

Medida da competitividade do destino Brasil: uma aplicação do Índice de Competitividade Turística do WEF 2008

Measuring Brazil's destination competitiveness: an application of the Travel and Tourism Competitiveness Index by the WEF 2008

Simone Alves¹

Nayara Nunes Ferreira²

Resumo

O presente trabalho tem como objetivos: avaliar o grau de competitividade internacional do Brasil, como destino turístico, comparativamente a 19 países latino-americanos e analisar o impacto dos 14 pilares, considerados para o cálculo do Índice de Competitividade Turística — ICT — pelo Fórum Econômico Mundial (WEF), no grau de competitividade dos países examinados. Para tal, utiliza-se uma metodologia quantitativa, exploratória, baseada na análise estatística multivariada, aplicando-se a análise de cluster e o método de escalonamento multidimensional (mapeamento perceptual), com base em dados secundários divulgados no Relatório de Competitividade Turística do WEF 2008. Os resultados indicam a existência de três grupos diferentes de países, em termos de similaridade de competitividade turística, entre os quais o Brasil se encontra no agrupamento que obteve melhor posicionamento. Além disso, identificam-se os seguintes pilares, como os mais significativos na determinação da competitividade turística para a amostra dos países avaliados: "recursos naturais", "recursos humanos", "competitividade de preços da indústria de turismo e viagens" e "saúde e higiene".

Palavras-chave: destinos turísticos, competitividade turística, Índice de Competitividade Turística, análise multivariada de dados, clusterização.

Abstract

The present study has as its main objectives: to evaluate the Brazilian degree of international competitiveness as a tourism destination, compared to nineteen Latin-American countries, and to analyze the relative impacts caused by the fourteen pillars, considered to calculate the Travel and Tourism Competitiveness Index — TTCI — by the World Economic Forum — WEF —, when determining the degree of competitiveness of the considered countries. A quantitative and exploratory methodology is used, based on

¹ Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ/RJ). Doutoranda do Instituto COPPEAD de Pós-graduação e Pesquisa em Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Aluna do Observatório de Inovação do Turismo no NT/EBAPE - FGV-RJ. Endereço: Rua Senador Furtado, 121 - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. E-mail: alves.simone@uol.com.br

² Coordenadora da Gerência de Estudos Aeroportuários da Agência Nacional de Aviação Civil - ANAC. Mestranda do Instituto COPPEAD de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Endereço: Rua Pascoal Lemme, 355 - Ilha do Fundão - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. E-mail: nayara.ferreira@coppead.ufrj.br

the multivariate statistical analysis, using the method of cluster analysis and multidimensional scaling (perceptual map), considering the secondary data from the Tourism Competitiveness Report, WEF 2008. The results indicate that there are three different groups of countries regarding touristic competitiveness similarities, and Brazil is qualified in the best positioned group. Besides, the following four pillars are identified as the more effective determinants of destination competitiveness among this sample: "natural and cultural resources", "human resources", "price competitiveness" and "health and hygiene".

Key words: *touristic destination, touristic competitiveness, Travel and Tourism Competitiveness Index, multivariate data analysis, cluster analysis.*

1. Introdução

O setor de turismo é responsável pela geração de 6 a 8% do total de empregos mundiais e, no período de 1975 a 2000, cresceu a um ritmo médio de 4,4% anual, enquanto o crescimento econômico mundial médio, medido pelo PIB, foi de 3,5% ao ano no mesmo período (MTur, 2007).

O fato de ser caracterizado como um setor intensivo em mão de obra, absorvendo ampla faixa de níveis de especialização, leva o turismo a ser tido como uma das atividades econômicas de menor demanda de investimento para geração de emprego (MTur, 2007). Isso faz com que o setor desperte o interesse e seja tomado como prioridade no desenvolvimento de políticas públicas de desenvolvimento e inclusão social, sobretudo para a classe social da chamada base da pirâmide dos países menos desenvolvidos (ALBAN, 2008; LIN e GUZMAN, 2007).

Por outro lado, à medida que o processo de globalização relativiza conceitos — como a noção de distância entre países —, aproxima cada vez mais os destinos turísticos mundiais, tornando ainda mais acirrada a disputa por turistas, não apenas no âmbito nacional (entre destinos turísticos do mesmo país), mas também no internacional (entre destinos com características similares).

Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), de 1950 a 2005, o total de desembarques internacionais cresceu a uma taxa média anual de 6,5%, tendo o número total de passageiros aumentado de 25 a 806 milhões no mesmo período (RINGBECK e GROSS, 2007), embora esses valores ainda representem apenas 7% da população mundial, que corresponderia então à parcela que, de fato, tem acesso às viagens internacionais (COOPER *et al.*, 2007).

Adicionalmente, ainda segundo os dados da OMT, as receitas correspondentes geradas por essa atividade econômica aumentaram nesse período a uma taxa média de 11%. Tal resultado superou a taxa média de crescimento econômico mundial do período e fez com que as divisas geradas pela economia do turismo superassem as oriundas de exportações de alimentos e têxteis (RINGBECK e GROSS, 2007).

Essas estatísticas demonstram a importância estratégica do setor do turismo para as economias globais, sendo ainda mais notável para as chamadas economias em desenvolvimento, como no caso do Brasil, em que o setor, em 2006, já respondia pela quinta maior conta de exportação, havendo, nesse ano, um “ingresso recorde de visitantes

que gastaram US\$ 4,3 bilhões no País — um salto de quase 12% sobre a receita de 2005 e nada menos que 116% acima do valor apurado em 2002” (MTur, 2006: 5).

Mas, enquanto se percebe um mundo que se torna cada vez menor³, assiste-se também a uma competição cada vez mais intensa por turistas, tanto no segmento do turismo de lazer, quanto no de viajantes a negócios ou turismo corporativo (RINGBECK e GROSS, 2007), exigindo das empresas e organizações que atuam no setor maior profissionalização e capacitação, a fim de que possam acompanhar a demanda e superar a concorrência.

Outra tendência observada, nos últimos anos, no setor de turismo e viagens, que agrava ainda mais as exigências para manter a competitividade nesse mercado, é o fenômeno da desconcentração dos fluxos internacionais de turistas e a consequente inclusão de novos destinos nas rotas turísticas. Pois, se, em 1950, 97% dos desembarques internacionais concentravam-se em apenas 15 grandes destinos turísticos (ou seja, o fluxo de passageiros direcionado para fora dos países receptores representava irrisórios 3% do fluxo total), em 2004, esse número aumentou para 43% do total de desembarques internacionais (WTO, 2005 *apud* MTur, 2007). A Figura 1 mostra os dados referentes ao período entre 1950 e 2004 dos cinco maiores países receptores do turismo e do grupo daqueles classificados a partir da 16ª posição nesse *ranking*, entre os quais se encontra o Brasil.

Soma-se a esses dados a questão do atual ambiente de crise financeira mundial, caracterizado por altos graus de incerteza e de turbulência, alavancada pelo colapso do sistema financeiro norte-americano e a impressionante queda livre da maior economia global. E, ainda, pela existência de diversas forças (exógenas e disruptivas), geralmente de difícil previsibilidade, tais como epidemias e ataques terroristas.

Figura 1 — Desembarques internacionais por país receptor, 1950-2004



Fonte: WTO, 2005 (*apud* MTur, 2007, p. 20).

Se tais forças já se refletem, direta e indiretamente, na indústria nacional como um todo, têm efeito devastador e ainda mais imprevisível sobre a indústria do turismo, cujos proveitos econômicos são, por natureza, altamente dependentes das condições cambiais vigentes. Adicionalmente, os resultados dessa indústria sofrem o reflexo indireto do comportamento dos consumidores e de sua motivação para viagens e preferências de lazer

³ Ou “mais plano”, usando o termo escolhido pelo jornalista Thomas Friedman (2005), no *best-seller* internacional *The World is flat*, para descrever esse processo decorrente do fenômeno da globalização mundial.

e sobre a escolha dos destinos turísticos para os quais reservará seu — cada vez também mais escasso — tempo livre⁴.

Assim, como reflete Queiroz (2005: 51):

O momento histórico atual [...] evidencia para as cidades a importância da competitividade, enquanto um elemento propiciador de posições de vanguarda. [E] neste novo cenário, as cidades ditas competitivas, tanto em âmbito regional, nacional ou internacional, serão aquelas que consigam responder, mais prontamente, às demandas relativas à infraestrutura urbana, qualidade de vida, integração social e política e aos desafios engendrados pelo movimento de reestruturação econômica.

Por esses motivos, uma das principais perguntas com as quais se defrontam os gestores públicos do setor do turismo, conforme sugerido por Ringbeck e Gross (2007) em artigo que, não por acaso, faz parte do primeiro relatório dedicado ao cálculo do Índice de Competitividade de Turismo e Viagens, publicado pelo Fórum Econômico Mundial (WEF, 2007), constitui-se: “Dadas estas condições, o que os países podem fazer para sustentar e melhorar sua indústria de viagens e turismo, independentemente do grau de seu desenvolvimento econômico?” (RINGBECK e GROSS, 2007: 27).

O presente trabalho pretende também colaborar no sentido de ajudar a responder a essa pergunta e, por isso, apresenta como principal objetivo uma avaliação preliminar sobre o grau de competitividade internacional do Brasil como destino turístico, comparativamente aos demais países latino-americanos, com base na análise de dados secundários, das edições de 2007 e 2008 do Índice de Competitividade Turística do WEF.

Assim, expõe-se, inicialmente, uma breve revisão dos modelos publicados na literatura acadêmica recente no campo do estudo da competitividade turística, sobre a qual se apoia a metodologia adotada que se caracteriza por ser quantitativa e exploratória, baseando-se na análise estatística multivariada dos dados secundários utilizados para o cálculo do Índice de Competitividade Turística do WEF 2008, e se inspira em estudo similar realizado por Kayar e Kozak (2008) para a Turquia, comparativamente a países europeus (com base nos dados da edição de 2007 do WEF).

Conclui-se o presente estudo, apresentando-se uma discussão dos resultados e incluindo-se sugestões para trabalhos futuros.

