

Fatores Determinantes da Competitividade de Destinos de Sol e Praia Brasileiros

Daniel Pires Vieira¹

Cleidson Nogueira Dias²

Jaqueline Silva Thomazine Brochi³

Resumo: O estudo sobre a competitividade de destinos turísticos avançou a tal ponto em que todas as características que de alguma forma podem influenciar a competitividade foram mapeadas sem, no entanto, identificar quais fatores são determinantes para a competitividade (Crouch, 2011). O presente estudo busca contribuir com o debate proposto ao analisar quais dimensões de competitividade são determinantes para o desempenho de 27 destinos turísticos de sol e praia escolhidos pelo Ministério do Turismo – MTur – como indutores do turismo nacional. As análises empregaram a técnica da Análise Comparativa Qualitativa – QCA – adotando como variáveis critério a demanda doméstica e a demanda internacional desses destinos. Os resultados encontrados evidenciam que não é necessário ter alto nível de desenvolvimento em grande número de dimensões para se alcançar o desempenho, sendo suficiente a presença de dimensões específicas. As dimensões Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial tiveram maior relevância para o desempenho dos destinos analisados.

Palavras-chave: Competitividade; Destinos Turísticos; QCA.

1 Introdução

Embora a competitividade de destinos turísticos continue uma questão central (Camisón & Forés, 2015) não há consenso na literatura sobre sua definição (Crouch & Ritchie, 1999). Algumas definições apontam no sentido da capacidade do destino criar novos produtos que agreguem valor aos seus recursos e mantenham seu posicionamento no mercado em relação aos competidores (Hassan, 2000). Outras descrevem no sentido da atratividade e da singularidade da experiência proporcionada na competitividade do destino turístico (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003). Para Ritchie e Crouch (2010), a competitividade de um destino relaciona-se à eficiência e à efetividade com que seus recursos são empregados de forma a gerar crescimento e desenvolvimento no setor turístico. De forma similar o Fórum Econômico Mundial associa a competitividade de destinos turísticos à capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo (Fórum Econômico Mundial, 2015).

A ausência de definição única acaba refletindo não somente na diversidade de métodos e indicadores segundo os quais a competitividade é mensurada e analisada, mas principalmente nas diferentes dimensões e categorias que são analisadas. Desde os primeiros modelos sobre

¹ Mestre e Doutorando em Administração pela Universidade de Brasília – UnB. <http://lattes.cnpq.br/8479518094057050>. vieira.pires@gmail.com.

² Doutor de Administração pela Universidade de Brasília - UnB, Mestre em Administração pela Fundação Getúlio Vargas (FGV/Ebape). <http://lattes.cnpq.br/8173987876908573>. cleidson_nogueira@yahoo.com.br.

³ Mestre e Doutoranda em Administração pela Universidade de Brasília – UnB. <http://lattes.cnpq.br/9927719922582310>. jaquelineth@gmail.com.

competitividade de destinos turísticos, do final da década de 1990, diferentes aspectos vêm sendo introduzidos na análise da competitividade de destinos turísticos, o que vem tornando os modelos mais complexos. Essa crescente complexidade dificulta a identificação entre as diversas dimensões quais são determinantes para o desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos. Os modelos e estudos sobre competitividade de destinos turísticos alcançaram uma boa base na qual se identifica os atributos que estão relacionados à competitividade sem, entretanto, identificar quais deles são determinantes para a competitividade dos destinos turísticos (Crouch, 2011). Vários aspectos podem ser importantes para a competitividade de um destino, mas somente alguns serão determinantes (Crouch, 2011).

Considerando os argumentos apresentados, o presente trabalho tem por objetivo identificar quais dimensões de competitividade são determinantes para o desempenho de destinos turísticos de Sol e Praia brasileiros. Para a consecução do objetivo proposto, o trabalho encontra-se dividido em, além dessa primeira, outras 5 seções. Na seção seguinte são analisados os principais modelos de competitividade de destinos turísticos desenvolvidos. Na terceira seção é apresentado o método de pesquisa. Na quarta seção são apresentados os resultados e são realizadas as análises. Por fim, na última seção são apresentadas as conclusões.

2 Modelos de Competitividade de Destinos Turísticos

Camisón e Forés (2015) identificam na literatura três grandes abordagens concorrentes para análise da competitividade das firmas turísticas: uma primeira associada ao território e às vantagens comparativas da localização geográfica; a segunda derivada dos efeitos da indústria, seguindo a perspectiva da Estrutura-Condução-Desempenho; por fim, a terceira abordagem, derivada da VBR, enfoca os recursos e capacidades de uma firma. Ainda que se verifique a influência dessas abordagens na construção dos modelos para avaliação da competitividade de destinos turísticos, entende-se que o setor turístico apresenta características que o diferem de outros setores econômicos, especialmente no que tange à composição do seu produto (Hassan, 2000; Dwyer & Kim, 2003), o qual pode ser considerado um serviço necessariamente consumido *in loco* (Ritchie & Crouch, 2000; Ferreira & Estevão, 2009). A construção do produto turístico depende do envolvimento de uma gama diversificada de empresas, organizações e atrativos locais (Hassan, 2000; Dwyer & Kim, 2003). Assim, quando se avalia os aspectos relacionados ao desenvolvimento do turismo, na verdade se está avaliando a localidade como um todo, isto é, o destino turístico.

Nesse sentido, a competitividade envolve não só as empresas da economia do turismo diretamente vinculadas ao processo produtivo, mas todo o conjunto de relacionamentos capazes de fomentar sinergias e promover a competitividade e o desenvolvimento tanto para empresas quanto para a região ou país. Os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos seguem essa perspectiva não só pela diversidade de indústrias envolvidas no setor (Hassan, 2000), mas pela necessidade de se implicar na análise os diferentes atores sociais que direta ou indiretamente sofrem os impactos do desenvolvimento da atividade e por demandar colaboração e cooperação dos diferentes níveis de forma a competirem de forma efetiva (Crouch & Ritchie, 1999). A competitividade de destinos turísticos, portanto, demanda uma perspectiva sistêmica de análise.

O Modelo de Calgary, proposto por Crouch e Ritchie (1999), parte de uma perspectiva sistêmica e associa o conceito de competitividade de um destino turístico a sua capacidade de contribuir para a economia local e para o aumento da qualidade de vida da população. O sucesso da atividade turística não pode ser analisado de forma isolada, uma vez que está diretamente relacionado ao desempenho de organizações e de outros setores econômicos e sociais. Para serem bem-sucedidos

os destinos turísticos devem assegurar sua atratividade e a singularidade das experiências proporcionadas aos seus visitantes (Crouch & Ritchie, 1999).

