

## Uma análise comparativa dos indicadores de competitividade turística regional com base na teoria de Crouch e Ritchie (1999)

### *A comparative analysis of regional tourism competitiveness indicators based on Crouch and Ritchie theory*

#### **Thiago Jose de Chaves**

Professor Colaborador do Departamento de Administração da Escola Superior de Administração e Gerência (ESAG) da Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC, Florianópolis/SC, Brasil

E-mail: [contatotchaves@gmail.com](mailto:contatotchaves@gmail.com)

#### **Leonardo Secchi**

Professor titular de Administração Pública na Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC, Florianópolis/SC, Brasil

E-mail: [leonardo.secchi@udesc.br](mailto:leonardo.secchi@udesc.br)

*Artigo recebido em: 11-11-2021*

*Artigo aprovado em: 12-10-2022*

## RESUMO

Com a evolução da relevância do Turismo como segmento econômico mundial, o tema da competitividade turística ganha espaço nas pesquisas acadêmicas desde a década de 1990 (Crouch & Ritchie 1999). A identificação de rankings de competitividade, bem como as variáveis que os compõem, podem oferecer diversos direcionamentos para o desenvolvimento do setor em determinada localidade. A partir do modelo de competitividade proposto por Crouch e Ritchie (1999), que aborda a multidimensionalidade da competitividade e do seu aspecto econômico, como a verificação de indicadores específicos que aumentem a prosperidade dos destinos turísticos com um impacto negativo mínimo; este estudo analisou artigos sobre competitividade turística regional obtidos a partir de pesquisa bibliográfica realizada durante o segundo semestre de 2019, alcançando 182 artigos na base de Periódicos da Capes, dos quais 107, datados entre 1996 e 2019, foram analisados sistematicamente. Como efeito, baseado nos percursos estatísticos de cada artigo selecionado, ficou demonstrado diferentes formas de abordagem do tema a partir de uma mesma base teórica. Logo, auferiu-se, que a complementariedade do modelo de Ritchie e Crouch (1999, 2003) seria a criação de um único indicador a partir das duas formas de escala analisadas neste estudo; da atratividade focada no bem-estar do turista e outra focada no cenário econômico do turismo local.

**Palavras-chave:** Competitividade Turística Regional. Turismo. Escala. Indicadores. Modelo de Crouch e Ritchie

## ABSTRACT

With the evolution of the relevance of Tourism as a world economic segment, the theme of tourism promotion gains space in academic research since the 1990s (CROUCH et al, 1999). The identification of offer classifications, as well as the variables that compose them, can offer different directions for the development of the sector in a specific location. Based on the promotion model proposed by Crouch and Ritchie (1999), which addresses the multidimensionality of chances and its economic aspect, such as the verification of indicators that can increase the prosperity of tourist destinations with minimal negative impact; this study analyzed articles on the regional tourist offer based on bibliographic research carried out during the second semester of 2019, reaching 182 articles on the basis of Capes Periodicals, of which 107 were dated between 1996 and 2019 and systematically analyzed. As a result, the statistical paths of each selected article demonstrated different ways of approaching the theme from the same theoretical basis. Therefore, we can obtain, what complementarity of the model of Ritchie and Crouch (1999, 2003) would be the creation of a single indicator from the two forms of scale analyzed in this study; attractiveness focused on tourist well-being and another focused on the economic scenario of local tourism.

**Keywords:** Regional Tourism Competitiveness. Tourism. Scale. Index. Crouch and Ritchie model.

## 1. INTRODUÇÃO

O Turismo é um importante segmento econômico em todo o mundo, que corresponde a 10,4% do PIB mundial em 2018 (o que equivale a US\$8,8 trilhões) e apresenta expansão superior a da economia global pelo oitavo ano consecutivo (WTTC, 2019). Por ser um segmento multidimensional, que envolve dimensões como a infraestrutura local, a oferta de serviços, recursos naturais, entre diversos outros, seu impacto direto na geração de renda e bem-estar da população é internacionalmente reconhecido (UNWTO Global Code of Ethics for Tourism, 1999; Artigo 43 do Plano de Implementação do World Summit on Sustainable Development, Johannesburg, 2002; The UN Commission on Sustainable Development, 7th session, 1999; Sustainable Tourism – Eliminating Poverty, 2002).

O Turismo é capaz de criar empregos, melhorar a infraestrutura local, fortalecer a comunidade e eventos locais, aumentar o orgulho local entre os habitantes, fortalecer tradições e valores regionais, entre outros benefícios levantados por Ritchie (1987).

Este estudo adota a interpretação do turismo oficial da Organização Mundial do Turismo (OMT) como “atividade do viajante que visita uma localidade fora de seu entorno habitual, por período inferior a um ano, e com propósito principal diferente do exercício de atividade remunerada por entidades do local visitado. Enquanto, viagem turística: é a viagem que satisfaz estes critérios (OMT, 2018: 18).

Ao considerar a importância do turismo para o desenvolvimento econômico, é natural que haja competitividade entre diferentes localidades turísticas. Neste sentido, identificar o nível de competitividade da região em relação a outras que podem ser consideradas “concorrentes” é uma atitude estratégica para sinalizar quais pontos necessitam de atenção e devem ser aprimorados para estimular o interesse do turista.