2. Revisão bibliográfica

Competitividade é um dos termos que saíram do mundo acadêmico — particularmente do campo de estudos da economia e da administração — para encontrar rápida acolhida pelos profissionais da indústria — tanto no discurso, quanto na prática — e, finalmente, difundir-se e consagrar-se no discurso da mídia, do consumidor e do cidadão comum. E, como em geral ocorre com muitos dos termos que seguem a mesma trajetória, essa característica acabou por não o “conduzir a uma satisfatória consensualização ou explicitação do

⁴ Ou tempo de férias, também de uma maneira geral cada vez menor, até mesmo pela evolução das relações trabalhistas.

respectivo conteúdo [...], quer em termos teóricos, quer em termos operacionais” (MATEUS *et al.*, 2005: 17).

O conceito de competitividade tem sido um referencial teórico prioritário na literatura dedicada à estratégia, quer no âmbito da empresa, quer no da economia internacional, ou da chamada competitividade entre nações (MATEUS *et al.*, 2005; FGV/MTUR/SEBRAE, 2008; PORTER, 2001).

No âmbito corporativo, a discussão em torno do conceito ampliou-se bastante a partir da segunda metade da década de 1980, sobretudo com o reconhecimento dos trabalhos de Michael Porter, que discutiam a questão da “estratégia competitividade”, e do que o autor denominou “vantagem competitiva sustentável” da empresa diante da concorrência, e que definiria aquilo que lhe garantiria a longevidade do sucesso no mercado.

Encontra-se, a partir dessa época, ampla produção acadêmica voltada ao tema da competitividade e da vantagem competitiva, que pode ser dividida em duas diferentes correntes de pensamento estratégico sobre o assunto, segundo sua abordagem principal: i) orientada à indústria (ou setor produtivo) e ao ambiente nos quais a empresa concorre, por meio de estratégias desenvolvidas de “fora para dentro” das empresas, representadas pelo modelo proposto por Porter de ‘cadeia de valores’ (1986); e ii) orientada à empresa em si e aos recursos dos quais dispõe para competir: competências e capacidades distintivas em relação a seus concorrentes, representadas pelos modelos apresentados por diversos autores que desenvolveram teorias, principalmente na década de 1990 (PRAHALAD e HAMEL, 1990; BARNEY, 1991; STALK *et al.*, 1992 e TEECE *et al.*, 1997).

Vasconcelos e Cyrino (2000: 20) definem a vantagem competitiva como a “ocorrência de níveis de *performance* econômica acima da média de mercado em função das estratégias adotadas pelas firmas” e identificam as duas correntes acima citadas, classificando os modelos acadêmicos associados a elas também segundo dois eixos fundamentais similares (FGV/MTUR/SEBRAE, 2008)⁵.

Esses modelos, de certa forma, retratam a própria evolução do pensamento estratégico até a década de 1990 e associam-se às principais teorias que se tornaram clássicas na literatura dedicada ao tema:

i) do posicionamento estratégico — baseada nos modelos conceituais da microeconomia tradicional de organização industrial e popularizada por Porter e seu modelo das “cinco forças/ameaças de mercado” e de “unidades estratégicas ou portfólios de negócio” para formulação de estratégias competitivas (PORTER 1980, 1981, 1986);

ii) dos recursos e das competências — baseada principalmente no modelo de Barney (1991)⁶, em recursos de ativos tangíveis e intangíveis da empresa e no modelo de Prahalad e Hamel (1990), que introduzem o conceito das “competências centrais” (*core competencies*), redefinindo o foco da estratégia para os chamados portfólios de competências e capacidades (*capabilities*) relativos aos processos do negócio;

⁵ Em termos da origem dessas vantagens — externa *versus* interna à organização, e das premissas sobre a concorrência — visão estática *versus* visão dinâmica (p. 12).

⁶ Também conhecido como teoria RBV — do termo original em inglês, *Resource Based View*.

iii) baseadas nos processos de mercado — que incorporam à teoria do item (ii), a visão da escola austríaca, estendendo o conceito por meio de linhas complementares dos modelos de competição microeconômica, que resultam em uma teoria integrativa de competição fundamentada na “dinâmica da[s] empresa[s], dos mercados e da concorrência, e enfatizando mais os processos de mudança e inovação do que as estruturas das indústrias [...] ou os arranjos estáveis de recursos” (VASCONCELOS e CYRINO, 2000: 30);

iv) das capacidades dinâmicas (*dynamic capabilities*) — que, de certa forma, complementam os modelos anteriores — citados nos itens (ii) e (iii) — por meio de um modelo sintético que incorpora à visão estratégica competitiva, o caráter de “*social welfare*” e os ganhos inerentes ao processo de aprendizagem dinâmica e contínua da empresa como “organismo vivo”⁷.

Com base na distinção desses modelos teóricos, Vasconcelos e Cyrino (2000: 20) defendem “a tese da convergência entre estratégia empresarial e teoria organizacional como uma via de pesquisa fundamental para a evolução de ambas as disciplinas” e para uma análise inter e multidisciplinar do próprio conceito de vantagem competitiva.

Os autores alertam, no entanto, para o conseqüente aumento da complexidade dos modelos teóricos associados, os quais se, por um lado, enriquecem a visão acerca do problema em estudo, por outro, requerem perspectivas analíticas sistêmicas, muito mais elaboradas, além de profissionais cada vez mais capacitados para conjugar as múltiplas realidades sociais e econômicas envolvidas.

De fato, como observado por Mateus *et al.* (2005: 17):

Uma das principais dificuldades na utilização da noção de competitividade reside, seguramente, no tratamento da passagem do referencial da concorrência entre empresas para o referencial da competição entre países e regiões em matéria de localização do investimento internacional, em matéria de tradução da especialização comercial em quotas de mercado e em matéria de avaliação dos respectivos resultados na sustentação dos níveis de vida da população.

Em outras palavras, os modelos teóricos devem necessariamente refletir a própria realidade vivenciada pelas empresas e organizações no desafio de manter a competitividade de forma sustentável, garantindo a longevidade do sucesso, assim como dos sistemas nos quais se inserem.

Devem, portanto, integrar uma perspectiva holística sistêmica que englobe não apenas a empresa em estudo, mas também todo o entorno de seu sistema, incluindo os principais *stakeholders* que interferem ou podem vir a interferir, direta ou indiretamente, na dinâmica do processo em questão.

Essa particularidade, como destaca o atual prêmio Nobel de economia, Paul Krugman (1994), pode converter-se em uma “perigosa obsessão” para os líderes mundiais e os países

⁷ Aspecto particularmente discutido no modelo proposto por Teece *et al.* (1997), que introduz o conceito de “capacidades dinâmicas” da empresa, como uma extensão aos conceitos de capacidade ou competência, ampliando os limites da concepção da organização em si, associadas, a partir de então, também à capacidade coletiva e à uma visão *cross-functional* da organização e seu entorno.

que representam e constituir-se na principal base de argumentação das críticas direcionadas ao modelo clássico de Porter (2001) para a competitividade das nações.

Essa tese é também bastante útil para que se compreendam as dificuldades inerentes à aplicação dos conceitos de vantagem competitiva e de competitividade na formulação de estratégias para empresas e organizações que atuam na indústria do turismo, objeto de estudo do presente trabalho.

2.1 Competitividade de destinos turísticos

O desenvolvimento de modelos teóricos e empíricos para a competitividade de destinos turísticos envolve no mínimo dois grandes desafios adicionais: a própria natureza da atividade do turismo e a necessidade inerente do conceito de competitividade — sempre relativo e, no caso do turismo, obtido pela comparação entre pelo menos dois destinos diferentes.

Em relação ao primeiro desafio, Crouch (2007b) chama a atenção para as complexidades características do produto turístico: i) é uma “experiência” ofertada pelo destino ao visitante e, portanto, produzido não apenas por uma única empresa, mas simultaneamente por todas as empresas dos setores e indivíduos que interagem com o visitante ao longo de sua experiência de viagem⁸; ii) é constituído de um, cada vez mais vasto, número de atributos, combinados de forma praticamente exclusiva e única, para cada uma das experiências, ou seja, para gerar ou não satisfação em cada turista, segundo seus próprios critérios.

Crouch (2007b) aponta ainda, como mais um desafio do gerenciamento da competitividade de destinos turísticos, o fato de que os objetivos da competição em si não são, em geral, claros e congruentes e que não podem ser padronizados para todos os destinos, uma vez que envolvem interesses diversos de políticas públicas e/ou instituições privadas, representados, na maioria das vezes, por indicadores de crescimento econômico, mas também por indicadores de resultados sociais e ambientais.

Vale lembrar que o campo de pesquisa acadêmica aplicada ao estudo da competitividade turística tem-se expandido desde o início da década de 1990.

Os estudos iniciais dedicaram-se ao levantamento dos atributos de satisfação relacionados com os destinos turísticos, tanto no que diz respeito ao grau de importância relativa para o turista, quanto no que se refere aos fatores determinantes da satisfação e, portanto, buscavam levantar o grau de competitividade do destino (Crouch, 2007b)⁹.

É importante destacar que Crouch (2007-b) apresenta uma detalhada revisão da literatura da teoria relacionada com a competitividade de destinos turísticos, dividindo os estudos analisados em três grupos distintos, segundo o enfoque principal:

⁸ Como os fornecedores de produtos e serviços da cadeia de valor do turismo (companhias aéreas, rede hoteleira, restaurantes, operadoras e agências de turismo, etc.), assim como outras organizações e indústrias que apoiam essas atividades (a indústria do entretenimento, esporte e lazer, etc.), governos locais e instituições públicas (por meio da regulamentação do setor, e da infraestrutura em geral disponibilizada ao turista) e até os residentes do destino.

⁹ Myers e Alpert (1968 *apud* Crouch, 2007b) usaram o termo ‘atributos determinantes’ para distinguir os fatores que exercem maior influência, nesse caso específico, sobre a competitividade do destino turístico.

- O primeiro grupo por ele identificado e no qual se enquadra a maioria dos estudos acadêmicos sobre o tema é representado por estudos que se dedicam a diagnosticar a posição relativa da competitividade de um destino turístico específico, representado por cidades e países de todo o mundo, para os quais o turismo representa uma indústria de especial interesse. O autor inclui nesse grupo os estudos aplicados à Austrália, à Coreia do Sul (DWYER e KIM, 2003) e à região do sul da África (HEATH, 2002).

Podem-se ainda incluir, nesse grupo, estudos mais recentes sobre o tema, como algumas pesquisas aplicadas a destinos turísticos brasileiros, entre as quais se destaca a desenvolvida para medir a competitividade de 65 cidades brasileiras que representam destinos indutores do turismo no País (FGV/MTUR/SEBRAE, 2008). Vale lembrar que há outros trabalhos que também consideram o mesmo critério proposto por Crouch (2007b) para segmentação dos estudos sobre o tema (HOFFMANN e COSTA, 2008; SGARBI, 2008; NETO, 2005 e FERREIRA, 2005).