Segundo o modelo de Crouch e Ritchie (1999), a competitividade de um destino turístico é resultado do relacionamento de quatro Dimensões (Recursos Centrais e Atrativos, Fatores de Suporte e Recursos, Gestão do Destino e Determinantes Qualificadores) influenciadas por aspectos macro e micro-ambientais. Os aspectos macro-ambientais representam as possíveis externalidades (ambientais, políticas, econômicas) às quais o destino turístico está susceptível. Os aspectos competitivos micro-ambientais são representados pelo setor empresarial turístico do destino, além de órgãos públicos locais, seus *stakeholders* e outros mercados turísticos competidores. Cumpre destacar que em versões mais recentes do modelo de Calgary (Ritchie & Crouch, 2010) foi integrada a dimensão Políticas e Planejamento, o que contribuiu para expandir a quantidade de componentes analisados.

Crouch e Ritchie (1999) reconhecem que seu modelo não é preditivo, tampouco causal, mas tão somente explicativo e que ainda requer maiores desenvolvimentos de forma a possibilitar sua generalização. Entre suas principais limitações, podem-se citar: a dificuldade de se mensurar os componentes, devido à falta de informações estatísticas em vários destinos; a falta de uma ordem de importância entre os componentes e as variáveis que os compõem; e a falta de um exame mais detalhado sobre os impactos dos fatores macro-ambientais na competitividade do destino (Crouch & Ritchie, 1999; Taberner, 2007). Costa e Hoffmann (2006) destacam que o modelo proposto apresenta um salto qualitativo na construção de um modelo de competitividade, porém ainda mostra-se limitado para aplicação empírica pela ausência de indicadores.

Kozak e Rimmington (1999) analisaram a competitividade a partir de um questionário aplicado a turistas durante a visita ao destino para a coleta de informações a respeito de diversos atributos da oferta turística e das motivações que levaram a escolha do destino. A principal contribuição de Kozak e Rimmington (1999) está em focar os aspectos da demanda turística na determinação da competitividade. Por outro lado, entre suas limitações pode-se destacar: a impossibilidade de identificar as variáveis mais importantes para a competitividade do destino e de hierarquizar quais são os destinos mais competitivos, uma vez que as comparações feitas só levam em consideração os atributos do destino estudado em relação aos demais (Taberner, 2007). Adicionalmente, o modelo somente considera informações de demanda, ignorando aspectos da oferta turística (Castrillón *et al.*, 2011).

Estudos específicos trazem também contribuições importantes para a competitividade de destinos turísticos. Hassan (2000) propõe um modelo para a avaliação da competitividade de destinos turísticos com foco na sustentabilidade. Para o autor, a ligação entre competitividade de destinos turísticos e a sustentabilidade é lógica, uma vez que destinos turísticos dependem da unicidade de seus ambientes para serem atrativos. Buhalis (2000), por sua vez, destaca o papel do marketing e do posicionamento de mercado dos destinos turísticos. Tanto Hassan (2000) quanto Buhalis (2000) destacam que destinos turísticos possuem ciclos de vida e que o estágio de maturação do destino pode influenciar sua competitividade. Os fatores considerados determinantes para competitividade podem sofrer variações conforme os destinos vão amadurecendo (Hassan, 2000; Buhalis, 2000; Croes, 2011).

A partir da percepção de que os preços praticados são determinantes para a competitividade de um destino turístico, Dwyer, Forsythe e Rao (2000) examinam a competitividade preço de dezenove destinos turísticos internacionais (países). É proposto um índice de competitividade por preço em que duas categorias de preços são analisadas: os preços relacionados ao deslocamento para um determinado destino (custos de viagem) e os preços relacionados a bens e serviços no destino turístico (custos locais). O principal resultado do estudo é a aplicação de um método para a construção de

índices de competitividade baseado em preços que permita a comparação direta entre destinos levando em consideração padrões particulares de compra (Dwyer *et al.*, 2000). Croes (2011) critica os modelos de competitividade de destinos turísticos baseados em preços a partir da perspectiva de que, dada a natureza do produto turístico, baseado na experiência proporcionada ao visitante, o preço perde valor informativo. Adicionalmente nota-se que, ao analisar a competitividade de um destino turístico com base somente em preços, desconsidera-se os potenciais impactos positivos e negativos da atividade para o desenvolvimento local.

Dwyer e Kim (2003) propõem um modelo para a avaliação da competitividade de destinos turísticos contendo diversas variáveis inicialmente identificadas por Crouch e Ritchie (1999). O modelo de Dwyer e Kim (2003), no entanto, diferencia-se por ter estabelecido um relacionamento mais claro entre as variáveis, identificando aquelas que possuiriam influência direta ou indireta sobre a competitividade, além de terem proposto um conjunto de possíveis indicadores para as variáveis do modelo, o que representa um avanço em relação a uma das limitações encontradas no modelo de Crouch e Ritchie (1999). Destaca-se que, para Dwyer e Kim (2003), a competitividade do destino, que seria um objetivo intermediário para o resultado final pretendido: a prosperidade socioeconômica. Entre as limitações identificadas por Dwyer e Kim (2003) ao modelo proposto, destacam-se a necessidade de maiores pesquisas sobre a importância relativa das diferentes dimensões e dos diferentes indicadores propostos e a necessidade de se integrarem indicadores subjetivos e objetivos na análise da competitividade.

Ao identificar na atividade turística uma alternativa para a geração de emprego e renda especialmente para população mais carente e para o crescimento sustentado Heath (2003) propõe um modelo conceitual para a avaliação da competitividade no subcontinente sul africano. O modelo de Heath (2003) concebe a competitividade de um destino como uma casa em que a fundação é composta pelos atrativos chave (criados ou inatos), aspectos não negociáveis, elementos possibilitadores, elementos que agregam valor, elementos facilitadores e elementos que aprimoram a experiência. As paredes seriam compostas pela política de desenvolvimento sustentável e pela estratégia e marketing do destino. Tais grupos de características devem estar interligados por canais de interação e comunicação entre as organizações envolvidas na gestão do destino. A cobertura da casa seria uma visão estratégica compartilhada que permitiria que os diferentes atores desempenhassem seus papéis de forma adequada (Heath, 2003). O modelo de Heath (2003) converge em diversos aspectos com os modelos de Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003). Apesar de organizar e estabelecer relação entre as variáveis, Heath (2003) não estabelece indicadores para avaliar a competitividade de destinos, o que impossibilita a sua aplicação e a comparabilidade.