De acordo com Crouch e Ritchie (1999) o objetivo final da competitividade turística é aumentar a prosperidade dos destinos turísticos com um impacto negativo mínimo. Por conseguinte, em termos práticos, essas informações devem ser utilizadas para definição de políticas públicas e atuação do setor privado de forma mais estratégica no segmento (Kingdon, 1995, 2011) do qual e para qual colabore com o desenvolvimento turístico de determinada região.

Essa análise da competitividade turística local, porém, é bastante entrelaçada, uma vez que envolve diversas dimensões de caráter qualitativo, como pode ser observado no modelo de competitividade turística de Crouch e Ritchie (1999) detalhado mais adiante. Por exemplo,

além da análise da infraestrutura local, também é necessário avaliar a satisfação do turista, o que, por sua vez, também é influenciada pelas experiências e conhecimentos prévios de cada indivíduo.

Além disso, a própria extensão da região analisada, também influencia os resultados, já que cada município ou microrregião possui diferentes perfis de infraestrutura, atrativos, entre outros aspectos. Outra questão relevante é que, com frequência, a comparação entre destinos grandes e pequenos não é eficiente, já que as variáveis como fatores de preço ou recursos humanos, por exemplo, podem afetar de forma diferente cada um dos perfis de destino turístico (Croes, 2010).

Neste sentido, um *framework* de mensuração a partir de medidas quantitativas para a competitividade turística regional se faz necessário para melhor análise e o consequente desenvolvimento do segmento turístico. Além disso, visto que um dos maiores desafios das pesquisas quantitativas é a criação de bons indicadores (variáveis, escalas) que representem adequadamente os conceitos (constructos) (Bolfarine & Bussab 2005). Logo, como objetivo, buscou-se averiguar os artigos que possuem percursos estatísticos, mesmo com diferentes formas de abordagem do tema a partir de um mesmo modelo de competitividade turística proposto por Crouch e Ritchie (1999).

Logo, para a realização deste objetivo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica da base de Periódico CAPES a partir dos vocábulos: "tourism competitiveness"; "scale"; "measure"; "region"; "destination", direcionando a 182 artigos. Em sequência resultou em 107 artigos para análise sistemática, com data de publicação entre 1996 e 2019. Estes passaram por uma análise conforme anexo, que resultou na análise das escalas já sugeridas por pesquisadores a partir dos seus títulos e resumos, a fim de traçar os artigos mais conectados com estudos de competitividade turística regional.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Competitividade turística regional

A análise da competitividade turística tem início a partir da abordagem das cinco forças competitivas e vantagem competitiva empresarial de Porter (1980, 1985). Para o autor, as cinco forças (rivalidade entre os concorrentes; poder de negociação dos clientes; poder de negociação dos fornecedores; ameaça de novos entrantes e; ameaça de produtos substitutos)

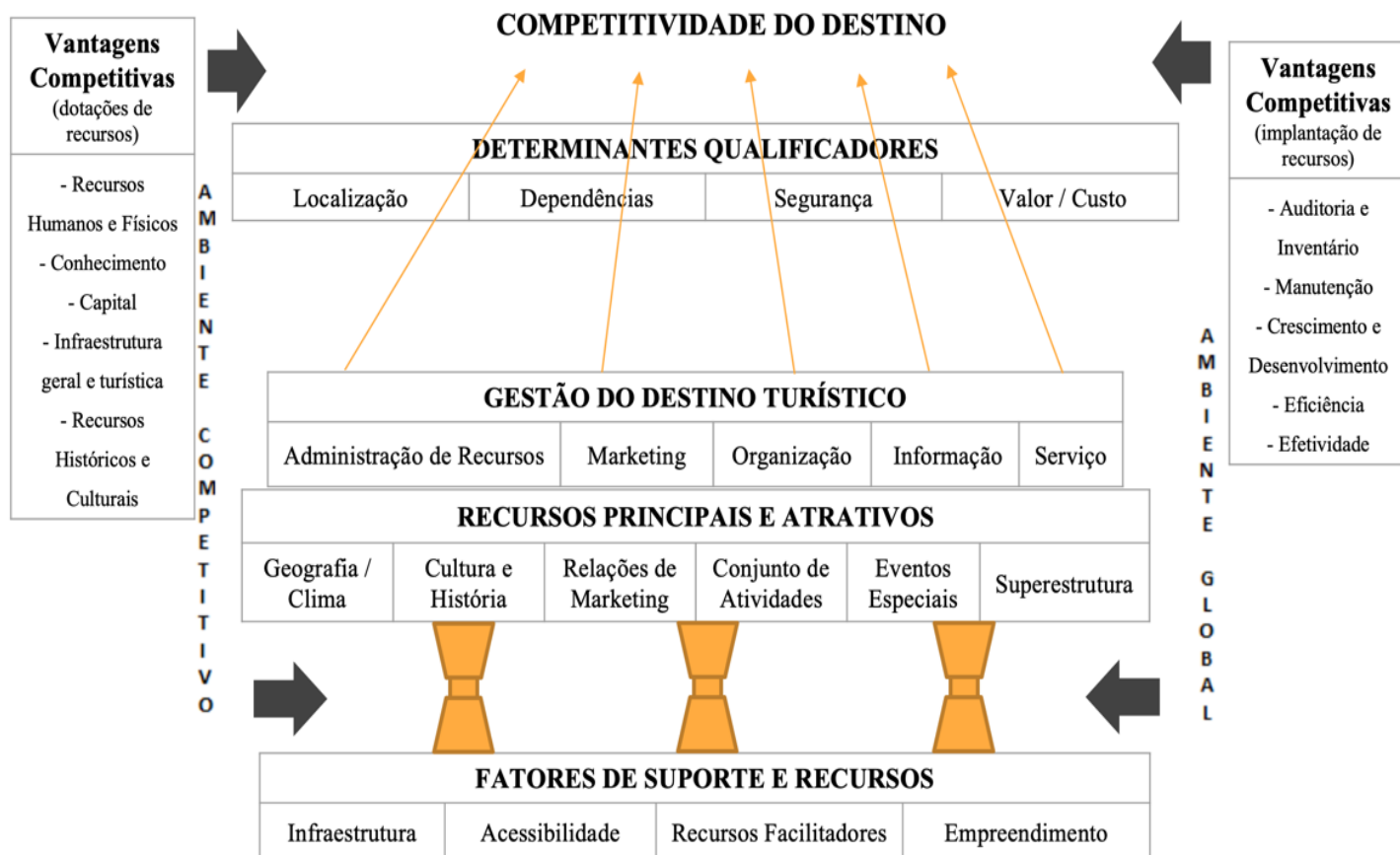
formam o microambiente empresarial e devem ser avaliadas em perspectiva ampla para diagnóstico do momento da organização (Porter, 1980). Já a vantagem competitiva está relacionada ao desenvolvimento de atributos que permitam melhores condições na competição em relação aos concorrentes (Porter, 1985), tais como como posição superior no mercado, habilidades ou recursos.

