacam que a competitividade é um termo incompreendido e muitas vezes utilizado de forma equivocada em estudos ou em discursos. Estes mesmos autores também destacam a existência de diversas perspectivas para se estudar a competitividade as quais geram concepções próprias. De fato, no turismo a competitividade como conceito possui uma amplitude explicativa que dificulta sua medição de forma completa. O conceito de competitividade reúne variáveis quantitativas e qualitativas para expressar o potencial competitivo de um amplo sistema econômico e representam as vantagens comparativas e competitivas dos principais modelos que deram origem aos sistemas de medida deste constructo.

A amplitude e complexidade do conceito de competitividade são evidentes em qualquer esforço de definição (Claver Cortés, Molina Azorín & Pereira Moliner, 2007 Cracolici & Nijkamp, 2009). Destacam-se as seguintes características ou dimensões gerais do conceito de competitividade que impactam diretamente na criação de modelos teórico-explicativos ou de medição do constructo (Spence & Hazard, 1988; Porter, 1990; Ritchie, Crouch & Hudson, 2001; Ritchie & Crouch, 2003):

- 1) é relativo, já que requer a comparação com outros mercados e produtos;
- 2) é multidimensional, visto que são vários os indicadores que podem ser utilizados para realizar sua medida; e
- 3) é difícil de medir, ainda estando sob consenso os melhores indicadores a utilizar e os níveis aceitáveis dos mesmo.

Em nível prático, determinar o nível de competitividade dos destinos é importante para medir o desempenho de um destino em relação aos seus concorrentes. Tradicionalmente esta medida é realizada através de índices agregados e multidimensionais, sem que exista um padrão único (Chim-Miki *et al.*, 2015). Estas dimensões são indicadores dos pontos fortes e fracos de um destino comparativamente a outro, sendo atualmente considerado de forma ampla como “a competitividade do destino”. Por outro lado, representa o conjunto de fatores de um território para desenvolver a atividade turística, sendo então a representação do potencial competitivo.

Como modelo aplicado ao turismo, a base original se deriva do *Diamond Model* (Porter, 1989), o qual mantém um foco na produtividade. Porter considera que o único conceito importante para uma nação é sua produtividade, a qual possibilita gerar melhores condições de vida a população (Porter, 1990). Especificamente em turismo, o modelo mais citado na literatura e base de vários outros é o Modelo de Calgary (Crouch & Ritchie, 1999), cuja base inicial também é porteriana.

Assim, os modelos de competitividade turística e os monitores que foram derivados de Porter, se baseiam na premissa de causa e efeito, considerando que o potencial será transformado em habilidade e resultados (Croes & Kubickova, 2013). Assim, consideram que a infraestrutura, bom clima, recursos naturais, etc, irão necessariamente gerar um bom fluxo turístico. No entanto, esta relação é discutível, visto que os números atuais de muitos países que estão na lista dos top 10 países de maior fluxo turístico, não estão na lista dos 10 países mais competitivos do mundo, como por exemplo, a Tailândia.

Esta premissa abre espaço para uma discussão antiga na ciência econômica, que considera a produtividade como uma parte da competitividade, assim, ser competitivo é produzir mais e melhor que o concorrente, gerando melhores benefícios ao conjunto produtivo local (Fajnzlber, 1998). Neste ponto, em que a discussão sobre os monitores de competitividade se acentuam (Croes, 2006, 2012), a maioria deles não inclui as variáveis de produção turística, tampouco as consideram desde uma perspectiva de variáveis de controle ou resultado do modelo. Em termos de destino, a produção turística está vinculada ao rendimento do destino, ou seja, seu desempenho, que pode ser verificado através de êxito financeiro ou não financeiro. Dessa forma, diferentes variáveis podem ser utilizadas como parâmetros de rendimento nos estudos de destinos turísticos, como por exemplo, número de hotéis, capacidade de alojamento (Della Corte & Aria, 2016), intensidade de investimento no destino (Assaf & Tisonas, 2015), fluxo turístico (Barros *et al.*, 2011), número de empregos no turismo (Dwyer & Kim, 2003).

