

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU*
MESTRADO EM TURISMO E HOSPITALIDADE**

EDSON LUIS MÜLLER

**A COMPETITIVIDADE E A QUALIDADE DE VIDA NA DESTINAÇÃO TURÍSTICA:
ESTUDO DE CASO EM GRAMADO-RS**

**CAXIAS DO SUL
2015**

EDSON LUÍS MÜLLER

**A COMPETITIVIDADE E A QUALIDADE DE VIDA NA DESTINAÇÃO TURÍSTICA:
ESTUDO DE CASO EM GRAMADO-RS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* como requisito parcial à obtenção do título de Mestre da Universidade de Caxias do Sul-RS

Orientador: Dr. Silvio Luiz Gonçalves Vianna

**CAXIAS DO SUL
2015**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
UCS - BICE - Processamento Técnico

M958c Müller, Edson Luis, 1972-
A competitividade e a qualidade de vida na destinação turística :
estudo de caso em Gramado-RS / Edson Luis Müller. – 2015.
115 f. : il. ; 30 cm

Apresenta bibliografia.
Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa
de Pós-Graduação em Turismo, 2015.
Orientador: Prof. Dr. Silvio Luiz Gonçalves Vianna.

1. Turismo - Gramado. 2. Turismo – Marketing. 3. Qualidade de vida.

CDU 2. ed.: 338.48-44(816.5GRAMADO)

Índice para o catálogo sistemático:

1. Turismo - Gramado	338.48-44(816.5GRAMADO)
2. Turismo - Marketing	338.487
3. Qualidade de vida	338.485

Catalogação na fonte elaborada pela bibliotecária
Ana Guimarães Pereira – CRB 10/1460

**“A competitividade e a qualidade de vida na destinação turística:
estudo de caso em Gramado-RS”**

Edson Luís Müller

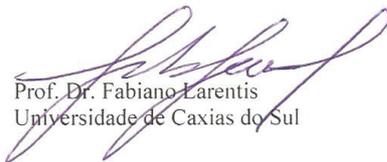
Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 02 de julho de 2015.

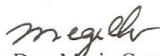
Banca Examinadora:



Prof. Dr. Silvio Luiz Gonçalves Vianna (Orientador)
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dr. Fabiano Larentis
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dra. Maria Carolina Rosa Gullo
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dr. Francisco Antonio dos Anjos
Universidade do Vale do Itajaí

RESUMO

A existência de uma variedade de opções de regiões turísticas torna cada vez mais evidentes os fatores que desencadeiam a competitividade e estes fatores podem causar interferências, positivas ou não, em relação ao desempenho dos destinos turísticos, sejam eles locais ou regionais. As interferências, quando positivas, podem contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, que passam a conviver com uma economia mais ativa, cuja tendência é a de proporcionar um maior número de atividades remuneradas e de infraestrutura. O presente trabalho envolve o estudo da competitividade e da qualidade de vida de uma destinação turística, com o objetivo de analisar a existência de correspondência entre os dois constructos na cidade de Gramado (RS). Para alcançar esse objetivo foi elaborada uma pesquisa exploratória, de caráter descritivo, com abordagem qualitativa e quantitativa, focada na percepção dos gestores dos estabelecimentos de hospedagem e de alimentação, visando obter informações relativas à competitividade dos empreendimentos estabelecidos e à qualidade de vida dos residentes observada nesse destino turístico. Com essas informações tabuladas, buscou-se verificar se os gestores dos empreendimentos turísticos percebem a competitividade e se esta tem correspondência com o desempenho competitivo. Avaliou-se ainda a percepção dos residentes quanto à qualidade de vida e como ela se corresponde com a competitividade. Como principal conclusão do estudo verificou-se a existência de correspondência entre os dois construtos (quanto maior a competitividade dos estabelecimentos existentes, melhor a qualidade de vida dos residentes), o que confirma estudos anteriores feitos por Vianna (2011) em municípios catarinenses.

Palavras Chave: Turismo, Competitividade, Qualidade de Vida, Destinação Turística.

