

## O Estado Atual das Pesquisas Sobre Competitividade Turística no Brasil

Adriana Fumi Chim Miki<sup>1</sup>

José Manoel Gonçalves Gândara<sup>2</sup>

Diego R. Medina-Muñoz<sup>3</sup>

### Resumo

A temática competitividade turística se tornou uma área de grande interesse, pois o êxito de um destino vem determinado por sua competitividade relativa frente a outros destinos. A inclusão de fatores de gestão, de apoio e qualificação forma a diferença entre os estudos de competitividade e os estudos de imagem turística. Desenvolver ferramentas para a medição da competitividade é de grande valia para as políticas públicas e administração de empresas turísticas. Objetivando verificar o estado atual das pesquisas sobre competitividade turística no Brasil, este artigo apresenta uma análise bibliométrica onde analisa os estudos sobre competitividade turística apresentados no ANPTUR nos últimos seis anos. Assim, foram verificadas as características desses estudos, embasamentos teóricos e metodológicos. Também apresenta uma comparação com os estudos sobre competitividade turística dos últimos 10 anos a nível internacional. Verificou-se que esta área de investigação ainda está insipiente nos estudos brasileiros, que se mantêm com foco em um determinante da competitividade, mas não na competitividade do destino com abrangência multidimensional. Quanto às bases teóricas os estudos brasileiros seguem as mesmas tendências dos estudos internacionais.

**Palavras-chave: Competitividade turística. Pesquisa científica. Brasil.**

### INTRODUÇÃO

A revisão da literatura sobre competitividade de destinos turísticos nos permite constatar que este é um âmbito acadêmico ainda incipiente, no qual se encontra enfoques teóricos e metodológicos muito diversos. Particularmente a relação entre o construto científico do conceito de competitividade turística e o sistema de medição da competitividade de destinos turísticos oferece inumeráveis espaços para estudos que enriqueçam este âmbito do conhecimento. A literatura sobre esta matéria em alguns continentes, especialmente na América Latina é particularmente escassa. Verifica-se o predomínio de enfoques parcelados, estudos que tratam de um ou poucos determinantes da competitividade, enquanto estamos à frente de um conceito que é multifacetado,

<sup>1</sup> Doutoranda em Perspectivas Científicas del Turismo y la Gestión de Empresas Turísticas - Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Ulpgc). Mestre em Geografia-Desenvolvimento Regional, Especialista em Gestão Ambiental em Municípios e graduada em Administração de Empresas (FURG). e-mail: adriana.miki@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Pós-doutorado nas Universidades de Málaga, Valencia, e Las Palmas de Gran Canaria, doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Graduado em Turismo (UFPR). Professor adjunto do Departamento de Turismo e do Mestrado / Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná. e-mail: jmggandara@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Doutor en Ciencias Económicas e Empresarias pela Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Mestrado em Science in Hotel and Food Service Management pela School of Hospitality Management, Florida. Professor de Planificación y Estrategia del Turismo na Facultad Economía y empresas, Ulpgc. Coordinador do Programa de Doutorado em Perspectivas Científicas del Turismo y la Gestión de Empresas. e-mail: dmedina@dede.ulpgc.es

multidimensional e relativo. Por isto a literatura de análise e medição da competitividade turística tem atraído muitos investigadores (CROUCH & RITCHIE, 1999; DWYER & KIM, 2003; ENRIGHT & NEWTON, 2004; MEDINA-MUÑOZ, 2009, PORTER, 1990; PRIDEAUX, 2000, RITCHIE y CROUCH, 2001), os quais apresentam proposições de modelos, determinantes e conceitos.

Este trabalho tem como objetivo principal analisar a evolução e características dos estudos sobre competitividade presentes na base de dados dos anais do ANPTUR no período de 2005 a 2010. Os anais deste congresso são um importante indicador do nível de pesquisas no Brasil, pois reúne os pesquisadores brasileiros da área do turismo e gestão de empresas turísticas. Também apresenta um comparativo entre as pesquisas brasileiras e as pesquisas internacionais dos últimos 10 anos desta área. Os resultados podem servir para apontar espaços onde devemos centrar as investigações a fim de contribuir para a formulação de gestão de estratégias para melhoria da competitividade de destinos turísticos. O artigo está estruturado em cinco partes: uma síntese teórica sobre competitividade turística; detalhamento da metodologia aplicada e as classes de variáveis analisadas; explicitação dos resultados da análise dos estudos brasileiros; apresentação das características dos estudos internacionais sobre competitividade turística, traçando um comparativo; e por último as conclusões e recomendações para investigações futuras.