Com o desenvolvimento das teorias relacionadas ao Turismo, e ao considerar a multidimensionalidade do setor, a teoria empresarial da Visão Baseada em Recursos como base para a vantagem competitiva, de Barney (1991), também fomenta a análise competitiva do turismo, uma vez que defende que a competitividade é determinada pelos recursos tangíveis e intangíveis controlados pela empresa, no caso a região turística.

Baseada nessas teorias, e considerando as peculiaridades do setor de Turismo, uma das abordagens atuais mais aceita para análise da competitividade turística é atribuída a Crouch e Ritchie (1999, 2003). Seu trabalho foi destaque pela capacidade de articular, de forma compreensível e ao mesmo tempo eclética, uma série de determinantes para a teoria da competitividade no turismo (De La Peña, et al, 2017).

Em seu modelo, são analisados tanto o âmbito interno quanto externo ao setor. Em relação às questões externas, Crouch and Ritchie (1999) analisam as vantagens competitivas e comparativas da economia como um todo e como são capazes de afetar o Turismo. Adicional a essa análise, os autores também agruparam em cinco elementos (ítems) internos considerados determinantes para o Turismo. São eles: (1) fatores e recursos de apoio, (2) recursos principais e atrativos, (3) gestão do destino, (4) política de destino, planejamento e desenvolvimento, e (5) qualificando e amplificando determinantes. O modelo pode ser visto na Figura 1.

Figura 1 - Modelo de Competitividade do Destino



Fonte: Crouch e Ritchie (1999, tradução nossa)

Com base neste modelo, este estudo buscou verificar sua aplicação prática para análise da competitividade turística. Ao observar a vasta quantidade de artigos que abordam a competitividade do turismo de um modo mais genérico, bem como a necessidade de obter parâmetros específicos de abrangência regional, foi necessário realizar uma pesquisa bibliográfica.

### 3. METODOLOGIA

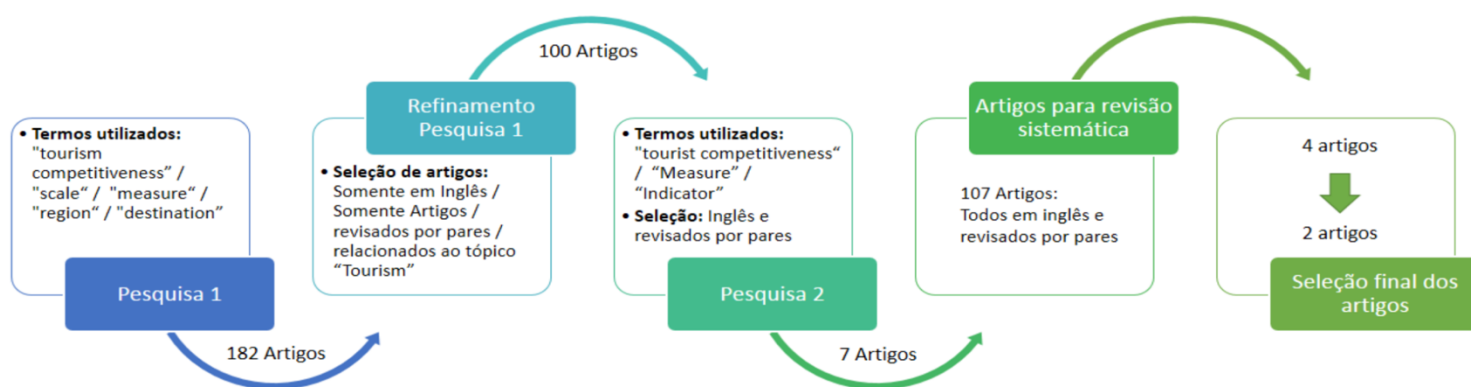
Para a execução desta pesquisa foram realizadas duas buscas no Portal de Periódicos Capes dos artigos disponíveis durante o segundo semestre de 2019.