ABSTRACT

The existence of a variety of touristy options becomes increasingly evident the factors that trigger competitiveness and these factors can cause interference, positive or otherwise, regarding the performance of tourist destinations, whether local or regional. The interference when positive, can contribute to improving the quality of life for residents, who go to live with a more active economy, whose tendency is to provide a larger number of remunerated activities and infrastructure. This work involves the study of the competitiveness and quality of life of a tourist destination, in order to analyze the existence of correspondence between the two constructs in the city of Gramado (RS). To achieve this goal it created a exploratory, descriptive character, with qualitative and quantitative approach, focused on the perception of managers of lodging establishments and food in order to obtain information on the competitiveness of established enterprises and the quality of life observed residents this tourist destination. With these tabulated information, it sought to determine whether the managers of tourist enterprises realize the competitiveness and whether it has correspondence with the competitive performance. It was also evaluated the perception of residents about the quality of life and how it corresponds with competitiveness. As a main conclusion of the study it was found that there is correspondence between the two constructs (the higher the competitiveness of existing establishments, the better quality of life for residents), which confirms previous studies by Vianna (2011) in Santa Catarina municipalities.

Keywords: Tourism, Competitiveness, Quality of Life, Tourist Destination.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Paradigmas do conhecimento na área do turismo.	19
Quadro 2 - Comparação entre os modelos de análise de competitividade.	43
Quadro 3 - Cidades que compõe COREDE Hortênsias/Campos de Cima da Serra	57
Quadro 4 - Variáveis para análise da percepção dos gestores quanto a competitividade de uma destinação turística.....	58
Quadro 5 - Variáveis para análise de desempenho competitivo em uma destinação turística.....	63
Quadro 6 - Variáveis para análise da percepção dos residentes quanto a qualidade de vida no destino.	65
Quadro 7 - Variáveis para análise da qualidade de vida a partir de indicadores objetivos observados no destino	67
Quadro 8: Agenda aplicação da pesquisa.....	71
Quadro 9: Indicadores de competitividade Santur.....	74
Quadro 10: Valores referência para análise do nível de qualidade de vida	75
Quadro 11: Respondentes - Competitividade.....	79
Quadro 12: Indicadores integrados ao macro ambiente competitivo.....	81
Quadro 13: Nível de desempenho competitivo efetivo de Gramado-RS	85
Quadro 14: Análise da percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida.....	89
Quadro 15: Análise dos indicadores efetivos de qualidade de vida em Gramado.....	91

FIGURAS

Figura 1: Fontes da vantagem competitiva (Modelo Diamante)	31
Figura 2: Níveis de Competitividade Sistêmica Turístico.....	33
Figura 3- Modelo conceitual de competitividade e sustentabilidade da destinação .	35
Figura 4 - Os principais elementos da competitividade de uma destinação	37
Figura 5 - Composição do índice de competitividade do turismo do WTTC	39
Figura 6: Estrutura teórica do estudo	51
Figura 7 - Hierarquia das Necessidades Humanas de Maslow	46
Figura 8: Design da pesquisa	54
Figura 9: Agenda aplicação da pesquisa.....	71
Figura 10: Sexo dos respondentes competitividade - Empresas.....	80
Figura 11: grau de escolaridade dos respondentes - Empresas	80
Figura 12: Verificação da correspondência entre o desempenho competitivo	87
Figura 13: Nível de escolaridade dos entrevistados	88
Figura 14: Verificação da correspondência entre do nível de qualidade de vida.....	93
Figura 15: Correspondência entre a percepção dos gestores e dos residentes.....	95
Figura 16: Correspondência entre os resultados efetivos apurados	95
Figura 17: Contribuição teórica do estudo.....	101

