

Investimentos públicos, competitividade e desenvolvimento: um estudo em destinos turísticos brasileiros

Daniel Pires Vieira¹

Valmir Emil Hoffmann¹

Anete Alberton²

¹ Universidade de Brasília / Programa de Pós-Graduação em Administração, Brasília / DF — Brasil

² Universidade do Vale do Itajaí / Programa de Pós-Graduação em Administração, Itajaí / SC — Brasil

Este artigo analisa a eficiência do financiamento público federal para a competitividade de destinos turísticos e a relação desta última com o desenvolvimento local. Modelos de competitividade de destinos turísticos fornecem o arcabouço teórico. A pesquisa é exploratória e descritiva. Foram mapeados os investimentos do Ministério do Turismo em 65 destinos brasileiros. A competitividade dos destinos foi medida com informações do Modelo Brasileiro de Competitividade. Os dados foram analisados com análise envoltória de dados (DEA) e análise de regressão múltipla. Os resultados do estudo demonstram que o aumento da competitividade não depende do montante do financiamento, mas da sua aplicação estratégica de acordo com o estágio de desenvolvimento do destino. Além disso, as dimensões de competitividade: *marketing*, monitoramento e cooperação se mostraram como as principais impulsionadoras do desenvolvimento.

Palavras-chave: gestão de destinos; competitividade; turismo; eficiência.

Inversiones públicas, competitividad y desarrollo: un estudio en destinaciones turísticas brasileñas

Este artículo analiza la eficiencia del financiamiento público federal para la competitividad de destinos turísticos y la relación de la competitividad y el desarrollo local. Los modelos de competitividad de destinos turísticos proporcionan el marco teórico. La investigación es exploratoria y descriptiva. Se identificaron las inversiones del Ministerio de Turismo en 65 destinos brasileños. La competitividad de los destinos fue medida con informaciones del Modelo Brasileño de Competitividad. Los datos fueron analizados con análisis envoltante de datos (DEA) y el análisis de regresión múltiple. Los resultados del estudio demuestran que el aumento de la competitividad no depende del monto de la financiación, sino de su aplicación estratégica de acuerdo con la etapa de desarrollo del destino. Además, las dimensiones de competitividad *marketing*, monitoreo y cooperación se mostraron como las principales impulsoras del desarrollo.

Palabras clave: gestión de destinos; competitividad; turismo; eficiencia.

Public investment, competitiveness and development: a study into Brazilian tourism destinations

This paper analyzes the efficiency of federal government funding for destination competitiveness and the relationship among destination competitiveness enhancement and local development. Destination competitiveness models provide the theoretical background. The research is exploratory and descriptive. We mapped the investments from Brazilian Ministry of Tourism in 65 destinations. Destination Competitiveness was measured with information from the Brazilian Competitiveness Model. We have used Data Envelopment Analysis (DEA) and multiple regression analysis. Study findings demonstrate that competitiveness enhancement does not depend on the amount of funding, but on its strategic application according to destination development stage. Besides, competitiveness dimensions Marketing, Monitoring, and Cooperation are the major drivers for local development.

Keywords: destination management; competitiveness; tourism; efficiency.

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7612174959>

Artigo recebido em 26 jan. 2017 e aceito em 3 ago. 2018.

[Versão traduzida]

Os autores agradecem o apoio institucional do CNPq (Projeto 307976/2013-0).



1. INTRODUÇÃO

O turismo é reconhecido como uma atividade econômica com potenciais efeitos positivos para a diversificação econômica, além de se tratar de uma importante ferramenta para a geração de emprego e renda com impacto para o alívio da pobreza (Lage e Milone, 2001; Heath, 2003; González e Ruiz, 2006; Sinclair e Stabler, 2009). Esses potenciais benefícios, no entanto, são alcançados a partir do desempenho dos destinos no mercado, o que torna a competitividade de destinos turísticos um tema não só de interesse acadêmico, mas também governamental. Observa-se que a competitividade do destino não é um fim em si, mas um objetivo intermediário para o desenvolvimento econômico e o bem-estar social nos destinos turísticos (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003; Rivero e Caldera, 2004).

A crescente atenção da academia sobre o tema pode ser verificada a partir da vasta quantidade de artigos publicados (Castrillón et al., 2011). A competitividade dos destinos está conectada a diferentes fatores, entre eles a cooperação entre organizações (Dwyer e Kim, 2003). Trimarchi (2004) descreve a cooperação estabelecida entre o governo local e empresas turísticas para o desenvolvimento do turismo cultural em Siena (Itália). André (2004) identifica a relevância do planejamento estratégico com a participação de organizações públicas e privadas para o melhor posicionamento de mercado dos destinos. Aspectos similares são descritos para o crescimento do turismo em Barcelona, onde organizações públicas e privadas criaram um consórcio (Bonet, 2004). A importância da competitividade turística pode também ser observada a partir do crescimento do número de DMOs (Organizações Gestoras de Destinos — sigla em inglês) criadas. Além da identificação de nichos e do posicionamento de mercado (Pike e Page, 2014), o objetivo da DMO é criar uma atmosfera onde os visitantes possam experimentar a variedade de atividades, enquanto estão conscientes do bem-estar social e econômico dos moradores (Bornhorst, Ritchie e Sheehan, 2010).

A importância da competitividade de destinos turísticos no Brasil é evidenciada por dois aspectos. O primeiro é o desenvolvimento de um modelo dedicado à avaliação da competitividade de 65 destinos indutores. O Modelo de Competitividade Brasileiro (BCM), desenvolvido pelo Ministério do Turismo (MTur) juntamente com a Fundação Getúlio Vargas e o Serviço Brasileiro de apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae), avalia a competitividade de 65 destinos indutores do turismo brasileiro. Segundo, o MTur, diferentemente de outras DMOs, tem um foco de atuação amplo e seus investimentos incluem, entre outros, a implantação de infraestrutura geral e turística, a qualificação da mão de obra, bem como a promoção e o *marketing* turístico.

Essas características presentes no Brasil representam uma oportunidade para abordar questões pertinentes à competitividade de destinos. Considerando que os governos buscam o incremento da competitividade turística, cumpre questionar se os investimentos públicos realizados são efetivos para a melhoria da competitividade dos destinos. O Modelo de Competitividade Brasileiro avalia a competitividade a partir de 13 dimensões, sendo empregado como instrumento para avaliação das políticas públicas de turismo (Barbosa, Oliveira e Rezende, 2010). Identificar quais dimensões da competitividade são centrais para o desenvolvimento local é necessário para se estabelecerem estratégias apropriadas para um desenvolvimento sustentável do turismo (González e Ruiz, 2006; Barbosa, Oliveira e Rezende, 2010). Analisar a influência dos investimentos públicos na competitividade do destino permite identificar como a competitividade pode ser melhorada. Não obstante, sob as lentes acadêmicas, também pode ser útil entender como o aumento da competitividade afeta

o desenvolvimento socioeconômico local. Adicionalmente, a avaliação de políticas públicas é um campo de pesquisa em desenvolvimento no Brasil (Trevisan e Van Bellen, 2008; Ramos e Schabbach, 2012; Crumpton et al., 2016).

