

Artigos

Atributos Determinantes da Competitividade dos Destinos de Sol e Praia Brasileiros*

Determinant Competitiveness Attributes of Brazilian Sun and Sand Destinations

Atributos Determinantes de la Competitividad de los Destinos de Sol y Playa Brasileños

Daniel Pires Vieira¹; Valmir Emil Hoffmann¹; Cleidson Nogueira Dias¹; José Márcio Carvalho¹

¹Universidade de Brasília (UnB), Distrito Federal, Brasil.

Palavras-chave:

Destino turístico;
Competitividade;
Estratégia;
Análise comparativa qualitativa - QCA.

Keywords:

Destination;
Competitiveness;
Strategy;
Qualitative comparative analysis - QCA.

Palabras clave:

Destino turístico;
Competitividad;

Resumo

Os modelos de competitividade de destinos turísticos alcançaram um nível de desenvolvimento em que todas as características que de alguma forma influenciam a competitividade foram mapeadas, sem, no entanto, identificar quais fatores são decisivos para a competitividade (Crouch, 2011). A técnica QCA (Análise Comparativa Qualitativa) foi empregada para identificar quais dimensões de competitividade são decisivas para os destinos de sol e areia brasileiros, adotando os fluxos de turistas domésticos e internacionais como variáveis critério. Nossos resultados sugerem que as dimensões Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial têm maior influência no desempenho dos destinos. Além disso, os resultados indicam que não é necessário ter um alto nível de desenvolvimento em um grande número de dimensões para obter um desempenho superior. Os resultados fornecem orientação prática para a gestão de destinos de sol e praia.

Abstract

Destination competitiveness models reached a development level in which all the characteristics that somehow influence competitiveness were mapped, whereas without identifying which factors are decisive for competitiveness (Crouch, 2011). We used the Qualitative Comparative Analysis (QCA) technique, adopting the domestic and international tourist inflows as criteria variables for identifying which competitiveness dimensions are decisive for Brazilian sun and sand destinations. Our results suggest that Access, Cultural Aspects, Local Economy, and Business Capacity dimensions have a greater influence on destination performance. In addition, the results indicate that it is not necessary to have a high level of development in a large number of dimensions in order to achieve higher performance. Results provide practical guidance for sun and sand destinations management.

Resumen

Los modelos de competitividad de destinos turísticos alcanzaron un nivel de desarrollo en el que todas las características que de alguna forma influyen la competitividad fueron

Estratégia;
Análisis comparativo cualitativo -
QCA.

Revisado por pares.
Recebido em: 02/11/2018.
Aprovado em: 03/01/2019.



mapeadas, pero sin identificar qué factores son decisivos para la competitividad (Crouch, 2011). La técnica Análisis Comparativo Cualitativo fue empleada para identificar cuáles dimensiones de competitividad son decisivas para los destinos de sol y arena brasileños, adoptando los flujos de turistas domésticos e internacionales como variables criterio. Nuestros resultados sugieren que las dimensiones Acceso, Aspectos Culturales, Economía Local y capacidad empresarial tienen mayor influencia en el desempeño de los destinos. Además, los resultados indican que no es necesario tener un alto nivel de desarrollo en un gran número de dimensiones para obtener un rendimiento superior. Los resultados proporcionan orientación práctica para la gestión de destinos de sol y playa.

Como citar: Vieira, D. P.; Hoffmann, V. M.; Dias, C. N.; & Carvalho, J. M. (2019). Atributos Determinantes da Competitividade dos Destinos de Sol e Praia Brasileiros. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo*, 13 (2), p. 128 - 143, maio/ago. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v13i2.1557>

1 INTRODUÇÃO

Embora a competitividade de destinos turísticos continue uma questão central (Camisón & Forés, 2015; Domareski-Ruiz, Akel & Gândara, 2015;), não há consenso na literatura sobre sua definição (Crouch & Ritchie, 1999; Carmona, Costa & Ribeiro, 2014; Sette, Santos & Uvinha, 2017). Algumas definições destacam a capacidade dos destinos em criarem novos produtos que agregam valor aos seus recursos e mantenham seu posicionamento no mercado (Crouch & Ritchie, 1999; Hassan, 2000). Outras descrevem competitividade como a atratividade ou a capacidade do destino em proporcionar experiências singulares (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003). De acordo com Ritchie e Crouch (2010), a competitividade de destinos turísticos está relacionada à eficiência e à efetividade com que um destino emprega seus recursos para geração de crescimento e desenvolvimento para o setor turístico. De forma similar, o Fórum Econômico Mundial associa a competitividade de destinos turísticos à capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo (Fórum Econômico Mundial, 2015).

Apesar da falta de uma definição comum (Añaña, Pereira & dos Anjos, 2015; Sette & Tomazzoni, 2017; Sette; Santos & Uvinha, 2017), aparentemente há alguma convergência sobre a perspectiva de que a competitividade de destinos turísticos é um conceito relativo e multidimensional (Crouch e Ritchie, 1999; Dwyer e Kim, 2003). A multidimensionalidade se refere aos diferentes aspectos e indicadores que podem ser empregados para a avaliação da competitividade. Desde os primeiros modelos propostos, diferentes aspectos vêm sendo introduzidos para explicação da competitividade. Como resultado, a capacidade explicativa dos modelos aumentou, assim como a sua complexidade. Essa crescente complexidade torna difícil a identificação de quais dimensões são determinantes para a competitividade dos destinos (Crouch, 2011). Diversos aspectos podem ser relevantes para a competitividade, contudo somente alguns serão decisivos (Crouch, 2011).

Além de multidimensional, a competitividade também é um conceito relativo. O turismo é uma atividade econômica e o sucesso ou o fracasso de um destino turístico é alcançado a partir de seu desempenho no mercado. Nenhum destino turístico é competitivo de forma isolada, uma vez que a competitividade é um conceito comparativo. Nesse sentido, a competitividade de um destino turístico deve ser avaliada de forma comparada aos seus concorrentes. A partir desses argumentos, pode-se criticar estudos que fazem comparações amplas e irrestritas entre países ou destinos – como o Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo (Fórum Econômico Mundial, 2015) ou o Modelo Brasileiro de Competitividade (MTur, SEBRAE & FGV, 2013) – uma vez que os destinos comparados são de diferentes segmentos de mercado e não competem efetivamente entre si. Como consequência, pode-se questionar a aplicação dos resultados encontrados para a orientação da gestão de destinos de segmentos específicos.