Gooroochurn e Sugiyarto (2004) propõem uma metodologia quantitativa para mensurar e avaliar a competitividade de países por meio das bases de dados disponíveis em organismos internacionais. O denominado Monitor de Competitividade (Gooroochurn & Sugiyarto, 2004), a partir dos dados coletados para os indicadores, elabora um índice de competitividade que permite a comparação entre os resultados alcançados e a hierarquização dos países em termos de competitividade. O uso de bases de dados de organismos internacionais permite superar a falta de dados comuns (Taberner, 2007), uma limitação comum nos modelos anteriores. Entre as limitações do Monitor de Competitividade pode-se citar: o peso excessivo atribuído às variáveis relacionadas à tecnologia e o papel secundário desempenhado pelas variáveis ambientais (Taberner, 2007; Castrillón *et al.*, 2011). Taberner (2007) destaca ainda que os resultados do Monitor de Competitividade guardam pouca relação com a realidade, uma vez que os países identificados como os mais competitivos, em via de regra, não figuram entre os principais destinos visitados no mundo.

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

Taberner (2007) propõe a avaliação da competitividade turística a partir de um modelo composto por dois índices: de competitividade da demanda e de competitividade da oferta. O primeiro é calculado a partir de questionários aplicados a turistas para a coleta de informações sobre suas opiniões a respeito de fatores atrativos do destino e sobre a qualidade dos serviços que consumiram. Dessa forma obtêm-se uma avaliação, sob a ótica do consumidor, sobre os atributos necessários para satisfazer suas motivações ao visitar um determinado destino. O índice de competitividade da oferta, por sua vez, é subdividido em dois índices: de competitividade da economia e de competitividade do setor turismo. Taberner (2007) reconhece que a competitividade turística está diretamente relacionada com a competitividade da economia em que o destino se insere. No tocante à competitividade do setor turismo Taberner (2007) identifica alguns fatores importantes sob a perspectiva da oferta que deverão ser verificados via entrevistas à empresários do setor. O modelo proposto por Taberner (2007) não considera aspectos importantes identificados nos demais modelos tais como: cooperação entre organizações do destino, gestão do destino e gestão ambiental.

O Fórum Econômico Mundial mensura a competitividade turística dos países por meio do *Travel and Tourism Competitiveness Report*. O modelo proposto conta com três categorias amplas referentes ao setor de viagens e turismo (Arcabouço Regulatório; Ambiente de Negócios e Infraestrutura; e Recursos Humanos, Naturais e Culturais) que se subdividem em 14 subcategorias. A mensuração dos índices e dos subíndices ocorre a partir de indicadores e informações quantitativas (coletadas junto a organismos internacionais) e qualitativas (pesquisas com empresas líderes do setor) (Fórum Econômico Mundial, 2015). Entre as limitações do *Travel and Tourism Competitiveness Report* pode-se destacar que o modelo foi desenvolvido para aplicação em nível nacional e, dado o conjunto de informações utilizadas, é de difícil aplicação para municípios ou destinos (Crouch, 2011). De forma complementar, o corte de análise em nível de país acaba por não distinguir as realidades locais e regionais (Rodrigues & Carrasqueira, 2011).

Com vistas a orientar as políticas públicas para o desenvolvimento do setor turístico o Governo Brasileiro em parceria com o SEBRAE e a FGV desenvolveram um modelo para avaliar a competitividade de 65 destinos turísticos brasileiros. O Modelo Brasileiro avalia a competitividade dos destinos a partir de um índice composto por cinco macrodimensões e treze dimensões (MTur, SEBRAE & FGV, 2013). Embora o Modelo Brasileiro solucione algumas das limitações dos modelos anteriores – aplicação a destinos, utilização de indicadores mensuráveis e comparabilidade – a abrangência do estudo faz com que a análise de destinos que trabalhem com segmentos de mercado muito específicos possam não ser avaliados da forma adequada. Como destacado por Rivero e Caldera (2004), não há um conjunto de indicadores que possa ser aplicado de forma irrestrita a todos destinos turísticos e que

a depender das características do destino avaliado alguns indicadores serão mais ou menos relevantes (Rivero & Caldera, 2004).

Crouch (2011) argumenta que os modelos para a mensuração e avaliação da competitividade de destinos turísticos alcançaram uma maturidade em que as características que influenciam a competitividade encontram-se mapeadas, faltando, no entanto, identificar quais aspectos são determinantes para a competitividade dos destinos turísticos. Cvelbar *et al.* (2015) apresentam evidências que respondem ao questionamento proposto ao analisar a competitividade de 139 países a partir de seis variáveis divididas em dois grandes grupos: (i) indicadores associados aos recursos a disposição do destino – Recursos Inatos, Gestão do Destino e Infraestrutura Turística; e (ii) indicadores associados às características e condições econômicas gerais – Ambiente de Negócios, Macroambiente e Infraestrutura Geral. As análises evidenciaram que os determinantes para a competitividade de destinos turísticos variam de acordo com o estágio de desenvolvimento do país, sendo que as variáveis mais importantes para países em desenvolvimento são distintas daquelas para países desenvolvidos. Os autores destacam o papel da gestão do destino para o desenvolvimento da competitividade dos dois grupos de países.

3 Método

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva. O universo estudado é composto pelos destinos de sol e praia elencados entre os 65 destinos selecionados pelo Ministério do Turismo – MTur – como indutores do turismo nacional. Para identificação dos destinos a serem analisados inicialmente foram identificados os municípios litorâneos e posteriormente procedeu-se a verificação em sítios que comercializam informações ou pacotes de viagens para destinos turísticos, assim como nos próprios sítios institucionais dos municípios, o posicionamento do destino como sendo de sol e praia. A partir da verificação dos critérios propostos foram analisados os seguintes destinos: Angra dos Reis – RJ; Aracaju - SE; Aracati – CE; Armação dos Búzios - RJ; Balneário Camboriú - SC; Florianópolis – SC; Fernando de Noronha - PE; Fortaleza - CE; Ilhabela – SP; Ipojuca - PE; Jijoca de Jericoacoara - CE; João Pessoa – PB; Lençóis - BA; Maceió - AL; Maragogi – AL; Maraú - BA; Mata de São João - BA; Natal – RN; Paraty - RJ; Parnaíba - PI; Porto Seguro – BA; Recife - PE; Rio de Janeiro - RJ; Salvador – BA; São Luís - MA; Tibau do Sul; e Vitória – ES.