O presente estudo busca contribuir com esses debates. Nesse sentido, são propostos dois objetivos: (i) analisar a eficiência dos gastos do governo federal para o desenvolvimento da competitividade dos destinos; (ii) analisar os efeitos do aumento da competitividade no desenvolvimento econômico e social nos destinos. Para cumprir os objetivos propostos, o trabalho encontra-se dividido da seguinte forma. A segunda seção apresenta o referencial teórico que orientará as análises. A terceira seção descreve o método de pesquisa. A quarta seção apresenta os resultados das análises. Por fim, a quinta seção apresenta as conclusões e as contribuições do trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Ao longo do tempo, o conceito de vantagem competitiva evoluiu para uma perspectiva sistêmica. Inicialmente, a análise da competitividade focava o desempenho das empresas como uma consequência das características da indústria, conforme descrito por Porter (1986) e outros autores do paradigma da estrutura-conduta-desempenho. Posteriormente, a competitividade passou a ser analisada como um resultado de atributos, características e recursos específicos da empresa, argumento da Visão Baseada em Recursos (VBR) (Barney, 1991). A partir dessas primeiras abordagens, o conceito de competitividade evoluiu para uma análise mais abrangente, incluindo características do entorno social das empresas, e passou a abranger não somente as organizações diretamente envolvidas com o processo produtivo, mas também os relacionamentos que possibilitam impulsionar sinergias e promover a competitividade e o desenvolvimento tanto para as empresas como para a região (Esser et al., 1996).

Modelos de competitividade de destinos turísticos seguem essa perspectiva sistêmica. Destinos turísticos são regiões geográficas que oferecem uma série de produtos e serviços turísticos integrados que são comercializados e consumidos pelos turistas sob a marca comum do destino (Buhalis, 2000; Hassan, 2000; Pavlovich, 2003; Michael, 2007). A atividade turística é composta por uma série de serviços heterogêneos e complementares (Denicolai, Cioccarelli e Zucchella, 2010; Ritchie e Crouch, 2010; Czernek e Czaron, 2016). Essas características impossibilitam a análise da competitividade turística com base apenas na perspectiva de uma única atividade econômica. Adicionalmente, o desenvolvimento bem-sucedido de um destino turístico precisa englobar os atores sociais que sofrem os impactos diretos e indiretos do desenvolvimento do turismo e devem se beneficiar da atividade (Crouch e Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Dwyer e Kim, 2003; Heath, 2003). A análise da competitividade de destinos turísticos demanda uma perspectiva abrangente que leve em consideração os diferentes fatores que direta ou indiretamente influenciam o desempenho dos destinos.

Em que pese a extensa literatura sobre o tema, não há uma definição consensual sobre a competitividade de destinos turísticos (Crouch e Ritchie, 1999; Barbosa, Oliveira e Rezende, 2010). Cvelbar e colaboradores (2016) imputam a falta de uma definição à associação complexa do tema com aspectos econômicos e sociais. Alguns autores descrevem a competitividade de destinos turísticos como a habilidade de o destino criar novos produtos e serviços que adicionem valor aos seus recursos, mantendo sua posição de mercado em face da concorrência (Hassan, 2000). Outros pesquisadores definem competitividade como a atratividade do destino ou a capacidade do destino em proporcionar experiências únicas aos seus visitantes (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003). Para Ritchie e

Crouch (2010), a competitividade de um destino se relaciona com sua capacidade de empregar efetivamente recursos inatos para a geração de crescimento e desenvolvimento para o setor turístico. Em uma perspectiva mais recente, Cvelbar e colaboradores (2016) estabeleceram a competitividade de destinos como a contribuição total do turismo para o PIB por emprego gerado. De forma similar, Nuñez (2010) avaliou a competitividade de municípios brasileiros com base em indicadores como salário médio e nível de emprego.

Apesar da falta de uma definição amplamente aceita, aparentemente existe convergência na perspectiva de que o objetivo final da competitividade do destino turístico é proporcionar melhores condições de vida para a população local (Crouch e Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Dwyer e Kim, 2003; Heath, 2003; Rivero e Caldera, 2004; Ritchie e Crouch, 2010). Embora alguns pesquisadores entendam que a competitividade no destino é um objetivo intermediário em relação ao desenvolvimento socioeconômico, Cvelbar e colaboradores (2016) destacam que pouca ou nenhuma evidência empírica sobre a relação entre competitividade e desenvolvimento foi apresentada.

Devido à falta de uma definição consensual, o estudo da competitividade em destinos turísticos pode ser caracterizado pela aplicação de diversas abordagens teóricas e metodológicas sobre o construto competitividade e sobre a forma como ele é mensurado. Embora o conceito de competitividade seja relativo e multidimensional (Crouch e Ritchie, 1999; Rivero e Caldera, 2004), pode-se notar a ocorrência de estudos com enfoque parcial e que lidam somente com alguns aspectos que influenciam a competitividade (Taberner, 2007; Barbosa, Oliveira e Rezende, 2010; Miki, Gândara e Muñoz, 2012).

Alguns modelos abrangentes foram desenvolvidos ao longo dos últimos anos. Entre os primeiros modelos e eventualmente as contribuições mais influentes para o estudo da competitividade de destinos turísticos estão os modelos de Calgary, proposto por Crouch e Ritchie (1999), e o modelo integrativo, proposto por Dwyer e Kim (2003). O modelo de Calgary é baseado em uma perspectiva sistêmica e associa o conceito de competitividade de destinos turísticos à sua habilidade em contribuir para a economia local e para a melhoria da qualidade de vida da população local. O modelo desenvolvido por Dwyer e Kim (2003) é composto por diversas das dimensões e variáveis inicialmente identificadas no modelo de Calgary. O modelo integrativo (Dwyer e Kim, 2003) estabelece de forma mais clara as relações entre as dimensões e identifica potenciais indicadores que possibilitam a efetiva avaliação da competitividade e a comparação entre destinos.

Heath (2003) apresentou contribuição similar aos modelos anteriores. O autor concebe a competitividade de destinos turísticos como uma casa, em que as fundações são os atrativos-chave (inatos ou criados) e a estrutura é composta por aspectos que possibilitam sua adequada exploração de forma a gerar uma experiência apropriada aos visitantes, além do desenvolvimento para a população local (Heath, 2003). Embora o estudo de Heath (2003) contribua para a organização e identificação das diferentes dimensões que influenciam a competitividade, seu modelo não estabelece indicadores ou variáveis que possibilitem a mensuração da competitividade ou a comparação entre destinos. Uma limitação comum a esses primeiros modelos é a falta de indicadores que permitam sua aplicação empírica.

Gooroochurn e Sugiyarto (2004) propuseram o monitor de competitividade que avalia a competitividade turística de mais de 200 países utilizando dados de organismos internacionais. De forma similar, o Fórum Econômico Mundial — (WEF) (sigla em inglês) — avalia a competitividade turística de diferentes países a partir do *Travel and tourism competitiveness report* (WEF, 2015). Esses modelos fornecem uma série de indicadores que permitem a avaliação da competitividade e a comparação entre

diferentes países, superando uma das limitações dos modelos de Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003). Não obstante, dependendo das características do destino, alguns indicadores podem ser mais relevantes do que outros. Não há um conjunto único de indicadores de competitividade que seja apropriado a todos os tipos de destinos (Dwyer e Kim, 2003; Rivero e Caldera, 2004), de forma que a aplicação prática desses modelos segue, até hoje, aberta a críticas. Adicionalmente, ressalta-se que o turismo é uma atividade econômica territorialmente localizada (Buhalis, 2000; Pavlovich, 2003; Michael, 2007), de forma que o uso de países como unidade de análise dificulta a compreensão de diferentes realidades internas. Outras diferenças dos modelos iniciais são um maior foco sobre a geração de negócios e a ausência de um reconhecimento explícito da população local como beneficiária final da economia do turismo.