## **1. COMPETITIVIDADE TURÍSTICA: CONCEITOS E MODELOS DE MEDIÇÃO**

O primeiro conceito explorado nesta breve revisão teórica será o conceito de competitividade. Scott & Lodge (1985), afirmam que a competitividade nacional é a *“habilidade de um país para criar, produzir, distribuir e/ou servir produtos no comércio internacional, ao mesmo tempo que obtém crescentes ganhos por seus recursos”*. Estes autores apontam que esta habilidade depende em grande medida da estratégia, mais que dos recursos naturais. A noção de competitividade na economia nacional e internacional, tem uma perspectiva micro e outra macro. Na perspectiva macro a competitividade é um conceito muito amplo, que abarca todos os setores sociais, culturais e econômicos, sendo uma preocupação nacional. Por este ângulo competitividade pode ser definida como *“o grau em que uma região pode, sobre condições de liberdade e igualdade de mercado, produzir bens e serviços que satisfaçam as exigências dos mercados internacionais ao mesmo tempo que mantém e incrementa os ganhos reais de seus cidadãos.”* (OCDE,2000). Por outro lado, na perspectiva micro, muitos autores estão de acordo que a competitividade é

um fenômeno a nível da empresa (DWYER & KIM, 2003; PORTER, 1980). Ou seja, a empresa necessita produzir bens e serviços que atendam o consumidor e tenham preços ajustados ao mercado, conjuntamente com a geração de lucros para a organização.

A competitividade é um conceito relativo e multidimensional que tem muitos atributos, e os pesos destes atributos variam para os diferentes níveis de desenvolvimento econômico dos países. Resumindo, a competitividade em termos gerais de um país pode diferir da competitividade turística do mesmo país. Se considerarmos um destino turístico como se fosse uma empresa, sua competitividade depende dos atributos e da imagem do destino em comparação com outros destinos competidores. Esta é a principal diferença da literatura tradicional sobre a imagem e atrativos turísticos (CHON, WEAVER, & KIM, 1991; GALLARZA, SAURA, & GARCIA, 2002; HU & RITCHIE, 1993).

O conceito de competitividade turística tem passado por uma série de evoluções. Inicialmente definido como capacidade de um destino de manter sua posição no mercado e melhorar-os através do tempo ( HASSAN, 2000), foi ao longo dos anos evolucionando e agregando novos fundamentos, entre eles a sustentabilidade, a satisfação e a prosperidade econômica dos seus residentes ( BUHALIS, 2000; RITCHIE & CROUCH, 1999; PORTER et al, 2001). Devido à multi-dimensionalidade do conceito, os estudos começaram com focos específicos em um ou dois fatores. O primeiro fator analisado na literatura foi o fator preço. Estudos com focos mais amplos, sobre os diversos fatores da competitividade turística, se basearam nos atributos da imagem ou nos atrativos dos destinos ( CHON, WEAVER & KIM, 1991; HU & RITCHIE, 1993). Com este enfoque, Ritchie & Crouch são os autores que nos últimos 10 anos mais tem ampliado os estudos e publicações sobre metodologias para medir a competitividade de destinos turísticos (Crouch & Ritchie 1994, 1995, 1999; Ritchie & Crouch 1993, 2000, 2003; Ritchie, Crouch, & Hudson, 2001). Além deles, outros autores também desenvolveram sistemas compostos com focos holísticos, entre eles Dwyer & Kim (2003), Enright & Newton (2004), Gooroochurn & Sugiyarto (2005); Porter (1990); Gomezelj & Mihali (2008); Mazanec et al.(2008).

Porter (1990), introduziu a primeira teoria de competitividade baseada nas causas da produtividade com que competem as empresas, em vez das vantagens comparativas tradicionais. A partir do *Porter' Diamond Model*, Crouch y Ritchie (1999), desenvolveram um modelo conceitual da competitividade dos destinos turísticos. Este modelo identifica seis elementos que se baseia a competitividade entre os destinos turísticos. Estes autores fizeram

o trabalho mais detalhado da área de competitividade global (Crouch & Ritchie, 1995; 1999 y Ritchie & Crouch, 1993, 2000). Eles analisaram a aplicabilidade nos destinos turísticos de modelos de competitividade criados em outro contexto. Neste modelo as vantagens comparativas são a dotação de recursos do destino ( humanos, físicos, conhecimentos, recursos de capital, infra-estrutura do turismo e recursos histórico-culturais). As vantagens competitivas são os recursos de implementação ( auditoria e inventário, a manutenção, crescimento e desenvolvimento, a eficiência e a eficácia). Desta forma, o bom desempenho e posição de mercado dependem dos recursos básicos do destino conjuntamente com a gestão e organização, sobre uma lógica econômica e estratégias de competitividade. A continuação Dwyer & Kim (2003), apresentaram outro enfoque holístico para determinar a competitividade. Uma das contribuições ao modelo de Ritchie esta na área da especialização, da inovação, investimento, riscos e melhora da produtividade, e a importância de adotar praticas de negócios éticas e a formalização de alianças estratégicas.