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 TEMA	11
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	11
1.3 OBJETIVO GERAL.....	13
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.5 JUSTIFICATIVA	14
1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 O TURISMO E A SUSTENTABILIDADE	18
2.1.1 Destinação Turística.....	24
2.2 COMPETITIVIDADE E TURISMO.....	25
2.2.1 Competitividade Local	28
2.2.2 Modelos de análise da competitividade turística	30
2.4 QUALIDADE DE VIDA NA DESTINAÇÃO TURÍSTICA	45
2.4.1 Qualidade de Vida Local	48
2.4.2 Quadro de conceitos	50
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	51
3.1 DESENVOLVIMENTO TEÓRICO DA PESQUISA	53
3.1.1 Universo de Pesquisa.....	55
3.1.2 Amostra	55
3.2 CARACTERIZAÇÃO DO CAMPO DE INVESTIGAÇÃO	56
3.3 VARIÁVEIS E INDICADORES	58
3.4 INSTRUMENTOS DE PESQUISA.....	69
3.5 COLETA DE INFORMAÇÕES	70
3.6 TABULAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	72
4 ANÁLISE DOS DADOS	78
4.1 GESTORES - PERFIL DOS RESPONDENTES.....	79
4.1.1 Análise da percepção dos gestores quanto ao desempenho competitivo	81
4.2 DESEMPENHO COMPETITIVO EFETIVO	84

4.3 VERIFICAÇÃO DA CORRESPONDÊNCIA ENTRE O DESEMPENHO COMPETITIVO PERCEBIDO E O DESEMPENHO COMPETITIVO EFETIVO	86
4.4 RESIDENTES - PERFIL DOS RESPONDENTES	87
4.4.1 Análise da percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida ...	89
4.5 ANÁLISE DO NÍVEL DE QUALIDADE DE VIDA EFETIVA.....	91
4.6 VERIFICAÇÃO DA CORRESPONDÊNCIA ENTRE DO NÍVEL DE QUALIDADE DE VIDA PERCEBIDO E O NÍVEL DE QUALIDADE DE VIDA EFETIVO	93
4.7 VERIFICAÇÃO DA CORRESPONDÊNCIA ENTRE O DESEMPENHO COMPETITIVO E O NÍVEL DE QUALIDADE DE VIDA	94
5 CONCLUSÕES	97
6 REFERÊNCIAS.....	104
7 ANEXOS.....	112

1 INTRODUÇÃO

Observando as constantes mudanças e a complexidade do cenário turístico, percebe-se que as organizações encontram-se cada vez mais inseridas em uma era de incertezas e de muitos questionamentos. Para Rocha (2013) as últimas décadas têm-se caracterizado por expressivas e significativas mudanças na conjuntura econômica, política, social e tecnológica, as quais trouxeram novos desafios para as empresas tornando o mercado cada vez mais competitivo em razão do forte aumento da concorrência.

Adequando essa análise à realidade do setor de turismo, Cruz (2001) reforça essa ideia ao dizer que a importância da atividade está na capacidade de organizar determinadas sociedades e criar condições de reorganização territorial que possibilitem a realização de seu potencial. Tudo isso com o intuito de permanecer o maior tempo possível no mercado através da observância dos princípios ligados à sustentabilidade da atividade e da melhoria de sua competitividade.

Cruz (2001) salienta que a competitividade está inserida como importante fator de diferenciação espacial, pois a necessidade de criação de um ambiente no qual ele seja favorecida, implica em apresentar espaços característicos que possibilitem, aos atores deste grupo econômico, melhores condições para competir.

Faz-se necessária a compreensão de que o ambiente que existia há alguns anos foi modificado, e que atualmente as organizações necessitam estar preparadas para se adaptar à outra realidade e atender às demandas dos consumidores de maneira a viabilizar sua sobrevivência no mercado. Para alcançar este propósito (atender às demandas dos consumidores), as organizações precisam definir metas e objetivos claros, por meio de um planejamento estratégico que permita que sejam avaliadas antecipadamente situações futuras, voltadas a obtenção de um desempenho superior. Bahl (2003) afirma que o turismo somente trará resultados se houver a preocupação com a criação de medidas e ações norteadoras e incentivadoras que preparem os gestores para acompanhar de forma dinâmica as mudanças e exigências advindas desse público consumidor.

Ainda no entendimento de Bahl (2003), diante deste cenário socioeconômico instável, observa-se que uma destinação turística necessita ser e estar organizada para tomar decisões que possam contribuir positivamente na captação e retenção de turistas levando-a a ganhar espaço nesse mercado competitivo.