Portanto, sendo purista sobre o conceito econômico de competitividade e também sobre a própria base conceitual da competitividade turística (D’Hartserre, 2000; Hassan, 2000; Hong, 2009 e outros), os monitores de competitividade são medidas de potencial e não de efetiva competitividade.

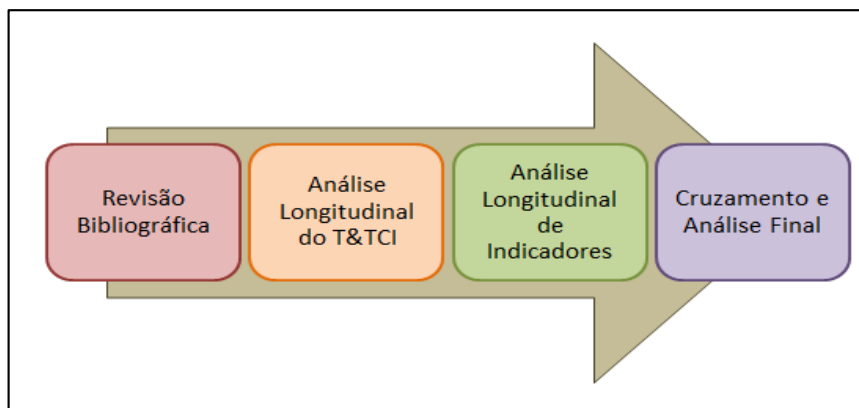
Assim, este estudo se baseia na premissa de que somente observar os índices de competitividade apontados pelos organismos mundiais ou nacionais, não é suficiente para verificar a real competitividade do setor. Croes e Kubickova (2013) consideram que para

existir competitividade deve haver um expressivo aumento das receitas do turismo e melhoria na qualidade de vida. Este último ponto possui uma grande dificuldade de comparação entre países, visto que qualidade de vida é um conceito que muda a cada cultura, cada país. Assim, é comum nos estudos de competitividade analisar indicadores que podem impactar na qualidade de vida, por exemplo, o aumento do nível de empregos no setor, o aumento de receitas do turismo, entre outros.

3. Metodologia

A metodologia aplicada neste estudo segue as seguintes etapas: (1) Revisão bibliográfica; (2) Análise longitudinal do *Travel & Tourism Competitiveness Index*; (3) Análise longitudinal de indicadores econômicos de produção turística; (4) Cruzamento dos dados e Análise Final (Figura 1).

Figura 1: Etapas Metodológicas da Pesquisa



Fonte: Elaboração própria, (2016);

Inicialmente foi realizado um estudo bibliográfico sobre competitividade e produção turística. Como proposta realizou-se uma análise longitudinal da variação da posição competitiva dos países e da pontuação de 2009 à 2015 do *Travel & Tourism Competitiveness Index*. Após este procedimento foi realizada uma análise longitudinal de indicadores econômicos relacionados a produção turística - variação do número de empregos turísticos, variação da participação do turismo no PIB do país, variação do gasto do turista internacional no país, e a variação do investimento no setor turístico - dos últimos 5 anos disponibilizados por *World Tourism Travel Council* (WTTC). Finalmente será feito um Cruzamento dos dados em relação ao constructo competitividade.

A presente pesquisa teve um caráter exploratório, tipificada como descritiva e analítica. Tal enquadramento segue a classificação proposta por Malhotra (2001), que caracteriza uma pesquisa exploratória como aquela evidencia o levantamento de critérios para a maior compreensão sobre o problema estudado, assim, como reconhece a pesquisa descritiva como aquela que apresenta o quadro evolutivo dos países analisados em termos dos índices escolhidos para esta pesquisa.

4. Resultados

Os dez países mais competitivos turisticamente no continente americano segundo o TTCI do ano 2015 podem ser observados na Tabela 1, com suas pontuações de 2009 a 2015, assim como a variação que sofreram ao longo deste período. Apresenta-se separadamente a variação de 2009 a 2015 e de 2009 a 2013, porque entre o ano de 2013 e 2015 houve uma alteração em forma de cálculo deste índice, o que pode ocasionar distorção dos resultados. Observa-se que entre 2009 e 2013 praticamente todos os países deste grupo perderam competitividade turística. No entanto, quando consideramos o desempenho do ano de 2015, Brasil, México e Panamá conseguiram obter um leve ganho de competitividade, enquanto os outros países seguem acumulando perdas competitivas no setor turístico.