Seguindo o exemplo desses últimos modelos e buscando orientar as políticas públicas para o desenvolvimento do turismo, o MTur realiza, desde 2008, uma pesquisa para mensurar a competitividade de 65 destinos indutores do turismo nacional. Para estabelecer as dimensões de competitividade a serem avaliadas, o estudo define competitividade como: “a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas à economia do turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva” (Ministério do Turismo, Sebrae, Fundação Getulio Vargas, 2008:32). Para operacionalizar o conceito proposto, o modelo de competitividade brasileiro afere a competitividade a partir de cinco macrodimensões, subdivididas em 13 dimensões que avaliam a competitividade dos destinos com dados primários e secundários (Barbosa, Oliveira e Rezende, 2010).

De acordo com Crouch (2011), os modelos de competitividade de destinos turísticos alcançaram um grau de maturidade em que todas as características relevantes para a avaliação da competitividade foram identificadas; contudo, é importante identificar quais desses atributos são efetivamente decisivos para a competitividade (Crouch, 2011). Visando contribuir com esse debate, Cvelbar e colaboradores (2016), a partir da análise de diversas bases de dados, propuseram a análise da competitividade turística a partir de seis fatores de competitividade: (i) Ambiente de Negócios; (ii) Macroambiente; (iii) Infraestrutura Geral; (iv) Recursos Inatos; (v) Infraestrutura Turística; e (vi) Gestão do Destino. Os resultados encontrados indicam que os fatores determinantes para a competitividade variam de acordo com o estágio de desenvolvimento econômico do país analisado.

Os diferentes modelos de competitividade ressaltam o papel dos recursos internos dos destinos para o aprimoramento da competitividade. Esses recursos são habitualmente divididos em três grupos: (i) recursos inatos; (ii) recursos criados; e (iii) recursos de suporte. Recursos inatos são ativos naturais, culturais ou históricos que constituem aspectos centrais da atratividade dos destinos e para motivação da viagem (Crouch e Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Dwyer e Kim, 2003; Cvelbar et al., 2016). Recursos criados são ativos complementares que compõem a experiência proporcionada aos visitantes, incluindo os serviços turísticos e a infraestrutura turística (Dwyer e Kim, 2003; Cvelbar et al., 2016). Recursos de suporte são ativos criados que não compõem diretamente o conjunto de atrativos ou de serviços turísticos, mas que possibilitam a exploração de outros recursos. Entre os recursos de suporte podem-se citar os transportes e a infraestrutura geral do destino (Crouch e Ritchie, 1999; Ritchie e Crouch, 2010).

Principalmente nos primeiros modelos concebidos, recursos naturais e culturais, embora reconhecidos como relevantes bases para a atratividade do destino, não são capazes de diretamente influenciar a competitividade de um destino, uma vez que dependem dos demais recursos para incrementar ou reduzir seu potencial. Recursos inatos são geralmente associados a vantagens comparativas e

devem ser adequadamente empregados e explorados para alcançar a competitividade do destino e o desenvolvimento local (Crouch e Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Cracolici e Nijkamp, 2008; Wilde e Cox, 2008), o que ressalta o papel desempenhado pela infraestrutura turística, pelos recursos criados e pela gestão do destino.

A gestão do destino está diretamente relacionada com a capacidade de empregar e explorar os recursos do destino. De forma específica, a gestão do destino inclui aquelas atividades voltadas para aprimorar a atratividade do destino e para fortalecer a qualidade e a efetividade dos recursos criados e de suporte (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003; Ritchie e Crouch, 2010). Entre outras atividades, a gestão do destino inclui a promoção e o *marketing*, a coleta e a análise de informações, o monitoramento e a avaliação, além do planejamento do destino (Dwyer e Kim, 2003). De forma complementar, Ritchie e Crouch (2010) destacam a importância da capacitação dos recursos humanos envolvidos nos serviços turísticos de forma a proporcionar serviços de qualidade e atender às necessidades das indústrias turísticas e de hospitalidade. Os resultados encontrados por Cvelbar e colaboradores (2016) indicam que a gestão do destino é um aspecto relevante para a competitividade turística tanto dos países desenvolvidos quanto daqueles em desenvolvimento.

O turismo é uma atividade econômica caracterizada pela aglomeração de empresas de pequeno e médio porte que fornecem serviços complementares (Buhalis, 2000; Pavlovich, 2003; Michael, 2007; Mazaro e Varzin, 2008). Vários estudos destacam a necessidade de integração produtiva e de cooperação interorganizacional para geração de melhores produtos e serviços e, como consequência, para alcançar melhores resultados tanto para as empresas como para os destinos (Hassan, 2000; Dwyer e Kim, 2003; Pavlovich, 2003; Ritchie e Crouch, 2010; Denicolai, Cioccarelli e Zucchella, 2010; Maggioni, Maroz e Mauri, 2014; Czernek e Czaron, 2016). Ambos os aspectos — integração produtiva e cooperação — são relacionados com a gestão do destino e influenciam sua competitividade.

Um destino não alcança o sucesso somente devido a aspectos diretamente relacionados com as atividades turísticas (Enright e Newton, 2004). Diversas características ambientais, em sua maioria fora do controle das empresas ou das organizações envolvidas na cadeia produtiva do turismo, influenciam a competitividade de um destino. A demanda e as condições situacionais podem ser caracterizadas como forças fora do controle de destinos que podem restringir as opções estratégicas e, em última análise, podem melhorar ou reduzir a competitividade do destino (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003). Por outro lado, as condições microambientais são compostas por organizações, influências e forças que se encontram na arena imediata de atuação do destino e incluem o setor de turismo, seus fornecedores, órgãos públicos, *stakeholders* locais e outros mercados turísticos concorrentes (Crouch e Ritchie, 1999).

A gama de questões e temas relacionados (ao menos parcialmente) com as organizações governamentais é considerável e inclui, entre outros: planejamento e coordenação das atividades entre as diferentes organizações e gestão do destino (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003); proteção e gestão ambiental (Hassan, 2000; Dwyer e Kim, 2003; Mazaro e Varzin, 2008); infraestrutura geral e turística (Gooroochurn e Sugiyarto, 2004; Rivero e Caldera, 2004); promoção e *marketing* do destino (Crouch e Ritchie, 1999; Buhalis, 2000; Dwyer e Kim, 2003); e capacitação profissional (Dwyer e Kim, 2003). Todos esses temas são inicialmente compreendidos como condições necessárias para a competitividade dos destinos e, em última instância, para o desenvolvimento do destino. Considerando que a competitividade é um objetivo intermediário para o desenvolvimento local (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003; Rivero e Caldera, 2004), de uma perspectiva das políticas públicas de turismo,

a competitividade pode ser considerada um indicador de resultado, uma vez que sinaliza em que medida as intervenções governamentais alcançam seu objetivo (Trevisan e Van Bellen, 2008; Ramos e Schabbach, 2012). Em se tratando de resultado, o impacto da competitividade deve ser mensurado a partir de sua influência sobre indicadores de desenvolvimento local, ao que se propõe este estudo.

3. MÉTODO

A presente pesquisa é caracterizada como exploratória e descritiva com a aplicação de técnicas de análise quantitativas. Foram coletados dados de 65 destinos turísticos selecionados pelo MTur (quadro 1). Esses destinos estão distribuídos por todo o território nacional e desde 2008 são objeto de estudo do MTur para avaliar e monitorar o desenvolvimento de sua competitividade a partir da aplicação do modelo de competitividade brasileiro (Ministério do Turismo, Sebrae, Fundação Getulio Vargas, 2008; 2010).