Considerando os argumentos apresentados, o presente trabalho tem como objetivo identificar as dimensões competitivas que são decisivas para o desempenho de 27 destinos brasileiros de sol e praia na atração de

turistas nacionais e internacionais. Ao analisar um segmento de mercado específico, o artigo oferece uma perspectiva mais apropriada para os destinos de sol e praia, identificando quais dimensões de competitividade são efetivamente relevantes para sua gestão. Para alcançar o objetivo proposto, o artigo é dividido em, além da introdução, outras 5 seções. A seção a seguir analisa os principais modelos de competitividade de destino desenvolvidos. A terceira seção introduz o método de pesquisa. A quarta seção apresenta e discute os resultados. Por fim, as conclusões são apresentadas.

2 MODELOS DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS

Camisón e Forés (2015) identificam três abordagens concorrentes para analisar a competitividade. A primeira, associada ao território e a vantagens comparativas da localização geográfica. A segunda, relacionada ao paradigma da Estrutura-Conduto-Desempenho, considera a competitividade como resultado da estrutura da indústria. A terceira abordagem, originada da Visão Baseada em Recursos (VBR), foca nos ativos disponíveis para a empresa (Barney, 1991). Embora essas abordagens proporcionem perspectivas interessantes para a análise da competitividade, o setor de turismo apresenta algumas características peculiares (Hassan, 2000; Dwyer & Kim, 2003). Os serviços turísticos são consumidos *in loco* (Ritchie & Crouch, 2010), como consequência o produto turístico depende do envolvimento de uma diversa gama de empresas, organizações e atrativos locais (Hassan, 2000; Dwyer & Kim, 2003). Dessa forma, as características presentes no território devem ser consideradas.

Nesse sentido, a competitividade não se refere somente às empresas diretamente envolvidas no setor de turismo, mas também a um conjunto mais amplo de relacionamentos capazes de fomentar sinergias e promover o desempenho das empresas e o desenvolvimento local. Modelos de competitividade de destinos turísticos partem dessa perspectiva não só devido à diversidade de empresas envolvidas no setor (Hassan, 2000), mas também pela necessidade de se implicar na análise os diferentes atores sociais que sofrem os impactos da atividade. A competitividade de destinos turísticos, portanto, demanda uma perspectiva sistêmica de análise.

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

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

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

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

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

A partir da percepção de que os preços praticados são determinantes para a competitividade de um destino turístico, Dwyer, Forsythe e Rao (2000) examinam a competitividade preço de dezenove destinos turísticos internacionais (países). É proposto um índice de competitividade por preço em que duas categorias de preços são analisadas: os preços relacionados ao deslocamento para um determinado destino (custos de viagem) e os preços relacionados a bens e serviços no destino turístico (custos locais). O principal resultado do estudo é a aplicação de um método para a construção de índices de competitividade baseado em preços que permita a comparação direta entre destinos levando em consideração padrões particulares de compra (Dwyer et al., 2000). Croes (2011) critica os modelos de competitividade de destinos turísticos baseados em preços a partir da perspectiva de que, dada a natureza do produto turístico, baseado na experiência proporcionada ao visitante, o preço perde valor informativo. Adicionalmente, os potenciais impactos positivos ou negativos do turismo para o desenvolvimento local são desconsiderados.

Também partindo de uma perspectiva sistêmica (Domareski-Ruiz, Akel & Gândara, 2015), Dwyer e Kim (2003) propõem um modelo para a avaliação da competitividade de destinos turísticos contendo diversas variáveis inicialmente identificadas por Crouch e Ritchie (1999). O modelo de Dwyer e Kim (2003), no entanto, diferencia-se por ter estabelecido um relacionamento mais claro entre as dimensões, identificando aquelas que possuiriam influência direta ou indireta sobre a competitividade, além de terem proposto um conjunto de possíveis indicadores para as dimensões do modelo, o que representa um avanço em relação a uma das limitações encontradas no modelo de Crouch e Ritchie (1999). Para Dwyer e Kim (2003), a competitividade do destino seria um objetivo intermediário para a prosperidade socioeconômica. Apesar de apresentar um conjunto de variáveis para a avaliação da competitividade, o modelo de Dwyer e Kim (2003) ainda é de difícil aplicação devido à ausência de informações comparáveis em diferentes destinos (Domareski-Ruiz, Akel & Gândara, 2015).

Ao identificar na atividade turística uma alternativa para a geração de emprego e renda, Heath (2003) propõe um modelo conceitual para a avaliação da competitividade no subcontinente Sul-africano. O modelo de Heath (2003) concebe a competitividade de um destino como uma casa em que a fundação é composta pelos atrativos chave (criados ou inatos), aspectos não negociáveis, elementos possibilitadores, elementos que agregam valor, elementos facilitadores e elementos que aprimoram a experiência. As paredes seriam compostas pela política de desenvolvimento sustentável e pela estratégia e marketing do destino. Tais grupos de características devem estar interligados por canais de interação e comunicação entre as organizações envolvidas na gestão do destino. A cobertura da casa seria uma visão estratégica compartilhada que permitiria que os diferentes atores desempenhassem seus papéis de forma adequada (Heath, 2003). O modelo de Heath (2003) converge em diversos aspectos com os modelos de Crouch e

Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003). Apesar de organizar e estabelecer relação entre as variáveis, Heath (2003) não estabelece indicadores para avaliar a competitividade.

Gooroochurn e Sugiyarto (2004) propõem uma metodologia quantitativa para mensurar e avaliar a competitividade de países por meio das bases de dados disponíveis em organismos internacionais. O Monitor de Competitividade (Gooroochurn & Sugiyarto, 2004) elabora um índice de competitividade que permite a comparação entre os resultados alcançados e a hierarquização dos países em termos de competitividade. O uso de bases de dados de organismos internacionais permite superar a falta de dados comuns (Taberner, 2007), uma limitação comum nos modelos anteriores. Entre as limitações do Monitor de Competitividade pode-se citar: o peso excessivo atribuído às variáveis relacionadas à tecnologia e o papel secundário desempenhado pelas variáveis ambientais (Taberner, 2007; Castrillón et al., 2011). Taberner (2007) destaca ainda que os resultados do Monitor de Competitividade guardam pouca relação com a realidade, uma vez que os países identificados como os mais competitivos, em via de regra, não figuram entre os principais destinos internacionais.