Gooroochum & Sugiyarto (2005), discutiram a competitividade a partir da base de dados de *World Travel & Tourism Council* (WTTC), estes autores estabeleceram 23 critérios para cada um dos oito principais indicadores do Monitor de Competitividade (CM). Foram os primeiros índices agregados a serem construídos. Em 2007, Mazanec, Wober & Zins publicaram um artigo objetivando melhorar o CM, neste artigo surge uma visão explicativa do sistema, visto que anteriormente era um sistema de causa e efeito. Particularmente, inclui um indicador de patrimônio cultural, e melhora a questão relacionada a quota de mercado e crescimento ponderado dos indicadores econômicos considerando a localização geográfica dos destinos. Outro parâmetro de competitividade que tem sido muito usado na atualidade é o publicado por *World Economic Forum* (WEF). Esta organização ao longo dos últimos três decênios tem examinado os múltiplos fatores que influem nas economias nacionais e no crescimento sustentável das nações e em 2007, o WEF começou a fazer anualmente uma avaliação da competitividade turística dos países através do *Travel & Tourist Competitiveness Index (TTCI)*. Desde o ponto de vista da relatividade do conceito, os modelos expostos tem tido críticas e elogios, pois as pesquisas científicas estão em um crescente. Entretanto, entre os investigadores existe um consenso de que a competitividade de um destino é um antecedente da economia do bem-estar e da prosperidade da população residente, ainda que a operatividade do conceito necessite ser verificada para as diferentes generalizações exigidas em um mercado globalizado.

## 2. METODOLOGIA DE ANÁLISE

Para atingir os propósitos deste trabalho foi efetuado um estudo bibliométrico dos anais do ANPTUR dos anos 2005 a 2010. A bibliometria é um conjunto de métodos de pesquisa usado para mapear a estrutura do conhecimento de um campo científico e analisar o comportamento dos pesquisadores em suas decisões para construção desse conhecimento (VANTI, 2002). Para a seleção da amostra foram estabelecido alguns critérios, a saber: (1) a base de dados usada foi a dos anais da ANPTUR (www.anptur.org.br, 2005 a 2010), devido a este seminário ser a nível nacional reunindo os principais pesquisadores da área de turismo; (2) foram selecionados artigos que possuíssem no título do artigo ou nas palavras chaves o termo “competitividade”, considerado este um critério específico; (3) para que a busca fosse mais extensiva também foram analisados os principais conceitos de competitividade turística, que tem sido base dos estudos internacionais e nacionais, extraíndo-se as principais fundamentações dos conceitos (tabela 1). Estes termos extraídos foram critérios para seleção de artigos, devendo estar presentes nas palavras-chaves dos artigos, considerado este um critério geral.

**Tabela 1: Principais definições de competitividade e fundamentos inseridos nos conceitos**

| Autores                        | Definições de competitividade as definições mais citadas nos últimos 10 anos de estudos sobre competitividade   | Fundamentos do conceito  |
|--------------------------------|---|--|
| Scott e Lodge (1985)           | “A habilidade de uma nação em <i>produzir</i> e distribuir bens e serviços na economia internacional, de modo que também aumente o <i>padrão de vida da população</i> ”.  | Produtividade, Qualidade vida aos residentes                   |
| Porter (1990)                  | “O único conceito significativo de competitividade para uma nação é sua <i>produtividade</i> ”.   | Produtividade  |
| Fórum Econômico Mundial (1994) | “Competitividade é a habilidade de um país, <i>criar e sustentar</i> a longo prazo um <i>valor econômico superior</i> , frente aos seus concorrentes”.  | Produtividade, eficácia, sustentabilidade                      |
| Crouch e Ritchie (1999)        | “Competitividade é a capacidade de <i>agregar valor</i> e, assim <i>aumentar a riqueza</i> pela <i>gestão de bens e processos</i> através da integração dessas relações dentro de um modelo econômico e social que leva em consideração o capital natural do destino e a sua <i>preservação para as futuras gerações</i> .” | Produtividade, gestão estratégica, sustentabilidade, eficácia. |
| Dwyer e Kim (2003)             | “Competitividade é a habilidade relativa do destino de <i>conhecer as necessidades e o perfil dos turistas</i> , para <i>fornecer serviços e bens melhores</i> do que outros destinos semelhantes, nos aspectos verificados”.   | Produtividade, eficácia, satisfação.                           |

**Fonte: Elaborado pelos autores**

Dos 964 artigos publicados nos anais do ANPTUR entre os anos de 2005 a 2010, se obteve uma amostra que atendeu os critérios estabelecidos de 118 artigos, os quais foram analisados, e extraídas as seguintes variáveis: (1) Local investigado; (2) produto turístico investigado; (3) o ano de publicação; (4) tipo de artigo: empírico ou teórico; (5) metodologia de análise; (6) tipo de dados analisados; (7) forma de obtenção dos dados; (8)

base teórica principal do estudo. Os resultados foram obtidos através da análise estatística descritiva, com apresentação da frequência, em gráficos ou tabelas.