QUADRO 1 LISTA DE DESTINOS TURÍSTICOS

Município (UF)	Município (UF)	Município (UF)	Município (UF)	Município (UF)
Alto Paraíso (GO)	Brasília (DF)	Gramado (RS)	Natal (RN)	Recife (PE)
Angra dos Reis (RJ)	Cáceres (MT)	Ilhabela (SP)	Nova Olinda (CE)	Rio Branco (AC)
Aracaju (SE)	Caldas Novas (GO)	Ipojuca (PE)	Ouro Preto (MG)	Rio de Janeiro (RJ)
Aracati (CE)	Campo Grande (MS)	Bonito (MS)	Palmas (TO)	Salvador (BA)
Búzios (RJ)	Corumbá (MS)	João Pessoa (PB)	Paranaguá (PR)	Santarém (PA)
Balneário Camboriú (SC)	Cuiabá (MT)	Lençóis (BA)	Paraty (RJ)	São Joaquim (SC)
Barcelos (AM)	Curitiba (PR)	Macapá (AP)	Parintins (AM)	São Luís (MA)
Barreirinhas (MA)	Diamantina (MG)	Maceió (AL)	Parnaíba (PI)	São Paulo (SP)
F. de Noronha (PE)	Belém (PA)	Manaus (AM)	Petrópolis (RJ)	Boa Vista (RR)
Belo Horizonte (MG)	Florianópolis (SC)	Maragogi (AL)	Pirenópolis (GO)	Teresina (PI)
Bento Gonçalves (RS)	Fortaleza (CE)	Maraú (BA)	Porto Alegre (RS)	Tibau do Sul (RN)
S. Raimundo Nonato (PI)	Foz do Iguaçu (PR)	Mata de S. João (BA)	Porto Seguro (BA)	Tiradentes (MG)
Jijoca de Jericoacoara (CE)	Goiânia (GO)	Mateiros (TO)	Porto Velho (RO)	Vitória (ES)

Fonte: Modelo de competitividade brasileiro (Ministério do Turismo, Sebrae, Fundação Getulio Vargas, 2008:34).

As análises empregaram dados secundários coletados a partir de fontes governamentais. Para cada destino foram coletadas informações sobre: investimento público, competitividade e desenvolvimento local. Dados sobre investimentos foram coletados a partir do Portal Transparência do Governo Federal (www.portaltransparencia.gov.br). Para a finalidade do presente estudo foram considerados somente os investimentos do Ministério do Turismo aplicados diretamente nos 65 destinos analisados. Considerando o tempo necessário para realização dos investimentos e para que gerem o efeito

almejado, foram levados em conta os investimentos realizados entre 2007 e 2009. Os investimentos foram classificados em cinco categorias: (i) infraestrutura e serviços básicos (Infra); (ii) treinamento e qualificação (T&Q); (iii) *marketing* e publicidade (M&P); (iv) gestão do destino (GD); e (v) roteiros e segmentos (R&S). O quadro 2 apresenta exemplos de intervenção agrupados nas cinco categorias. Não foi possível encontrar dados sobre investimentos privados ou sobre investimentos realizados pelos governos estaduais ou municipais; ausência considerada uma limitação do presente estudo.

QUADRO 2 CLASSIFICAÇÃO DOS INVESTIMENTOS

Classificação	Exemplos de Intervenção
Infraestrutura e serviços básicos (Infra)	Abastecimento de água, saneamento, energia elétrica, transporte e urbanização.
Treinamento e qualificação (T&Q)	Capacitação e formação profissional para líderes empresariais e profissionais que atuam no setor de turismo.
<i>Marketing</i> e promoção (M&P)	<i>Marketing</i> , publicidade e outras atividades para a promoção comercial de destinos turísticos.
Gestão do destino (GD)	Planejamento, pesquisas e outras ações destinadas a fortalecer a capacidade institucional para o gerenciamento de destinos turísticos.
Roteiros e segmentos (R&S)	Investimentos para o desenvolvimento de novos roteiros turísticos e diversificação dos segmentos.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Dados sobre a competitividade dos destinos foram coletados a partir dos resultados do modelo brasileiro desenvolvido pelo MTur, Sebrae e Fundação Getúlio Vargas. O modelo brasileiro fornece um índice de competitividade subdividido em 13 dimensões, todas mensuradas em uma escala de 0 a 100 pontos. De acordo com a pontuação obtida, o estudo qualifica os destinos em cinco classificações: deficiência competitiva (0 a 20 pontos); inadequado (21 a 40 pontos); satisfatório (41 a 60 pontos); adequado (61 a 80 pontos); e superior (81 a 100 pontos) (Ministério do Turismo, Sebrae, Fundação Getúlio Vargas, 2008; 2010). Foram considerados os dados das dimensões de competitividade. As análises utilizaram a variação percentual da competitividade entre os anos de 2008 e 2010 como informação sobre o desenvolvimento da competitividade.

A variável número de empregos em meios de hospedagem foi utilizada para avaliar o desenvolvimento socioeconômico local. O turismo envolve diversas atividades econômicas, contudo os meios de hospedagem são a atividade econômica mais diretamente associada à economia do turismo (IBGE, 2008). De uma perspectiva de intervenção pública, o desenvolvimento do turismo se justifica pelos seus potenciais benefícios gerados para a população local. Entre esses benefícios destaca-se a geração de empregos. Dwyer e Kim (2003) consideram tanto o número total de empregos quanto a sua taxa de crescimento indicadores da contribuição do turismo para a economia local. Observa-se o uso do emprego como variável dependente em outros estudos empíricos (Cvelbar et al., 2016; Nuñez, 2010).

Dados sobre os empregos em meios de hospedagem foram coletados a partir da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) do Ministério do Trabalho e Emprego. Para fins das análises foi considerada a variação percentual dos empregos, tendo 2008 como ano base e 2010 como ano final de avaliação.

As análises foram divididas em duas partes. Na primeira é analisada a relação entre os investimentos do MTur para o aprimoramento da competitividade dos destinos e para tanto foi empregada a análise envoltória de dados (DEA) (Data Envelopment Analysis). DEA é uma técnica de análise não paramétrica que considera múltiplos insumos e produtos para a identificação da eficiência relativa das unidades analisadas (Barros, 2005; Medina, Gómez e Marrero, 2012). Importante destacar que os investimentos realizados pelo MTur são descentralizados, de forma que os destinos demandam os recursos a serem alocados. Dessa forma, para fins da análise DEA, cada destino foi considerado uma unidade tomadora de decisão. Os investimentos aportados pelo Ministério do Turismo nas diferentes classificações foram considerados insumos (*inputs*) e o desenvolvimento da competitividade (medido a partir da variação dos valores de cada dimensão), resultados (*outputs*). Tendo em conta que os investimentos não estão totalmente sob controle das unidades tomadoras de decisão, optou-se por uma análise com orientação a insumo. Adicionalmente, considerando que os destinos analisados variam em relação aos seus portes e níveis iniciais de competitividade, optou-se por uma análise com retornos variáveis de escala (BCC). A análise DEA foi implementada com o *software* Sistema Integrado de Apoio à Decisão (Siad) (Ângulo Meza et al., 2003).

A segunda parte analisa a influência da competitividade sobre o desenvolvimento local. Análise de regressão múltipla foi empregada como técnica de análise. Seguindo os argumentos de que os indicadores de competitividade podem variar de acordo com os segmentos de destino (Dwyer e Kim, 2003; Rivero e Caldera, 2004), os efeitos da competitividade foram controlados pelas características de demanda e pelos principais atrativos dos destinos. Nesse sentido, foram criadas variáveis *dummy* para classificar os 65 destinos como destinos de negócios, destinos de sol e praia, destinos naturais e culturais. A análise de regressão múltipla foi realizada com o *software* *Statistical package for the social sciences* (SPSS). As seções a seguir apresentam os resultados obtidos.