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

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

Com vistas a orientar as políticas públicas para o desenvolvimento do setor turístico, o Ministério do Turismo (MTur), em parceria com o SEBRAE e a Fundação Getúlio Vargas (FGV), desenvolveram um modelo para avaliar a competitividade de 65 destinos turísticos brasileiros. O Modelo Brasileiro analisa a competitividade a partir de um índice composto por cinco macrodimensões e treze dimensões (MTur, SEBRAE & FGV, 2013). O Modelo Brasileiro foi concebido, organizado e estruturado com foco na realidade nacional (Domareski-Ruiz, Akel & Gândara, 2015).

O Modelo Brasileiro soluciona algumas das limitações dos modelos anteriores, tais como a aplicabilidade a destinos turísticos, o uso de indicadores mensuráveis e a possibilidade de comparação. Ainda assim, o estudo envolve destinos que competem em segmentos distintos. Como destacado por Rivero e Caldera (2004), não há conjunto de indicadores que seja aplicado de forma irrestrita a todos destinos. Dependendo das características do destino analisado, alguns indicadores podem ser mais ou menos relevantes (Rivero & Caldera, 2004; Cvelbar et al., 2016; Sette, Santos & Uvinha, 2017). Outras críticas indicam o foco restrito a aspectos internos do destino e a ausência de informações externas, como informações sobre demanda (Sette & Tomazzoni, 2017).

Em que pese a falta de consenso sobre o conceito de competitividade e as dificuldades em sua mensuração (Añaña, Pereira & dos Anjos, 2015; Domareski-Ruiz, Akel & Gândara, 2015; Sette & Tomazzoni, 2017; Sette; Santos & Uvinha, 2017), Crouch (2011) argumenta que os modelos para análise da competitividade de destino turísticos alcançaram um nível de maturidade em que as características que influenciam a competitividade foram mapeadas sem, no entanto, identificar quais aspectos são determinantes para a competitividade. Cvelbar et al. (2016) apresentam evidências que respondem a lacuna proposta. Os autores analisaram a competitividade de 139 países a partir de seis conjuntos de variáveis divididos em dois grupos: (i) indicadores associados a recursos do destino, tais como recursos inatos, gestão do destino e infraestrutura turística; e (ii) indicadores associados à economia geral, incluindo: ambiente de negócios, macroambiente e infraestrutura geral. As análises evidenciaram que os aspectos determinantes da competitividade variam de acordo com o estágio de desenvolvimento do país, o que indica que as variáveis determinantes para países em desenvolvimento são diferentes daquelas dos países desenvolvidos Cvelbar et al., 2016). Apesar da evidência apresentada, a lacuna apresentada por Crouch (2011) permanece aberta no que tange a análise de destinos turísticos.

3 MÉTODO

O presente estudo é caracterizado como descritivo. O universo é composto por 27 destinos de sol e praia selecionados pelo MTur como indutores do turismo nacional. Justifica-se a escolha por um segmento específico devido à necessidade de comparabilidade inerente à análise da competitividade. Os destinos analisados são apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Distribuição Geográfica dos Destinos Analisados

Região	Municípios
Nordeste	Aracaju; Aracati; Fernando de Noronha; Fortaleza; Ipojuca; Jijoca de Jericoacoara; João Pessoa; Lençóis; Maceió; Maragogi; Marau; Mata de São João; Natal; Parnaíba; Porto Seguro; Recife; Salvador; São Luís; Tibau do Sul.
Sul	Balneário Camboriú; Florianópolis
Sudeste	Angra dos Reis; Armação dos Búzios; Ilhabela; Paraty; Rio de Janeiro; Vitória.

As análises foram realizadas a partir de dados secundários. Dados sobre a competitividade dos destinos turísticos foram coletados a partir dos resultados do Modelo Brasileiro (MTur, SEBRAE & FGV, 2013). O Modelo Brasileiro avalia a competitividade a partir de 13 dimensões: Infraestrutura Geral (Infr); Acesso (Acce); Serviços e Equipamentos Turísticos (Serv); Atrativos Turísticos (Attr); Marketing (Mrkt); Políticas Públicas (PPol); Cooperação Regional (Coop); Monitoramento (Mont); Economia Local (Econ); Capacidade Empresarial (CapE); Aspectos Sociais (SocA); Aspectos Ambientais (AmbA); e Aspectos Culturais (Cult). O Modelo Brasileiro foi aplicado de 2008 a 2015 (com exceção de 2012). De forma específica foram utilizadas informações referentes ao ano de 2013.

O desempenho dos destinos foi avaliado a partir de informações sobre o número de turistas nacionais e internacionais recebidos. Como ressaltado por Coelho (2015), os conceitos de atratividade e de competitividade de destinos estão relacionados. Em ambos casos, sua materialização ocorre a partir do deslocamento de visitantes para o destino. A quantidade de visitantes, assim como sua taxa de crescimento são identificados por Dwyer e Kim (2003) como indicadores associados à competitividade de um destino. Dados sobre o número de turistas nacionais e internacionais foram obtidos a partir dos microdados das pesquisas de Demanda Doméstica e Internacional realizadas pelo Ministério do Turismo nos anos de 2012 e 2013 respectivamente (MTur, 2012; 2013). Importante ressaltar que há diferenças entre os perfis dos turistas nacionais e internacionais. De acordo com a Pesquisa de Demanda Internacional (MTur 2013), a principal motivação dos turistas internacionais é o lazer, sendo sol e praia o principal motivo declarado para as viagens (65,9%). O gasto per capita médio dos turistas de lazer internacionais é de US\$ 68,55 e a permanência média é de 12,6 dias. A Pesquisa de Demanda Doméstica (MTur, 2012) não apresenta informações sobre o percentual de turistas de lazer, contudo o gasto per capita médio do turista doméstico é de aproximadamente US\$ 28,5 em viagens a lazer e de US\$ 44,2 em viagens a negócios. A permanência média do turista doméstico a lazer e a negócios é de 8,7 e 11,2 dias respectivamente. O turismo doméstico apresenta um padrão regionalizado de viagens, não raramente com viagens dentro do próprio estado (MTur, 2012). Nesse sentido, capitais de estado desempenham um papel importante, seja como portão de entrada

para turistas, seja como polo de atração de turistas de negócios e de lazer. Não foi possível obter informações específicas sobre o quantitativo de turistas internacionais e nacionais a lazer. Essas informações mais específicas proporcionariam uma comparação mais acurada entre os destinos de sol e praia. A ausência dessas informações é uma limitação da presente pesquisa.