Tabela 1: Variação do Índice de Competitividade turística entre 2009-2015

TTCI	2015	2013	2011	2009	Variação 2009-2015	Variação 2009-2013
Estados Unidos	5,12	5,32	5,30	5,28	-3,03%	-0,76%
Canadá	4,92	5,28	5,29	5,32	-7,52%	0,75%
Brasil	4,37	4,37	4,36	4,35	0,46%	-0,46%
México	4,36	4,46	4,43	4,29	1,63%	-3,96%
Panamá	4,28	4,54	4,30	4,23	1,18%	-7,33%
Costa Rica	4,10	4,44	4,43	4,42	-7,24%	-0,45%
Barbados	4,08	4,88	4,87	4,77	-14,47%	-2,31%
Chile	4,04	4,29	4,27	4,18	-3,35%	-2,63%
Porto Rico	3,91	4,36	4,42	4,27	-8,43%	-2,11%
Argentina	3,90	4,17	4,20	4,08	-4,41%	-2,21%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do TTCI (2009 a 2015);

Por outro lado, a competitividade como constructo relativo é melhor observada comparativamente a um referencial. Assim, a Tabela 2 mostra os mesmos países do grupo americano segundo sua posição relativa no grupo total dos 141 países monitorados por WEF no TTCI. Como na tabela anterior, apresenta-se a variação de 2009-2015 e 2009-2013 para destacar a mudança de metodologia de cálculo deste organismo. É importante observar que apesar da maioria dos países ter perdido capacidade de competitividade turística, como se observou na Tabela 1, ainda assim ganharam posicionamento competitivo (Tabela 2). Isto significa afirmar que, os outros países do grupo total monitorados por TTCI perderam capacidade competitiva em maior grau que estes, permitindo que no posicionamento geral estes países galgassem posições na lista das 141 economias monitoradas. A exceção do Canadá, Barbados e Porto Rico cuja posição competitiva caiu ao longo deste período. Especialmente, o Canadá teve uma alta queda, passando da posição 5 em 2009 para a posição 10 em 2015. Este quadro de queda do Canadá foi progressivo ao longo destes anos. Já o caso de Barbados, apresenta-se diferente, pois o país vinha ganhado posições competitivas entre 2009 a 2013 e com a nova metodologia somada ao desempenho do país em 2015, caiu muitas posições na lista total. Semelhante situação ocorreu com o Porto Rico (Tabela 2).

Tabela 2: Variação posicionamento competitivo no turismo entre 2009-2015

TTCI	2015	2013	2011	2009	Variação 2009-2015	Variação 2009-2013
Estados Unidos	4	6	6	8	50,00%	25,00%
Canadá	10	8	9	5	-100,00%	-60,00%
Brasil	28	51	52	45	37,78%	-13,33%
México	30	44	43	51	41,18%	13,73%
Panamá	34	37	56	55	38,18%	32,73%
Costa Rica	42	47	44	42	0,00%	-11,90%
Barbados	46	27	28	30	-53,33%	10,00%
Chile	51	56	57	57	10,53%	1,75%
Porto Rico	55	52	45	53	-3,77%	1,89%
Argentina	57	61,00	60	65	12,31%	6,15%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do TTCI (2009 a 2015);

Observando os dados dos países que ganharam posição competitiva, é necessário considerar que entre 2013 e 2015 ocorreu uma alteração de cálculo que gerou substanciais mudanças nas posições competitivas, mas que não necessariamente significa que tudo foi real ganho de competitividade (Tabela 2). Um exemplo disto é o caso brasileiro, que entre 2009 - 2013 vinha perdendo posições competitivas, e com a mudança de cálculo do monitor subiu da posição 51 (2013) a posição 28 (2015). Uma parte é ganho efetivo de competitividade, especialmente em infraestrutura gerada para receber os megaeventos previstos na agenda nacional (Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016), porém grande parte desta alteração de posição foi ocasionada pelas mudanças estruturais na metodologia do TTCI.