4. PADRÕES EFICIENTES DE INVESTIMENTOS PÚBLICOS PARA MELHORIA DA COMPETITIVIDADE

Um aspecto central da avaliação de políticas públicas é a eficiência do gasto público (Trevisan e Van Bellen, 2008; Ramos e Schabbach, 2012; Crumpton et al., 2016). A análise DEA buscou identificar quais destinos foram eficientes na aplicação dos recursos do Ministério do Turismo (insumos) para melhoria da competitividade (resultados). Os resultados identificaram 13 destinos eficientes. Pode-se observar que os destinos identificados como eficientes receberam, em média, US\$ 2.657.475,00¹ de investimentos, montante 45,15% inferior à média dos 65 destinos analisados (USD 4.845.666,00). O índice de competitividade dos destinos eficientes sofreu um aumento médio de 11,4 pontos. Considerando o montante investido nos destinos eficientes, pode-se observar que cerca de US\$ 500 mil foi aplicado para cada ponto extra obtido. Os resultados da análise DEA possibilitaram identificar o padrão de investimentos federais nos destinos eficientes.

¹ Taxa de Câmbio USD 1 = R\$ 2,04. Data de Referência: 31 de dezembro de 2013. Fonte: Banco Central.

Considerando os destinos eficientes e a classificação proposta pelo modelo do MTur, Sebrae e Fundação Getulio Vargas (2008), apenas dois destinos (Ipojuca e Cuiabá) evoluíram para uma categoria superior. A maioria dos destinos eficientes estava classificada em uma categoria intermediária (satisfatório). Somente capitais de estados estavam incluídas na classificação intermediário superior (adequado). Apenas o destino de Ipojuca estava inicialmente classificado como inadequado e, durante o período analisado, passou para a categoria satisfatório, conforme tabela 1.

TABELA 1 ESCALA DE INVESTIMENTOS E EVOLUÇÃO DA COMPETITIVIDADE

Destino	Eficiência Técnica	% Investido					Classificação Competitividade ¹	
		Infra	T&Q	M&P	GD	R&S	2008	2010
Angra dos Reis	0,949	72,22	27,78	0	0	0	S	S
Bonito	0,916	100	0	0	0	0	S	S
Caldas Novas	0,566	90,11	0	9,89	0	0	S	S
Cuiabá*	0,716	37,99	0	61,08	0,93	0	S	A
Curitiba*	0,773	20,35	37,88	32,12	8,45	1,19	A	A
Florianópolis*	0,768	27,82	8,05	58,28	2,57	3,28	A	A
Ipojuca	0,892	100	0	0	0	0	I	S
Macapá*	0,587	45,33	0	5,39	49,28	0	S	S
Palmas*	0,849	65,99	17,44	16,57	0	0	S	S
Paranaguá	0,873	93,55	0	6,45	0	0	S	S
Porto Alegre*	0,907	54,90	9,71	30,75	4,64	0	A	A
Rio Branco*	0,822	97,58	0	2,42	0	0	S	S
Tibau do Sul	0,977	92,08	0	7,92	0	0	S	S
Média destinos eficientes		69,07	7,75	17,76	5,07	0,34	–	–
Média demais destinos		64,46	5,53	22,10	1,46	0,32	–	–

Fonte: Elaborada pelos autores.

¹ Legenda: S: Satisfatório; A: Adequado; I: Inadequado. Escala Modelo Brasileiro (MTur, Sebrae, Fundação Getulio Vargas, 2008: 35).

* Capitais de Estado.

Todos os destinos eficientes receberam investimentos em infraestrutura (Infra). Esse resultado parece corroborar a perspectiva proposta pelo Fórum Econômico Mundial (World Economic Forum, 2015) de que o Brasil necessita melhorar sua infraestrutura para alcançar uma melhor posição competitiva. Pode-se observar que investimentos em infraestrutura são relativamente menores em destinos capitais de estado. Esses destinos são usualmente mais bem servidos de infraestrutura geral e, portanto, menos dependentes desse tipo de investimento.

Investimentos em *marketing* e publicidade (M&P) foram o segundo tipo de investimento mais recorrente entre os destinos eficientes (presente em 84,6% dos casos), seguido por investimentos

em gestão do destino (GD) e em treinamento e qualificação (T&Q) (presentes em 38,5% dos casos). Investimentos em roteiros e segmentos (R&S) estão presentes em somente 15,4% dos casos. A maioria dos destinos eficientes recebeu investimentos em duas ou mais categorias, o que corrobora os argumentos de que a competitividade é multidimensional (Crouch e Ritchie, 1999), uma vez que o aprimoramento da competitividade no destino demanda investimentos em diversas áreas.

Os destinos na categoria adequado receberam investimentos em mais categorias, contudo o valor relativo investido em infraestrutura foi inferior quando comparado aos destinos classificados em outras categorias. Apenas um destino eficiente, classificado inicialmente como inadequado (Ipojuca), recebeu investimentos exclusivamente em infraestrutura e melhorou sua classificação para a categoria satisfatório. Os menores montantes investidos em infraestrutura podem ser explicados pelo fato de que todos os destinos classificados na categoria adequado são capitais, que normalmente são centros econômicos dos estados e possuem uma infraestrutura básica instalada. A partir dos resultados encontrados, argumenta-se que a infraestrutura é mais relevante para a competitividade de destinos em estágios iniciais de desenvolvimento. Conforme os destinos se desenvolvem e se tornam mais competitivos, investimentos em infraestrutura vão se tornando menos necessários e são gradualmente substituídos por outros investimentos voltados para qualificar e aprimorar os produtos e serviços turísticos.

Ritchie e Crouch (2010) ressaltam que as condições e a extensão da infraestrutura geral de um destino estão entre os mais relevantes fatores de suporte para a competitividade de um destino. Essa perspectiva encontra suporte no trabalho de Cvelbar e colaboradores (2016). Os autores demonstram que a infraestrutura geral influencia a competitividade tanto de destinos desenvolvidos quanto em desenvolvimento, e para destinos desenvolvidos, a infraestrutura foi considerada o principal fator de competitividade (Cvelbar et al., 2016). Embora não seja possível diferenciar os montantes investidos em infraestrutura geral e em infraestrutura turística, os resultados encontrados diferem dos de Cvelbar e colaboradores (2016), pois indicam que a infraestrutura é mais relevante para destinos em estágios iniciais de desenvolvimento.

Treinamento e qualificação são reconhecidos por Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003) como recursos de suporte para os atrativos turísticos. À exceção de Curitiba, que recebeu 37,88% dos investimentos nessa categoria, todos os demais destinos classificados na categoria adequado receberam cerca de 10% dos investimentos em treinamento e qualificação. As capitais podem oferecer uma seleção mais ampla de cursos de capacitação e treinamento profissional, uma vez que um número maior de centros e instituições de treinamento técnico geralmente está disponível, o que torna os investimentos nessas atividades uma prioridade menor para os governos locais.

Investimentos em *marketing* e promoção se mostraram relativamente altos em quatro destinos (Cuiabá, Curitiba, Florianópolis e Porto Alegre) classificados na categoria adequado (sempre acima de 30% do montante total investido) em 2010. Cuiabá, de forma particular, cuja competitividade passou de satisfatório para adequado, recebeu 61% dos investimentos nessa categoria. *Marketing* e atividades de promoção são aspectos centrais da governança de um destino (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003) e se relacionam diretamente com a atratividade dos destinos turísticos, o que explica o resultado alcançado pelo destino e ressalta a importância dessas atividades para a competitividade turística.