A primeira utilizou os seguintes termos: "tourism competitiveness"; "scale"; "measure"; "region"; "destination", o que gerou um total de 182 artigos.

Para refinamento deste resultado, foram selecionados somente os arquivos o tipo “Artigos”, de idioma “Inglês”, apenas periódicos revisados por pares e relacionados ao tópico “Tourism”, chegando-se a um total de 100 artigos com data de publicação de 1996 a 2019.

Da mesma forma, a segunda pesquisa utilizou os termos "tourist competitiveness", “Measure” e “Indicator”, o que gerou um total de 7 artigos, com data de publicação a partir de 2009. O caminho percorrido para a seleção dos artigos, pode ser observado na Figura 2.

**Figura 2** - Caminho para seleção dos artigos da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

A partir deste total de 107 artigos, foi realizada uma análise sistemática a partir dos seus títulos e resumos, a fim de selecionar artigos mais conectados com o objetivo desta pesquisa.

Nesta análise, identificou-se que três artigos tinham como principal tema o Clima; quatro artigos abordavam o viés do Comportamento do Turista; cinco artigos falavam sobre Desenvolvimento local; cinco artigos abordavam o tema sob a perspectiva da Imagem do Destino; seis artigos tinham como principal escopo os hotéis; nove artigos davam destaque a um segmento específico do turismo, como rural ou urbano; 17 artigos tinham como escopo a Sustentabilidade no Turismo; 16 artigos abordavam a competitividade de países e não de regiões específicas; 20 artigos apresentaram indicadores gerais sobre Turismo, sem o foco na Competitividade e 18 artigos apresentavam abordagens mais diversificadas, que não se

encaixavam em nenhuma das categorias citadas, como sazonalidade do turismo, marketing do destino, etc. Os artigos pesquisados e a segmentação realizada podem ser observados na tabela anexa.

Por fim, optou-se por selecionar somente os periódicos que tratavam da aplicação de escala de competitividade turística em âmbito regional. De acordo com Cracolici e Nijkamp (2006, tradução nossa), “tornou-se muito importante medir a performance de cada área contra seus ‘competidores chave’, de forma a identificar as corretas ações estratégicas necessárias para manter ou fortalecer sua posição de líder de mercado”, apesar disso, existe ainda um crescente debate sobre como mensurar e o significado de competitividade no turismo. (Papatheodorou & Song, 2005: 18). Justamente, neste contexto é que paira uma das limitações desta pesquisa: encontrar textos que relacionem de forma integral o debate sobre competitividade no turismo regional.

Assim, foram selecionados quatro artigos, conforme Tabela 1.

**Tabela 1** - Revisão bibliométrica: Competitividade Turística Regional

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Revista e ano</b>
<b>The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions</b>	Cracolici, Maria Francesca; Nijkamp, Peter	Tourism Management, 2009, Vol.30(3)
<b>Measuring and Explaining Competitiveness in the Context of Small Island Destinations</b>	Croes, Robertico	Journal of Travel Research, July 2011, Vol.50(4)
<b>Regional tourism competitiveness using the PROMETHEE approach</b>	Lopes, Ana Paula F.; Muñoz, María M.; Alarcón-Urbistondo, Pilar	Annals of Tourism Research, November 2018, Vol.73



<b>Performance evaluation of Indian states in tourism using an integrated PROMETHEE-GAIA approach</b>	Rajeev Ranjan1 & Prasenjit Chatterjee 2 & Shankar Chakraborty1	Ranjan, Rajeev; Chatterjee, Prasenjit; Chakraborty, Shankar OPSEARCH, 2016, Vol.53(1), pp.63-84
---	--	--

Fonte: Desenvolvido pelos Autores (2019)

Dos quatro artigos selecionados, verificou-se que dois deles utilizam a metodologia *Preference Ranking Organization Method for Enrichment of Evaluations* (PROMETHEE) juntamente com *Geometrical Analysis for Interactive Assistance* (GAIA). O método PROMETHEE foi desenvolvido por Brans (1982), e tem tido aplicação em diferentes áreas, não apenas no Turismo.

Neste método, em resumo, “as ações são primeiro comparadas em pares em cada critério, de acordo com as preferências dos decisores, resultando em pontuações locais. Essas pontuações locais são então agregadas às pontuações globais” (Lopes et al, 2018: 3).

Logo, os artigos não utilizam como base teórica a metodologia proposta por Crouch e Ritchie (1999). Assim, para maior aprofundamento da análise deste estudo, optou-se por não considerar estes artigos, restando para análise comparativa dos percursos estatísticos de indicadores de competitividade turística regional os seguintes: “*The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions*” e “*Measuring and Explaining Competitiveness in the Context of Small Island Destinations*”.

## 4. ANALÍSE DOS RESULTADOS

### 4.1 Descrição e análise das medidas

Cada um dos dois artigos selecionados apresenta uma diferente forma de analisar quantitativamente a proposta feita por Crouch e Ritchie (1999), e definir uma medida de competitividade do destino turístico.