Considerando que a competitividade não é um fim em si mesmo, mas um meio para atingir um objetivo (Newall, 1992), que em última instância é gerar melhores condições de desenvolvimento para o destino turístico e seus *stakeholders*, alguns indicadores econômicos que trazem impacto direto sobre a população local são verificados para comparar com o desempenho competitivo. Observa-se na Tabela 3 que, com exceção do Canadá, todos os países deste grupo tiveram crescimento no número de empregos no turismo nos últimos 5 anos. Isto indica que um crescimento na posição competitiva impacta sobre o total de empregos no setor, ainda que os países tenham perdido competitividade em termos do índice geral. No entanto, esta não é uma relação direta, pois o Panamá apresentou grande crescimento no seu posicionamento competitivo e na sua contribuição ao nível de empregos, porém, o Chile teve uma variação de posição competitiva muito pequena (subiu 6 posições correspondendo a variação de 1,75%), mas sua contribuição ao nível de empregos no país foi elevada no período analisado (23,13%).

Aqui novamente se observa a relatividade das análises, pois ainda que o número de empregos no setor turístico tenha crescido em cada país, se os outros setores econômicos do país também cresceram ocorre uma dispersão da contribuição do setor turístico no posicionamento geral de empregos do país. Portanto, se verifica uma relatividade da competitividade do setor turístico em relação aos outros setores produtivos que o país

desenvolve, onde se evidencia que a relatividade do constructo é um fator importante e que deve ser considerado nas análises.

Tabela 3: Variação da contribuição do setor turístico ao emprego total do país entre 2011-2015

Contribuição total para o Emprego (em milhões)	2011	2012	2013	2014	2015	Variação 2011-2015
Estados Unidos	13056,9	13069,3	13611,9	13972,9	14247,9	8,36%
Canada	1465,95	1493,66	1504,17	1514,77	1443,6	-1,55%
Brasil	6421,2	6556,99	6702,09	7228,95	7342,43	12,55%
México	7294,38	7354,78	7573,85	7665,57	7985,63	8,66%
Panamá	204,704	245,391	270,945	301,198	329,527	37,88%
Costa Rica	222,645	219,87	218,357	246,067	256,681	13,26%
Barbados	46,1209	41,5915	44,03	47,9294	49,6449	7,10%
Chile	602,343	576,065	685,009	737,766	783,578	23,13%
Puerto Rico	55,6425	58,6419	60,5576	61,0211	59,745	6,87%
Argentina	649,32	630,647	654,982	660,272	671,769	3,34%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do TCI (2011 a 2015);

Na mesma linha de análise anterior, pode ser verificada a contribuição do setor turístico ao PIB nacional (Tabela 4). Destaca-se o Panamá, no qual o turismo quase dobrou sua contribuição ao PIB do país. O Chile continua mantendo uma rara variação, pois apesar de seu baixo ganho competitivo do setor, relativamente aos outros 141 países monitorados por TCI, o setor turístico apresentou uma significativa melhora na contribuição ao PIB nacional, indicando que esta atividade frente a outras atividades que são desenvolvidas no país, está ganhando destaque. Em geral, todos as economias deste grupo conseguiram variações positivas em quanto a contribuição do turismo ao PIB nacional nos últimos 5 anos, indicando que o turismo está elevando sua participação nas economias destes países.

Tabela 4: Variação da contribuição do setor turístico ao Produto Interno Bruto (PIB) do país entre 2011-2015

Contribuição ao PIB (em bilhões de US\$)	2011	2012	2013	2014	2015	Variação 2011-2015
Estados Unidos	1296,91	1333,63	1383,44	1430,81	1469,85	13,33%
Canadá	88,452	91,0078	93,1397	96,0111	99,6009	12,60%
Brasil	137,41	139,632	143,914	152,806	152,015	10,63%
México	144,698	150,792	156,548	162,093	172,281	19,06%
Panamá	4,79862	5,98383	6,78475	7,72236	8,68897	81,07%
Costa Rica	5,47504	5,51908	5,55882	6,27545	6,50056	18,73%
Barbados	1,599	1,5554	1,6547	1,67661	1,74399	9,07%
Chile	17,6297	17,6569	21,2779	22,914	24,367	38,22%
Puerto Rico	6,14102	6,67995	6,93163	6,95779	7,03764	14,60%
Argentina	57,0231	55,3279	57,842	59,9116	61,1253	7,19%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do TCI (2011 a 2015);