Newall (1992) entende que a competitividade está muito além de ser considerada, simplesmente, como um conceito econômico, pois ela resulta na produção de bens e serviços envolvendo não somente elementos ligados à qualidade dos produtos/serviços ofertados. Ela (a competitividade) atua também como fonte geradora de empregos e de recursos que poderão ser aplicados nos locais em que a atividade é desenvolvida.

Blanke e Chiesa (2009) perceberam que o crescimento das atividades que se relacionam ao turismo tem contribuído para a ampliação da oferta de empregos e renda fortalecendo a balança de pagamentos do mercado nacional. Esta situação tem proporcionado um incremento da prosperidade e uma redução dos níveis de pobreza, o que possibilitou o aumento da qualidade de vida dos residentes.

Vários autores, como Possas (1985), Porter (1989), Harris e Ogbonna (2001), Ritchie e Crouch (2003) entendem que a competitividade é um conceito complexo, e cujo estudo está longe de obter um consenso, ou de esgotar todas as possibilidades de pesquisa. Porém, todos percebem sua importância como elemento responsável pela preocupação com a busca constante de agregar valor aos produtos e/ou serviços, o que pode contribuir para a promoção e o progresso da destinação. Contudo, cabe salientar que a competitividade não pode ser vista como um objetivo final e sim, como um meio para alavancar a melhoria da qualidade de vida na destinação turística.

De acordo com Dwyer e Kim (2003), para tornar possível a obtenção de uma vantagem competitiva em determinada destinação turística (fato gerador de um aumento em sua competitividade), esta deve garantir que todo o seu potencial de atratividade (fator responsável pela elevação da qualidade da experiência do visitante) seja disponibilizado, e que este potencial consiga ultrapassar as expectativas do mesmo. Tais vantagens competitivas deveriam ser sustentáveis não somente na ótica econômica como também na ambiental, sociocultural e política.

Ferreira (2004, p.74) ao abordar o turismo sustentável (apesar de se restringir aos aspectos associados à preservação dos recursos naturais e culturais, que são apenas alguns dos elementos responsáveis pela sustentabilidade de uma atividade) afirma que:

Turismo sustentável é aquele que atende às necessidades do mercado, dos turistas atuais e das comunidades anfitriãs, utilizando os recursos naturais e culturais, sem comprometer a possibilidade do usufruto desses mesmos recursos pelas gerações futuras.

O autor citado destaca que para isso acontecer se faz necessário entender a definição de referenciais de planejamento e gestão para o turismo nestas áreas de atuação, conduzindo-os ao aproveitamento de maneira mais efetiva e eficaz dos recursos naturais, culturais e humanos.

Reforçando a visão de Ferreira (2004), a OMT (1999), com base no seu código de ética, artigo 3, define turismo sustentável como aquele que:

Todos os atores do desenvolvimento turístico têm o dever de proteger o meio ambiente e os recursos naturais, na perspectiva de um crescimento econômico saudável, estável e sustentável, que seja capaz de satisfazer equitativamente as necessidades e aspirações das gerações presentes e futuras [...]. (OMT, 1999, sp.).

Para o Ministério do Turismo a luta pela sobrevivência no mercado de turismo é constante. Decisões são tomadas a toda hora, muitas vezes sem nenhum embasamento ou análise mais detalhada, e na maioria das vezes, sequer se realiza uma reflexão sobre as circunstâncias que levaram a tomar essas decisões. O que ocorre de fato é que existe pouco ou nenhum planejamento por parte dos envolvidos, tanto do setor privado quanto do setor público principalmente no que se refere a investimentos, infraestrutura, fornecedores e mão de obra (BRASIL, 2010).

Em virtude do escasso planejamento no desenvolvimento do setor turístico e principalmente de informações que venham a auxiliar no entendimento da competitividade e da qualidade de vida nas destinações turísticas, o presente estudo teve por base uma revisão da literatura existente sobre o assunto. Além disso apresentou os fatores que promovem a competitividade e também a qualidade de vida na destinação turística escolhida como foco, assim, apontando alguns fatores que contribuem para a compreensão da maneira segundo a qual funciona este mercado turístico, objetivando atrair e reter clientes e melhorar integralmente o processo.