### 4.2 Competitividade baseada na satisfação do turista

No estudo de Cracolici e Nijkamp (2009), a faceta multidimensional da satisfação do turista foi abordada, considerando-se o conjunto específico de recursos físicos, naturais, culturais e humanos. A satisfação alcançada pelo turista foi utilizada como forma de avaliar indiretamente a habilidade do fornecedor turístico em oferecer atratividade para a região, e consequentemente, aumentar sua competitividade.

Neste trabalho, inicialmente foi utilizado um método estatístico não-linear, seguido de técnica padrão baseada na análise de componentes principais a fim de desenvolver uma medida numérica de a atratividade turística relativa das áreas de destino. A localidade escolhida para a análise foram cidades da região Sul da Itália.

Para a aplicação empírica do conceito, o estudo utilizou como pré-teste os dados da pesquisa ACNielsen SITA de 2001, que trouxe hábitos e comportamentos turísticos italianos, com base em um conjunto de 4600 observações representativas da população italiana. O estudo em questão utilizou uma amostra desta pesquisa de 1707 respondentes, que disseram já ter visitado ao menos uma vez a região Sul da Itália.

As entrevistas foram realizadas a partir de questionário subdividido em três seções para investigar: (a) Hábitos de férias na Itália: explorar as opiniões de turistas italianos sobre a sua experiência de férias nos últimos 12 meses, motivação de viagem, modo de compra e identificar os fatores que influenciam a escolha do feriado; (b) Popularidade e imagem das regiões do sul da Itália; e (c) Popularidade do rio Pò e do seu bairro. (Cracolici e Nijkamp, 2009) Uma das perguntas da pesquisa solicitava uma avaliação de características em relação à experiência de férias. Foram 11 itens separados (X1 a X11) e um item agregado à avaliação global que, em conjunto, formam o sistema multidimensional do perfil turístico regional. São eles: X1 - recepção e simpatia dos moradores; X2 - cidades artísticas e culturais; X3 - paisagem, meio ambiente e natureza; X4 - hotéis e outros alojamentos; X5 - alimentos típicos; X6 - eventos culturais (concertos, exposições de arte, festivais, etc.); X7 - nível de preços e custo de vida; X8 - qualidade e variedade de produtos nas lojas; X9 - serviços de informação e turismo; X10 - segurança turística; e X11 - qualidade do vinho.

Estes itens foram avaliados com base na escala Likert de 5 pontos, sendo: 1 (muito positivo), 2 (positivo), 3 (nem positivo nem negativo), 4 (negativo), e 5 (muito negativo).

Os resultados foram aplicados em uma função de Atratividade Turística Regional (RTA), com a seguinte metodologia:

$$RTA = f(v(\text{tourist attributes}))$$

Em que o RTA é uma expressão composta para a avaliação de um perfil turístico baseado em funcionamentos ( $v$ ) e atributos. Os dados obtidos foram então aplicados na

$$RTA_j = \sum_{n=1}^N \prod_{k=1}^{11} f(v_{jnk})/N, \quad j = 1, \dots, J$$

seguinte equação:

Chegando-se, então ao ranking de atratividade turística de 6 regiões avaliadas.

**Tabela 2** - Ranking RTA das regiões do sul da Itália

RTA index (sample 'a').			
Region	$\sum \prod f(v_{jnk})$	$N$	RTA index
Sardinia	47.6561	203	0.2348
Sicily	80.2943	372	0.2158
Calabria	53.7551	289	0.1860
Campania	82.4847	489	0.1687
Puglia	41.4486	321	0.1291
Molise	2.0574	33	0.0623

The results concern the entire sample, i.e. all people that have visited at least one Italian Southern region.

Fonte: (Cracolici e Nijkamp, 2009: 339)

Com o objetivo de evitar vieses, e identificar possíveis relações entre os resultados, foi aplicada uma nova análise nos dados. A amostra foi decomposta em 2: na primeira foram selecionadas 1126 pessoas que visitaram apenas uma região ao sul da Itália; na segunda, composta por 581 respondentes, foram selecionadas as pessoas que visitaram pelo menos duas regiões italianas. Como resultado, verificou-se que o fato de o turista conhecer outras regiões próximas efetivamente tem efeito sobre a avaliação do destino.

Por fim, foi realizada nova análise sobre a mesma base de dados, mantendo a transformação da escala, a fim de identificar uma possível correlação entre as variáveis. Foi aplicado o Princípio da Análise de Componentes (PCA), que permite a extração de variáveis latentes, contínuas e não correlacionadas (no eixo do fator).

Em resumo, a partir da matriz de dados  $M$  ( $N \times K$ ), em que  $N$  representa o número de observações (1707), e  $K$  as variáveis de atração relevantes (11 itens), a análise apresenta um

conjunto (I) com observações descritas a partir de uma nuvem de pontos  $N(I)$  em um espaço de observação com  $K$  dimensões ( $R^K$ ). Definido o eixo do fator, foram calculadas as coordenadas dos elementos inativos, ou seja, aqueles que não determinam uma solução ótima, e estas foram multiplicadas para obter um índice RTA para o destino turístico. (Cracolici e Nijkamp, 2009: 340) Como resultado, foi identificada alta correlação entre as variáveis Informação e serviços turísticos) e X8 (qualidade e variedade de produtos) e X4 (hotéis e outras acomodações), e também entre X7 (nível de preço e custo de vida) e X8 (qualidade e variedade de produtos).