Outro ponto importante de análise é verificar se está ocorrendo uma variação positiva no gasto do turista estrangeiro no país, pois em alguns destinos tem sido observada uma diminuição do gasto turístico médio. Neste grupo de países, a exceção da Argentina, todos eles tiveram variação positiva no gasto do turista estrangeiro (Tabela 5). Até mesmo o Canadá que vem perdendo muita competitividade turística conseguiu melhorar o total de arrecadação turística internacional. Vários fatores influem no gasto do turista, como o aumento de novas atrações, a variações cambiais, mudanças no perfil de turista que o país está atraindo, a oferta de modalidades de turismo que impacta nas motivações de viagens, etc. No entanto, todos os fatores que influem na variação do gasto do turista estrangeiro no país são itens que formam os pilares de competitividade verificados por TTCl. Assim, pode-se considerar o gasto do turista como uma das variáveis de rendimento do constructo competitividade turística. Portanto, ao haver um ganho de posicionamento competitivo nestes países também se observa uma melhoria no nível de gastos do turista estrangeiro.

Tabela 5: Variação do gasto do turista estrangeiro no país entre 2011-2015

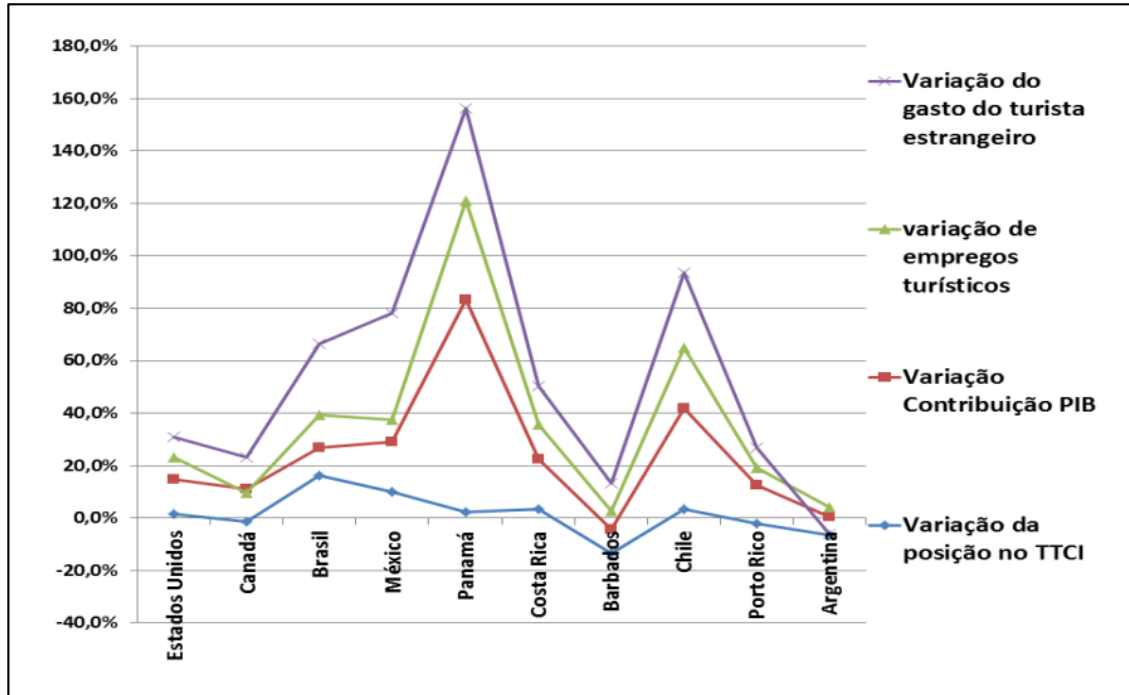
Gastos dos turistas estrangeiros (em bilhões de US\$)	2011	2012	2013	2014	2015	Varição 2011-2015
Estados Unidos	175,278	183,793	192,145	191,87	189,712	7,61%
Canadá	13,0356	13,1823	13,3335	13,8723	15,0553	13,42%
Brasil	4,39757	4,88987	5,1499	5,54774	6,02681	27,03%
México	10,9672	11,9644	12,2793	14,2863	18,4139	40,44%
Panamá	4,02439	4,86059	5,2949	5,53234	6,2137	35,23%
Costa Rica	2,44411	2,67328	2,46723	2,80124	2,87129	14,88%
Barbados	0,975304	0,970897	1,01317	1,04582	1,0931	10,78%
Chile	2,27888	2,5701	2,59343	2,82189	3,19066	28,58%
Puerto Rico	3,60933	3,65856	3,7963	3,82024	3,90445	7,56%
Argentina	5,8759	4,97453	4,44101	5,40936	5,3397	-10,04%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do TTCl (2011 a 2015);