### 3. CARACTERÍSTICAS DOS ESTUDOS BRASILEIROS SOBRE COMPETITIVIDADE TURÍSTICA

Conforme se extrai da tabela 2 o evento ANPTUR cresceu substancialmente, apresentando uma média de 185 artigos nos últimos cinco anos (2006 a 2010), nas diversas áreas e grupos de trabalho. Considerando o critério mais amplo das idéias fundamentais extraídas na análise do conceito de competitividade, o número de artigos tem apresentado uma variação ao longo dos anos. Em 2005, representou 31,4% dos artigos, no ano seguinte em 2006 caiu para 14,2%, e no ano de 2007 apresentou outra queda significativa, tendo um índice de 7,5%. No ano de 2008 retornou ao patamar dos 15,2%, no entanto no ano de 2009, volta a cair para o patamar dos 8,7%. No último encontro do ANPTUR, em 2010, estes estudos representaram 12,6%. Todavia, se observa que nesta amostra, somente um pequeno número tratam especificamente sobre a competitividade, os quais atenderam o critério 1 (apresentar o termo competitividade no título ou nas palavras-chaves). Conforme a tabela 2, estes artigos variam de 1,2% (2006) a um máximo de 8,6% (2005). Os artigos que atenderam os critérios gerais são estudos de uma das dimensões da competitividade, pois versam sobre um atrativo específico, uma infra-estrutura, uma forma de gestão, etc. Portanto, tratam da competitividade de um destino ou empresa, mas de forma indireta.

**Tabela 2: Número de artigos publicados no ANPTUR entre os anos de 2005 a 2010 e de artigos publicados sobre competitividade.**

| ANOS / NÚMERO DE ARTIGOS                     | 2005 |       | 2006 |       | 2007 |       | 2008 |       | 2009 |       | 2010 |       |
|--|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|
|  | N    | f (%) | N    | f (%) | N    | f (%) | N    | f (%) | N    | F (%) | N    | f (%) |
| Total artigos no ANPTUR                      | 35   |       | 162  |       | 200  |       | 198  |       | 195  |       | 174  |       |
| Artigos selecionados pelo critério geral     | 11   | 31,4  | 23   | 14,2  | 15   | 7,5   | 30   | 15,2  | 17   | 8,7   | 22   | 12,6  |
| Artigos selecionado pelo critério específico | 3    | 8,6   | 2    | 1,2   | 10   | 5,0   | 14   | 7,1   | 9    | 4,6   | 8    | 4,6   |

**Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos anais do ANPTUR**

Quanto aos locais que foram objeto das investigações empíricas dos estudos apresentados neste período, os artigos foram classificados por localização geográfica considerando a divisão político-territorial brasileira, além de países ou macro-áreas. No contexto geral destes seis anos, os estados de Santa Catarina (SC), Rio Grande do Norte (RN) e Rio Grande do Sul (RS) apresentaram o maior número de estudos sobre competitividade, sendo respectivamente 15, 14 e 12 estudos. Os Estados de São Paulo(SP) e Minas Gerais (MG) também tiveram presença marcante com 10 investigações em cada um.



O Estado do Paraná (PR) foi investigado sete vezes, bem como o destino turístico Brasil como um todo. Os estados de Amazônia(AM), Bahia(BA), Mato Grosso(MT), Pará(PA), Paraíba(PB), Pernambuco(PE) e Rio de Janeiro(RJ) foram objeto de duas investigações cada neste período. A América Latina, Argentina e Fernando de Noronha tiveram uma investigação em cada. Cabe salientar, que os estados com maior número de investigações possuem universidades com cursos de mestrado em turismo.

Uma média de 1/3 dos estudos foi teórica (26 estudos), e 2/3 foram empíricos (93 estudos). Dos estudos empíricos, 47 artigos usaram metodologias qualitativas (estudos de casos, exploratórios descritivos com análises baseadas em análises históricas, documentais, análise DAFO, entre outros). Em 2005 não houve nenhum estudo quantitativo, mas após este ano tem crescido a participação, totalizando 30 artigos nestes seis anos com análises estatísticas descritivas na sua maioria. Houve em pequena participação análises estatísticas de inferência, análises de correlação, análise fatorial multivariante e análise por envoltória de dados (DEA). Quanto à origem dos dados para os estudos empíricos, 26,9% das fontes primárias foram os próprios turistas em visitas aos locais investigados, 22,4% das pesquisas usaram dados obtidos com informantes-chaves do turismo (gestores). Outra expressiva fonte de informação foi à população local representando 14,9%. Em 10,4% das pesquisas foi usado como universo de informantes os stakeholders do turismo, enquanto que os agentes de viagens e os sites de internet foram usados em 3% dos estudos cada um deles. Uma pesquisa teve como universo de informantes os organizadores de eventos, representando 1,5%. Os dados secundários foram usados em 29 artigos. Cabe salientar que em alguns casos a pesquisa se classificou com quali-quantitativa e usou mais de uma fonte de informação.