Também foi observada correlação maior que 0.6 entre as variáveis. Como resultado, o estudo colabora para a criação de um modelo de análise da atratividade e competitividade em âmbito regional e também afirma por meio das amostras de correlação entre as variáveis, a ideia de multidimensionalidade da competitividade turística.

#### 4.3 Competitividade baseada em fatores econômicos

O estudo de Croes (2010), por sua vez, se propõe a identificar como medir a competitividade do destino e a explicar os diferentes níveis de competitividade entre as localidades, especialmente para pequenas ilhas, ou seja, que possuam menos que 1,5 milhão de habitantes - conforme definição do Banco Mundial (2000, apud Croes 2010).

O estudo parte da ideia de Crouch e Ritchie (1999) de que a competitividade turística se encaixa no nível nacional de competição industrial, e também no conceito de competitividade de Ritchie e Crouch (2003), que defende que a competitividade turística refere-se a habilidade do destino turístico de aumentar seus ganhos e oferecer experiências memoráveis aos turistas, enquanto, simultaneamente, melhora a qualidade de vida dos habitantes locais e preserva a integridade do seu capital natural.

Neste sentido, o conceito de valor econômico é utilizado para explicar a competitividade local. O estudo, portanto, tem foco em duas variáveis: satisfação como um impulsionador para demanda e produtividade como a criação de valor no uso dos recursos. Sua visão defende que o crescimento da produção ou *outputs* deve exceder a contribuição dos insumos (*inputs*).

O Índice da Competitividade Turística (TCI) proposto pelo estudo é composto por três *outputs* relacionados à produtividade industrial: (1) desempenho atual no mercado global de

turismo dimensionado por tamanho - na pesquisa em questão, o dado foi mensurado a partir das receitas de turismo per capita (US\$) em 2006; (2) dinamismo do desempenho ao longo do tempo (taxas de crescimento) - na pesquisa, taxas médias de crescimento das receitas de turismo de 1986 a 2006; e (3) tamanho da base industrial na estrutura econômica - ou seja, o valor acrescentado do turismo como percentual do PIB em 2006.

Para chegar ao indicador em questão, a fórmula utilizada está expressa a seguir, onde  $c$  representa o país e  $i$  indica as variáveis:

$$X_{ci} = \frac{X_{ci} - X_{c\min i}}{X_{c\max i} - X_{c\min i}},$$

A partir deste indicador geral, foram criadas diversas equações a fim de organizar as informações econômicas e relacioná-las com a análise da competitividade do Turismo. Para a pesquisa, a amostra utilizada foram dados dos 16 países membros da Organização de Turismo do Caribe (CTO), com dados anuais de 1986 a 2006. Estes dados foram coletados de diversas fontes oficiais, como a Organização Mundial de Turismo (OMC), a Organização de Turismo do Caribe (CTO), do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) e Estatísticas Financeiras Internacionais do Fundo Monetário Internacional (FMI).

Como resultado da pesquisa, o Índice de Competitividade Turística apresentou a seguinte tabela.

**Tabela 3 - Índice de Competitividade Turística das Ilhas do Caribe**

Country	Tourism Competitiveness		Tourism Receipts per Capita		Growth Rate of Tourism Receipts		Tourism Value Added Ratio of GDP	
	Index	Rank		Rank		Rank		Rank of VA
Aruba	0.752	1	\$10,960	3	0.087	3	0.680	2
British Virgin Islands	0.751	2	\$19,864	1	0.067	8	0.441	8
Anguilla	0.639	3	\$6,308	7	0.084	5	0.671	3
U.S. Virgin Islands	0.623	4	\$13,573	2	0.055	11	0.559	4
Antigua and Barbuda	0.442	5	\$4,088	8	0.035	15	0.789	1
Cayman Islands	0.428	6	\$7,060	4	0.073	7	0.253	13
Bahamas	0.395	7	\$6,466	6	0.038	14	0.531	5
Guadeloupe	0.394	8	\$553	16	0.091	1	0.317	11
Saint Lucia	0.392	9	\$2,225	10	0.059	10	0.529	6
Grenada	0.357	10	\$645	15	0.086	4	0.276	12
Dominica	0.329	11	\$800	13	0.082	6	0.243	14
St. Kitts and Nevis	0.318	12	\$2,140	11	0.053	12	0.421	9
Barbados	0.316	13	\$2,638	9	0.046	13	0.457	7
St. Vincent and Grenadines	0.309	14	\$842	12	0.065	9	0.350	10
Martinique	0.298	15	\$675	14	0.090	2	0.103	16
Bermuda	0.136	16	\$6,550	5	0.017	16	0.130	15

Fonte: Croes (2010: 8)

A partir dos dados, questiona-se se alguns destinos podem variar de desempenho em relação aos demais. E, para tal, os dados foram transformados com o objetivo de remover os efeitos do destino. Foi realizado um teste de raiz unitária do painel, seguido de uma análise de regressão de painel, com o objetivo de explicar as diferenças na saída de desempenho.

Como resultado, o estudo colabora com uma visão mais técnica da competitividade turística regional, devido ao uso de dados extraídos de documentos oficiais, possibilita por meios estatísticos a comparação dos resultados com outras localidades mundiais.