- O segundo grupo de trabalhos da área, segundo a segmentação proposta por Crouch (2007b), dedica-se à identificação de aspectos específicos da competitividade, como a de preços.
- O terceiro grupo de estudos — no qual se insere o presente trabalho — dedica-se ao desenvolvimento de modelos e teorias que buscam explicar a competitividade turística. Tais estudos distinguem-se, entre outros aspectos, em função da preferência e inclinação de seus autores em relação a escolhas de diferentes escolas do pensamento estratégico e de obtenção de vantagem competitiva, como discutido anteriormente.

Ressalte-se que, entre os modelos mais citados nos estudos acadêmicos aplicados à competitividade de destinos turísticos, se destacam os propostos por:

- i) Crouch e Ritchie (1995)¹⁰ — baseado nas teorias da vantagem comparativa, ou dos recursos herdados¹¹ e da vantagem competitiva (PORTER, 1990), ou recursos ofertados pelo destino¹². Os autores defendem o uso de um painel de especialistas para o levantamento dos dados necessários ao estudo, a fim de solucionar a dificuldade na obtenção de dados quantitativos confiáveis e de dados qualitativos aplicáveis a países culturalmente distintos;
- ii) Dwyer e Kim (2003)¹³ — baseado em indicadores e determinantes da competitividade, pautando-se nos modelos de competitividade de nações e da firma e

¹⁰ Trabalhos complementares, aprimorados e estendidos em vários anos de estudos e divulgados por meio de várias publicações acadêmicas (CROUCH e RITCHIE, 1994, 1995, 1999; RITCHIE e CROUCH, 1993, 2000a, 2000b (*apud* CROUCH, 2007)).

¹¹ Respectivamente: “*Resource endowments*” e “*deploy resources*” (SMITH, 1776; RICARDO, 1817 *apud* CROUCH, 2007).

¹² Incluídos também no modelo de Dwyer e Kim (2003), que os subdividem em: “recursos herdados ou inerentes” (*endowed*) — como os naturais e o patrimônio histórico-cultural; “recursos criados ou construídos” (*created*) — como infraestrutura turística, eventos especiais, amplitude de espaços para prática de atividades esportivas ou de entretenimento; e “recursos de apoio ou de suporte” (*supporting*) — como atividades de apoio ao turismo, oferecidas por organizações públicas ou privadas, para promoção de capacidades específicas não facilmente imitáveis por destinos concorrentes, tais como: infraestrutura geral (de transportes, telecomunicações, de saúde, financeira, etc.), qualidade dos serviços prestados, facilidade de acesso, grau de hospitalidade e ligações entre e com os mercados emissores (comerciais, históricas, culturais, etc.).

¹³ Também Dwyer *et al.* (2004 *apud* CROUCH 2007b).

em algumas das variáveis e dimensões identificadas nos trabalhos anteriores de Crouch e colaboradores.

iii) Heath (2002) — associa o conceito de competitividade à metáfora de uma casa, com seus ‘fundamentos’ (bases) para competitividade, o ‘cimento’ (espécie de *link* para as diversas facetas da competitividade), os ‘blocos de construção’ (essenciais para fazer a competitividade “acontecer”, como a política de desenvolvimento sustentável) e as raízes (ou *roots*), direcionadores-chave do sucesso do destino.

iv) Gooroochurn e Sugiyarto (2004) — partem da análise de dados quantitativos de cerca de duzentos países e propõem oito indicadores¹⁴, que agrupam 23 variáveis indicativas da diferença do impacto relativo de cada indicador sobre a competitividade geral do destino. Os pesos de cada indicador foram estimados pela modelagem matemática dos dados, pelos métodos de análise multivariada de dados, do tipo análise fatorial confirmatória (CFA)¹⁵ e análise de *clusters*¹⁶, que lhes permitiu a identificação de um agrupamento dos países analisados em quatro grupos distintos.

De forma geral, os modelos definem o construto “competitividade de destinos turísticos” como a capacidade de oferta de bens e serviços de um destino, cuja *performance* é considerada como sendo melhor, do ponto de vista dos turistas, se comparada à de outro destino.

A maioria dos modelos baseia-se nos aspectos mais importantes para a definição da experiência do turista e relaciona tanto variáveis quantitativas (como número de visitantes, *market share*, gastos dos turistas, taxa de geração de empregos e valor agregado pela indústria do turismo), quanto variáveis qualitativas/subjetivas (como riqueza da cultura e do patrimônio histórico e qualidade da experiência de turismo).

2.2 O Índice de Competitividade Turística dos estudos WEF 2007 e 2008

Um dos estudos sobre competitividade de maior popularidade atualmente é o Relatório de Competitividade Global¹⁷, publicado anualmente, desde 1979, pelo WEF com o objetivo de avaliar a competitividade econômica dos países.

Após a edição de 2007-2008, esse estudo passou a incluir duas abordagens complementares para analisar as competitividades nacionais. A primeira delas dá origem ao chamado Índice de Competitividade Global¹⁸, composto por 12 pilares¹⁹ (DENEND e MCKERN, 2005: 14), e a segunda, ao Índice de Competitividade de Negócios²⁰,

¹⁴ Competitividade dos preços; infraestrutura (estradas, facilidades de saneamento básico e água potável); aspectos ambientais (densidade populacional, emissão de CO₂ e regulamentação); avanço tecnológico (acesso a Internet, número de linhas telefônicas fixas e de aparelhos celulares, itens de exportação de alta tecnologia); recursos humanos; abertura ao turismo (política de vistos internacionais, índices econômicos e macroeconômicos do turismo); aspectos sociais (IDH, acesso a jornais diários, total de aparelhos de TV e de microcomputadores pessoais); e grau de desenvolvimento do turismo.

¹⁵ Conhecida também como CFA — *Confirmatory Factor Analysis*.

¹⁶ Conhecida também como análise de aglomerados ou clusterização e aplicada também no presente trabalho.

¹⁷ *Global Competitiveness Report* (CGR).

¹⁸ *Global Competitiveness Index* (GCI), desenvolvido pelo professor Xavier Sala-i-Martin da Columbia University.

¹⁹ *Institutions, infrastructure, macroeconomic stability, health and primary education, higher education and training, goods market efficiency, labor market efficiency, financial market sophistication, technological readiness, market size, business sophistication e innovation.*

²⁰ *Business Competitiveness Index* (BCI).

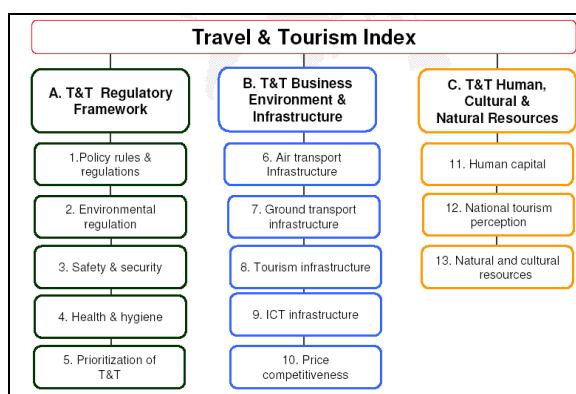
desenvolvido por Michael Porter, com base em seu modelo do “diamante de competitividade das nações”²¹ (PORTER, 2001 [1990]).

Depois da edição de 2006, o WEF passou a incluir em sua pesquisa algumas perguntas adicionais específicas do setor do turismo, a fim de avaliar a competitividade dos países também do ponto de vista turístico.

Assim, foi publicado, em março de 2007, o primeiro relatório do Índice de Competitividade Turística dos países, que se constitui na principal referência do presente trabalho. No mesmo período do ano seguinte, de 2008, a segunda edição do estudo foi também publicada, conforme discutido mais adiante.

No estudo de 2007 em referência, foi analisada uma amostra de 124 países, com base em 13 indicadores gerais (ou “pilares”), que agrupam um total de 58 variáveis e são subdivididos em três subíndices: sistema de regulamentação, ambiente de negócios e infraestrutura, e recursos humanos, culturais e naturais, cuja estrutura geral é apresentada na Figura 2.

Figura 2 — Composição do Índice Geral de Competitividade de Viagens e Turismo



Fonte: WEF, 2007, p. 5.

No estudo de 2008, embora tenha sido mantida a mesma estrutura básica e lógica geral do modelo adotado em 2007, foram introduzidos alguns ajustes e refinamentos. Isso resultou, segundo os autores, da experiência com a edição anterior e da possibilidade de inclusão de novos dados que se tornaram disponíveis entre as duas edições do estudo. Dessa forma, podem-se citar as seguintes modificações:

- i) A amostra do estudo de 2008 foi aumentada para 130 países, com a inclusão de sete novos países na análise — Porto Rico, Líbia, Omã, Arábia Saudita, Senegal, Síria, e a República do Uzbequistão, além da separação de Sérvia-Montenegro que havia sido considerado como um único país no estudo de 2007 — passando a representar 90% da população e 98% do PIB mundial.
- ii) Com relação ao número de variáveis, o estudo de 2008 considerou um total de 72 variáveis (ante as 58 do estudo de 2007). Algumas das variáveis, utilizadas na

²¹ Representando os atributos determinantes do grau de competitividade nacional, classificados em quatro grupos ou fatores: *factor conditions*, *demand conditions*, *related and supporting industries* e *firm strategy, structure and rivalry*.

edição de 2007, foram retiradas, outras foram redefinidas e, ainda, novas variáveis foram acrescentadas.

- iii) O número de pilares (dimensões) no estudo de 2008 foi aumentado para um total de 14 pilares, tendo sido separado o último pilar da edição de 2007 “recursos naturais e culturais” em dois pilares diferentes — um apenas para os “recursos naturais” e outro específico para os “recursos culturais”.

A comparação das variáveis e dos pilares adotados no estudo de Competitividade Turística do WEF, de 2007 e 2008, pode ser verificada no Quadro 1 do anexo, que apresenta um extrato da análise, mostrando os resultados obtidos especificamente para o Brasil em ambas as edições.