Para isso foi desenvolvido um levantamento qualitativo e quantitativo sobre a cidade de Gramado/RS e realizada uma pesquisa exploratória de caráter descritivo que visava confirmar a relevância do turismo para o desenvolvimento da cidade. Outro objetivo do estudo foi o de atualizar o levantamento sobre o estado da arte, relativo ao assunto. Isto foi feito por meio do levantamento das produções acadêmicas, como dissertações, artigos e bibliografias a respeito de dois conceitos chaves do turismo (competitividade e qualidade de vida dos residentes na destinação turística), a fim de alinhar os posicionamentos de acadêmicos e autores.

Este estudo teve como objetivo principal analisar a correspondência entre a competitividade e a qualidade de vida na destinação turística, tal como fora feito por Mota, Vianna e Anjos (2013) em municípios catarinenses e cearenses. Os efeitos podem servir para balizar espaços em que será possível focar as investigações e de colaborar para a formulação de estratégias voltadas para melhoria da competitividade em Gramado/RS e, por conseguinte, a qualidade de vida de seus residentes.

1.1 TEMA

O tema deste trabalho envolve o estudo da competitividade e da qualidade de vida de uma destinação turística, buscando analisar a existência de correspondência entre os dois construtos na cidade de Gramado no Estado do Rio Grande do Sul.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Em vários modelos de empresas de todos os segmentos, inseridas no cenário econômico, Porter (1989) entende que a questão da competitividade está sendo um dos itens norteadores no que tange à sua permanência no mercado. No turismo isso não é diferente, e para tanto se faz necessário desenvolver estratégias que possibilitem e promovam esta competitividade.

Ainda no entendimento de Porter (1989), partindo das estratégias elaboradas com base neste pressuposto, os acolhedores, aqui entendidos como meios de hospedagem, bares e restaurantes e residentes locais, necessitam estar em consonância com a proposta de crescimento e desenvolvimento do espaço em que estão inseridos.

Por outra ótica, Crouch e Ritchie (2003) entendem que a competitividade de um determinado local é decisiva para o seu desempenho no mercado. Mercado este que não possui mais fronteiras e para tanto, se faz necessário ampliar o potencial turístico de qualquer país ou região. Entretanto, este crescimento fica dependente diretamente da sua capacidade em sustentar suas vantagens competitivas (entendidas aqui como algo que tenha valor, raridade, dificuldade de substituição e de imitação, conforme proposto por Barney e Hesterli [2007]), no fornecimento de bens e serviços aos visitantes.

Kim e Dwyer (2003) perceberam que a obtenção de vantagens competitivas está associada a diferentes grupos de fatores, saindo do contexto exclusivo do mercado local. Contudo, destacam que simplesmente obter uma única vantagem é irrelevante, se observado que o resultado trará simplesmente um benefício passageiro e de curto prazo, pois essa suposta vantagem, muitas vezes, é facilmente copiada pelos competidores diretos locais. Nesse contexto, é saudável para que se tenha competitividade, gerar condições onde essas vantagens sejam reajustadas conforme necessário e transcender o seu posicionamento competitivo não somente como atividade econômica.

Heath (2002) sugere que para existir a condição de execução das ações voltadas à promoção da competitividade de forma a tornarem-nas relevantes, é fundamental a criação de um plano correspondente mostrando o que compete a cada um dos atores envolvidos no processo de gestão da destinação, tornando clara a importância das atividades que resultarão em um melhor desempenho e por consequência tornando o destino turístico mais competitivo.