O Gráfico 1 mostra o grupo dos 10 países com maior competitividade turística no continente Americano (TTCl, 2015) e seus níveis de variações dos últimos 5 anos, no gasto do visitante internacional, número de empregos turísticos, contribuição ao PIB nacional, e a variação do posicionamento competitivo frente ao contexto mundial. Observa-se que leves variações na posição competitiva do TTCl geram grandes impactos nos outros indicadores considerados nesta análise.

Certamente um fator que influi na melhoria da competitividade turística enquanto índice absoluto é o investimento que o país faz no desenvolvimento do setor, tanto em nível público como privado. No entanto, este ganho absoluto de competitividade pode não se refletir em ganhos relativos, ou seja, pode não ocasionar melhoria da posição competitiva do país frente ao grupo dos 141 países monitorados.

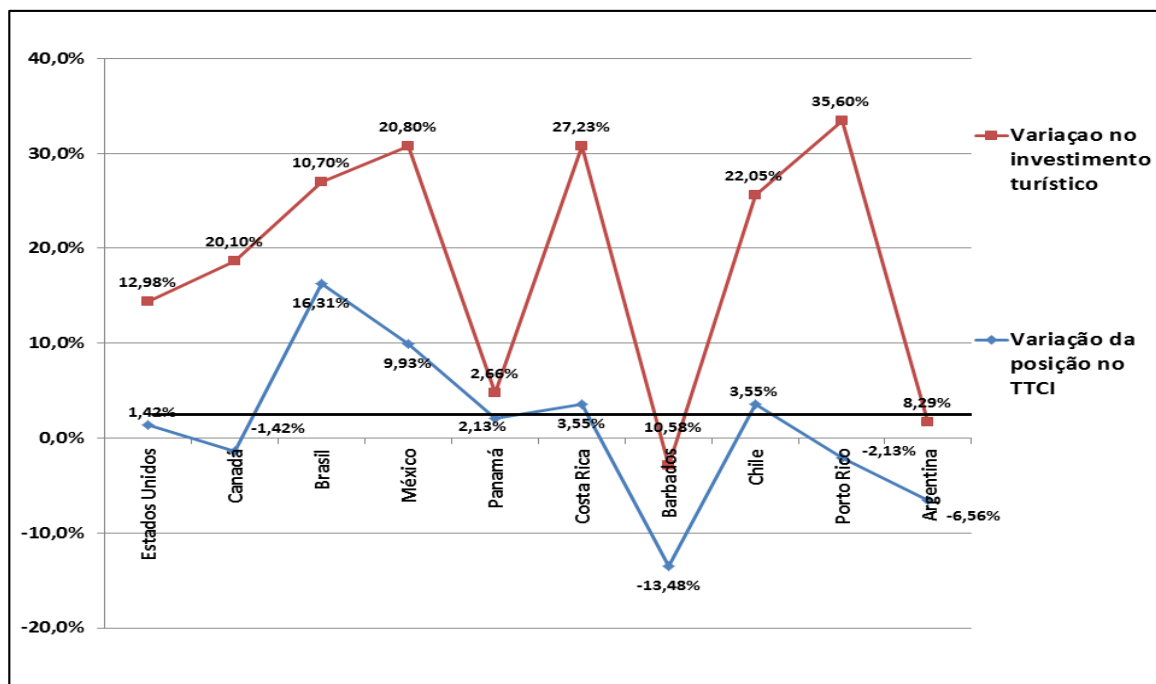
Gráfico 1: Variação dos 4 indicadores com os países americanos 2011-2015



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do TCI (2011 a 2015);

A relatividade do constructo se verifica novamente, pois se outros países também investiram e cresceram em competitividade absoluta, isto impacta no resultado global comparativo. Nos países analisados neste trabalho este fato se observa bem, pois muitos países tiveram variações positivas no seu nível de investimento no setor turístico, e ainda assim baixo reflexo na sua posição competitiva frente ao grupo geral de países monitorados por TCI (Gráfico 2).