É importante destacar que dois tipos de dados foram utilizados como base para o estudo: i) quantitativos (*hard data*)²², coletados por meio da consulta a dados secundários publicados na literatura, e ii) dados primários qualitativos (*survey data*), coletados por meio de uma pesquisa do tipo *Survey*, aplicada a executivos participantes da edição de 2006 do Fórum Econômico Mundial. A pesquisa foi conduzida por meio de questionários fechados, cujas respostas deveriam ser dadas por pontuação em escala ordinal do tipo Likert de 1 a 7, com o objetivo de quantificar os aspectos mais subjetivos que impactam a competitividade de um destino turístico.

Resumindo: das 58 variáveis utilizadas na edição de 2007, 55% foram do tipo *survey data*. Em contrapartida, no estudo de 2008, os dados parecem ter sido substancialmente enriquecidos, já que a distribuição se inverteu, contando a nova edição com um total de 72 variáveis, das quais 58% foram do tipo *hard data*.

Em ambas as edições, a padronização entre os dados quantitativos e qualitativos (*hard data* e *survey data*) foi feita pela conversão das variáveis quantitativas (*hard data*) para valores no intervalo de 1 a 7 (igualando-se, portanto, à escala Likert de sete pontos utilizada no questionário de coleta dos dados qualitativos), ponderando-se os dados obtidos pelos valores máximos e mínimos da amostra para cada uma das variáveis analisadas (WEF, 2007: 24).

Os pilares foram calculados pela média aritmética não ponderada das variáveis correspondentes, assim como o foram os subíndices de cada pilar. O Índice Geral de Competitividade Turística²³, proposto pelo WEF, representa a média aritmética dos três subíndices. Os resultados finais do estudo são apresentados em forma de um *ranking* geral dos países que compõem a amostra, em ordem decrescente quanto ao Índice Geral de Competitividade Turística²⁴.

O Quadro 2 (apresentado no anexo) ilustra os dez países que figuram como primeiros colocados no *ranking* geral entre os países (total de 124) analisados no estudo do WEF nas edições de 2007 e 2008 (total de 130 (a) e no *ranking* dos países latino-americanos (b).

²² Ou seja, dados objetivos, de conhecimento público ou fornecidos diretamente pelas instituições parceiras do WEF na pesquisa — tais como a IATA, ICAO (*International Civil Aviation Organization*), UNWTO, WTTC, UNESCO — e que contam com o aval das instituições especializadas que os publicaram.

²³ O TTCI — *Travel & Tourism Competitiveness Index* — ou ICT — Índice de Competitividade Turística.

²⁴ E também disponibilizados em tabelas individualizadas, para cada uma das 58 variáveis usadas no estudo, para que possam ser utilizadas em eventuais estudos futuros, como o presente trabalho.

Para cada um dos países analisados, o estudo apresenta um perfil (*country/economy profile*) dividido em duas partes: i) a primeira inclui alguns indicadores-chave (*key indicators*): socioeconômicos, das dimensões físicas do país²⁵ e turísticos²⁶; ii) a segunda apresenta a pontuação de cada país para cada uma das variáveis pesquisadas (total de 58, em 2007, e de 71, em 2008), classificando-as como “forças relativas” (vantagens competitivas) ou “fraquezas relativas” (desvantagens competitivas) da indústria do turismo do país em relação à amostra do estudo.

Utilizou-se como critério, para classificação de cada variável como vantagem ou desvantagem competitiva, a posição relativa do país no *ranking* geral de competitividade turística na amostra em relação a três subgrupos de destinos, com regras predefinidas para cada um deles²⁷.

O Brasil — cujos resultados posicionam-no na 59ª posição no *ranking* geral de competitividade turística de 2007 e, portanto, no 3.º grupo dos critérios definidos acima nesta edição do estudo — só teve listadas como vantagens competitivas em 2007 aquelas variáveis nas quais se classificou entre as cinquenta primeiras economias mundiais, sendo todas as demais variáveis classificadas como desvantagens competitivas.

Os resultados obtidos na avaliação do Brasil nas duas edições (2007 e 2008) do estudo do WEF, são reproduzidos no Quadro 3 do anexo.

Posteriormente, os ICT’s de cada país (variável dependente), obtidos nos estudos de 2007 e 2008, foram validados, por meio da análise de sua correlação com dois indicadores turísticos (variáveis independentes) — número total de desembarques internacionais do país e receita correspondente. Para o estudo de 2007, utilizaram-se dados referentes ao ano de 2005 e para o de 2008, ao ano de 2006, obtendo-se coeficientes de correlação iguais a 0,77 e 0,84 para o estudo de 2007, e de 0,65 e 0,75 para o de 2008.

Ringbeck e Gross (2007), em análise incluída no relatório de estudo do WEF 2007, refletem sobre o grau de correlação entre o ICT e o respectivo estágio de desenvolvimento econômico dos países, já que os índices gerais obtidos apontam que os países mais bem posicionados no *ranking* de competitividade turística são justamente os mais economicamente desenvolvidos.

Os autores identificam quatro grupos de países similares entre si, usando como indicador macroeconômico a renda *per capita*²⁸ referente ao ano de 2005, denominados: *Countries — low-income* (\$875 ou menos), *lower-middle-income* (\$876 a \$3.455), *upper-middle-income* (\$3.466 a \$10.725) e *high-income* (acima de \$10.726). O Brasil é um dos países que

²⁵ Como PIB, população e área total de superfície (Fontes: Banco Mundial, *World Development Indicators Online Database* (dez., 2006), *IMF’s World Economic Outlook Online Database* (abr. e set.);

²⁶ Dados extraídos das Contas Satélites do Turismo, divulgadas anualmente pelo WTCC (*World Travel & Tourism Council*) e da série histórica de desembarques internacionais e receitas respectivas, no período de 1995 a 2005, divulgadas pela UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*).

²⁷ Metodologia: 1.º grupo) dos dez países (Tabela 1-a, no anexo) com maior ICT (ou Top 10) — qualquer variável do país que apresente valor acima da 10.ª posição no *ranking* é considerada uma vantagem e qualquer variável abaixo dessa posição, uma desvantagem; 2.º grupo) dos países com ICT entre a 11.ª e 50.ª posições no *ranking* — qualquer variável cujo valor esteja acima de sua própria posição no *ranking* geral é considerada uma vantagem, e o inverso, uma desvantagem; e 3.º grupo) dos países posicionados abaixo da 50.ª posição no *ranking* geral — qualquer variável cujo valor esteja acima da 50.ª posição no *ranking* geral é considerada uma vantagem e abaixo desse valor, uma desvantagem.

²⁸ *Gross National Income*, ou Renda (Produto Nacional Bruto).

compõem o grupo das economias do segundo nível de renda (*lower-middle-income*), encontrando-se na nona posição entre os 11 países do grupo²⁹.

Assim como os demais modelos de Porter, os modelos do “diamante de competitividade” e aqueles em que se baseiam os estudos dos Índices de Competitividade Global e Turística publicados pelo WEF têm encontrado diversos críticos, especialmente no meio acadêmico.

Uma das críticas mais contundentes em relação ao Índice de Competitividade Turística do WEF 2007 é apresentada por Crouch (2007a), que aponta algumas das principais forças e fraquezas do modelo resumidas em oito pontos principais³⁰. Alguns desses pontos serão também discutidos na sessão de análise dos resultados, uma vez que representam grande parte da motivação da escolha do tema do presente estudo.

3. Metodologia adotada no trabalho

Uma das dificuldades práticas de aplicação do Índice de Competitividade, apresentado em forma de *rankings*, é que o constructo competitividade não pode ser avaliado isoladamente e, no caso de um destino turístico, trata-se de um índice relativo a outros destinos.

Além disso, na prática, a competição entre destinos não se dá com todos os demais em relação aos quais se podem comparar o constructo, mas apenas com aqueles que lhes são similares e, portanto, seus concorrentes diretos pela preferência do consumidor-viajante. Em outras palavras, ainda que a comparação matematicamente possa ser feita entre um número indefinido de destinos, só adquire sentido prático quando feita entre destinos de fato concorrentes entre si.

O critério para definir a similaridade entre destinos concorrentes deveria, pelo menos em tese, ser relacionado de alguma forma com o objetivo em si da aplicação do Índice de Competitividade Turística, como o desenvolvimento de planos estratégicos de políticas públicas de turismo. Assim, poderia basear-se em critérios já existentes, tais como: formação de blocos econômicos, proximidade geográfica, grau de desenvolvimento econômico, como proposto por Ringbeck e Gross (2007), ou tipologia do atrativo turístico (destinos de sol e praia ou turismo corporativo, por exemplo).

Neste trabalho, para avaliação da competitividade do Brasil como destino turístico, optou-se pela escolha do critério de proximidade geográfica e bloco econômico, adotando-se o grupo dos países latino-americanos para definição daqueles destinos que seriam seus concorrentes diretos. Essa linha de pesquisa é a mesma adotada por Kayar e Kozak (2008) para a análise da Turquia como destino turístico ante os demais países da União Europeia.

Apesar das limitações inerentes a qualquer critério específico selecionado para esse tipo de análise comparativa, a escolha do grupo dos países da América Latina é plenamente justificável e interessante porque a existência de alianças político-econômicas entre eles (como o Mercosul) pode facilitar, por exemplo, a implementação de políticas públicas de

²⁹ Para esse grupo, Ringbeck e Gross (2007) destacam os casos de Bulgária e Egito, como países para estudos de “*best practices*” sobre a utilização do setor do turismo como um recurso estratégico para impulsionar o desenvolvimento econômico dos países nessa faixa de grau de desenvolvimento.

³⁰ *Scientific Basis for the Index, Comparability of National Tourism Competitiveness, Implication of Targeted Marketing Strategy, Suitability of the Component Variables, Weighting of Component Variables, Executive Opinion Survey Sample, Survey Suitability and Reliability, Comparability of 7-Point Scales.*

turismo em conjunto e o próprio fluxo de turistas entre países. Além disso, já existem diversos estudos comparativos da competitividade geral entre esses países, como o apresentado por Porter (2003) durante sua palestra em uma de suas visitas ao Brasil, citado mais adiante no presente estudo.

Assim como Kayar e Kozak (2008), adotou-se o método da análise quantitativa exploratória, aplicando-se a técnica de análise estatística multivariada aos valores obtidos pelos respectivos destinos no estudo do WEF e os pilares que compõem o ICT. Porém, diferentemente do estudo de Kayar e Kozak (2008), que utiliza como base os dados da edição de 2007, o presente estudo utiliza a versão publicada em 2008 e seus 14 pilares.