A maioria dos estudos sobre competitividade nestes seis anos (62%) foi sobre turismo em geral. Seguido do turismo de sol e praia (14%), e do turismo de eventos (9,9%). Na tipologia turismo sustentável incluímos os estudos sobre eco-turismo e estudos sobre sustentabilidade ambiental em geral e assim atingiu 5,8%. Outros tipos de turismo estudados foram: turismo de eventos (dois artigos), turismo de negócios e urbano (quatro artigos), turismo cultural (dois artigos), turismo gastronômico (um artigo), turismo de saúde (um artigo), enoturismo (dois artigos). Quanto as teorias utilizadas, tem prevalecido o uso de literatura diversas como literatura de marketing turístico, literatura de imagem, literatura organizacional e de empreendedorismo, literatura de TIC, de planejamento turísticos, de sustentabilidade ambiental, hospitalidade, turismo comunitário e turismo rural, literatura

sobre ordenação do território, gestão estratégica e outras diversas na área do turismo. O uso destas literaturas entre os 118 artigos analisados representa 68,91%. Os estudos baseados em literaturas específicas de competitividade foram 31,09%. Os autores citados estão demonstrados na tabela 3. O uso destas bases teóricas reflete as motivações dos estudos, que na maioria são estudos de um determinante da competitividade, e não diretamente estudos de competitividade turística de forma multidimensional. Totalizaram 180 bases teóricas, pois alguns artigos apontaram como base principal mais de uma literatura ou teoria.

**Tabela 3: Embasamentos teóricos utilizados nos estudos sobre competitividade turística apresentados no ANPTUR entre os anos de 2005 a 2010.**

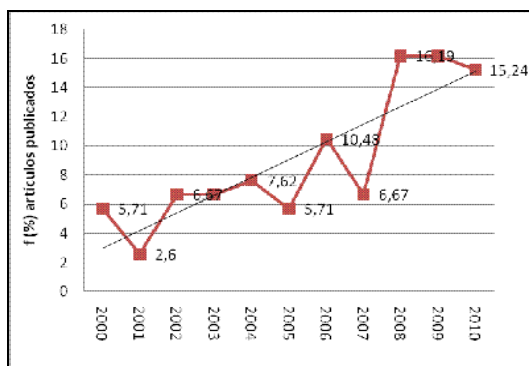
| EMBASAMENTO TEÓRICO  | Número artigos | f (%)         |
|--|----------------|---------------|
| Literatura de marketing turístico  | 29             | 16,11         |
| Diamond of National Competitiveness Model, and Cluster Theory, Porter (1980, 1985, 1990, 1995, 1996, 1998,2000)  | 19             | 10,56         |
| Literatura de hospitalidade  | 15             | 8,33          |
| Ritchie e Crouch - Calgary Model (1993, 1995, 1997, 1999,2003,2004, 2006)  | 10             | 5,56          |
| Literatura organizacional  | 9              | 5,00          |
| Literatura sobre planejamento turístico  | 9              | 5,00          |
| Literatura de gestão estratégica   | 8              | 4,44          |
| Destination Competitiveness Sustainability Model, Richie, Crouch and Hudson (2000, 2001,2005)  | 8              | 4,44          |
| Literatura de imagem   | 7              | 3,89          |
| Literatura sobre sustentabilidade ambiental e responsabilidade social  | 7              | 3,89          |
| Comp&tenible Model (Mazaro, 2006)  | 7              | 3,89          |
| Literatura sobre internet, redes e cidade virtual  | 6              | 3,33          |
| Literatura de satisfação   | 5              | 2,78          |
| Literatura ordenação espaço e organização urbana   | 5              | 2,78          |
| Literatura de turismo em geral   | 4              | 2,22          |
| Literatura sobre educação e turismo  | 3              | 1,67          |
| Literatura de eventos  | 3              | 1,67          |
| The resource-based view (RBV), Barney (1991, 2001), Grant (1991)   | 2              | 1,11          |
| Literatura sobre reestruturação de produto turístico (Valls, 1966)   | 2              | 1,11          |
| Gooroochurn and Sugiyarto (2004,2005, 2006)  | 2              | 1,11          |
| Integrated Model, Dwyer and Kim (2003)   | 2              | 1,11          |
| Enright & Newton (2004)  | 2              | 1,11          |
| Literatura de turismo cultural   | 2              | 1,11          |
| Teorias de turismo comunitário e rural   | 2              | 1,11          |
| <b>Outros modelos ou teorias usadas somente uma vez nos artigos:</b> Teorias, conceitos e modelos de empregabilidade; BSC (Balance Scorecard); Literatura sobre produtividade; Conceitos de capacitação individual e capacitação comunitária Abordagem dos Stakeholders de Freeman (1984); Teorias de desenvolvimento endógeno de Sthor e Taylor (1981); Kozac (2001); Heat (2005); Gomezelj e Mihalic (2008); Hassan (2001); Macintosh (2003); Casaroto Filho e Pires (1998). | 1              | 0,56          |
| <b>Total de bases teóricas principais</b>  | <b>180</b>     | <b>100,00</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos anais do ANPTUR