A análise comparativa qualitativa (QCA – sigla em inglês) foi a técnica de análise empregada. Essa técnica permite a análise de uma amostra com um número intermediário de casos, que não seria grande para análises quantitativas tradicionais, tampouco pequena o suficiente para técnicas qualitativas (Ragin, 1987; Ragin, Shulman, Weinberg, & Gran, 2003). QCA pode ser considerada uma análise quantitativa, uma vez que está baseada na variação de condições observadas em diferentes elementos. Essas condições são analisadas a partir de um tratamento matemático (embora não estatístico) baseado em ferramentas tais como a Teoria de Conjuntos ou a Lógica Booleana (Medina, Ortiz, Álamos-Concha, & Rioux, 2017).

A QCA é usualmente definida como uma técnica de análise apropriada para amostras pequenas ou intermediárias, usualmente com um mínimo de 10 e um máximo de 30 casos (Gerring, 2012). Dessa forma, a QCA permite a análise de um conjunto mais amplo de casos que as técnicas qualitativas tradicionais, tais como os estudos de caso (Wageman, 2012). Embora sua aplicação ainda seja incipiente na América Latina (Wageman, 2012) e no Brasil (Betarelli Junior e Ferreira, 2018), considerando a dificuldade em se obter informações comparáveis para amostras grandes de destinos para análise da competitividade (Domareski-Ruiz, Akel e Gândara, 2015), a QCA apresenta-se como uma técnica de pesquisa adequada para superar essa limitação.

QCA é uma técnica de análise utilizada para o tratamento de conjuntos complexos de dados binários, com o auxílio da Álgebra Booleana. Seu objetivo é estabelecer relações lógicas entre condições causais (no presente estudo as dimensões de competitividade) e uma variável resultado (no presente estudo a demanda doméstica e internacional). Tanto as condições causais quanto as variáveis resultado devem ser expressas de forma dicotômica, de forma que 1 simboliza a presença do atributo/ indicador e 0 representa sua ausência.

Para dicotomização o processo de dicotomização das variáveis foram seguidas as orientações propostas por Rioux e De Meur (2009). Os autores explicam que para dicotomizar as condições de forma significativa, como um recurso, alguns pontos de corte mais mecânicos, como a média ou a mediana, podem ser usados. De acordo com Levin e Fox (2004), a média é uma medida fortemente influenciada por casos extremos, a mediana, no entanto, sofre pouca ou nenhuma influência na presença de casos extremos. Considerando a grande variância entre os casos analisados, especialmente nas variáveis de resultado, a mediana foi utilizada como valor de referência para dicotomização tanto das variáveis de competitividade quanto das variáveis de demanda. A mediana é uma medida de posição que separa a metade superior da metade inferior de uma amostra. Para cada uma das variáveis, os casos foram ordenados em ordem decrescente e os casos com valores acima da mediana foram classificados com a presença (valor 1) da variável, enquanto todos os demais foram marcados com a ausência da variável (valor 0).

A versão original do QCA é a chamada *crisp-set* QCA (csQCA), ou seja, a análise de conjuntos claros, um método que mostra um conjunto de combinações específicas de condições causais, que são examinadas nas relações entre conjuntos. A análise QCA permite identificar, por meio de equações lógicas, quais condições são suficientes e/ ou necessárias para um determinado resultado. A análise comparativa leva em consideração princípios lógicos e não-aritméticos, através de operações de multiplicação e adição em uma lógica combinacional. A presente pesquisa empregou o software Tosmana (*Tool for Small N Analysis*) e seguiu as orientações de Rioux e De Meur (2009).

Considerando que a demanda doméstica e a demanda internacional são segmentos de mercado distintos, essas variáveis de desempenho foram analisadas de forma separada. As 13 dimensões de competitividade foram analisadas de forma conjunta. Nesse sentido, a análise QCA buscou identificar quais conjuntos de dimensões constituíam condições suficientes e/ ou necessárias para explicar as demandas doméstica e internacional. Os procedimentos de análise foram realizados por meio da equação lógica completa e, em seguida, pela equação minimizada, conforme preconizado por Rioux e De Meur (2009). As próximas seções apresentam os resultados alcançados.

4 RESULTADOS E ANÁLISES

As dicotomizações das variáveis de desempenho (Tabelas 1 e 2) resultaram em 18 destinos com boa performance e 9 destinos com baixa performance tanto para a demanda doméstica quanto para demanda internacional. Três destinos alcançaram bom desempenho na demanda internacional, porém não obtiveram o mesmo resultado para demanda doméstica: Jijoca de Jericoacoara, Mata de São João e Tibau do Sul. Três outros destinos foram bem-sucedidos na demanda doméstica, contudo não tiveram o mesmo resultado para demanda internacional: Aracaju, Ipojuca e Parnaíba.

Tabela 1 – Dicotomização das Variáveis por Destino – Demanda Doméstica

Destinos	Infr	Acce	Serv	Attr	Mrkt	PPol	Coop	Mont	Econ	CapE	SocA	AmbA	Cult	Desemp.
Angra dos Reis	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1
Aracati; Parnaíba; Tibau do Sul	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C
A.dos Búzios	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1
B.Camboriú	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
F.Noronha	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Ilhabela	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0
Ipojuca	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
J.Jericoacoara	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Lençóis	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Maragogi	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Marau	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Mata de S.Joao	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0
Paraty	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Porto Seguro	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
Aracaju	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1
Florianópolis; Rio de Janeiro	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Fortaleza	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Joao Pessoa	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
Maceió	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1
Natal	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1
Recife; Salva- dor	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
São Luís	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1
Vitória	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1

Legenda: 0 – variável ausente; 1 – variável presente; C – resultado contraditório.

Tabela 2 – Dicotomização das Variáveis por Destino – Demanda Internacional

Destinos	Infr	Acce	Serv	Attr	Mrkt	PPol	Coop	Mont	Econ	CapE	SocA	AmbA	Cult	Desemp.
Angra dos Reis	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1
Aracati; Parnaíba; Tibau do Sul	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C
A.dos Búzios	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1
B.Camboriú	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
F.Noronha	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Ilhabela	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0
Ipojuca	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
J.Jericoacoara	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1
Lençóis	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Maragogi	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Marau	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Mata S.Joao	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1
Paraty	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Porto Seguro	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
Aracaju	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
Florianópolis	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Rio de Janeiro	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Fortaleza	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Joao Pessoa	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
Maceió	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1
Natal	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1
Recife; Salva- dor	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
São Luís	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1
Vitória	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1

Legenda: 0 – variável ausente; 1 – variável presente; C – resultado contraditório.