Todos os quatro destinos classificados na categoria adequado receberam investimentos em gestão do destino. A gestão do destino desempenha papel central nos modelos de competitividade de destinos

turísticos (Dwyer e Kim, 2003; Crouch e Ritchie, 1999; Heath, 2003), pois leva em consideração, entre outros aspectos, a cooperação, os relacionamentos com *stakeholders*, a coordenação das atividades da economia do turismo, o planejamento, o monitoramento, a avaliação e a criação de canais formais de comunicação. De acordo com Crouch e Ritchie (1999), as atividades de gerenciamento de destinos são importantes para aumentar a atratividade dos recursos principais e atrativos, fortalecer a qualidade e a eficácia dos fatores de apoio e garantir que os destinos sejam capazes de se adaptar às limitações e oportunidades de um ambiente em constante mudança. Nos destinos desenvolvidos, a maior recorrência de investimentos em gestão do destino pode ser explicada pela maior complexidade na gestão e pela constante necessidade de implementar melhorias para manutenção da competitividade.

Investimentos em roteiros e segmentos foram identificados somente em destinos classificados na categoria adequado. Esses investimentos se relacionam com estudos e pesquisas voltados para identificar melhores formas de explorar o potencial turístico em novos segmentos, bem como para identificar formas de agregar valor aos produtos e atrativos existentes. Esses aspectos não são diretamente discutidos pelos modelos de Dwyer e Kim (2003) ou de Ritchie e Crouch (2010). Investimentos em roteiros e segmentos indicam a necessidade de diversificar os produtos turísticos e atrativos de forma que destinos desenvolvidos possam manter sua posição competitiva ou mesmo aprimorá-la.

Os resultados encontrados reforçam a perspectiva de que a competitividade dos destinos turísticos é multinível, tal como argumentado para outras atividades econômicas por Esser e colaboradores (1996). Adicionalmente, os resultados ressaltam a perspectiva de que destinos em diferentes estágios de desenvolvimento demandam diferentes tipos de investimentos. Destinos em estágios iniciais de desenvolvimento aparentemente se beneficiam mais de investimentos em infraestrutura e em treinamento e qualificação, ambos necessários para estabelecer as bases para o desenvolvimento sustentável do turismo e construir a capacidade da mão de obra empregada na economia do turismo. Como destacado por Crouch e Ritchie (1999), infraestrutura e treinamento e capacitação são fatores que proporcionam o alicerce para o sucesso da indústria turística.

Por outro lado, os destinos avançados são mais intensivos em investimentos orientados para aumentar o apelo geral de seus produtos, diversificar seus atrativos, construir capacidade para efetivamente competir e melhorar seu posicionamento no mercado. Parece haver estágios que definem o destino e o tipo de investimento necessário. Assim, em destinos sem infraestrutura básica, os investimentos em infraestrutura não são apenas necessários, mas também servem para qualificar o destino. Em destinos com infraestrutura existente, a gestão de destinos torna-se o desafio competitivo mais relevante, exigindo ações para promover e desenvolver atrações e produtos turísticos. Tais resultados indicam que, em estágios mais avançados de desenvolvimento, os destinos necessitam diversificar suas atividades, criando novos roteiros e explorando novos segmentos turísticos que possibilitem alavancar sua competitividade.

Como consequência, a importância dos diferentes tipos de investimentos varia de acordo com o estágio de desenvolvimento do destino, o que confirma os argumentos apresentados por Hassan (2000), Wilde e Cox (2008) e Cvelbar e colaboradores (2016) de que variáveis-chave para a competitividade do destino variam de acordo com seu desenvolvimento, o que reitera o papel desempenhado pela gestão pública para o desenvolvimento do destino. Mais investimentos não necessariamente resultam em aumento da competitividade. Nesse sentido, enfatiza-se a necessidade de planejamento e gestão para o desenvolvimento do turismo.

5. MELHORIA DA COMPETITIVIDADE E GERAÇÃO DE EMPREGOS

A influência da competitividade para o desenvolvimento local foi analisada a partir de regressão múltipla. As variações das 13 dimensões de competitividade foram utilizadas como variáveis independentes e a variação do número de empregos em serviços de hospedagem foi utilizada como variável dependente. A tabela 2 apresenta os resultados das análises de regressão. O modelo 1 testou somente as dimensões de competitividade. Os modelos 2 a 5 introduziram variáveis de controle para os principais atrativos e características da demanda dos destinos.

TABELA 2 RESULTADOS DA ANÁLISE DE REGRESSÃO — VARIÁVEL DEPENDENTE EMPREGO

Variáveis	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5
Infraestrutura	0,004	0,004	-0,002	-0,002	0,004
Acesso	0,083	0,086	0,086	0,053	0,075
Serviços & Equipamentos	0,188	0,189	0,067	0,164	0,175
Atrativos	-0,146	-0,147	-0,146	-0,110	-0,092
Marketing	0,202	0,203	0,206*	0,251*	0,233*
Políticas Públicas	-0,149	-0,150	-0,184*	-0,144	-0,160
Cooperação	0,313**	0,312**	0,307**	0,326**	0,301**
Monitoramento	0,254*	0,256*	0,279**	0,232*	0,248*
Economia	0,030	0,028	0,073	0,085	0,017
Empreendedorismo	-0,097	-0,099	-0,182	-0,113	-0,080
Aspectos Sociais	-0,254**	-0,255**	-0,153	-0,202*	-0,215*
Aspectos Ambientais	0,016	0,016	0,010	-0,027	-0,004
Aspectos Culturais	-0,180	-0,183	-0,250**	-0,175	-0,188
Negócios	–	0,009	–	–	–
Cultura	–	–	-,335**	–	–
Natural	–	–	–	,240**	–
Sol e Praia	–	–	–	–	0,129
R ²	0,490	0,490	0,570	0,537	0,501
R ² Ajustado	0,339	0,324	0,430	0,386	0,339
Anova Sig.	0,002	0,003	0	0,001	0,002

Fonte: Elaborada pelos autores.

* Significância estatística ao nível de 0,1.

** Significância estatística ao nível de 0,05.

As dimensões de competitividade cooperação e monitoramento tiveram significância estatística em todos os modelos testados, o que indica a importância dessas dimensões para o desenvolvimento local. De acordo com o modelo brasileiro (Ministério do Turismo, Sebrae, Fundação Getúlio Vargas, 2008; 2010), a dimensão cooperação inclui, entre outros aspectos, a governança do destino e o apoio à produção e comercialização integradas, enquanto a dimensão monitoramento aborda questões relacionadas com a geração e divulgação de informações sobre o desenvolvimento da economia do turismo.

A dimensão *marketing* apresentou resultados significativos em três dos cinco modelos testados, porém todos com variáveis de controle associadas a atrativos de lazer. Atividades de *marketing* são direcionadas a promoção do destino, comercialização e posicionamento de mercado e são uma importante parte da gestão do destino (Dwyer e Kim, 2003; Crouch e Ritchie, 2010). De acordo com Bornhorst, Ritchie e Sheehan (2010), organizações que atuam na gestão do destino buscam melhorar as condições de vida dos residentes ao proporcionar aos visitantes atividades e experiências. O resultado encontrado permite associar o *marketing* e a promoção do destino à geração de resultados positivos para a população local.

Importante destacar que as dimensões cooperação, monitoramento e *marketing* estão diretamente relacionadas com a gestão do destino nos modelos de Dwyer e Kim (2003) e Ritchie e Crouch (2010). Esse resultado corrobora os achados de Cvelbar e colaboradores (2016) e reitera o papel da gestão do destino para competitividade do destino.