Para fortalecer essas ideias de competitividade, Ritchie e Crouch (2003) apresentam um modelo de competitividade que foi desenvolvido em 1993 e é conhecido como modelo de Calgary, percebido como um dos mais indicados para entender como está a competitividade no setor, visto que a atividade do turismo abrange várias áreas da economia. Com o objetivo de desenvolver uma medida global de competitividade, Ritchie e Crouch (2003) relacionaram numa função as variáveis entendidas como mais importantes. No entendimento dos autores a competitividade é determinada pelos aspectos que envolvem gestão, no que tange eficiência, marketing, organização, sistemas de informação. No modelo desenvolvido, eles apresentam as vantagens comparativas e as vantagens competitivas, onde o primeiro grupo discorre sobre os recursos que o destino possui e o segundo pontua quanto aos aspectos do posicionamento estratégico desses recursos. Desta maneira para esses autores a competitividade pode ser observada por diferentes pontos de vista com o principal foco direcionado para assegurar sua atratividade e a qualidade da experiência que está sendo apresentada ao visitante e que estas sejam superiores às aquelas existentes em destinações turísticas similares.

Para Kim e Dwyer (2003) a sustentabilidade, não pode estar norteadada unicamente no contexto econômico. Para que se alcance a competitividade, esta

deve trabalhar também a sustentabilidade ecológica, a social, cultural e política, de forma a garantir uma sustentação da vantagem obtida, almejando um objetivo superior, que é a melhoria da qualidade de vida dos residentes.

No entendimento de Vianna (2011) a competitividade e a qualidade de vida dos residentes estão em sintonia, convergindo a uma proposta amplificada obtida pela soma dos dois constructos. Neste sentido eles devem estar atrelados possibilitando aos gestores públicos uma melhor alocação de recursos voltados ao desenvolvimento da atividade turística em seus municípios, uma vez que estes proporcionariam tanto um aumento na capacidade competitiva dos empreendimentos existentes, quanto à melhoria da qualidade de vida dos moradores.

Observando alguns estudos apresentados até o momento voltados à competitividade dos destinos turísticos e também àqueles voltados à qualidade de vida, como o de Vianna (2011) que analisou a correspondência de desempenho dos dois construtos nos municípios de Balneário Camboriú, Bombinhas e Garopaba; foi elaborada uma pesquisa, com o intuito de **identificar se a correspondência entre a competitividade e a qualidade de vida na destinação turística, observada por Vianna (2011), ocorre também no município de Gramado-RS?**

Com o objetivo de responder a essa questão foi desenvolvida uma pesquisa que buscou verificar a relação entre a competitividade e a qualidade de vida junto à destinação turística de Gramado (RS), tendo como foco: os meios de hospedagem e os meios de restauração (principais empreendimentos ligados à atividade turística); o poder público e as organizações de apoio e suporte; e os moradores desta destinação turística.

1.3 OBJETIVO GERAL

Analisar a existência de correspondência entre a competitividade e a qualidade de vida na destinação turística, tal como proposto por Vianna (2011), no município de Gramado (RS).

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar a percepção dos gestores dos empreendimentos turísticos estabelecidos em Gramado (RS) em relação à competitividade da destinação;
- Avaliar se existe correspondência entre a competitividade percebida pelos gestores dos empreendimentos turísticos de Gramado (RS) e o seu desempenho competitivo efetivo;
- Identificar a percepção dos residentes no município de Gramado (RS) em relação à qualidade de vida na destinação;
- Avaliar a existência de correspondência entre a percepção dos residentes sobre a qualidade de vida dentro desta destinação turística e o seu desempenho efetivo;
- Analisar se há correspondência de desempenho entre a competitividade da destinação turística e os indicadores de qualidade de vida dos residentes no município de Gramado (RS).

1.5 JUSTIFICATIVA

Este estudo baseia-se no pressuposto de que haja uma correspondência entre a competitividade das empresas que exploram a atividade turística e a qualidade de vida objetiva dos residentes em um determinado município. Essa relação foi observada por Vianna (2011) em seu estudo feito em alguns municípios catarinenses e por Mota, Vianna e Anjos (2013) ao estudarem o mesmo fenômeno em alguns municípios brasileiros.

A competitividade exige de cada destino turístico a procura pela adoção de estratégias que possam auxiliá-lo a se destacar para atrair um número maior de turistas e também conseguir a disponibilização de recursos no setor de turismo. Essa situação contribui para ocorrência do incremento das atividades de outros segmentos econômicos fortalecendo o destino e podendo desta forma proporcionar uma melhoria na qualidade de vida dos moradores locais.