4.1 Demanda Doméstica

Pode-se observar que destinos com a presença de mais do que 4 dimensões normalmente obtiveram um resultado bem-sucedido em termos de demanda doméstica. Algumas exceções são Ilha Bela, que não obteve um bom desempenho mesmo com a presença de sete dimensões. Por outro lado, Armação de Búzios foi bem-sucedido com a presença de apenas três dimensões (Políticas Públicas, Economia Local e Aspectos Ambientais). Dois casos foram bem-sucedidos com a presença de apenas duas dimensões: Ipojuca (com a presença de Atrativos Turísticos e Economia Local) e Paraty (com a presença de Atrativos Turísticos e Aspectos Culturais). Três casos (Aracati, Parnaíba e Tibau do Sul) apresentaram ausência de todas as treze dimensões analisadas e obtiveram resultados contraditórios. Ou seja, apresentaram casos com a presença e a ausência da variável resultado, mesmo sem apresentarem variáveis com a presença das dimensões de competitividade. A Tabela 3 sumariza as 14 combinações resultantes dos casos analisados.

Tabela 3- Equação Geral com Dimensões Competitividade para Demanda Doméstica

	Infr	Acce	Serv	Attr	Mrkt	PPol	Coop	Mont	Econ	CapE	SocA	AmbA	Cult
Comb.1	1	1	1	1	N	1	1	1	1	1	1	1	1
Comb.2	1	1	1	1	1	1	N	1	1	1	1	1	1
Comb.3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	N	1
Comb.4	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1
Comb.5	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
Comb.6	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
Comb.7	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Comb.8	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Comb.9	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
Comb.10	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1
Comb.11	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1
Comb.12	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1
Comb.13	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0
Comb.14	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1
% Cases	50,0	71,4	64,3	42,9	50,0	64,3	42,9	57,1	71,4	71,4	42,9	57,1	71,4

Legenda: 0 – Variável Ausente; 1 – Variável Presente; N – Variável não é uma condição para a operação lógica.

Os resultados encontrados evidenciam que para se alcançar um bom desempenho não é necessária a presença de um alto número de dimensões altamente desenvolvidas. É suficiente a presença de algumas dimensões específicas para influenciar o resultado esperado. De acordo com Rihoux e De Meur (2009), as combinações iniciais contém condições desnecessárias que podem ser removidas para geração de uma expressão reduzida (denominada implicante primário). Assim, com o auxílio do programa Tosmana, foram excluídos os remanescentes lógicos e as contradições para, utilizando o princípio da parcimônia, chegar-se às duas expressões reduzidas apresentadas a seguir:

Acesso {1} + Economia Local {1} + Aspectos Culturais {1};

Economia Local {1} + Capacidade Empresarial {1} + Aspectos Culturais {1}.

Com o processo de minimização lógica foi possível obter duas equações diferentes que abarcam todos os casos de sucesso. A partir das equações fica evidente que houve uma redução do conjunto de combinações específicas que resultam em desempenho positivo. Não obstante, o resultado evidencia quatro determinantes que resultam no sucesso: Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial, sendo que as duas primeiras constam em ambas as equações. Todas as condições são suficientes, mas não necessárias isoladamente para o resultado. Logo, o resultado parcimonioso evidencia que é suficiente aparecer alguma dessas dimensões para que se alcance o resultado de sucesso ou desempenho nacional.

Taberner (2007) afirma que o turismo é um produto de fácil comercialização, ainda que de intensa competição. Em que pese o argumento apresentado, no que tange à demanda doméstica, aparentemente a competição não ocorre a partir de uma estrutura complexa que os modelos para avaliação de competitividade de destinos turísticos propõem (Crouch, 2011), mas a partir de alguns aspectos particulares, o que traz a discussão para próximo dos argumentos da Visão Baseada em Recursos de Barney (1991) sobre o papel de recursos estratégicos para a geração de vantagens competitivas. Como argumentado anteriormente, a demanda doméstica apresenta padrões regionalizados de consumo de viagem, o que pode explicar a redução da complexidade da competitividade e a influência de aspectos específicos para a geração de fluxos de turistas nacionais.

Ritchie e Crouch (2010) classificam os recursos de um destino em recursos centrais e atrativos. De forma similar, Dwyer e Kim (2003) classificam os recursos dos destinos em três categorias: recursos inatos, recursos criados e recursos de suporte. Recursos inatos são a base a partir da qual os produtos turísticos, especialmente aqueles ligados ao turismo de lazer, são criados. Os outros recursos operam como ativos criados voltados para exploração dos recursos inatos. A infraestrutura de acesso, assim como outras infraestruturas gerais e a infraestrutura de turismo, são classificadas como recursos de suporte. Embora a infraestrutura não seja um aspecto capaz de influenciar diretamente a demanda, ela é identificada por

diversos autores como um recurso criado que possibilita o desenvolvimento do turismo (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Gooroochurn & Sugiyarto, 2004; Heath, 2003; Ritchie & Crouch, 2010). Cvelbar et al. (2016) ressaltam a relevância da infraestrutura para a competitividade de destinos desenvolvidos e em desenvolvimento, sendo ainda mais importante no segundo grupo. Os resultados encontrados ressaltam o papel diferenciador da infraestrutura de acesso para o desempenho em termos de demanda doméstica. Crouch e Ritchie (1999) destacam que um atrativo somente por ser explorado turisticamente se puder ser acessado pelos visitantes. Dessa forma, embora diferentes tipos de infraestrutura sejam necessários, a infraestrutura de acesso se destaca por sua relação direta com o desempenho do destino ao facilitar a demanda.

Seguindo a classificação de Dwyer e Kim (2003), Aspectos Culturais são recursos inatos de um destino que devem ser adequadamente explorados para o sucesso da atividade turística. Aspectos culturais, juntamente com recursos naturais, compõem os atrativos centrais de um destino turístico (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2010) e influenciam a demanda (Bornhorst et al., 2010). Considerando que todos os destinos analisados operam no segmento de sol e praia, a presença de aspectos culturais complementa os atrativos principais e aprimoram a experiência ofertada (Buhalis, 2000; Dwyer & Kim, 2003). Assim, aspectos culturais impactam a qualidade da experiência proporcionada, contribuindo para um melhor posicionamento de mercado (Hassan, 2000) e, como consequência, melhorando o desempenho do destino (Bornhorst et al., 2010). Como argumentado por Coelho (2015), a diversidade de produtos e serviços é central para o desenvolvimento do turismo.