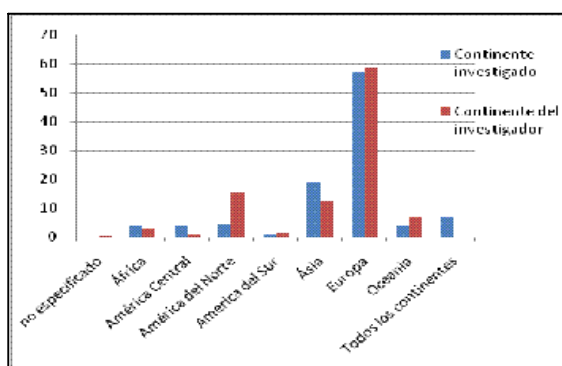


#### 4. CARACTERÍSTICAS DOS ESTUDOS INTERNACIONAIS SOBRE COMPETITIVIDADE TURÍSTICA COMPARATIVAMENTE AOS ESTUDOS BRASILEIROS

Neste item destacaremos algumas características dos estudos internacionais sobre competitividade extraída da meta-análise elaborada por Chim-Miki & Medina-Muñoz (2011), dos artigos publicados entre os anos de 2000 a 2010, tendo por base as revistas científicas que fazem parte da plataforma SciVerse Scopus, a fim de estabelecermos algumas comparações com os estudos brasileiros. O número de artigos publicados sobre esta temática tem crescido como pode ser observado no gráfico 1. No gráfico 2 pode ser visto a origem geográfica dos investigadores por filiação universitária, e o local geográfico investigado por continente, o qual se destacam o continente europeu por deter o maior número de publicações e a América do sul por ter o menor número de publicações.



**Gráfico 1: Crescimento das investigações sobre competitividade turística a nível internacional. (Fonte: Miki & Medina, 2011)**



**Gráfico 2: Localização geográfica das investigações internacionais e origem dos investigadores, por continente. (Fonte: Miki & Medina, 2011)**

Nos estudos internacionais 43% artigos tratam de turismo em geral. O turismo cultural foi objeto de análise em 9,65% das pesquisas e o turismo de sol e praia atingiu 8,77%. Em quarto lugar ficou o turismo urbano com 5,26% de artigos. O restante das tipologias do turismo não atingiu a faixa dos 4% devido a grande dispersão de tipos de turismo investigados. Cabe destacar que mais de 60% dos estudos não efetuou comparação com outros destinos turísticos, o que vai de encontro à característica de relatividade da competitividade. Quanto a teorias usadas, a tabela 4 extraída na íntegra do estudo, nos aponta os principais modelos que tem sido utilizado pelos pesquisadores no mundo todo.

Observa-se na tabela 4, que os principais autores de modelos de competitividade utilizados são Porter, Ritchie & Crouch e Kwyer & Kim. Seguido de uma pulverização de bases teóricas de acordo com os objetivos específicos de cada estudo. Esta mesma situação vem refletida nos estudos brasileiros, cuja síntese foi apreciada na tabela 3. A exceção foi

que nos estudos brasileiros aparece com frequência o *Comp&tenible* Model de Mazaro, (2006).

**Tabela 04: Teorias e modelos bases usadas nas investigações internacionais sobre competitividade turística entre os anos de 2000 a 2010.**