As análises foram realizadas a partir de dados secundários. Para cada um dos 27 destinos selecionados foram coletadas informações sobre as 13 dimensões de competitividade mensuradas a partir do Estudo de Competitividade (MTur, SEBRAE & FGV, 2013): Infraestrutura Geral; Acesso; Serviços e Equipamentos Turísticos; Atrativos Turísticos; Marketing; Políticas Públicas; Cooperação Regional; Monitoramento; Economia Local; Capacidade empresarial; Aspectos Sociais; Aspectos Ambientais; e Aspectos Culturais. Como variáveis critério, foram coletadas informações sobre a quantidade de turistas nacionais e internacionais a partir dos microdados do Estudo de Demanda Doméstica e do Estudo de Demanda Internacional, realizados pelo MTur (2012; 2013).

Cumprir destacar que o perfil dos turistas nacional e internacional é bastante distinto. De acordo com o Estudo de Demanda Internacional (Ministério do Turismo, 2013) o turista internacional tem como principal motivação da viagem o lazer (46,5% dos casos, sendo que para destinos não-capitais esse percentual não raramente sobe acima dos 80%), sendo o turismo de sol e praia o principal motivo de viagem a lazer (65,9%). O gasto médio per capita diário do turista de lazer é de US\$ 68,55 e sua permanência média é de 12,6 dias. A pesquisa de demanda doméstica não apresenta informações sobre o percentual de turistas de lazer em relação a outros motivos de viagens, no entanto gasto *per capita* diário do turista doméstico é de R\$ 57,09 em viagens de lazer e R\$ 88,27 em viagens de negócios,

com permanência média de 8,7 e 11,2 dias para as duas motivações de viagem respectivamente. Nota-se nos dados da pesquisa que o turista nacional apresenta um padrão de viagens regionalizado, sendo que não raramente a viagem ocorre dentro do próprio estado de residência. Nesse sentido, as capitais dos estados desempenham um papel importante, seja como portão de entrada para os destinos do estado, seja como polo de atração de turistas em viagens de lazer ou de negócio. Tanto para a demanda doméstica quanto para a internacional não foi possível obter informações específicas sobre o quantitativo de turistas por motivação, sendo essa uma limitação da pesquisa.

Como técnica de análise foi empregada a Análise Comparativa Qualitativa (QCA). Esse método permite a utilização de um número intermediário de casos, que não são nem suficientemente grande para métodos quantitativos tradicionais nem muito pequeno para produzir conclusões representativas (Ragin, Shulman, Weinberg, & Gran, 2003). O uso da QCA é geralmente definido para um N intermediário, cuja maioria das aplicações encontra-se no amplo intervalo de 10 a 50 casos (Gerring, 2012). Tradicionalmente, a QCA tem sido utilizada na análise em um número menor que 30 (Woodside, 2013), embora haja diversos trabalhos com aplicações para grande quantidade de casos (Rioux & Ragin, 2009). Cabe destacar, conforme alerta Ragin (1987), que o número de casos não é uma limitação, mas uma escolha de pesquisa (delimitação), pois a análise comparativa tem como pressuposto a estreita familiarização com cada caso.

A análise QCA é um método de análise empregado em conjuntos de dados binários, com auxílio da álgebra booleana. Tanto o resultado a comparar como as condições causais devem ser expressos em termos dicotômicos, onde 1 (um) simboliza a presença do fato/indicador em questão e 0 (zero) a ausência. O método csQCA evidencia um conjunto de combinações específicas de condições causais examinadas nas relações entre conjuntos, este tipo de relação é a análise das condições suficientes e/ou necessárias para um determinado resultado expressado por meio de equações lógicas. A análise comparativa baseada na álgebra booleana leva em conta uma série de princípios lógicos (e não aritméticos) por meio de operações de multiplicação e adição em uma lógica combinacional.

O QCA baseia-se na álgebra booleana e em abordagens em relações entre conjuntos. A presente pesquisa utilizou o programa TOSMANA (*Tool for Small N Analysis*) e seguiu os passos recomendados por Rihoux e De Meur (2009). Como procedimento de dicotomização (verificação da presença ou ausência de uma variável), seguindo as orientações de Rioux e De Meur (2009), calculou-se a mediana dos valores de pontuação de competitividade, assim como de desempenho internacional e doméstico entre todas as destinações turísticas investigadas.

4 Análise e discussão dos resultados

As 13 dimensões de competitividade foram consideradas conjuntamente nas análises. Nesse sentido, a análise feita por meio do método QCA buscando discernir situações que configurassem condições suficientes e/ou necessárias para o desempenho nacional e internacional, através da equação lógica completa e, em seguida, da equação minimizada. Importante destacar que, dos 27 destinos investigados, a dicotomização, entre os municípios em termos de demanda doméstica e internacional (Tabelas 2 e 3) resultou em 18 destinos com bom desempenho tanto internacional quanto nacional. Três municípios alcançaram um bom desempenho na demanda internacional, porém não obtiveram um bom desempenho na demanda doméstica - Jijoca de Jericoacoara, Mata de São João e Tibau do Sul. Três outros destinos tiveram sucesso no desempenho nacional, porém obtiveram resultado diverso na demanda internacional - Aracaju, Ipojuca e Parnaíba.