A dimensão aspectos sociais apresentou resultados significativos em quatro dos cinco modelos testados. O coeficiente Beta padronizado, contudo, apresentou resultado negativo, indicando que a variável independente está negativamente associada à geração de empregos nos serviços de hospedagem, o mesmo ocorrendo com a variável de controle para a presença de atrativos culturais. Embora o turismo seja considerado uma atividade econômica com potenciais efeitos positivos para a geração de emprego e renda (Heath, 2003; González e Ruiz, 2006), esses resultados indicam que o turismo também pode gerar resultados negativos, o que é usualmente ignorado pela literatura. Caso não seja adequadamente administrado, o crescimento do turismo pode levar ao desmantelamento de atrativos naturais e culturais (Lage e Milone, 2001).

No Brasil, o rendimento médio dos empregos da maioria das atividades econômicas associadas ao turismo é inferior à renda média dos trabalhadores da economia (para maiores informações, verificar Ipea, 2015). Nesse sentido, o desenvolvimento social, especialmente a partir da educação, pode contribuir para a busca de empregos em outras atividades com melhores salários, resultando em uma influência negativa na variável dependente. Turismo é considerado uma alternativa para inclusão social a partir da geração de empregos. Os resultados permitem questionar a qualidade dos empregos criados.

De forma similar, as dimensões aspectos sociais e políticas públicas apresentaram resultados negativos nos modelos com a inclusão da variável de controle para atrativos culturais. Hassan (2000) argumenta que a conexão entre turismo e sustentabilidade é óbvia, uma vez que destinos turísticos dependem de seus recursos naturais e culturais únicos para terem sucesso. Esse resultado sugere um problema potencial na exploração de atrativos culturais. Muito embora a competitividade de destinos seja compreendida como um objetivo intermediário para a prosperidade socioeconômica (Dwyer e Kim, 2003; Ritchie e Crouch, 2010; Cvelbar et al., 2016), os resultados retomam a perspectiva de que o turismo não gera somente resultados positivos, o que reitera a necessidade de planejamento

e coordenação para o desenvolvimento do destino (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003). Reitera-se, assim, a importância do papel dos governos na organização de políticas públicas para maximizar os resultados positivos do turismo (Lage e Milone, 2001).

Diferente dos resultados de Cvelbar e colaboradores (2016), as dimensões associadas aos recursos dos destinos, tais como infraestrutura, acesso, serviços e equipamentos e atrativos, assim como aquelas associadas ao ambiente de negócios, tais como economia e empreendedorismo, não apresentaram resultados significativos nos modelos testados. Recursos naturais e patrimônio cultural são aspectos inatos e idiossincráticos dos destinos que devem ser explorados para se tornarem mais atraentes para os visitantes (Hassan, 2000). Embora os recursos naturais e culturais sejam geralmente raros, valiosos e difíceis de imitar — características de recursos estratégicos (Barney, 1991) —, Crouch e Ritchie (1999) destacam que esses componentes se relacionam com as vantagens comparativas do destino e devem ser desenvolvidos a fim de produzir resultados positivos para a competitividade do destino e para o desenvolvimento local. Recursos naturais e culturais, embora importantes, não são suficientes para a competitividade do destino (Cracolici e Nijkamp, 2008).

Pode-se observar que os coeficientes de regressão e a significância das variáveis variam de acordo com a inclusão das variáveis de controle nos modelos, especialmente aquelas relacionadas com destinos de lazer. Esses resultados indicam que os determinantes da competitividade variam de acordo com as características dos destinos estudados. Os principais modelos de competitividade de destinos turísticos (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003; Heath, 2003; Ritchie e Crouch, 2010; WEF, 2015) buscam avaliar a competitividade dos destinos de uma perspectiva ampla, indiferente a características específicas de demanda e oferta. Os resultados encontrados permitem questionar a validade de comparações irrestritas derivadas de modelos abrangentes.

6. CONCLUSÕES, CONTRIBUIÇÕES, LIMITES E PESQUISAS FUTURAS

O presente estudo analisou a eficiência dos investimentos governamentais para o desenvolvimento da competitividade e o efeito da competitividade para o desenvolvimento socioeconômico local. A análise DEA foi utilizada para identificar destinos eficientes em aprimorar a competitividade. Os padrões de investimentos dos destinos eficientes permitem argumentar que a relação entre investimentos e competitividade não depende do montante alocado, mas da orientação estratégica dos investimentos. Destinos menos desenvolvidos demandam investimentos em recursos de suporte, como infraestrutura, de forma a adicionar valor aos seus recursos inatos. Destinos desenvolvidos, por outro lado, dependem mais de recursos relacionados com a gestão do destino, posicionamento estratégico de mercado e diversificação de seus atrativos. Os resultados indicam que os investimentos devem ser realizados de acordo com o estágio de desenvolvimento do destino, o que ressalta o papel da gestão do destino, em especial das organizações de gestão do turismo, em identificar e orientar a aplicação dos recursos.

A análise da influência da competitividade sobre o desenvolvimento local demonstrou que os aspectos determinantes da competitividade variam de acordo com as características dos atrativos ofertados. A influência positiva das dimensões cooperação, *marketing* e monitoramento sobre a geração de emprego corroboram a ideia de que a gestão do destino é determinante para a geração de resultados positivos para a população local. A proeminência da gestão para o sucesso do turismo pode explicar por que alguns destinos, mesmo quando dotados de ricos recursos naturais e culturais, são

incapazes de desenvolver o turismo. Essa parece ser uma contribuição relevante do presente estudo, uma vez que poucos estudos sobre a competitividade de destinos turísticos trazem considerações sobre como as diferentes dimensões afetam o desenvolvimento do turismo. Comparativamente aos principais modelos de competitividade de destinos turísticos, o presente estudo avança sobre a discussão da importância relativa dos diferentes atributos de competitividade.

Ao finalizar este estudo, algumas limitações e sugestões necessitam ser apontadas. Nos dados sobre investimentos foram incluídos somente os aportes do Ministério do Turismo, não considerando outras fontes públicas (como governos estaduais ou municipais) ou privadas, também importantes para o desenvolvimento do turismo. Neste sentido, estudar a influência dos investimentos de outros órgãos públicos, assim como de fontes privadas, é uma possível linha de pesquisa a ser desenvolvida. Devido à delimitação da amostra (65 municípios indutores do turismo), as análises de regressão foram realizadas com uma quantidade reduzida de casos, o que afeta a significância dos resultados. Uma única variável — emprego no setor de hospedagem — foi utilizada para avaliação de desenvolvimento local; ainda que essa variável encontre suporte na literatura revisada, seu uso isolado representa uma perspectiva reducionista do construto. Sugere-se que pesquisas futuras testem um conjunto mais amplo de variáveis de forma a melhor representar o desenvolvimento local.