Além dos recursos, o desempenho do destino também é influenciado pelo ambiente competitivo (Dwyer & Kim, 2003; Ritchie & Crouch, 2010). Economia Local e Capacidades Empresariais são fatores de apoio que permitem a exploração de recursos inatos (Crouch & Ritchie, 1999). A vitalidade das empresas e sua capacidade de investir, inovar e diversificar sua produção estão diretamente relacionadas à prosperidade econômica do destino e, conseqüentemente, à competitividade do destino (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2010). Dwyer e Kim (2003) caracterizam a Economia Local e a Capacidade Empresarial como o ambiente microcompetitivo e enfatizam a importância das empresas se adaptarem e explorarem oportunidades para o desenvolvimento do destino. Pode-se argumentar que as evidências encontradas corroboram os resultados de Cvelbar et al. (2016), embora para os destinos analisados a capacidade empresarial seja relevante tanto para destinos desenvolvidos quanto em desenvolvimento. Considerando os resultados encontrados, pode-se perceber que tanto os recursos internos quanto os ambientais influenciam o desempenho do destino, o que reforça a ideia de que a competitividade do destino é um fenômeno multinível (Bornhorst et al., 2010).

4.2 Demanda Internacional

Os mesmos padrões de análise empregados anteriormente para demanda doméstica foram utilizados para a demanda internacional. Os resultados indicam que 14 combinações de resultados explicam a presença da variável critério (Tabela 4). Desempenho na demanda internacional foi alcançado com a presença de mais de quatro dimensões de competitividade. Como demonstrado na Tabela 2, Florianópolis e Rio de Janeiro alcançaram desempenho na demanda internacional com a presença de todas as 13 dimensões. Exceções, no entanto, podem ser observadas em seis casos. Ilhabela (com sete dimensões) e Aracaju (com seis dimensões) não obtiveram sucesso. Armação de Búzios com três dimensões (Políticas Públicas, Economia Local e Aspectos Ambientais); Jijoca de Jericoacoara com três dimensões (Marketing, Cooperação Regional e Aspectos Sociais); Mata de São João com quatro dimensões (Atrativos Turísticos Marketing, Aspectos Sociais e Aspectos Ambientais); e Paraty com duas dimensões (Atrativos Turísticos e Aspectos Culturais) alcançaram o resultado mesmo com a presença de um número pequeno de dimensões.

Tabela 4 - Equação Geral com Dimensões Competitividade para Demanda Internacional

	Infr	Acce	Serv	Attr	Mrkt	PPol	Coop	Mont	Econ	CapE	SocA	AmbA	Cult
Comb.1	1	1	1	1	N	1	1	1	1	1	1	1	1
Comb.2	1	1	1	1	1	1	N	1	1	1	1	1	1
Comb.3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	N	1
Comb.4	0	1	0	N	1	1	0	1	1	1	0	1	1
Comb.5	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
Comb.6	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
Comb.7	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0
Comb.8	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0
Comb.9	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Comb.10	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
Comb.11	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1
Comb.12	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1
Comb.13	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0
Comb.14	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1
% Cases	42,9	64,3	64,3	42,9	57,1	64,3	42,9	57,1	64,3	64,3	57,1	64,3	64,3

Legenda: 0 – Variável Ausente; 1 – Variável Presente; N – Variável não é uma condição para a operação lógica.

As condições não essenciais foram reduzidas a partir da minimização da equação geral, como feito anteriormente. O resultado, no entanto, gerou uma grande quantidade de equações alternativas para representar as combinações de resultados de forma que uma equação parcimoniosa não foi alcançada. Não obstante, a análise dos dados da Tabela 4 permite argumentar que nenhuma das dimensões de competitividade analisadas é uma condição necessária (nenhuma dimensão encontra-se presente em todas as equações) ou suficiente (nenhuma dimensão explica por si só a variável critério) para explicar a demanda internacional. Adicionalmente, nenhuma dimensão pode ser considerada supérflua para explicar o desempenho. Ainda assim, algumas dimensões ocorrem com maior frequência: Acesso, Serviços e Equipamentos Turísticos, Políticas Públicas, Economia Local, Capacidade Empresarial, Aspectos Ambientais e Aspectos Culturais.

As dimensões Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial apareceram anteriormente como aspectos relevantes para a demanda doméstica. A reiterada presença dessas dimensões nas equações com resultados positivos para a demanda internacional corrobora os achados anteriores e reforçam a importância para o desempenho do destino. As dimensões Serviços e Equipamentos Turísticos e Políticas Públicas, embora apareçam com frequência similar na análise da demanda doméstica, não foram previamente identificadas como com a mesma relevância.

A dimensão Serviços e Equipamentos Turísticos leva em consideração a infraestrutura turística e os serviços ofertados para os turistas (MTur, SEBRAE & FGV, 2013). Serviços ofertados e os equipamentos turísticos adicionam valor aos recursos inatos e contribuem para sustentar e aprimorar o posicionamento competitivo do destino (Hassan, 2000). Um destino não pode depender somente de seus atrativos naturais, uma vez que a competitividade está associada à habilidade de proporcionar aos visitantes produtos e serviços de alta qualidade (Croes, 2011).

Embora o transporte, a infraestrutura geral e diversos outros bens públicos associados ao turismo sejam normalmente providos pelos governos, as políticas públicas de turismo aparentemente desempenham um papel secundário nos modelos de competitividade de destinos turísticos. Eventualmente esse papel reduzido seja devido às características da economia do turismo nos destinos desenvolvidos que serviram de parâmetro para os principais modelos de competitividade de destinos turísticos. No Brasil, no entanto, os governos locais geralmente estão diretamente envolvidos na gestão e no planejamento de destinos turísticos, aspectos geralmente associados à gestão de destinos (Crouch & Ritchie, 2010; Dwyer & Kim, 2003). Os resultados encontrados reforçam esse aspecto, uma vez que a dimensão Políticas Públicas aparece de forma reiterada entre as combinações de sucesso para a demanda internacional. Cvelbar et al. (2016) identificaram a gestão do destino como aspecto determinante da competitividade de destinos. Ressalte-se que essa dimensão emerge como um diferencial na demanda internacional. A demanda internacional é normalmente mais qualificada em termos de impacto econômico gerado. Nesse sentido,

pode-se argumentar que as políticas públicas criam um ambiente favorável para o desenvolvimento do turismo, bem como para o desenvolvimento local (Heath, 2003).