Aplicou-se a esses dados, o método de análise de *clusters*, que permite reunir em grupos indivíduos ou objetos (no caso específico, os países latino-americanos), buscando “maximizar a homogeneidade dos objetos dentro dos grupos e, ao mesmo tempo, maximizar a heterogeneidade entre os grupos” (HAIR *et al.*, 2005: 381).

Utilizou-se o *software* estatístico SPSS v.15.0 para aplicação dos métodos de análise hierárquica (*hierarchical cluster analysis*) e não hierárquica (ou *K-means cluster analysis*) de *clusters*, identificando-se, pelo dendrograma³¹ obtido por meio do primeiro método, o número de *clusters* (grupos) que corresponde à melhor solução para o agrupamento dos dados. Adotou-se o método de Ward³² e o da distância euclidiana³³ como critérios de clusterização e de análise das distâncias e dissimilaridades entre os dados por meio do SPSS.

A fim de analisar o impacto relativo (ou efetividade) dos 14 pilares usados para determinação do ICT, foi aplicado finalmente o método de escalonamento multidimensional³⁴, como sugerido pelo estudo de Kayar e Kozak (2008), escolhendo-se o método ALSCAL para estimação do mapa perceptual baseado em similaridades entre os dados por meio do SPSS.

4. Resultados

Os resultados do estudo apontam a existência de três *clusters* formados pelos 19 países latino-americanos analisados, em termos de competitividade turística.

O dendrograma resultante da análise hierárquica de *clusters* dos dados do ICT — utilizando os *scores* dos 14 pilares obtidos para os 19 países latino-americanos do estudo

³¹ “O dendrograma é uma representação gráfica dos resultados de um processo hierárquico no qual cada objeto é colocado em um eixo e o outro eixo representa os passos no procedimento hierárquico. Começando com cada objeto representado como um agrupamento [*cluster*] separado, o dendrograma mostra graficamente como os agrupamentos são combinados em cada passo do procedimento até que todos estejam contidos em um único agrupamento [*cluster*]” (HAIR *et al.*, 2005: 382).

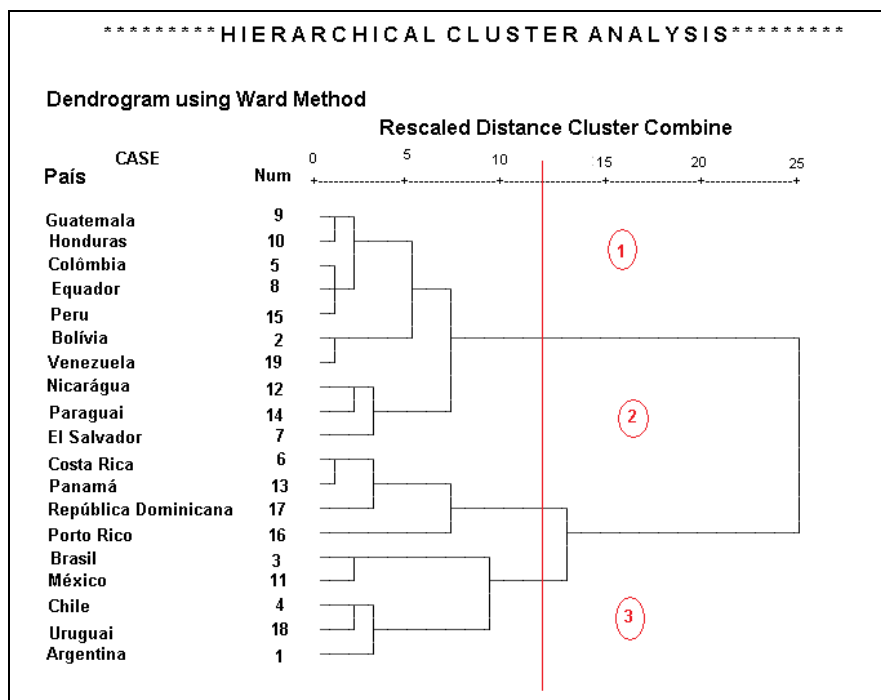
³² “Procedimento de agrupamento hierárquico em que a similaridade usada para juntar agrupamentos [*clusters*] é calculada como a soma dos quadrados entre os dois agrupamentos somados sobre todas as variáveis” (*Ibidem*).

³³ “Medida mais comumente usada para medir a similaridade entre dois objetos. “Essencialmente, é uma medida do comprimento de um segmento de reta desenhado entre os dois objetos” (*Ibidem*).

³⁴ Também conhecido como mapeamento perceptual ou MDS (do termo original em inglês, *Multidimensional Scaling*).

de 2008 do WEF —, é apresentado a seguir (Figura 3) com uma das possíveis soluções de três *clusters* assinalada³⁵.

Figura 3 — Dendrograma da análise hierárquica de clusters de competitividade turística dos países latino-americanos



Os valores médios dos *scores* correspondentes dos 14 pilares, para uma solução de três *clusters* obtida por meio da análise de clusterização não hierárquica, são mostrados na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 — Valores médios dos 14 pilares por Cluster (análise não hierárquica)

	Final Cluster Centers		
	1	2	3
Safety and security	5,13	4,27	3,73
Health and hygiene	4,70	3,59	4,76
Priorization of Travel & Tourism	4,69	3,66	4,47
Air transport infrastructure	3,68	2,62	3,44
Ground transport infrastructure	3,78	2,82	3,07
Tourism infrastructure	3,94	2,67	4,03
ICT infrastructure	2,84	2,22	2,84
Price competitiveness in T&T industry	4,73	5,01	4,55
Human resources	5,04	4,71	5,01
Affinity for Travel & Tourism	5,27	4,43	4,59
Natural resources	3,82	4,36	5,09
Cultural resources	2,30	2,08	4,43
Policy rules and regulation	4,76	3,90	4,11
Environmental regulation	4,68	4,26	4,35

³⁵ Vale ressaltar que as soluções obtidas através dos métodos de análise multivariada hierárquica e não hierárquica de agrupamentos de dados, não são equivalentes. Desta forma, os países que compõem os 3 clusters sinalizados no dendrograma apresentado (Figura 3) não correspondem aos mesmos países dos 3 clusters resultantes da análise não hierárquica, listados na Tabela 1.

O *cluster* 1 é formado por seis países — Chile, Costa Rica, Panamá, Porto Rico, República Dominicana e Uruguai — e apresenta como pontos fortes os pilares “segurança e seguridade”, “afinidade com o setor de viagens e turismo” e, em menor grau, “regulamentação (política e leis)” e, como pontos fracos, “recursos naturais” e, menos acentuadamente, “recursos culturais”.

O *cluster* 2 é formado por dez países — Bolívia, Colômbia, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Paraguai, Peru e Venezuela — e parece ser o grupo com menor competitividade turística em geral entre os países latino-americanos, possuindo como principal ponto forte o pilar “competitividade em preços da indústria de viagens e turismo”. Mas, ao mesmo tempo, representa o grupo de países de menor competitividade nos pilares “infraestrutura de tecnologia da informação e comunicação”, “recursos culturais”, “infraestrutura turística”, “infraestrutura de transportes aéreo e terrestre” e “priorização (do governo) ao setor de viagens e turismo”.

Finalmente, o *cluster* 3, com apenas três países (Brasil, Argentina e México), apresenta como ponto forte o pilar “recursos naturais e culturais” e como principal ponto fraco “segurança e seguridade”. Embora seja o grupo mais bem posicionado com relação ao ICT, entre os três *clusters* obtidos, no que se refere ao pilar “infraestrutura turística”, não chega a se destacar na amostra analisada, principalmente quando comparado diretamente aos países do *cluster* 1.

Buscando comparar os resultados do ICT do WEF 2008 e o grau de desenvolvimento econômico dos países concorrentes entre si, seguindo sugestão adotada por Ringbeck e Gross (2007), pode-se recorrer à Figura 4, que reproduz uma apresentação de Porter (2003) sobre a análise da competitividade geral do Brasil.

Percebe-se, claramente, pela análise do gráfico da Figura 4, que os três países que formam o *cluster* 3 (Brasil, Argentina e México) possuem, de fato, um nível semelhante de desenvolvimento geral, apresentando basicamente a mesma taxa de crescimento anual, medida pela renda *per capita* real, no período de 1990-2002 analisado por Porter (2003), embora apresentando níveis diferentes quando este indicador é ajustado para a paridade do poder de compra em US\$, com o Brasil, nesse caso, apresentando o menor resultado entre os três países.

Analisando outro gráfico sugerido por Porter (2003) na mesma apresentação (Figura 5), a similaridade entre os três países pode ser também verificada ao comparar-se a taxa de pedidos de patentes depositados nos Estados Unidos por cada um desses países no período entre 1990-2001.

Seguindo o procedimento sugerido por Kayar e Kozak (2008), pode-se também analisar o impacto dos 14 pilares como determinantes do grau de competitividade turística da amostra dos 19 países latino-americanos analisados, por meio da aplicação do método de mapeamento perceptual aos dados do estudo do WEF 2008.

Figura 4 — Comparação do grau de desenvolvimento econômico entre os países latino-americanos

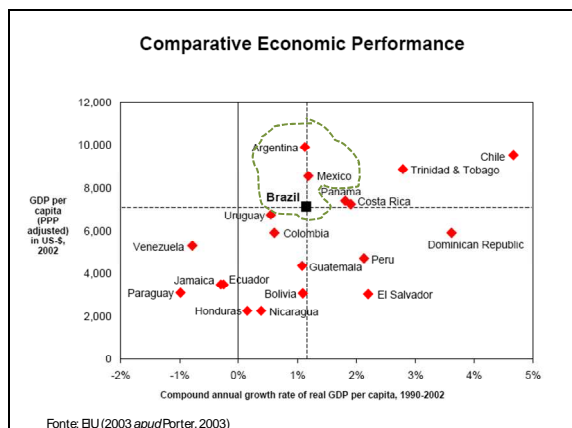
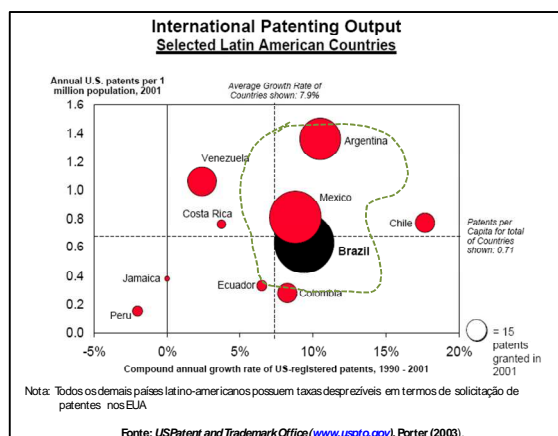


Figura 5 — Comparação do grau de investimento em pesquisa e inovação tecnológica: América Latina



Fonte: Porter (2003).