Tabela 2 – Dicotomização das Variáveis por Destino – Desempenho Nacional

Destino(s)	Infra.	Aces.	SEqu.	Atrat.	Mkt	PPúb.	Coop.	Mon.	Econ.	CEmp	ASoc.	AAmb.	ACult.	Des.
Angra dos Reis	A	P	A	A	P	P	A	P	P	P	A	P	P	P
Aracati, Parnaíba, T.do Sul	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	C
A. dos Búzios	A	A	A	A	A	P	A	A	P	A	A	P	A	P
B. Camboriú	A	P	P	P	P	P	P	P	A	A	P	P	P	P
F. de Noronha	P	A	A	P	P	A	A	A	A	A	P	A	A	A
Ilhabela	P	A	P	A	A	P	P	P	A	A	P	P	A	A
Ipojuca	A	A	A	P	A	A	A	A	P	A	A	A	A	P
J. de Jericoacoara	A	A	A	A	P	A	P	A	A	A	P	A	A	A
Lençóis	P	A	A	P	A	A	P	P	A	A	A	A	A	A
Maragogi	A	A	A	P	A	A	P	A	A	A	A	A	A	A
Marau	A	A	A	A	A	A	P	A	A	A	A	A	A	A
Mata de S. Joao	A	A	A	P	P	A	A	A	A	A	P	P	A	A
Paraty	A	A	A	P	A	A	A	A	A	A	A	A	P	P
Porto Seguro	A	P	P	A	A	P	A	A	A	P	A	P	A	P
Aracaju	P	P	A	A	P	A	P	A	A	P	A	A	P	P
Florianópolis, R.de Janeiro	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
Fortaleza	P	P	P	P	A	P	P	P	P	P	P	P	P	P
Joao Pessoa	P	P	P	A	P	P	A	P	P	P	P	A	P	P
Maceió	A	P	P	A	A	P	P	P	P	P	A	P	P	P
Natal	P	P	P	A	A	A	P	A	P	P	A	P	A	P
Recife, Salvador	P	P	P	P	P	P	A	P	P	P	P	P	P	P
São Luís	P	A	P	A	P	A	A	P	P	P	P	A	P	P
Vitória	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	A	P	P

Legenda: A – ausência da variável; P – presença da variável; C – resultado contraditório.

Tabela 3 – Dicotomização das Variáveis por Destino – Desempenho Internacional

Destino(s)	Infra.	Aces.	SEqu.	Atrat.	Mkt	PPúb.	Coop.	Mon.	Econ.	CEmp	ASoc.	AAmb.	ACult.	Des.
Angra dos Reis	A	P	A	A	P	P	A	P	P	P	A	P	P	P
Aracati, Parnaíba, T.do Sul	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	C
A. dos Búzios	A	A	A	A	A	P	A	A	P	A	A	P	A	P
B. Camboriú	A	P	P	P	P	P	P	P	A	A	P	P	P	P
F. de Noronha	P	A	A	P	P	A	A	A	A	A	P	A	A	A
Ilhabela	P	A	P	A	A	P	P	P	A	A	P	P	A	A
Ipojuca	A	A	A	P	A	A	A	A	P	A	A	A	A	A
J. de Jericoacoara	A	A	A	A	P	A	P	A	A	A	P	A	A	P
Lençóis	P	A	A	P	A	A	P	P	A	A	A	A	A	A
Maragogi	A	A	A	P	A	A	P	A	A	A	A	A	A	A
Marau	A	A	A	A	A	A	P	A	A	A	A	A	A	A
Mata de S. Joao	A	A	A	P	P	A	A	A	A	A	P	P	A	P
Paraty	A	A	A	P	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P
Porto Seguro	A	P	P	A	A	P	A	A	A	P	A	P	A	P
Aracaju	P	P	A	A	P	A	P	A	A	P	A	A	A	P
Florianópolis, R.de Janeiro	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
Fortaleza	P	P	P	P	A	P	P	P	P	P	P	P	P	P
Joao Pessoa	P	P	P	A	P	P	A	P	P	P	P	A	P	P
Maceió	A	P	P	A	A	P	P	P	P	P	A	P	P	P
Natal	P	P	P	A	A	A	P	A	P	P	A	P	A	P
Recife, Salvador	P	P	P	P	P	P	A	P	P	P	P	P	P	P
São Luís	P	A	P	A	P	A	A	P	P	P	P	A	P	P
Vitória	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	A	P	P

Legenda: A – ausência da variável; P – presença da variável; C – resultado contraditório.

Observa-se a partir da análise dos casos que os destinos com presença de mais de quatro dimensões alcançaram o resultado de sucesso em termos de desempenho nacional. Algumas exceções podem ser observadas no destino de Ilha Bela, que não obteve bom desempenho mesmo tendo a presença de sete dimensões; e no caso de Armação de Búzios que obteve sucesso com a presença de três dimensões (Políticas Públicas, Economia Local e Aspectos Ambientais); e dois casos obtiveram sucesso com a presença de apenas duas variáveis: Ipojuca, com a presença de Atrativos Turísticos e de Economia Local, e Paraty, com a presença das dimensões Atrativos Turísticos e Aspectos Culturais. Três casos (Aracati, Parnaíba, Tibau do Sul) que apresentaram a ausência em as todas treze dimensões obtiveram resultado contraditório, isso é, representam casos tanto com bom quanto com mau desempenho, portanto mesmo sem apresentar nenhuma das variáveis com altos níveis (presença) de pontuação, as somas das diversas dimensões com baixos níveis de pontuação (ausência) são capazes de influenciar o desempenho de sucesso ou, ainda, há variáveis não contidas entre as trezes dimensões analisadas que são suficientes para o desempenho de sucesso.

A equação geral concernente ao desempenho nacional, representada de maneira simplificada na Tabela 4, mostra que há 14 conjuntos de combinações que explicam os casos de sucesso. Normalmente na equação geral há em cada combinação uma multiplicação de condições que indica o “e” lógico (sinal “*”), indicando a presença/ ausência conjunta de condições conectadas. Além disso, entre cada um dos 14 conjuntos há a soma indicada por “ou” lógico (sinal “+”), que significa a presença alternativa de uma ou outra combinação de condições para o resultado. Na Tabela 4 essas condições estão demonstradas pelas letras P e A, quando presentes ou ausentes, ou pela letra N quando a

variável não é uma condição na operação lógica. As diferentes combinações são apresentadas nas linhas.

Tabela 4 - Equação Geral com Dimensões Competitividade para o Desempenho Nacional

	Infra.	Aces.	Serv.Eq.	Atrat.	Mkt	P.Púb.	Coop.	Mon.	Econ.	C.Emp	ASoc.	AAmb.	ACult.
Comb.1	P	P	P	P	N	P	P	P	P	P	P	P	P
Comb.2	P	P	P	P	P	P	N	P	P	P	P	P	P
Comb.3	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	N	P
Comb.4	A	P	A	A	P	P	A	P	P	P	A	P	P
Comb.5	A	A	A	A	A	P	A	A	P	A	A	P	A
Comb.6	A	P	P	P	P	P	P	P	A	A	P	P	P
Comb.7	A	A	A	P	A	A	A	A	P	A	A	A	A
Comb.8	A	A	A	P	A	A	A	A	A	A	A	A	P
Comb.9	A	P	P	A	A	P	A	A	A	P	A	P	A
Comb.10	P	P	A	A	P	A	P	A	A	P	A	A	P
Comb.11	P	P	P	A	P	P	A	P	P	P	P	A	P
Comb.12	A	P	P	A	A	P	P	P	P	P	A	P	P
Comb.13	P	P	P	A	A	A	P	A	P	P	A	P	A
Comb.14	P	A	P	A	P	A	A	P	P	P	P	A	P
%Casos	50,0%	71,4%	64,3%	42,9%	50,0%	64,3%	42,9%	57,1%	71,4%	71,4%	42,9%	57,1%	71,4%

Legenda: A – ausência da variável; P – presença da variável; N - Variável não é condição na Operação Lógica.