REFERÊNCIAS

- ANDRÉ, María E. Políticas locales de dinamización turística y grandes atractivos culturales: el caso de Figueras. In: SENTIAS, Josep F. *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona: Ariel, 2004.
- ÂNGULO MEZA, Lúcia et al. Siad — Sistema Integrado de Apoio à Decisão. In: REUNIÃO REGIONAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE PESQUISA OPERACIONAL, 1., 2003, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Erpo, 2003.
- BARBOSA, Luiz G. M.; OLIVEIRA, Carlyle T. F.; REZENDE, Cristiane. Competitiveness of tourist destinations: the study of 65 key destinations for the development of regional tourism. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v. 44, n. 5, p. 1067-1095, set./out. 2010.
- BARNEY, Jay B. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, v. 17, p. 99-120, 1991.
- BARROS, Carlos P. Measuring efficiency in the hotel sector. *Annals of Tourism Research*, v. 32, n. 2, p. 456-477, 2005.
- BONET, Luís. La estrategia de turismo de Barcelona, un consorcio público-privado de éxito. In: SENTIAS, Josep F. *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona: Ariel, 2004.
- BORNHORST, Tom; RITCHIE, J. R. Brent; SHEEHAN, Lorn. Determinants of tourism success for DMOs & destinations: an empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, v. 31, n. 5, p. 572-589, 2010.
- BUHALIS, Dimitrios. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, v. 21, n. 1, p. 97-116, 2000.
- CASTRILLÓN, María I. D. et al. Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista Cultura y Turismo*, a. 5, n. 2, p. 101-124, 2011.
- CRACOLICI, María F.; NIJKAMP, Peter. The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: a study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, v. 30, n. 3, p. 336-344, 2008.
- CROUCH, Geoffrey I. Destination competitiveness: an analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research*, v. 50, n. 1, p. 27-45, 2011.
- CROUCH, Geoffrey I.; RITCHIE, J. R. Brent. Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, v. 44, n. 3, p. 137-152, 1999.
- CRUMPTON, Charles D. et al. Avaliação de políticas públicas no Brasil e nos Estados Unidos: análise da pesquisa nos últimos 10 anos. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v. 50, n. 6, p. 981-1001, nov./dez. 2016.
- CZERNEK, Katarzyna; CZARON, Wojciech. Trust-building processes in tourist competition: The case of a Polish region. *Tourism Management*, v. 52, p. 380-394, 2016.
- CVELBAR, Ljubica K. et al. Drivers of destination competitiveness in tourism: a global investigation. *Journal of Travel Research*, v. 55, n. 8, p. 1041-1050, 2016.
- DENICOLAI, Stefano; CIOCCARELLI, Gabriele; ZUCHELLA, Antonella. Resource-based local development and networked core-competencies for tourism excellence. *Tourism Management*, v. 31, p. 260-266, 2010.
- DWYER, Larry; KIM, Chulwon. Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, v. 6, n. 5, p. 369-414, 2003.
- ENRIGHT, Michael J.; NEWTON, James. Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, v. 25, n. 6, p. 777-788, 2004.
- ESSER, Klaus et al. Competitividad sistémica: nuevo desafío a las empresas y a la política. *Revista de la Cepal*, n. 59, p. 39-52, 1996.
- GONZÁLEZ, María B.; RUIZ, David F. La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. *Cuadernos de Turismo*, n. 17, p. 7-24, 2006.
- GOOROOCHURN, Nishaal; SUGIYARTO, Guntur. *Measuring Competitiveness in the travel and tourism industry*. Discussion Paper — TTRI. Nottingham: University of Nottingham, 2004.
- HASSAN, Salah S. Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable

tourism industry. *Journal of Travel Research*, v. 38, n. 3, p. 239-245, 2000.

HEATH, Ernie. Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, v. 10, n. 2, p. 124-141, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2000-2005. *Estudos e Pesquisas Informação Econômica*, n. 7, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <http://dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/outros_estudos/economia_do_turismo/estudo_economia_do_turismo_uma_perspectiva_macroeconomica_2000_2005.pdf>. Acesso em: 1º jun. 2016.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). *Relatório com as estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo*. 2015. Disponível em: <www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/150317_estimativas_ocupacao-2015.pdf>. Acesso em: 1º jun. 2016.

LAGE, Beatriz H. G.; MILONE, Paulo C. *Economia do turismo*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MAGGIONI, Isabella; MARCOZ, Elena M.; MAURI, Chiara. Segmenting networking orientation in the hospitality industry: an empirical research on service bundling. *International Journal of Hospitality Management*, v. 42, p. 192-201, 2014.

MAZARO, Rosana M.; VARZIN, Giovanni. Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Rev. de Adm. Contemporânea*, Curitiba, v. 12, n. 3, p. 789-809, 2008.

MEDINA, Lilibeth F.; GÓMEZ, Ignacio G.; MARRERO, Sandra M. Measuring efficiency of sun & beach tourism destinations. *Annals of Tourism Research*, v. 39, n. 2, p. 1248-1251, 2012.

MICHAEL, Ewen J. *Micro-clusters and networks: the growth of tourism*. Nova York: Elsevier, 2007.

MIKI, Adriana F. C.; GÂNDARA, José M. G.; MUÑOZ, Diego R. M. O estado atual das pesquisas sobre competitividade turística no Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 12, n. 2, p. 212-223, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO; SEBRAE; FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. *Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do*

desenvolvimento turístico regional — relatório Brasil. 2008. Disponível em: <<http://dadosefatos.turismo.gov.br/indice-de-competitividade-do-turismo-nacional.html>>. Acesso em: 1º jun. 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO; SEBRAE; FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. *Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional — relatório Brasil*. Brasília — DF, Brazil, 2010. Disponível em: <<http://dadosefatos.turismo.gov.br/indice-de-competitividade-do-turismo-nacional.html>>. Acesso em: 1º jun. 2016.

NUÑEZ, Fernanda R. Benchmarking the competitiveness of Brazilian cities. In: ZHANG, Ming (Org.). *Competitiveness and growth in Brazilian cities: local policies and actions for innovation*. Washington, DC: World Bank, 2010. p. 93-106.

PAVLOVICH, Kathryn. The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, v. 24, n. 2, p. 203-216, 2003.

PIKE, Steven; PAGE, Stephen J. Destination marketing organizations and destination marketing: a narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, v. 41, p. 202-227, 2014.

PORTER, Michael. *Estratégia competitiva*. São Paulo: Campus, 1986.

RAMOS, Marília P.; SCHABBACH, Letícia M. O estado da arte da avaliação de políticas públicas: conceituação e exemplos de avaliação no Brasil. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v. 46, n. 5, p. 1271-1294, set./out. 2012.

RITCHIE, J. R. Brent; CROUCH, Geoffrey I. A Model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v. 44, n. 5, p. 1049-66, set./out. 2010.

RIVERO, Marcelino S.; CALDERA, Miguel A. F. La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos — aplicación a los municipios extremeños. In: JORNADA DE ECONOMÍA DEL TURISMO, 1., 2004, Mallorca. *Proceedings...* Mallorca: Aecit, 2004. p. 1-21.

SINCLAIR, M. Thea; STABLER, Mike. *Aspectos econômicos do turismo*. Brasília: Universidade de Brasília, 2009.

TABERNER, Jaume G. Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo. *Revista de Análisis Turístico*, n. 4, p. 50-67, 2007.

TREVISAN, Andrei P.; VAN BELLEN, Hans M. Avaliação de políticas públicas: uma revisão teórica de um campo em construção. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v. 42, n. 3, p. 529-550, 2008.

TRIMARCHI, Michele. Distritos culturales y desarrollo económico del territorio: la experiencia de los museos de Siena. In: SENTIAS, Josep F. *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona: Ariel, 2004. p. 109-124.

WILDE, Simon J.; COX, Carmen. Linking destination competitiveness and destination development: findings from a mature Australian tourism destination. In: EUROPEAN CHAPTER CONFERENCE — COMPETITION IN TOURISM: BUSINESS AND DESTINATION PERSPECTIVES, 2008, Helsinki. *Proceedings...* Helsinki: TTRA, 2008. p. 467-478. Disponível em: <https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=comm_pubs>. Acesso em: 1º fev. 2014.

WORLD ECONOMIC FORUM (WEF). *The travel and tourism competitiveness report 2015*. Geneva, Suíça, 2015. Disponível em: <www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf>. Acesso em: 1º nov. 2015.

Daniel Pires Vieira

Doutor em administração pela Universidade de Brasília (UnB), Brasil. E-mail: vieira.pires@gmail.com.

Valmir Emil Hoffmann

Doutor em administração pela Universidade de Zaragoza, Espanha. E-mail: ehoffmann@unb.br.

Anete Alberton

Doutora em engenharia de produção pela Universidade de Santa Catarina (UFSC), Brasil. E-mail: anete@univali.br.