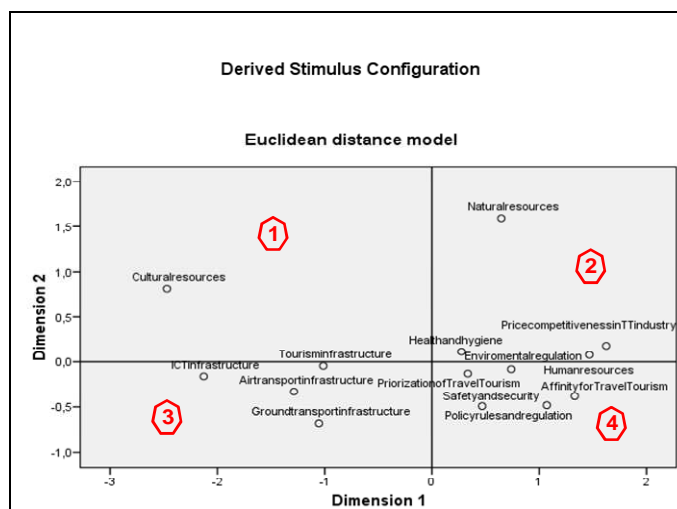
Com este objetivo utilizou-se, no presente estudo, o Método de Escalonamento Multidimensional (MDS), cujo resultado obtido com o auxílio do SPSS v.15.0, é apresentado no Gráfico 1.

A validade dos resultados conquistados na análise de escalonamento multidimensional pode ser verificada pelos valores correspondentes da medida de desajuste³⁶ e do índice de correlação quadrada³⁷ (R^2) da matriz resultante. Tais medidas apresentaram, respectivamente, os valores de 0,05689 e 0,98686, que indicam um bom ajuste entre o mapa perceptual obtido e os dados iniciais dos pilares de competitividade turística da amostra dos 19 países latino-americanos analisados.

³⁶ Ou *stress value*, que representa a ‘medida do desajuste’ e equivale “à proporção da variância das disparidades (dados otimamente escalonados) não explicada pelo modelo MDS” (HAIR *et al.*, 2005: 423), cujo método utilizado no SPSS v.15.0 foi o de Kruskal.

³⁷ Ou índice de ajuste (“RSQ” — *squared correlation*, do termo original em inglês) — que pode ser interpretado como indicativo da proporção da variância das disparidades (dados otimamente escalonados) explicada pelo modelo MDS. Ou seja, mede quão bem os dados iniciais (no caso, os pilares da competitividade turística) se ajustam ao modelo MDS. Medidas iguais a 0,60 ou superiores a esse valor são consideradas aceitáveis, ou seja, indicam um bom ajuste dos dados.

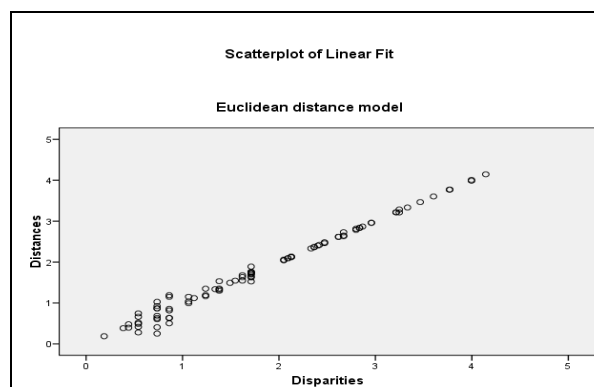
Gráfico 1 — Mapa perceptual dos 14 pilares de competitividade turística do WEF 2008 dos países latino-americanos



A boa representatividade do mapa obtido pode ser observada no Gráfico 2, que representa o diagrama de dispersão do ajuste linear entre os valores das similaridades escalonadas (*disparities*) e das distâncias respectivas no mapa perceptual obtido com base nos 14 pilares de competitividade turística do WEF 2008.

O mapa perceptual, no presente estudo, agrupa os 14 pilares em quatro grupos de impacto similar sobre o ICT, entre os 19 países latino-americanos da amostra analisada, conforme representado pelos quatro quadrantes do Gráfico 1 (manualmente numerados de 1 a 4, no sentido horário, para melhor identificação).

Gráfico 2 — Diagrama de dispersão do ajuste linear entre as similaridades escalonadas (*disparities*) e as distâncias no mapa perceptual dos pilares de competitividade turística — WEF 2008



Esses resultados apontam que, para a amostra analisada (dos 19 países latino-americanos), os pilares posicionados no quadrante 2 — “recursos naturais”, “recursos humanos”, “competitividade de preços da indústria de turismo e viagens” e “saúde e higiene” — são os mais significantes para a determinação da competitividade turística e deveriam ser, pelo menos em tese, prioridades nas políticas públicas de turismo desses países.

No *cluster 2*, no qual se encontra o Brasil, a Argentina é líder nos pilares “competitividade de preços da indústria de turismo e viagens” e “saúde e higiene”, enquanto o México lidera o *ranking* de “recursos humanos”. O Brasil só mantém a liderança no grupo no que se refere ao pilar “recursos naturais”.

Se forem utilizados os critérios definidos pelo próprio estudo de Competitividade Turística do WEF, das vantagens e desvantagens competitivas de cada país ante os demais, nos quatro pilares citados, o Brasil, de fato, não possui nenhuma vantagem competitiva decorrente das variáveis correspondentes aos pilares “saúde e higiene” e “competitividade de preços da indústria de turismo e viagens”. No entanto, apresenta maior vantagem competitiva no que se refere ao índice de preços de hotéis³⁸. Já no pilar “recursos humanos”, o País só mantém vantagem competitiva em relação às variáveis correspondentes a educação de nível secundário, disponibilidade de locais para treinamentos e pesquisas, e extensão do treinamento do *staff*.

No pilar em que detém a liderança entre os três países do *cluster 3* (“recursos naturais”), o Brasil tem como vantagem competitiva as variáveis que representam o número de locais considerados patrimônios naturais mundiais e o grau de conscientização da indústria em relação ao ecossistema.

Todas as demais variáveis não citadas, que fazem parte desses quatro pilares, constituem desafios para que o Brasil possa melhorar sua competitividade turística em relação a seus concorrentes diretos (Argentina e o México), que já haviam sido classificados pelo próprio estudo do WEF 2008 como desvantagens competitivas do País em relação ao grupo dos 130 países analisados.

5. Conclusão e perspectivas

A importância do setor do turismo para a economia dos países, notadamente aqueles que formam o grupo dos chamados países em desenvolvimento, tem sido amplamente discutida tanto na literatura acadêmica, quanto na mídia em geral.

Os efeitos decorrentes do processo de globalização de mercados, somados aos de outros fatores de efeitos similares, vem acirrando a concorrência entre destinos turísticos internacionais, desde os anos 1990, e tem sido crescente o número de pesquisas que buscam desenvolver indicadores do grau comparativo de competitividade turística entre destinos e entre países.

No entanto, apesar de se verificar um aumento da profissionalização do setor e do aprofundamento dos estudos acadêmicos voltados para estudá-lo, os orçamentos públicos disponibilizados, em geral, para o segmento são escassos, principalmente considerando-se sua capilaridade, característica sistêmica e interdependência de diversos outros setores econômicos importantes para a imagem geral de um destino e de um país.

Dessa forma, por meio deste trabalho, buscou-se discutir a questão da competitividade turística internacional do Brasil, como destino turístico mundial, comparativamente a um

³⁸ No estudo de 2007, o preço do combustível ainda era uma vantagem competitiva, mas isso não se verifica mais no de 2008.

grupo de 19 países latino-americanos, baseando-se nos resultados do segundo Relatório do Índice de Competitividade Turística, publicado em 2008 pelo Fórum Econômico Mundial.

Para isso, optou-se por aplicar aos dados disponibilizados dos 14 pilares do índice em questão técnicas estatísticas de análise multivariada de dados. Utilizando-se o *software* estatístico SPSS v.15.0, empregaram-se os métodos de análise de *clusters* e de mapeamento perceptual a esses dados.

Os resultados obtidos apontam a existência de três grupos (*clusters*) diferentes de países, em termos de similaridade de competitividade turística, ou seja, de países com perfil de concorrentes entre si no segmento do turismo internacional.

O Brasil encontra-se no agrupamento que obteve melhor posicionamento entre os três *clusters* obtidos entre os países latino-americanos, juntamente com Argentina e México, que representariam, portanto, seus maiores concorrentes diretos no grupo dos 19 países latino-americanos analisados pelo WEF em 2008. Esse grupo se destaca dos demais por apresentar como pontos fortes os pilares “recursos naturais e culturais” e, como principal ponto fraco, “segurança e seguridade”.

Seguindo o procedimento sugerido por Kayar e Kozak (2008), analisou-se também o impacto dos 14 pilares, como determinantes do grau de competitividade turística da amostra dos 19 países latino-americanos, aplicando-se aos dados do estudo do WEF 2008 o método de mapeamento perceptual (ou escalonamento multidimensional — MDS).

Os resultados obtidos indicam que, para a amostra dos 19 países latino-americanos analisada, os pilares “recursos naturais”, “recursos humanos”, “competitividade de preços da indústria de turismo e viagens” e “saúde e higiene” são os mais significantes para a determinação da competitividade turística e deveriam representar, ao menos em tese, prioridades nas políticas públicas de turismo dos países latino-americanos analisados, incluindo o Brasil.

Apesar das limitações técnicas em relação à aplicação do método de análise multivariada de dados a uma amostra muito pequena (19 casos apenas) e ao fato deste estudo basear-se em dados secundários, o principal objetivo do trabalho em tela é chamar a atenção para o amplo leque de possibilidades de análises quantitativas aprofundadas que podem ser feitas no setor de turismo para auxiliar o planejamento de políticas públicas de turismo e a definição de prioridades em termos de distribuição de verbas orçamentárias.