Esses resultados evidenciam que não é necessário ter alto nível em grande número de dimensões, porém é suficiente ter a presença de variáveis específicas para influenciar no resultado. Para Rioux e De Meur (2009), há condições supérfluas que podem ser removidas da expressão inicial completa, ficando com uma expressão mais curta, que é denominada de implicante primário. Assim, com a ajuda do programa Tosmana foi selecionada a opção de exclusão dos remanescentes lógicos e das contradições para, utilizando a parcimônia, chegar-se às duas expressões reduzidas apresentadas a seguir: (i) Acesso{1} + Economia Local{1} + Aspectos Culturais {1}; (ii) Economia Local{1} + Capacidade Empresarial{1} + Aspectos Culturais{1}.

Com a minimização lógica se obtém duas equações diferentes que possuem uma configuração que abarca todos os casos de sucesso, ou seja, diferentes combinações que explicam o resultado de sucesso para todos os casos possíveis. Com a expressão mais curta, fica evidente que houve uma redução (parcimônia) no conjunto de combinações específicas de alguns fatores para os casos que obtiveram desempenho. Não obstante, o resultado evidencia quatro determinantes que resultam no sucesso: Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial, sendo que as duas primeiras constam em ambas as equações. Todas as condições são suficientes, mas não necessárias isoladamente para o resultado. Logo, o resultado parcimonioso evidencia que é suficiente aparecer alguma dessas dimensões para que se alcance o resultado de sucesso ou desempenho nacional.

Dwyer e Kim (2003) classificam os recursos de um destino em três categorias: recursos inatos; recursos criados e recursos de suporte. Enquanto os recursos inatos são a base a partir da qual os produtos turísticos, especialmente vinculados ao turismo de lazer, são criados, os demais operam como potencializadores para sua exploração. De forma similar, Ritchie e Crouch (2010) classificam os recursos em recursos de suporte e recursos centrais e atrativos e estabelecem que o ambiente competitivo do destino exerce influência sobre a utilização desses recursos.

Mesmo não sendo um aspecto capaz de induzir a demanda, a infraestrutura é identificada por diversos autores como um recurso criado que permite o desenvolvimento da atividade turística

(Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Gooroochurn & Sugiyarto, 2004; Heath, 2003; Ritchie & Crouch, 2010). Cvelbar *et al.* (2015) apresentam evidências da importância da infraestrutura para a competitividade de destinos desenvolvidos e em desenvolvimento, sendo ainda mais determinante para o segundo grupo. Os resultados encontrados ressaltam o papel diferencial da infraestrutura de acesso para o desempenho em termos de demanda nacional dos destinos analisados. Crouch e Ritchie (1999) destacam que um atrativo somente poderá ser explorado turisticamente se puder ser acessado pelos visitantes. Dessa forma, embora diferentes infraestruturas sejam necessárias para o desenvolvimento e sustentabilidade da atividade turística, a infraestrutura de acesso destaca-se por sua relação direta ao desempenho dos destinos em termos de facilitar a demanda.

Assim como o Acesso, as dimensões Economia local e Capacidade Empresarial também se encontram entre os Fatores e Recursos de Suporte descritos por Crouch e Ritchie (1999) como sendo as características que possibilitam a exploração dos recursos naturais e culturais inatos. Para os autores a vitalidade das empresas e sua capacidade em investir, inovar e diversificar sua produção estão diretamente relacionados com a prosperidade econômica do destino e, conseqüentemente, com a competitividade do destino (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2010). De forma alternativa, Dwyer e Kim (2003) caracterizam as referidas dimensões como o microambiente competitivo, porém ressaltam a importância das empresas em se adaptar e explorar as oportunidades para o desenvolvimento do destino. Os resultados encontrados corroboram os resultados de Cvelbar *et al.* (2015), muito embora as dimensões se mostrem presentes tanto em destinos desenvolvidos como em destinos ainda em desenvolvimento.

Por fim, a dimensão Aspectos Culturais também se destaca como uma condição diferencial para a demanda doméstica. Seguindo a classificação proposta por Dwyer e Kim (2003), os aspectos culturais são recursos inatos de um destino que devem ser adequadamente explorados para o sucesso da atividade turística. Aspectos culturais, juntamente com os recursos naturais, fazem parte dos recursos e atrativos centrais de um destino (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2010). Considerando que todos os destinos analisados têm no binômio Sol e Praia um de seus atrativos (principal ou não), os Aspectos Culturais representam um diferencial que compõem o produto ofertado ao visitante. O posicionamento competitivo de um destino ocorre a partir da agregação de valor consistente com a demanda de mercado (Hassan, 2000). A qualidade da experiência ofertada ao visitante decorre não somente do apelo dos atrativos principais, mas do conjunto de atividades complementares ofertadas, além de sua qualidade e eficiência (Buhalis, 2000; Dwyer & Kim, 2003).

Os mesmos padrões empregados na análise do desempenho doméstico foram empregados para a análise do desempenho internacional. Os resultados mostram que há 14 conjuntos de combinações que explicam os casos de sucesso (Tabela 5). O desempenho internacional foi alcançado com a presença de mais de quatro dimensões de competitividade. Novamente para Florianópolis e Rio de Janeiro alcançaram desempenho internacional contendo a presença de todas as 13 dimensões. A exceção, no entanto, pode ser encontrada em seis casos, a saber: Ilha Bela (presença de 7 dimensões) e Aracajú (presença de 6 dimensões) não obtiveram sucesso. E, ainda, Armação de Búzios, com 3 dimensões (Políticas Públicas, Economia Local e Aspectos Ambientais); Jijoca de Jericoacoara, com 3 dimensões (Marketing, Cooperação Regional e Aspectos Sociais); Mata de São João com 4 dimensões (Atrativos Turísticos, Marketing, Aspectos Sociais e Aspectos Ambientais); e Paraty, com 2 dimensões (Atrativos Turísticos e Aspectos Culturais) que alcançaram o resultado mesmo com a presença de um número reduzido de dimensões.