| MODELO/TEORIA   | Nr. Artigos | f (%)       |
|---|-------------|-------------|
| Diamond of National Competitiveness Model, and Cluster Theory, Porter (1980, 1985, 1990, 1996, 1998)  | 30          | 28,85       |
| The Calgary model of competitiveness in tourism, Ritchie and Crouch (1993), and Tourism Destination Competitiveness Model (TDC), Crouch and Ritchie (1995, 1997, 1999,2003,2006)  | 27          | 25,96       |
| Integrate Model, Dwyer and Kim (2003)   | 9           | 8,65        |
| Theoretical Model of the Lifecycle of a Destinations, Butler (1980)   | 7           | 6,73        |
| The resource-based view (RBV), Barney (1991, 2001), Grant (1991)  | 6           | 5,77        |
| Demand Literature   | 6           | 5,77        |
| Destination Competitiveness Sustainability Model, Richie, Crouch and Hudson (2000, 2001,2005)   | 5           | 4,81        |
| Method of Competitiveness Monitor, World Travel and Tourism Council WTTC,Gooroochurn and Sugiyarto (2004,2005, 2006)  | 5           | 4,81        |
| Tourism destination competitiveness: a quantitative Approach, Enright & Newton (2004)   | 4           | 3,85        |
| Image Literature  | 3           | 2,88        |
| Plans Tourist   | 3           | 2,88        |
| Shift-Share analysis literatura   | 3           | 2,88        |
| An analysis of the research papers based on the competitiveness level of Turkey in the international tourism market, Kozac (1999, 2007), Kozac (2002, 2004)   | 2           | 1,92        |
| Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness. Heat (2003)  | 2           | 1,92        |
| Marshallian Theory, Marshall (1920, 1987)   | 2           | 1,92        |
| The Fiji CGE model developed by Levantis (1999)   | 2           | 1,92        |
| Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable . Hassan (2000)  | 2           | 1,92        |
| Marketing Literature, Kotler (1993,1994,1996,1999,2003);  | 2           | 1,92        |
| Organizational literature – learning, work motivation   | 2           | 1,92        |
| Cultural tourism Literature in General  | 1           | 0,96        |
| Attractiveness Tourism Literature in general  | 1           | 0,96        |
| Literature on the psychology of perception  | 1           | 0,96        |
| <b>Others models or theories used only in one scientific papers:</b> Abernathy & Clark (1985); Agarwal (2002,2005); Alavi & Haley (1999); Arrow & Debreu (1954); Bain (1956); Balassa (1962); Baker, & Crompton (2000); Barro (1991); Barro and & Sala-i Martin (1992); Becker (1992); Bies & Zacharia (2007); Becattini (1990, 2004); Ben-Akiva & Lerman (1985); Buhalis (2000); Buhalis & Laus (2001); Connolly & Olsen (1997); Crouch (1992); Chon, Singh & Mikula (1993); Christaller(1933); De Keyser-Vanhove(1998,2004); Deaton and Muelbauer (1980); Debreu (1959); Deas and Giordano(2001); Dixit & Stiglitz (1977); Dunning (1988); Eraqui (2004, 2009); Ekanayake (1999); Fletcher & Archer (1991); Freeman (1984); Grabher (2002,2004); Garau (2004); Gilbert (1990); Gorman (1980); Harvey(1989); Jamal and Getz (1995); Hall (1993,1999,2003); Hannan and Freeman(1984); Hassan (2000, 2007); Heckscher (1919); Henderson et al (1985); Holcomb (1999); Hotelling (1929); Hymer (1976); Lancaster (1966,1971); Lane (1994); Leiper (1990, 1995); Lewis (1955); Kaldor (1978); Krallinger (1993); Husband & Mandal (1999); Mankiw et al (1992); Michael (2003); Moss (2006); Moscovici (1981); Nakayama & Marioni (2007); Novelli et al(2006); Omerzel(2006); Ohlim (1933); Paskaleva-Shapira (2007); Park et al (1986); Parasuraman et al (1985); Poon (1987,1988,1989,1990,1993); Porter & Ketels (2003); Ricardo (1817); Ritchie (2002); Rogerson (1999); Sheller & Urry (2004); Stear (2002); Smith (1776, 1759); Smith & Puczko (2009); Taylor & Prideaux (2006); Tion, Crompton & Witt (1996); Tirole (1993); Um & Crompton (1980); Vernon (1966); Weber (1929); Williams (2007); Wilkinson (1989,1996); Zeithaml (1988); |             | 0,96        |
| <b>TOTAL</b>  | <b>104</b>  | <b>100%</b> |

Fonte: Chim-Miki & Medina-Muñoz, 2011

## **6. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES**

O objetivo deste trabalho foi apresentar uma síntese das características dos estudos brasileiros sobre competitividade apresentados no ANPTUR entre os anos de 2005 a 2010, traçando um comparativo com os estudos internacionais. Para isto foram analisados os anais da ANPTUR e extraídos 118 artigos que atenderam os critérios estabelecidos para esta meta-análise. Ou seja, tinham entre o título ou palavras-chave, o termo competitividade ou os pressupostos básicos do conceito de competitividade, extraídos da conceptualização dos autores mais utilizados a nível mundial.

Os estudos brasileiros não estão focando diretamente na questão da competitividade, nem a relacionam com seu conceito principal. O foco tem sido de algumas dimensões, e especificamente atrativos. Muitos dos estudos são sobre imagem, marketing do destino, satisfação ou estudos de casos específicos, os quais referenciam os autores das teorias e modelos de competitividade, mas não desenvolvem o estudo em base nestas teorias. Todavia, as principais bases teóricas citadas são coincidentes com as bases usadas internacionalmente. Igualmente, coincide a característica de um grande número de estudos serem sobre turismo em geral focando um ou dois determinantes da competitividade. Este fato contraria a base do conceito de competitividade de multidimensionalidade e relatividade. Os estudos não fazem comparação com outros destinos, nem focalizam produtos específicos. A medição da competitividade através de indicadores ou construção de modelos também é escassa nos estudos nacionais, bem como nos internacionais. Obviamente este fato deve-se a dificuldade de medir a competitividade pela quantidade de dimensões que isto exige. Uma diferença entre os estudos está nas metodologias, pois nos artigos do ANPTUR prevalecem as pesquisas qualitativas, enquanto que nos estudos internacionais prevalecem as pesquisas quantitativas.