Não se pretende, pois, esgotar o assunto de possíveis questionamentos sobre competitividade turística. Nesse sentido, destacam-se algumas sugestões de aprofundamento e continuidade do mesmo, tais como a ampliação da avaliação realizada no presente, por meio de uma análise longitudinal incluindo-se os dados das três edições anuais já publicadas do Relatório de Competitividade Turística do WEF — 2007, 2008 e 2009.

Vale lembrar que o presente trabalho também limitou a análise de dados à amostra representada pelos países latino-americanos que foram incluídos na pesquisa do Relatório do ICT do WEF na edição de 2008, utilizando-se a proximidade geográfica e de bloco econômico como critérios para as análises comparativas da competitividade do Brasil, como destino turístico internacional, com base nos secundários reportados pelo WEF como constituindo os 14 pilares de competitividade turística definidos pelo órgão.

Resultados mais representativos poderiam, no entanto, ser obtidos aplicando-se a mesma metodologia de análise multivariada de dados, citada no presente estudo, diretamente sobre os valores médios das 72 variáveis que fazem parte do estudo de competitividade turística dos 130 países pesquisados pelo WEF (2008).

Outra sugestão e possibilidade de aprofundamento é a aplicação de outros métodos de análise quantitativa, como a análise fatorial, com o objetivo de verificar os fatores mais representativos da competitividade turística e do ICT dos países analisados — representados, segundo o WEF, pelos 14 pilares predefinidos em seu estudo.

Referências

ALBAN, M. A insustentabilidade do turismo no Brasil e o sucesso de Praia do Forte: uma análise exploratória com base na nova economia institucional. **Turismo em Análise**, vol.19, n.º1, p. 1-24, maio 2008.

BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, vol. 17, n.º 1, p. 99-120, 1991.

_____. Types of competition and the theory of strategy: toward an integrative framework. **Academy of Management Review**, vol. 11, n.º 4, p. 791-800, 1986.

COOPER, C. *et al.* **Turismo: princípios e práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

CROUCH, G. I. Destination competitiveness: insights into attribute importance. In: INTERNATIONAL CONFERENCE OF TRENDS, IMPACTS AND POLICIES ON TOURISM DEVELOPMENT. Crete: Hellenic Open University in Heraklion, jun. 2006. P. 15-18.

_____. Measuring tourism competitiveness: research, theory and the WEF Index. In: AUSTRALIAN AND NEW ZEALAND MARKETING ACADEMY (ANZMAC). Conference 2007. **Reputation, responsibility & relevance**. University of Otago, Dunedin, New Zealand, 3 a 5 dez. 2007. Disponível em: <<http://conferences.anzmac.org/ANZMAC2007/papers.html>>. Acesso em: 28 dez. 2008.

_____. **Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes**. Australia: CRC for Sustainable Tourism Pty, 2007.

_____; RITCHIE, B. **Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise**. Discussion paper, world tourism education and research centre. Canada: Faculty of Management, The University of Calgary, Alberta, may 1995.

DENEND, L.; MCKERN, B. **The competitive advantage of India**. Stanford Graduate School of Business, Case, 8 ago. 2005.

DWYER, L.; KIM, C. Destination competitiveness: determinants and indicators. **Current issues in Tourism**, vol. 6, n.º 5, 2003.

_____. *et al.* The competitive destination. **Tourism Management**, vol. 21, n.º 1, fev. 2000.

_____. Competitiveness in tourism and hospitality. **Tourism Management**, vol. 47, n.º 4, 1999.

FERREIRA, L. D. Estudo analítico das variáveis macro-envolventes de um destino turístico. **Revista de Estudos Politécnicos**, vol. 2, n.º 4, p. 135-147, 2005.

FGV — Fundação Getúlio Vargas —; EBAPE-RJ; MTUR — Ministério do Turismo —; SEBRAE. **Relatório Brasil**: estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. Brasília, MTur, 2008.

FRIEDMAN, T. L. **O mundo é plano: uma breve história do século XXI**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

GOOROOCHURN, N.; SUGIYARTO, G. **Measuring competitiveness in the travel and tourism industry**. Discussion Paper-TTRI, Nottingham University Business School. 2004. Disponível em: <www.nottingham.ac.uk/ttri/pdf/2004_7.pdf>. Acesso em: 3 jul. 2007.

HAIR Jr. *et al.* **Análise multivariada de dados**. Tradução de Adonai. S. Sant'Anna e Anselmo Chaves Neto. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HEATH, E. Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, vol. 10, n.º 2, p. 124-41, 2002.

HOFFMANN, V. E.; COSTA, H. A. **Competitividade sistêmica em destinos turísticos**: um estudo a partir da cooperação, confiança e comunicação entre micro e pequenas empresas. 2008. Trabalho apresentado ao 32. Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, RJ, 6 a 10 set. 2008.

KAYAR, Ç. H.; KOZAK, N. **Measuring destination competitiveness: an application of travel and tourism competitiveness index**. 2008. Trabalho apresentado a 4. World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, Antalya, Turkey, 22 a 27 abr. 2008.

KRUGMAN, Paul. Competitiveness: a dangerous obsession. **Foreign Affairs**, vol. 73, n.º 2, mar./abr. 1994.

LIN, T.; GUZMAN, F. D. Tourism for pro-poor and sustainable growth: economic analysis of tourism projects. **ERD Technical note**, n.º 20, jan. 2007. Asian Development Bank.

MATEUS, A. *et al.* As grandes questões conceituais e metodológicas. In: **COMPETITIVIDADE territorial e coesão económica e social**. Lisboa, Portugal: Augusto Mateus e Associados, 2005, vol. 1, p. 15-99.

MTUR — MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional do Turismo 2007/2010**: uma viagem de inclusão. Brasília, MTur, 2007.

NETO, L. M. **A competitividade de destinos turísticos aplicada aos espaços insulares de Gran Canaria/Espanha e Florianópolis/Brasil**: estudo de multi-casos. Florianópolis: UFSC, 2005. 237 p. Tese (Doutorado) — Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

PORTER, M. E. The competitive advantage of nations. **Harvard Business Review**, p. 73-93, mar./abr. 1990.

_____. **Competitiveness and company strategy**: issues for Brazil. ExpoManagement, São Paulo/Brasil, 4 nov. 2003, Harvard Business School, Institute for Strategy and Competitiveness. Disponível em: <www.isc.hbs.edu>. Acesso em: 28 dez. 2008.

_____. How competitive forces shape strategy. In: MINTZBERG; QUINN. **Readings in the strategy process**. 3. ed. NJ: Prentice Hall, 1998, p. 75-83.

_____. The contributions of industrial organization to strategic management. **Academy of Management Review**, vol. 6, n.º 4, p. 609-20, 1981.

_____. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga, 7ª. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

_____. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The core competence of the corporation. **Harvard Business Review**, p. 79-91, maio/jun. 1990.

QUEIROZ, L. M. A. (2005) **A gestão pública e a competitividade de cidades turísticas: a experiência da cidade do Salvador**. Barcelona, Espanha: Universidade de Barcelona, 2005. 631 p. Tese (Doutorado) — Planificação Territorial e Desenvolvimento Regional, Universidade de Barcelona, Barcelona, Espanha, 2005.

RINGBECK, J.; GROSS, S. Taking travel & tourism to the next level: shaping the government agenda to improve the industry's competitiveness. In: THE TRAVEL & TOURISM COMPETITIVENESS REPORT, 2007: Furthering the Process of Economic Development. Geneva, Switzerland, World Economic Forum, 2007. Cap. 1.2, p. 27-43.

SGARBI, V. S. **O arranjo produtivo local como potencializador da vantagem competitiva: a visão dos participantes do APL de turismo Região Lagoas em Alagoas**. Trabalho apresentado ao 22. Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, RJ, 6 a 10 set. 2008.

VASCONCELOS, F. C.; CYRINO, A. B. Vantagem Competitiva: Os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. **RAE — Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, vol. 40, n.º 4, p. 20-37, out./dez. 2000.

TEECE, D. *et al.* Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic Management Journal**, John Wiley & Sons, vol. 18, n.º 7, p. 509-33, Aug., 1997.