Tabela 5 - Equação Geral com Dimensões Competitividade para o Desempenho Internacional

	Infra.	Aces.	Serv.Eq.	Atrat.	Mkt	P.Púb.	Coop.	Mon.	Econ.	C.Emp	ASoc.	AAmb.	ACult.
Comb.1	P	P	P	P	N	P	P	P	P	P	P	P	P
Comb.2	P	P	P	P	P	P	N	P	P	P	P	P	P
Comb.3	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	N	P
Comb.4	A	P	A	N	P	P	A	P	P	P	A	P	P
Comb.5	A	A	A	A	A	P	A	A	P	A	A	P	A
Comb.6	A	P	P	P	P	P	P	P	A	A	P	P	P
Comb.7	A	A	A	A	P	A	P	A	A	A	P	A	A
Comb.8	A	A	A	P	P	A	A	A	A	A	P	P	A
Comb.9	A	A	A	P	A	A	A	A	A	A	A	A	P
Comb.10	A	P	P	A	A	P	A	A	A	P	A	P	A
Comb.11	P	P	P	A	P	P	A	P	P	P	P	A	P
Comb.12	A	P	P	A	A	P	P	P	P	P	A	P	P
Comb.13	P	P	P	A	A	A	P	A	P	P	A	P	A
Comb.14	P	A	P	A	P	A	A	P	P	P	P	A	P
%Casos	42,9%	64,3%	64,3%	42,9%	57,1%	64,3%	42,9%	57,1%	64,3%	64,3%	57,1%	64,3%	64,3%

Legenda: A – ausência da variável; P – presença da variável; N - Variável não é condição na Operação Lógica.

A exemplo do realizado com a demanda doméstica, como forma e facilitar a análise dos resultados buscou-se a redução das condições supérfluas através da minimização da equação geral. O resultado, no entanto, gerou uma quantidade grande de equações alternativas para representar as diversas combinações que resultam em ambos os desempenhos de forma que a equação parcimoniosa não foi alcançada. Não obstante, a análise dos dados da Tabela 5 permite argumentar que nenhuma das dimensões de competitividade analisadas é uma condição necessária (nenhuma dimensão encontra-se presente em todas as equações) ou suficiente (nenhuma dimensão explica por si só a variável critério) para explicar a demanda internacional. Adicionalmente, nenhuma dimensão pode ser considerada supérflua para explicar o desempenho. Ainda assim, algumas dimensões ocorrem com maior frequência: Acesso, Serviços e Equipamentos Turísticos, Políticas Públicas, Economia Local, Capacidade Empresarial, Aspectos Ambientais e Aspectos Culturais.

Observa-se que as dimensões Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial já haviam surgido como importantes na análise da demanda doméstica. A reiterada presença dessas dimensões nas equações da demanda internacional corrobora o resultado encontrado e reforça a importância dessas dimensões para a competitividade dos destinos. As dimensões Serviços e Equipamentos Turísticos e Políticas Públicas, embora apareçam com a mesma frequência para a demanda doméstica, não foram identificadas anteriormente com a mesma importância das demais variáveis. A dimensão Serviços e Equipamentos considera os serviços privados ofertados aos turistas e os equipamentos existentes para o receptivo e suporte ao desenvolvimento da atividade turística em termos de qualidade e disponibilidade (MTur, SEBRAE & FGV, 2013). Os serviços e equipamentos turísticos, ao agregar valor de forma consistente com a demanda, contribuem para a manutenção de uma posição competitiva (Hassan, 2000) e, conseqüentemente, para o desempenho superior.

A dimensão Políticas Públicas não é normalmente abordada nos modelos de competitividade, uma vez que a atuação dos Governos é normalmente associada à manutenção de um arcabouço institucional favorável para o desenvolvimento da economia do turismo. Observa-se, no entanto, que no Brasil não raramente o governo local atua na gestão e planejamento dos destinos turísticos, dimensões associadas à gestão dos destinos turísticos (Crouch & Ritchie, 2010; Dwyer & Kim, 2003). Cvelbar *et al.* (2015) identificam na gestão dos destinos o principal fator que impulsiona a competitividade de destinos turísticos. Interessante notar que essa dimensão surge como diferencial

na demanda internacional, compreendida como mais qualificada em termos de maior impacto econômico. Cumpre destacar que a importância das políticas públicas de turismo para a criação de um ambiente propício para o desenvolvimento da atividade turística e que revertam os resultados em prol da população local (Heath, 2003).

Os Aspectos Ambientais, assim como os Aspectos Culturais estão associados aos recursos inatos de um destino e compõem os recursos e atrativos centrais de um destino (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2010). A presença dessas dimensões em conjunto corrobora os apontamentos da pesquisa do Fórum Econômico Mundial (2015) que indica os recursos culturais e os recursos naturais como as dimensões em que o Brasil foi melhor avaliado. Atrativos naturais e culturais, no entanto, relacionam-se com a vantagem comparativa dos destinos, sendo que a vantagem competitiva será alcançada a partir da habilidade do destino em empregar efetivamente seus recursos (Crouch & Ritchie, 1999). Hassan (2000) destaca que os destinos devem explorar suas vantagens comparativas únicas de forma a se mostrar atrativo para um determinado segmento de mercado. A competitividade de um destino relaciona-se à eficiência e à efetividade que seus recursos são empregados para gerar crescimento e desenvolvimento (Ritchie & Crouch, 2010).

Considerações Finais

O presente trabalho teve por objetivo identificar quais dimensões de competitividade são determinantes para o desempenho de destinos turísticos de Sol e Praia brasileiros. A pesquisa foi aplicada a 27 destinos que tiveram o seu desempenho avaliado a partir do quantitativo de visitantes domésticos e internacionais. Os resultados encontrados evidenciam a importância das dimensões Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial para o desempenho tanto em termos de demanda doméstica quanto internacional. No tocante exclusivamente à demanda internacional, não foi possível chegar a uma equação minimizada e identificar de forma clara quais dimensões teriam maior importância. Pode-se, no entanto, observar a maior ocorrência das dimensões: Serviços e Equipamentos, Políticas Públicas e Aspectos Ambientais, além das dimensões já citadas. A recorrência da relevância de dimensões de competitividade analisadas a partir de diferentes perfis de demanda turística reforça a perspectiva de sua importância como um fator de competitividade. Considerando ainda os resultados encontrados tanto para a demanda nacional quanto para a internacional, pode-se argumentar que não é necessário ter alto nível de desenvolvimento em grande número de dimensões para se alcançar o desempenho, sendo suficiente a presença de dimensões específicas.