#### 4.4 Análise comparativa

Ambas as análises citadas se propõem a criar um indicador que seja capaz de demonstrar a Competitividade Turística regionais. Apesar de os estudos mencionarem uma mesma base teórica, inspirada pelos autores Ritchie e Crouch (1999, 2003), eles adotam caminhos completamente distintos. Enquanto um foca na satisfação do turista, outro utiliza uma abordagem econômica para demonstrar a competitividade do destino. Neste aspecto, torna-se enriquecedor este trabalho, vez que corrobora para estudos futuros o cruzamento destes resultados.

Da mesma forma, enquanto a pesquisa de Cracolici e Nijkamp (2009) analisa dados obtidos a partir de entrevistas com turistas que visitaram a Região Sul, Croes (2010) opta por utilizar dados oficiais de instituições renomadas para análise.

Estas diferenças também se refletem no caminho estatístico escolhido para a análise dos dados. Cracolici e Nijkamp (2009) iniciam o trabalho empírico com um método estatístico paramétrico não linear, identificando, portanto, a distribuição de frequência cumulativa relativa de avaliações por atributo. Ou seja, como as variáveis utilizadas para definição dos atributos turísticos foram expressas em escala ordinal, ou seja, apresentando a variação do gosto do turista sobre cada item, foi necessário transformá-las em uma escala cardinal. Isto é, transformar os dados de cada variável em um único número, criando uma escala que possa ser comparada entre si. Como resultado, os valores obtidos variam de 0 a 1, em que 0 representa o nível mais baixo de bem estar e 1 representa o nível mais alto de bem estar do turista.

Em seguida, Cracolici e Nijkamp (2009) utilizaram a Análise de Componentes Principais (ACP) ou *Principal Component Analysis (PCA)*. Este procedimento matemático utiliza uma transformação ortogonal (ortogonalização de vetores) para converter um conjunto de observações de variáveis possivelmente correlacionadas num conjunto de valores de variáveis linearmente não correlacionadas chamadas de componentes principais.

Esta metodologia, criada por Karl Pearson, em 1901 e, atualmente, é utilizada como ferramenta de Análise Exploratória de Dados. No estudo em questão, esta metodologia também possibilitou a realização de análises de correlação, a partir do Coeficiente de correlação de Pearson.

Na análise a partir deste coeficiente, os resultados de 0 a 0.3 positivo ou negativo indica uma correlação que não deve ser levada em consideração; de 0.3 a 0.5 positivo ou negativo indica uma correlação fraca; de 0.5 a 0.7 positivo ou negativo indica uma correlação moderada; de 0.7 a 0.9 positivo ou negativo indica uma correlação forte; e, por fim, de 0.9 para mais ou para menos indica uma correlação muito forte.

Nos resultados obtidos, verificou-se uma forte correlação, acima de 0.6, entre algumas das variáveis, como a X9 (Informação e serviços turísticos) e X8 (qualidade e variedade de produtos) e X4 (hotéis e outras acomodações). Também foi observada correlação maior que 0.6 entre a variável X7 (nível de preço e custo de vida) e X8.

Já Croes (2010) realizou uma análise de regressão de painel para explicar os *outputs* dos destinos turísticos. O estudo iniciou com a análise de pré-testes, neste caso, estudos anteriores que queriam distinguir variáveis relevantes e irrelevantes, porém, como consequência, tinham propensão a usar um grande número destas variáveis, sem justificar as relações causais das variáveis dependentes.

Outro aspecto relevante que limita seu rigor de validação é que essas variáveis não levaram em conta o tamanho do destino, o grau de dependência do turismo, o ciclo de vida do destino ou seu estágio de desenvolvimento econômico.

Em seguida, organizou o ranking de cada variável individual, e dados subjacentes, todos obtidos em documentos oficiais. Além disso, também foram realizados testes de diagnóstico para determinar se os dados podem ser agrupados ou se devem usar um modelo de efeito fixo ou aleatório.

Por consequência, o próximo passo foi distinguir entre o efeito fixo e modelos de efeito aleatório. Em seguida, para identificar correlação entre os itens, ao invés de utilizar o Coeficiente de Pearson, o teste utilizado foi o “The Hausman”, cuja hipótese nula é que as diferenças nos coeficientes não são sistemáticas, isto é, os coeficientes do modelo e os efeitos aleatórios são ortogonais (Greene, 2000).

Logo, a hipótese nula de ausência de correlação deve ser rejeitada, motivo pelo qual os efeitos estavam correlacionados com os regressores e sugeriam que o modelo de efeito fixo é apropriado. Como resultado, verificou-se que o regressor de rendimento per capita é positivo e significativo, portanto, ativos e tecnologia são um importante determinante da competitividade turística

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste estudo, foi possível observar uma lacuna na pesquisa sobre indicadores de Competitividade de Regiões Turísticas. Além da pouca quantidade de artigos para o fomento do tema, não há uma abordagem única que possa ser utilizada para comparação entre elas. Desta forma, a análise profunda dos destinos turísticos fica prejudicada, bem como a própria competitividade entre eles, uma vez que não há uma maneira reconhecida de comparação e análise das principais deficiências e vantagens de cada localidade.

Porém, verifica-se uma oportunidade de continuação deste estudo, já que apesar de as abordagens relatadas terem diferentes focos, identifica-se a possibilidade de utilização conjunta das escalas sugeridas, uma vez que, apesar de diversas, elas são complementares ao constructo de Crouch e Ritchie (1999).