Gráfico 2: Comparação da variação do nível de investimento no turismo e da variação da posição competitiva no TCI entre 2011 a 2015.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados do TTCI (2011 a 2015);

Os números apresentados nesta análise apontam que é mais relevante utilizar o dado do TTCI de posicionamento competitivo do que o índice de capacidade competitiva, pois devido a relatividade do constructo competitividade, a posição relativa indica um ganho ou perda que impacta nos indicadores econômicos de produtividade do setor.

5. Considerações Finais

No estudo da competitividade turística, o foco deve ser no destino turístico como produto integrado, sendo um conjunto de facilidades, mais ou menos competitivo, frente à outros destinos concorrentes (Ritchie & Crouch, 2000).

Em termos gerais, os dados apresentados neste estudo demonstram um quadro de capacidade competitiva, investimento e produtividade turística. Ainda que, muitos outros fatores contribuem para a competitividade e produtividade, estes indicadores são resultados do setor que impactam social e economicamente nos *stakeholders*, assim como na imagem do país, enquanto destino turístico. Embora, exista uma grande discussão a respeito da validade do monitoramento realizado em torno da competitividade, segundo os critérios adotados atualmente pela grande maioria de instituições internacionais e nacionais, se observa que estes índices agregados e multidimensionais geram indícios que contribuem a uma visão geral do setor e são corroborados pelos indicadores econômicos de produtividade.

Este trabalho busca esclarecer pontos de equívocos no uso do termo competitividade turísticos, quando o conceito está associado a monitores e modelos de medição deste constructo e analisar as variações competitivas considerando a perspectiva de que uma melhor competitividade pressupõe maior produção no setor. Assim, se realizou uma análise

exploratória da variação dos índices de competitividade, de posicionamento competitivo e de produção turística, dos dez países do continente americano considerados mais competitivos segundo o *World Economic Forum*.

O cruzamento de dados secundários obtidos de WEF referente ao índice de competitividade turística dos países da amostra indicou uma queda na competitividade na maioria dos países deste grupo. No entanto, em termos do posicionamento competitivo frente ao grupo total de economias monitoradas por este instituto, houve variações positivas, indicando um crescimento relativo da competitividade turística nestes países. Por outro lado, os dados secundários utilizados obtidos nos relatórios do *World Travel & Tourism Council* (WTTC), que este trabalho apresenta, utilizados como indicadores de produção turística, indicam um quadro de crescimento do setor turístico, mesmo quando existe perda da competitividade turística a nível global.

A principal implicação destes resultados é que o conceito de competitividade nunca pode ser desvinculado de sua principal característica que é a relatividade (Dwyer & Kim, 2003). Competitividade de um país ou destino isoladamente não existe, sendo neste caso um estudo de atributos, mas não de competitividade. Assim, é a própria metodologia de comparação que torna o conjunto de fatores estudados um índice que representa o potencial competitivo do destino. E dentro deste marco, a produção turística junto com a melhoria dos fatores de produção que se efetiva como competitividade real (Croes, 2012), gerando melhores condições a população local e desta forma atendendo ao conceito de competitividade na sua forma mais ampla (Ritchie & Crouch, 2003).

Os indicadores utilizados como produção turística poderiam ser outros, como fluxo turístico, dias de permanência no destino, etc. Assim como, os indicadores utilizados por TPCI para medir a capacidade competitiva poderiam ser diferentes, pois a multidimensionalidade do constructo competitividade permite uma série de perspectivas para sua análise (Spence & Hazard, 1988; Ritchie, Crouch & Hudson, 2001). Porém, é preciso esclarecer que uma medida é de produção e outra de potencial competitivo, mas somente quando os monitores utilizarem simultaneamente – produtividade e fatores do potencial competitivo é que teremos uma real medida da competitividade turística.