Aspectos Ambientais, de forma similar aos Aspectos Culturais, são recursos inatos de um destino (Dwyer & Kim, 2003), compondo o conjunto de recursos e atrativos centrais de um destino (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2010). A presença dessas dimensões em conjunto dialoga com os apontamentos da pesquisa do Fórum Econômico Mundial (2015) que indica os recursos culturais e naturais como as dimensões em que o Brasil foi melhor avaliado. Atrativos naturais e culturais, no entanto, se relacionam a vantagens comparativas de um destino. Esses recursos devem ser adequadamente empregados para obtenção de vantagem competitiva (Crouch & Ritchie, 1999). Hassan (2000) destaca que os destinos devem explorar suas vantagens comparativas únicas para se tornarem mais atrativos para seus segmentos de mercado específicos. A competitividade de um destino se relaciona a quão eficiente e efetivamente os recursos disponíveis são explorados para aprimorar a qualidade de vida da população local (Ritchie & Crouch, 2010).

5 CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

O presente trabalho buscou identificar quais dimensões de competitividade são determinantes para o desempenho de 27 destinos turísticos de sol e praia brasileiros. O desempenho dos destinos foi avaliado a partir da demanda de turistas domésticos e internacionais, enquanto que as informações sobre a competitividade foram obtidas do Modelo de Competitividade Brasileiro (MTur, SEBRAE & FGV, 2013). Os dados foram analisados utilizando a técnica QCA. Os resultados encontrados indicam a importância das dimensões Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial tanto para a demanda doméstica quanto para a demanda internacional. Considerando especificamente a demanda internacional, além das dimensões elencadas, os resultados destacam a relevância das dimensões Serviços e Equipamentos Turísticos, Políticas Públicas e Aspectos Ambientais. Apesar de uma convergência parcial, a demanda internacional aparentemente é mais complexa do que a demanda doméstica. Esses resultados corroboram algumas evidências encontradas por Cvelbar et al. (2016) e apresentam uma possível resposta para o questionamento de Crouch (2011), considerando especificamente os atributos determinantes para a competitividade de destinos de sol e praia.

Modelos de competitividade de destinos turísticos foram desenvolvidos a partir de uma perspectiva multinível, considerando a heterogeneidade dos recursos disponíveis nos destinos. Esses modelos proporcionam uma explicação aceitável sobre como um destino se torna competitivo. De toda sorte, a partir dos resultados encontrados tanto para a demanda doméstica quanto para a internacional, concluímos que não é necessário ter um alto nível de desenvolvimento em um grande número de dimensões de competitividade para alcançar um alto desempenho. Esse resultado reforça a perspectiva de que a competitividade, mesmo para destinos em um mesmo segmento de mercado, é multidimensional (Crouch & Ritchie, 1999), uma vez que diferentes aspectos presentes nos destinos podem resultar em bons níveis de desempenho. Nesse sentido, modelos complexos e abrangentes para avaliação da competitividade de destinos podem não fornecer uma orientação adequada para o desenvolvimento do turismo sem uma análise mais aprofundada. Eventualmente, o campo de pesquisa deva evoluir para modelos mais parcimoniosos dedicados a segmentos turísticos específicos, a fim de fornecer orientações mais claras tanto para a teoria quanto para a prática.

Sob a perspectiva de gestão do destino, considerando os argumentos da Visão Baseada em Recursos (Barney, 1991), ao invés de buscar aprimorar diversos aspectos simultaneamente, eventualmente, destinos de sol e praia deveriam focar aqueles atributos que já representam diferenciais competitivos para assegurar uma posição de mercado. Isso requer conhecimentos sobre os recursos disponíveis no destino e nos seus concorrentes, assim como informações sobre as características das demandas atual e potencial no mercado, o que reforça o papel da gestão dos destinos no monitoramento do mercado. A proximidade de mercados emissores e a facilidade de acesso parecem ser aspectos centrais para os fluxos domésticos, entretanto para atração de uma demanda mais qualificada (como a demanda internacional) deve-se considerar complementar os atrativos turísticos locais com outras características locais (tais como atrativos culturais ou outros atrativos naturais). Nesse sentido, considerando que o turismo é uma atividade

econômica explorada pela iniciativa privada, vale destacar ainda a capacidade empreendedora de inovar e explorar efetivamente as características inatas presentes no destino.

As análises realizadas consideraram somente indicadores *ex-post*, focando exclusivamente nos fluxos de turistas nacionais e internacionais para avaliação do desempenho, o que pode ser considerada uma limitação da pesquisa, uma vez que, como ressaltado, a competitividade de um destino é uma meta intermediária para o desenvolvimento econômico e social (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Heath, 2003; Rivero & Caldera, 2004). Considerando as análises com a demanda internacional, não foi possível identificar uma equação parcimoniosa, o que também pode ser considerado como uma limitação. De forma similar, a técnica de análise não informa se a variável dependente aumenta ou diminui de acordo com a variação da variável independente, em uma relação direta ou quanto interage com as demais variáveis afetadas.

A abordagem analítica proposta permitiu modelar as relações lógicas entre as variáveis sobre suficiência, necessidade ou algumas condições específicas, como quando a variável (condição) é suficiente, mas não necessária em si para explicar o resultado ou uma condição inversa. Como sugestão para futuras pesquisas, pode-se ampliar o escopo das análises com o uso de outras técnicas. Com o refinamento das escalas seria possível o uso da análise qualitativa comparativa de conjuntos difusos (QCA fuzzy set). Além disso, sugere-se estudos longitudinais que ajudem o entendimento das dinâmicas dos catalisadores para o desempenho dos destinos turísticos.