Os resultados encontrados pela pesquisa contribuem com a discussão proposta por Crouch (2011) demandando a identificação dos fatores determinantes para a competitividade de destinos turísticos. Adicionalmente os resultados dialogam e aprofundam com o estudo de Cvelbar *et al.* (2015) sobre a competitividade de países. Duas críticas recorrentes sobre estudos de competitividade de destinos turísticos tratam sobre a abrangência dos estudos não respeitando distintos segmentos de mercado e públicos-alvo (Rodrigues & Carrasqueira, 2011) e sobre a dificuldade de se estabelecer uma base de indicadores comuns. A presente pesquisa avança sobre esses pontos ao analisar exclusivamente destinos de sol e praia e ao apresentar indicadores de demanda que permitem a mensuração e a comparação do desempenho dos diferentes destinos. Muito embora se reconheça que o emprego somente de variáveis de desempenho de demanda para avaliação da competitividade possa ser uma limitação, uma vez que a competitividade de um destino turístico é tão somente um objetivo intermediário a ser alcançado, sendo o desenvolvimento social e econômico o objetivo final

a ser atingido a partir da competitividade (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Heath, 2003; Rivero & Caldera, 2004).

Outra limitação da pesquisa é que a técnica de análise empregada não informa se a variável dependente aumenta ou diminui em relação a quanto se varia o valor da variável independente, por si só ou quanto interage com as outras. Porém, com ela é possível modelar as relações lógicas entre as variáveis sobre a suficiência, necessidade ou condições específicas como, por exemplo, quando a variável (condição) é suficiente, mas não necessária por si só para explicar o resultado ou o inverso. Como sugestão para futuras pesquisas, pode-se ampliar o escopo com o incremento de outras técnicas não utilizadas neste modelo, como um refinamento das escalas do instrumento para utilização da análise qualitativa comparativa de conjuntos difusos (QCA *fuzzy set*). Além disso, sugere-se estudos longitudinais que ajudem o entendimento das dinâmicas dos catalisadores para o desempenho dos destinos turísticos.

Referências

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, N° 21, p. 97 – 116.
- Castrillón, I. D., Canto, A. G., Cantorna, A. S. & Cerradelo, L. B. (2011). Análisis de los principales Modelos Explicativos de la Competitividad de los Destinos Turísticos en el Marco de la Sustentabilidad. *Revista Cultura y Turismo*, 05(02).
- Camisón, C. & Forés, B. (2015) Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors?: New empirical evidence from Spain. *Tourism Management*, 48, p.477-499.
- Costa, H. A.; Hoffmann, V. E. (2006). Competitividade de destinações turísticas: ... *Turismo em Análise*, 17(2), 113-134.
- Croes, R. (2011). Measuring and Explaining Competitiveness in the Context of Small Island Destinations. *Journal of Travel Research*, 50(4), 431-442.
- Crouch, G. I. (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1) 27 –45.
- Crouch, G. I.; Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, vol. 44, n. 3, p. 137–152.
- Cvelbar, L. K.; Dwyer, L.; Koman, M.; Mihalic, T. (2015). Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: a Global Investigation. *Journal of Travel Research* (publicação on line anterior à imprensa).
- Dwyer, L. & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6 (5).
- Dwyer, L., Forsyth, P. & Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21, 9-22.
- Enright, M.J. & Newton, J. (2004) Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, 25, 777-788.
- Ferreira, J.M.; Estevão, C.M.S. (2009) Competitividade Regional de um Cluster de Turismo: uma proposta de modelo conceptual. *Encontros Científicos – Tourism & Management Studies* nº. 5.
- Fórum Econômico Mundial. (2015). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015*. Geneva, Suíça.
- Gerring, J. (2012). *Social Science Methodology: A Unified Framework*. Cambridge University Press.

- Gooroochurn, N. & Sugiyarto, N. (2004). Measuring Competitiveness in the travel and tourism industry. Discussion Paper. Nottingham University Business School, Nottingham. University of Nottingham.
- Greckhamer, T., Misangyi, V. F., Elms, H., & Lacey, R. (2008). Using Qualitative Comparative Analysis in Strategic Management Research:... *Organizational Research Methods*, 11, 695-726.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Tourism Research*, [S.I.](38), p. 239-245.
- Heath, E. (2003). Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(2), 124-141.
- Kozak, M. & Rimmington, M. (1999) Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. *Hospitality Management*, nº 18, 1999, p. 273-283.
- Ministério do Turismo – MTur, SEBRAE & Fundação Getúlio Vargas. (2013). Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional. Brasília.
- Ministério do Turismo – MTur (2012). Estudo de Demanda Turística Nacional. Brasília.
- Ministério do Turismo – MTur (2013). Estudo de Demanda Turística Internacional. Brasília.
- Ragin, C. C. (1987). *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press.
- Ragin, C. C., Shulman, D., Weinberg, A., & Gran, B. (2003). Complexity, generality and qualitative comparative analysis. *Field Methods*, 15(4), 323–340.
- Rihoux, B.; Meur, G. (2009). Crisp-set qualitative comparative analysis (csQca). In: Rihoux, B.; Ragin, C. C. (2009). *Configurational comparative methods: ...* Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- Ritchie, J.R.B.; Crouch, G. I. (2010). A Model of Destination Competitiveness/ Sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1049-66.
- Rivero, M.S. & Caldera, M.A.F. (2004). La Competitividad de los Destinos Turísticos:... Aplicación a los Municipios Extremeños. I Jornadas de Economía del Turismo. Palma de Mallorca, 1-21, 28, 29 Maio.
- Rodrigues, L. & Carrasqueira, H. (2011). Análisis del Desempeño Competitivo de los Destinos Turísticos Balnearios ... *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 855 – 875.
- Taberner, J. G. (2007). Propuesta de dos Índices para la Medición de la Competitividad de los Destinos de sol y playa del Mediterráneo. *Revista de Análisis Turístico*, 4, 50-67.
- Woodside, A. G. (2013). Moving beyond multiple regression analysis to algorithms:... *Journal of Business Research*, 66(4), 463–472.