Barbosa (2008) mostra a existência de inúmeros fatores determinantes da competitividade em um destino turístico e por isso, destaca que a mesma envolve disputa, concorrência, ação, e ainda o processo de gestão, o qual envolve o emprego de ferramentas de planejamento e a adoção de estratégias. Entretanto, de

acordo com Vianna (2011) pode-se perceber a escassez de estudos que ofereçam aos gestores ferramentas baseadas em indicadores mensuráveis que venham a auxiliá-los nas tomadas de decisões. A existência desse tipo de ferramenta possibilitaria a formulação de políticas públicas voltadas à viabilização do desenvolvimento de melhores estratégias competitivas que venham a contribuir também para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, não ficando restritas apenas aos aspectos econômicos.

Para desenvolver seu estudo, Vianna (2011) utilizou o modelo elaborado por Dwyer e Kim (2003), composto por um conjunto de indicadores de competitividade de destinos turísticos, o qual apresentava a competitividade não como um fim, mas sim como um meio para se alcançar um objetivo maior: a prosperidade sócio-econômica da comunidade envolvida.

Reforçando essas visões, Mota, Vianna e Anjos (2013) verificaram que a competitividade nas destinações turísticas envolve a oferta de produtos e serviços turísticos agregados. Tais produtos e serviços devem atender às necessidades dos turistas, a um preço justo, permitindo vida longa aos empreendimentos, através de retornos adequados aos investidores, assim como a preservação do meio ambiente e a melhoria da qualidade de vida dos residentes.

Segundo o site GramadoTur (2015), o turismo representa 90% da economia da cidade. Com aproximadamente 130 hotéis e pousadas, 1.140 estabelecimentos comerciais e 110 bares e restaurantes capazes de atender 10.000 pessoas simultaneamente.

O turismo na cidade de Gramado envolve, em suas atividades diretas, em torno de 16,67% da mão de obra permanente conforme apresentado pela Secretaria do Turismo – Setur-RS (2013).

Este estudo busca apresentar por meio das suas observações o quanto a competitividade pode contribuir para o fomento de empregos, tanto na área privada quanto na área pública e por consequência, promover melhoria e gerar aumento no bem estar e na qualidade de vida.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente estudo é composto por cinco capítulos principais de forma a contemplar todas as etapas necessárias à construção de uma pesquisa científica no

âmbito de uma dissertação de *stricto sensu*, conforme as normas estabelecidas pelo manual de elaboração de trabalhos científicos da Universidade de Caxias do Sul.

O primeiro capítulo apresenta a introdução do trabalho, mostrando a contextualização do tema de pesquisa, o problema que deu origem ao estudo, a definição dos objetivos de pesquisa que foram divididos em geral e específicos, com o intuito de facilitar a compreensão do fenômeno a ser pesquisado. Além disto, são apresentadas as justificativas que fornecem sustentação ao desenvolvimento da pesquisa e a estrutura utilizada para dar sustentação à cientificidade do estudo.

No segundo capítulo são utilizadas as ideias de autores consolidados para balizar teoricamente e fundamentar os temas aqui desenvolvidos de maneira que seja possível a sustentação dos objetivos propostos. São compiladas referências de competitividade e sua aplicabilidade, apresentando um comparativo entre alguns autores assim como a teoria sobre a qualidade de vida dos residentes nas destinações turísticas e assim com esses construtos, projetar os indicadores necessários para a estruturação das verificações propostas.

O terceiro capítulo é composto pela estrutura metodológica do trabalho. Nele são descritas as características específicas da pesquisa que pode ser caracterizada como exploratória e descritiva, uma vez que o objetivo é o de conhecer o comportamento de um fenômeno já estudado anteriormente em uma nova realidade, além de buscar a compreensão de como ele ocorre. Para tanto, serão apresentados o universo de pesquisa escolhido para o estudo, como foram elaborados os instrumentos de pesquisa, e como foram tabulados os dados e de que maneira foram realizadas as análises.