Para a criação de uma forma de mensuração padrão da Competitividade Turística que aborde a temática tanto da perspectiva econômica quanto sob o olhar da satisfação e bem-estar do turista, é importante a definição de uma abordagem quantitativa semelhante a ambos os temas.

Logo, como contribuição deste artigo fica sugerido a criação de correlações entre os resultados de ambos os artigos, o que oportunizaria análises mais detalhadas e capazes de efetivamente contribuir para uma métrica ao desenvolvimento do turismo e, consequentemente, da região do destino.



Outra possível abordagem para adoção em estudos futuros, que tenha como objetivo a criação de um indicador de competitividade turística regional que apresente a compreensão da visão completa de Ritchie e Crouch (1999, 2003), seria a criação de um único indicador a partir das duas formas de escala relatadas neste estudo.

Neste caso, ambas as metodologias deveriam ser aplicadas em um mesmo destino, gerando uma escala de atratividade focada no bem-estar do turista e outra focada no cenário econômico do turismo local.

O próximo passo, portanto, seria a criação de uma pesquisa a partir destes dados, capaz de gerar uma nova abordagem quantitativa e, por consequência, um ranking entre as localidades pesquisadas, identificando efetivamente a competitividade turística regional levando em consideração todos os pontos críticos de políticas públicas evidenciados na localidade e relacionados ao tema.

## REFERÊNCIAS

- Barney, J. B. (1991) "Firm resources and sustained competitive advantage". *Journal of Management*, v.17, n.1: 99- 120
- Bolfarine, H. E; Bussab, W. O. (2005) "*Elementos de Amostragem*". Edgar Blucher, São Paulo
- Brans, J. P. (1982) "*L'ingénierie de la décision: élaboration d'instruments d'aide à la décision. La méthode PROMETHEE*". In R. Nadeau, & M. Landry (Eds.). *L'aide à la décision: Nature instruments et perspectives d'avenir*". Québec, Canada: Presses de l'Université Laval
- Cracolici, M. F.; Nijkamp, P. (2006) Competition among tourist destination. An application of data envelopment analysis to Italian provinces. In GIAOUTZI, M.; NIJKAMP, P. (Eds.), *Tourism and regional development: New pathways*: 133–152. Aldershot, UK: Ashgate.
- Cracolici, M. F.; Nijkamp, P. (2008) *The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions*. Tourism Management.
- Croes, R. (2010) "Measuring and Explaining Competitiveness in the Context of Small Island Destinations." *Journal of Travel Research*.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999) "Tourism, competitiveness, and societal prosperity". *Journal of Business Research*, v.44, n. 3: 137–152.

- De La Peña, M.R et al. “A New Tool for the Analysis of the International Competitiveness of Tourist Destinations Based on Performance”. *Journal of Travel Research*. 2017:1-17.
- Greene, W. H. (2000). “*Econometric Analysis*”. Prentice-Hall, Inc, New Jersey, 4th edition.
- Kingdon, J. W.. (1995) “Agenda setting. In S. Z. Theodoulou & M. A. Cahn (Org.)”. *Public policy: the essential readings*. Cap. 13: 105-113. New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Kingdon, J. W.. (2011) “*Agendas, alternatives, and public policies*”. 2nd ed. Updated [S.l.], USA: Longman Classics.
- Lopes, A.P F.; Muñoz, M. M.; Urbistondo, P.A. (2018) “Regional tourism competitiveness using the PROMETHEE approach.” *Annals of Tourism Research* 73: 1–13.
- Organização Mundial Do Turismo (OMT) (2008) *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Roca.
- Paratheodorou, A.; Song, H. (2005) “International Tourism Forecasts: Time-Series Analysis of World and Regional Data.” *Tourism Economics*, v.11, n.1: 11-23.
- Porter, M. E. (1980) “*Competitive strategy: techniques for analysing industries and competitors*”. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985) “*Competitive advantage: creating and sustaining competitive performance*”. New York : Free Press.
- Ritche, J.R.B.; Crouch, G.I. (2003) “*The Competitive Destination: A sustainable Tourism Perspective*”. CABI Publishing.
- Ritchie, J. R. B. (1987) “*Tourism Marketing and the Quality of Life, in Marketing and the Quality of Life Interface*”. A. Coskun Samli, ed.. Quorum Books, New York.
- United Nations Commission on Sustainable Development, (1999) “7th session” Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?menu=1178>. Acessado em 24 de Setembro de 2019.
- United Nations World Tourism Organization. (1999). “*Global Code of Ethics*”. Disponível em: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>. Acessado em 29 de Junho de 2019.
- World Summit on Sustainable Development (2002) “*Plan of implementation*”. Johannesburgo.
- World Travel & Tourism Council. Brazil. (2019) “*Annual Research: “Key Highlights. 2019*”.
- Zhu, Y.; Zhu, Q.; Zhu, Z. (2014) “Modeling, Evaluation and Analysis of Tourism Destination Competitiveness: A Case Study of the Yangtze River Delta of China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*”, v.19, n. 8: 932-949.

**FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO**

---

Chaves, T. J. & Secchi, L. (2023). Uma análise comparativa dos indicadores de competitividade turística regional com base na teoria de Crouch e Ritchie (1999). *Revista de Turismo Contemporâneo*, 11(1), 150-168. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2023v11n1ID27229>

---