Pelo exposto, consideramos oportuno que se gerem mais pesquisas sobre competitividade de destinos turísticos no Brasil, bem como no mundo, criando uma base metodológica com ferramentas de medição dedicadas a produtos turísticos específicos, e especialmente nos continentes, e lugares que podem ser os destinos do futuro. Indicamos o uso de replicação no Brasil de modelos de medição consagrados a nível internacional para que em função destes possa ser desenvolvida uma nova base teórica, ou sustentada a generalização das teorias existentes. Igualmente, se sugere a divulgação do conhecimento produzido no Brasil sobre o tema nas revistas internacionais, para que a diversidade

conceitual, metodológica, de realidades e resultados contribua para a evolução do conhecimento na área.

## REFERENCIAS:

- Buhalis, D. (2000): **Marketing the competitive destination in the future**, *Tourism Management*, 21(1), p. 97-116.
- Chim-Miki, A.F. & Medina-Muñoz, D.R. (2011). “**Current status of the research on tourism competitiveness in Spain and China: Recommendations for future research**”. The second International Conference on Tourism between China-Spain. Palma de Mallorca, Spain, March, 2011.
- Crouch G. & J.B.R. Ritchie (1994). **Destination Competitiveness: Exploring Foundations for a Long-Term Research Program: Proceedings of the Administrative Sciences Associations of Canada Annual Conference**, Halifax, Nova Scotia, June 25-26, 1994, 79-88.
- Crouch G. & J.B.R. Ritchie. "Destination Competitiveness and the role of the tourism enterprise." In: *Proceedings of Fourth Annual Business Congress, Istanbul, Turkey*, July, 1995, pp. 13-16, 43-48.
- Dwyer, L. & Kim, C. "Destination competitiveness: Determinants and indicators." *Current Issues in Tourism*, vol. 6(5), pp. 369-413, 2003.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. "The price competitiveness of travel and tourism: A comparison of 19 destinations." *Tourism Management*, vol. 21, pp. 9-22, 2000.
- Enright, M.J. & Newton, J. "Tourism destination competitiveness: A quantitative approach." *Tourism Management*, 25, pp. 777-788, 2004.
- Gooroochurn, N & Sugiyarto, G. (2005). "Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry." *Tourism Economics*, 11, (1), p. 25-43.
- Hassan, S.S. (2000). "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry". *Journal of Travel Research*, 38 (3), p. 239-245.
- Mazanec, J.A., Wöber, K., & Zins, A.H. (2007). "Tourism destination competitiveness: From definition to explanation?" *Journal of Travel Research*, 46, pp. 86-95.
- MAZARO, R.M. **Competitividad de Destinos Turísticos y Sostenibilidad Estratégica. Proposición de un modelo de evaluación de condiciones y factores determinantes**. Tese (doutorado). FCEE/UB, Barcelona-Espanha, 2005.
- Medina-Muñoz, D.R. *La competitividad turística de Gran Canaria: Análisis y recomendaciones*. Ed. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y Caja de Canarias, Gran Canaria: 2009.
- Porter, M.E. *The competitive advantage of nations*. Ed. Free Press, New York: 1990.
- Prideaux B. (2000): "The role of the transport system in destination development", *Tourism Management*, 21, p. 53-63.
- Crouch, G. I. & Ritchie, J. R. B. (1999): "Tourism, competitiveness, and societal prosperity", *Journal of Business Research*, 44, p. 137-152.
- Ritchie, J. R. & Crouch, G. I. "Competitiveness in international tourism: A framework for understanding and analysis." *Proceedings of the 43<sup>rd</sup> congress of association internationale d.experts scientifique de tourisme. San Carlos de Bariloche, Argentina*, October, 1993, pp. 17-23
- Ritchie, J.R.B. & Crouch, G.I. (2000). "The competitive Destination: A sustainability Perspective." *Tourism Management*, 21 (1), pp. 1-7.
- Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I., & Hudson, S. **Developing operational measures for the components of a destination competitiveness/sustainability model: Consumer versus managerial perspectives**. In Mazanec, J.A., Crouch, G.I., Ritchie, J.R.B., & Woodside, A.G. (Eds.), *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, 2 (pp. 1-17). Ed. CAB International, Wallingford: 2001.
- Ritchie, J.R.B. & Crouch, G.I. *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Ed. CABI Publishing, Oxon: 2003.
- Scott, B.R. & Lodge, G.C. (Eds.) *US competitiveness in the world economy*. Ed. Harvard Business School Press, Boston: 1985.
- United Nations World Tourism Organization. *UNWTO World Tourism Barometer*, vol. 8, 1, January, 2010.
- VANTI, N. **Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento**. *Ciência da Informação*. Brasília: v.31, n.2., p. 152-162, maio/ago. 2002