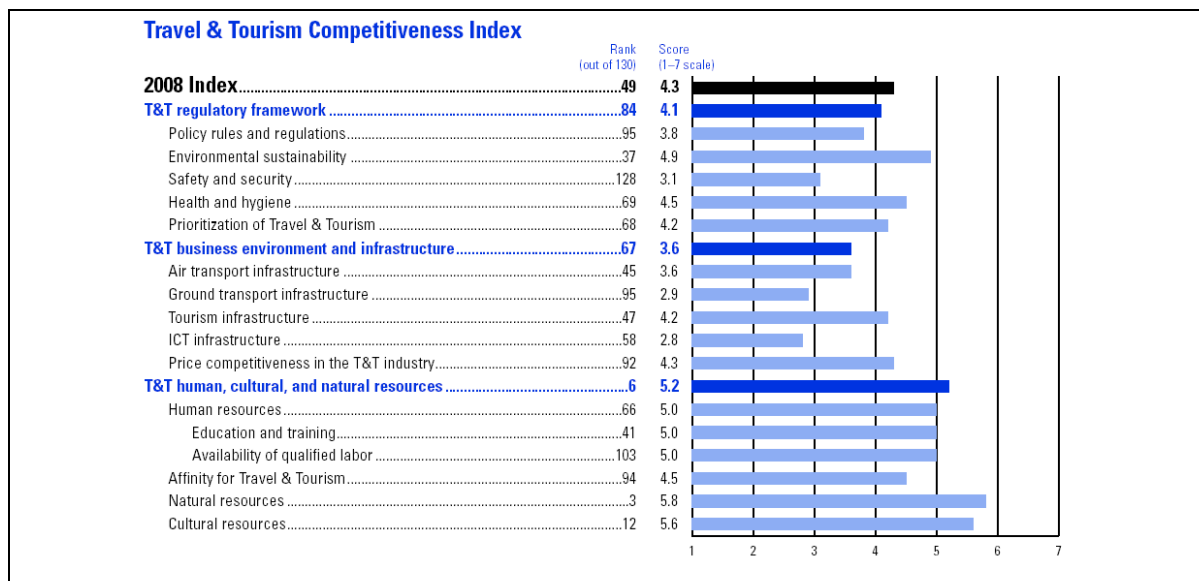
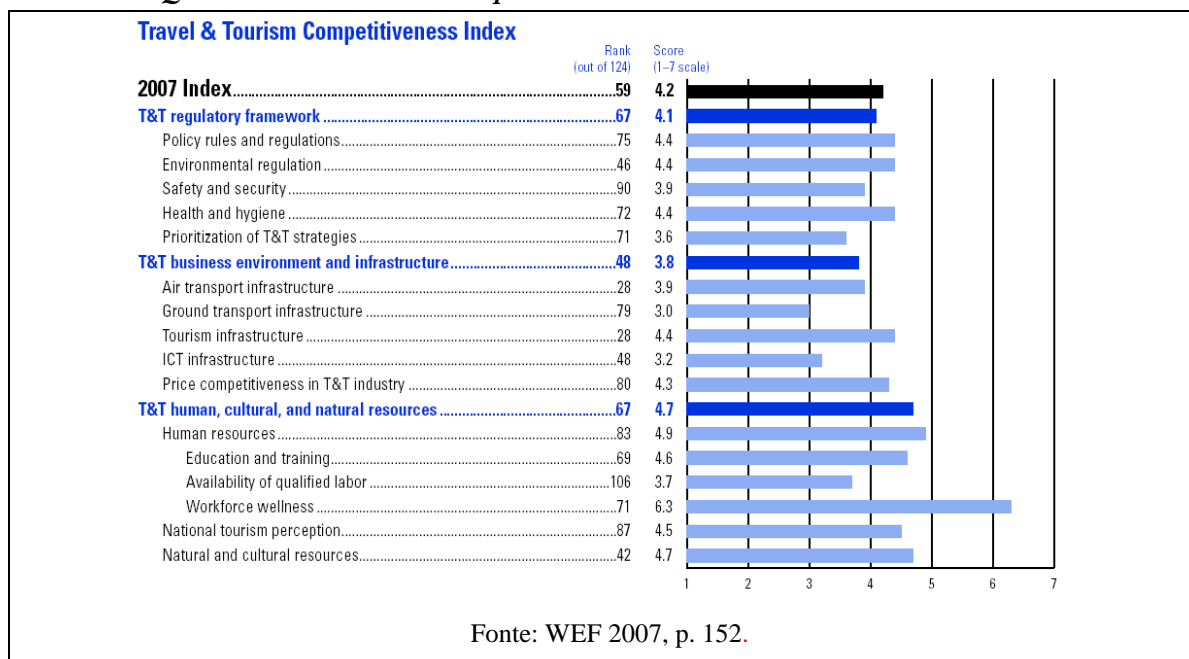
WEF — World Economic Forum. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008**. Edited by Blanke, Jennifer and Chiesa, Thea. Geneva, Switzerland. 471 p. Disponível em: <www2.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.html>. Acesso em: 16 mar. 2008.

_____. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007: Furthering the process of economic development**. Edited by Blanke, Jennifer and Chiesa, Thea. Geneva, Switzerland. 453 p. Disponível em: <www2.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.html>. Acesso em: 25 jun. 2007.

WTTC — World Travel and Tourism Council. **The global travel & tourism summit: breaking barriers, managing growth**. Lisboa, 10 a 12 maio 2007. Disponível em: <www.wtcc.org>. Acesso em: 1 out. 2007.

ANEXOS

Quadro 1 — Índice de Competitividade Turística do Brasil — 2007 e 2008



Quadro 2 — Países TOP 10 no ranking geral e entre os países latino-americanos — 2007 e 2008

a) TOP 10 — Ranking geral

Posição no Rank	País - WEF 2007	País - WEF 2008
1	Suíça	Suíça
2	Aústria	Aústria
3	Alemanha	Alemanha
4	Islândia	Austrália
5	Estados Unidos	Espanha
6	Hong Kong	Reino Unido
7	Canadá	Estados Unidos
8	Cingapura	Suécia
9	Luxemburgo	Canadá
10	Reino Unido	França

b) TOP 10 — Ranking AMÉRICA LATINA

TOP 10 AL - 2007	Posição Rank 2007	TOP 10 AL - 2008	Posição Rank 2008
Barbados	29	Barbados	29
Costa Rica	41	Costa Rica	44
Chile	45	Porto Rico	46
México	49	Brasil	49
República Dominicana	50	Panamá	50
Panamá	55	Chile	51
Uruguai	56	México	55
Brasil	59	Argentina	58
Argentina	64	Uruguai	61
Guatemala	69	República Dominicana	63

Fontes: WEF 2007, p.10; WEF 2008, p.1.

Quadro 3 — Vantagens e desvantagens comparativas do Brasil em Competitividade Turística

Sub-índice	Pilar/Dimensão WEF Anos 2007 / 2008	VARIÁVEL - Tipo de Dado (HD ou SD)			
		VANTAGENS COMPETITIVAS**	Tipo*	DES/VANTAGENS COMPETITIVAS**	Tipo*
A: Sistema de Regulamentação	A.1: Regulamentação (Políticas e Leis)	2007 e 2008 1.05-Openness of bilateral Air Service Agreements	HD	2007 1.03-Rules governing foreign direct investment 2007 e 2008 1.01-Foreign ownership restrictions 1.02-Property rights 1.04-Visa requirements 2008 1.03 Business impact of rules on FDI 1.06 Transparency of government policymaking 1.07 Time required to start a business 1.08 Cost to start a business	SD SD SD SD SD SD SD
	A.2: Regulamentação ambiental (2007) Sustentabilidade ambiental (2008)	2007 2.01-Stringency of environmental regulation 2.02-Clarity and stability of environmental regulations 2008 2.04-Carbon dioxide emissions 2.07-Environmental treaty ratification	SD SD HD HD	2007 e 2008 2.03-Government prioritization of sustainable T&T 2008 2.03-Sustainability of T&T industry development 2.04-Carbon dioxide emissions 2.05-Particulate matter concentration 2.06-Threatened species	SD SD SD SD SD
	A.3: Segurança e Segurança	2007 e 2008 3.01-Business costs of terrorism	SD	2007 e 2008 3.02-Reliability of police services 3.03-Business costs of crime and violence 2008 3.04-Road traffic accidents	SD SD SD HD
	A.4: Saúde e Higiene	2007 e 2008	SD	2007 4.01-Gov't efforts to reduce health risks from pandemics 2007 e 2008 4.02-Physician density 4.03-Access to improved sanitation 4.04-Access to improved drinking water 2008 4.04-Hospital beds	SD HD HD HD HD
	A.5: Priorização do turismo pelo governo	2007 e 2008 5.04-T&T fair attendance	HD	2007 e 2008 5.01-Government prioritization of the T&T industry 5.02-T&T government expenditure 5.03-Effectiveness of marketing and branding	SD HD SD
B: Ambiente de negócios e infra-estrutura	B.6: Infra-estrutura de transporte aéreo	2007 6.04-Airport density 6.03-Departures per 1,000 population 2007 e 2008 6.02-Available seat kilometers 6.05-Number of operating airlines	HD HD HD HD	2007 e 2008 6.01-Quality of air transport infrastructure 6.06-International air transport network 2008 6.04-Airport density 6.03-Departures per 1,000 population	SD SD HD HD
	B.7: Infra-estrutura de transporte terrestre	2007 7.04-Domestic transport network 2008	SD	2007 e 2008 7.01-Road infrastructure 7.02-Railroad infrastructure 7.03-Port infrastructure 7.05-Road density	SD SD SD HD
	B.8: Infra-estrutura turística ¹	2007 e 2008 8.02-Presence of major car rental companies	HD	2007 e 2008 8.03-ATMs accepting Visa cards	HD
	B.9: Infra-estrutura de TIC	2007 e 2008 9.01-Extent of business Internet use	SD	2007 e 2008 9.02-Internet users 9.03-Telephone lines 2008 9.04-Broadband Internet subscribers 9.05-Mobile telephone subscribers	HD HD HD HD
	B.10: Competitividade em preços da indústria de turismo e viagens	2007 10.04-Fuel price level 2008 Hotel price index*	HD HD	2007 e 2008 10.01-Ticket taxes and airport charges 10.02-Purchasing power parity 10.03-Extent and effect of taxation 2008 10.04-Fuel price level	HD HD SD HD
C: Recursos humanos, culturais e naturais	C.11: Recursos Humanos ²	2007 e 2008 11.02-Secondary education enrollment 11.04 Local availability of research and training services 11.05-Extent of staff training	HD SD SD	2007 11.09-Malaria incidence 11.10-Tuberculosis incidence 2007 e 2008 11.03-Quality of the educational system 11.06-Hiring and firing practices 11.07-Ease of hiring foreign labor 11.08-HIV prevalence 11.11-Life expectancy 2008 11.09 Business impact of HIV/AIDS	HD HD SD SD SD SD SD SD
	C.12: Percepção do turismo no país (2007) Afinidade com Viagens e Turismo (2008)	2007 12.02-Attitude toward tourists 2007 e 2008 12.03-Recommendation to extend business trips	SD SD	2007 e 2008 12.01-Tourism openness 2008 12.02-Attitude of population toward foreign visitors	HD SD
	C.13: Recursos naturais e culturais (2007)	2007 13.01-Number of World Heritage sites 13.04-Business concern for ecosystems	HD SD	2007 13.02-Carbon dioxide damage 13.03-Nationally protected areas 13.05-Risk of malaria and yellow fever	HD HD HD
	C.13: Recursos naturais (2008)	2008 13.01-Number of World Heritage natural sites 13.02-Nationally protected areas 13.04-Total known species	HD HD HD	2008 13.03-Quality of the natural environment	SD
	C.14: Recursos culturais (2008)	2008 14.01-Number of World Heritage cultural sites 14.03-Number of international fairs and exhibitions	HD HD	2008 14.02-Sports stadiums	HD

Legenda: *Nas colunas 'Tipo': SD - Survey Data, HD - Hard Data
**Nas colunas 'Vantagens Competitivas' e 'Desvantagens Competitivas':
- 2007: Variáveis que só são classificadas nesta coluna no estudo de 2007, porém não de 2008.
- 2007 e 2008: Variáveis que são classificadas nesta coluna em ambos os estudos, de 2007 e 2008.
- 2008: Variáveis que só são classificadas nesta coluna no estudo de 2008, porém não de 2007.
1) A variável 8.01 - Hotel Rooms não foi avaliada para o Brasil pois o país não possui esta estatística oficial
2) A variável 11.01 - Primary education enrollment (HD) não foi avaliada para o Brasil.

Fontes: WEF 2007, p. 153; WEF, 2008, p. 135.