6. Referências

- Assaf, A. G., & Tsionas, E. G. (2015). Incorporating destination quality into the measurement of tourism performance: A bayesian approach. *Tourism Management*, 49, 58-71.
- Barros, C. P., Botti, L., Peypoch, N., Robinot, E., & Solonandrasana, B. (2011). Performance of french destinations: Tourism attraction perspectives. *Tourism Management*, 32(1), 141-146.
- Chim-Miki, A.F.; Batista-Canino, R.M. & Gândara, J.M. (2015) competitividad turística internacional vs competitividad turística nacional: un análisis de la evolución del contexto brasileño a través del TPCI y MTur. En: III Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria. Las Palmas de Gran Canaria.

- Chim-Miki, A. F., Gândara, J. M. G., & Muñoz, D. R. M. (2012). O estado atual de pesquisas sobre competitividade turística no Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*, 12(2).
- Claver-Cortés, E., Molina-Azorín, J. F., & Pereira-Moliner, J. (2007). The impact of strategic behaviours on hotel performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(1), 6-20.
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336-344.
- Croes, R. R. (2006). A paradigm shift to a new strategy for small island economies: Embracing demand side economics for value enhancement and long term economic stability. *Tourism Management*, 27(3), 453-465.
- Croes, R. (2012). Assessing tourism development from Sen's capability approach. *Journal of Travel Research*, 51(5), 542-554.
- Croes, R., & Kubickova, M. (2013). From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(3), 146-154.
- Crouch, G. I. (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1) 27 –45, SAGE Publications.
- Crouch, G. I.; Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, vol. 44, n. 3, p. 137–152.
- Della Corte, V., & Aria, M. (2016). Coopetition and sustainable competitive advantage. the case of tourist destinations. *Tourism Management*, 54, 524-540.
- D'Hartesse, A. (2000). Lessons in managerial destination competitiveness in the case of Foxwoods Casino resort. *Tourism Management* 21 (1), 23–32.
- Domareski, T. C. (2011). *A competitividade das destinações turísticas: O caso de Foz do Iguaçu (PR) Brasil*. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria), Universidade do Vale do Itajaí: Florianópolis.
- Dwyer, L.; Kim, C. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, v.6, n.5, 2003.
- Fajnzylber, F. Competitividad internacional: evolución y lecciones. *Revista de la CEPAL*, 36, 1988.
- Godoy, A. S. (1995) Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, v. 35, n. 2, p. 57-63.
- Malhotra, N. K. (2001) *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 3º Ed. Porto Alegre: Bookman.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of travel research*, 38(3), 239-245.
- Hong, W. C. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12(2), 105-132.
- Lima, M. C. (2004) *A Engenharia da Produção Acadêmica*. São Paulo: Saraiva.
- Newall, J. E. (1992). The challenge of competitiveness. *Business quarterly*, 56(4), 94-100.

- Porter, M. (Ed) (1989). *Vantagem Competitiva*. 18 ed.,. Campus, Rio de Janeiro.
- Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. Cambridge: *Harvard Business Review*, 68(2), 73-93.
- Ritchie, J. B., Crouch, G. I., & Hudson, S. (2001). In Woodside A. G., Crouch G. I. and Ritchie J. B. (Eds.), *Consumer psychology of tourism, hospitality, and leisure*. Wallingford, UK: CABI Publishing.
- Ritchie, J.R. B.; Crouch, G. I. *The competitive destination: A sustainability perspective*. University of Calgary: Canadá, 2003.
- Spence, A. M., Hazard, H. A., & Kennedy, J. F. (1988). International competitiveness. *The International Executive*, 30(1), 32-34.
- Vianna, S. L. G. A Competitividade e a Qualidade de Vida na Destinação Turística: Análise quanto à sua correspondência. Tese (Doutorado em Turismo), Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Balneário Camburiú, 2011.
- Waheeduzzan, A. & Ryans, J. (1996) Definition, perspectives, and understanding of international competitiveness: A quest for a common ground. *Competitiveness Review*, 6 (2), 7–26
- WEF – World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007*. Disponível em: <<http://www.weforum.org/>>. Acesso em: 05 de maio de 2016.
- WEF – World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Disponível em: <<http://www.weforum.org/>>. Acesso em: 12 de maio de 2016.