REFERÊNCIAS

- Añaña, E. S., Pereira, M. L., & Anjos, F. A. (2015) Competitividade de Destinos Turísticos na Visão da Demanda: introdução de um novo método de avaliação. *Revista Turismo em Análise*, 26(4). DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i4p859-879>
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp. 99-120. DOI: <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Betarelli Junior, A. A., & Ferreira, S. F. (2018). *Introdução à análise qualitativa comparativa e aos conjuntos Fuzzy (fsQCA)*. Brasília. Enap.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, pp. 97 – 116. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Bornhorst, T., Ritchie, J.R.B. & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31, pp. 572-589. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Carmona, V. C., Costa, B. K., & Ribeiro, H. C. M. (2014). Competitividade e Turismo: estudo da produção científica internacional. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(2), pp. 201-221. DOI: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v8i2.721>
- Castrillón, I. D., Canto, A. G., Cantorna, A. S. & Cerradello, L. B. (2011). Analysis of the main explanatory destination competitiveness models in the framework of sustainability. *Revista Cultura y Turismo*, 5(2).
- Camisón, C., & Forés, B. (2015). Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors? New empirical evidence from Spain. *Tourism Management*, 48, pp. 477-499. DOI <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.001>
- Costa, H.A., & Hoffmann, V. E. (2006). Competitiveness in Tourist Destinations: elements and indicators applied to a study of tourism management in Balneário Camboriú-SC, Brazil. *Turismo em Análise*, 17 (2), p. 135-154. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v17i2p135-154>
- Coelho, M. F. (2015) O que Atrai o Turista? Gestão da Competitividade de Destinos a Partir de Atrações e da Atratividade Turística. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 7(4), pp. 489-505. DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v7iss4p489>
- Croes, R. (2011). Measuring and Explaining Competitiveness in the Context of Small Island Destinations. *Journal of Travel Research*, 50(4): 431-442. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287510368139>.
- Crouch, G. I. (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), pp. 27 –45. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287510362776>
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), pp. 137 –152. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Cvelbar, L. K., Dwyer, L., Koman, M., & Mihalic, T. (2016). Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: a Global Investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8). DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287515617299>

- Domareski-Ruiz, T. C., Akel, G. M., & Gândara, J. M. G. (2015) Estudos de Competitividade Turística - Comparativo do Modelo de Dwyer e Kim e do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Brasil. *Turismo e Sociedade*, 8(1). DOI: <https://doi.org/10.5380/tes.v8i1.34299>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5). DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21, pp. 9-22. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00081-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00081-3)
- Gerring, J. (2012). *Social Science Methodology: A Unified Framework*. Cambridge University Press.
- Gooroochurn, N. & Sugiyarto, N. (2004). Measuring Competitiveness in the travel and tourism industry. *Discussion Paper*. Nottingham University Business School, Nottingham. University of Nottingham.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Tourism Research*, 38(3), pp. 239-245. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Heath, E. (2003). Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(2), pp. 124-141.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. *Hospitality Management*, 18, pp. 273-283. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(99\)00034-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(99)00034-1)
- Levin, J., & Fox, J. A (2004). *Estatística para ciências humanas*. São Paulo. Prentice Hall.
- Medina, I., Ortiz, P. J. C., Álamos-Concha, P., & Rihoux, B. (2017). *Análisis Cualitativo Comparado (QCA)*. Madrid. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Brazilian Ministry of Tourism - MTur, SEBRAE, & Fundação Getulio Vargas - FGV. (2013). *Competitiveness Study of 65 Destinations Inductor of Regional Tourism Development*. Brasília.
- Brazilian Ministry of Tourism – MTur. (2012). *Study of the Domestic Tourist Demand 2012*. Brasília.
- Brazilian Ministry of Tourism – MTur. (2013). *Study of the International Tourist Demand 2013*. Brasília.
- Ragin, C. C. (1987). *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press.
- Ragin, C. C., Shulman, D., Weinberg, A., & Gran, B. (2003). Complexity, generality and qualitative comparative analysis. *Field Methods*, 15(4), pp. 323–340. DOI: <https://doi.org/10.1177/1525822X03257689>
- Rihoux, B., & Meur, G. (2009). Crisp-set qualitative comparative analysis (csQca). In: Rihoux, B., Ragin, C. C. (2009). *Configurational comparative methods: ...* Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G.I. (2010). A Model of Destination Competitiveness/ Sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública*, 44(5), pp. 1049-66. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0034-76122010000500003>
- Rivero, M. S., & Caldera, M.A.F. (2004). The competitiveness of tourist destinations: a quantitative analysis using logistic models. Application to the Extremadura municipalities. *I Jornadas de Economía del Turismo*. Palma de Mallorca, May 28-29.
- Rodrigues, L., & Carrasqueira, H. (2011). A Comparative Analysis of Sun and Sea Tourist Destinations Competitiveness. The Case of the Algarve vs. Southern Spain. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, pp. 855–875.
- Sette, I. R., Santos, G. E. O., & Uvinha, R. R. (2017). Modelos de Competitividade de Destinos Turísticos: evolução e críticas. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 11(1), pp. 92 - 115. DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v19n2.p292-318>
- Sette, I. R., & Tomazzoni, E. L. (2017). Os desafios, as limitações e as perspectivas do modelo do Índice de Competitividade Turística no contexto da Política Nacional de Turismo brasileira. *Turismo, Visão e Ação*, 19(2), pp. 292-318. DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v19n2.p292-318>
- Taberner, J. G. (2007). Proposal of two indices for the Measurement of the Competitiveness of the Sun and Sand Destinations of the Mediterranean. *Revista de Análisis Turístico*, 4, pp. 50-67.
- Wagemann, C. (2012). ¿Qué hay de nuevo en el Método Comparado?: QCA y el análisis de los conjuntos difusos. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 1(1), pp. 51-75.
- World Economic Forum (2015). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015*. Switzerland.

Informações dos autores

Daniel Pires Vieira

Universidade de Brasília/ Programa de Pós-graduação em Administração, Brasília / DF - Brasil.

Contribuição: elaboração do desenho de pesquisa, revisão de literatura, coleta e análise dos dados e discussão dos resultados

E-mail: vieira.pires@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2126-2750>

Valmir Emil Hoffmann

Universidade de Brasília/ Programa de Pós-graduação em Administração, Brasília / DF - Brasil.

Contribuição: desenho de pesquisa, revisão de literatura, análise dos dados e discussão dos resultados.

E-mail: ehoffmann@unb.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8977-8454>

Cleudson Nogueira Dias

Universidade de Brasília/ Programa de Pós-graduação em Administração, Brasília / DF - Brasil.

Contribuição: coleta e análise dos dados e discussão dos resultados.

E-mail: cleudson_nogueira@yahoo.com.br

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8724-1688>

José Márcio Carvalho

Universidade de Brasília/ Programa de Pós-graduação em Administração, Brasília / DF - Brasil.

Contribuição: discussão dos resultados

E-mail: jmcarvalho1708@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6191-4127>.