A análise dos dados coletados na pesquisa de campo será apresentada no quarto capítulo, mostrando a percepção dos gestores públicos e privados referentes ao desempenho competitivo e também a percepção dos residentes quanto à qualidade de vida neste destino turístico. Além disso, será apresentado o desempenho efetivo tanto em termos de competitividade como de qualidade de vida. No final deste capítulo foi realizada uma análise verificando a correspondência entre os construtos pesquisados com base nos resultados obtidos.

O quinto capítulo apresenta as conclusões gerais obtidas pelo pesquisador. Mostra também a análise relativa ao alcance dos objetivos propostos na introdução do estudo, além de mostrar as dificuldades encontradas durante a construção deste

trabalho e encerra-se com um conjunto de sugestões para futuras pesquisas que poderão aprofundar os conhecimentos obtidos neste trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é a parte do estudo que apresenta a visão ontológica do pesquisador e também todo o encadeamento epistemológico utilizado para dar sustentação científica à pesquisa que foi elaborada. É nesta etapa que o autor mostra como foi estruturado e definido o foco do estudo, a partir do qual pretende encontrar as explicações que o auxiliem a compreender como ocorre o fenômeno que se deseja conhecer.

Este trabalho parte de um tema mais abrangente que envolve todo o conjunto de fundamentos teóricos do Turismo, para na sequência buscar uma melhor delimitação que conduz à visão em relação ao comportamento do turista e a partir deste constitui o arcabouço teórico em relação à formatação de uma destinação turística.

Na continuidade avaliam-se os conceitos relativos à competitividade e principalmente os ligados à competitividade entre destinações. Aumentando a profundidade da análise verificam-se os modelos de análise de competitividade, para em seguida buscar a compreensão dos fatores que interferem na definição da qualidade de vida de uma destinação turística, que é o ponto em que se encerra este capítulo, por ser o foco principal do pesquisador.

2.1 O TURISMO E A SUSTENTABILIDADE

O turismo é uma atividade humana que remete à antiguidade, mas que só recentemente adquiriu o formato que se conhece atualmente. Trigo (2003) enfatiza que o homem sempre teve necessidade de se deslocar em busca de alimentação, melhores lugares para viver, bem como fazer comércio com outros povos. Com as pesquisas tecnológicas que possibilitaram a construção de motores a vapor para equipar navios, locomotivas, máquinas de produção industrial e os novos recursos na construção civil, o turismo, como é conhecido atualmente, começou a se organizar ainda no século XIX.

Fortalecendo os argumentos de Trigo (2003), Sales Melo e Farias (2012) apresentam uma coletânea de informações sobre a evolução dos paradigmas do conhecimento na área do turismo. Neste material, que pode ser observado por meio do quadro 1, exhibe-se o trabalho de vários autores que apontam os paradigmas nos

quais foram fundamentados os conceitos do turismo, o período de sua ocorrência e os principais fatos que os marcaram.

Quadro 1 - Paradigmas do conhecimento na área do turismo.

Turismo Exploratório	Antes de 1840	(Diversificado)	Duas linhas históricas de pensamento: a primeira seria o ócio, descanso, cultura, saúde, negócios ou relações familiares. A segunda, guerras, movimentos migratórios, conquista, comércio.
Turismo Moderno	1840	Thomas Cook	Promoveu a primeira viagem organizada da história.
Turismo Internacional	Entre 1950 e 1970	Organização Mundial do Turismo	Crescimento do turismo devido ao desenvolvimento dos meios de transportes e melhoria econômica, conhecido como turismo de massas.
Turismo e Meio Ambiente	Década de 1970	Budowski (1976) Wilkes (1977) Cohen (1978) Organização Mundial do Turismo	Estudos dos impactos ambientais do turismo no meio físico.
Turismo Sustentável	Década de 1980 até os dias de hoje	Butler (1980) Wilkinson (1989) Cooper (1996) Organização Mundial do Turismo (Diversificado)	Cresce juntamente com a preocupação ambiental objetivando proteger o interesse das gerações presentes e futuras. Desenvolvimento de ações estratégicas objetivando o turismo sustentável.
Planejamento do Turismo	Década de 1990 até os dias de hoje	Cooper (1996) Organização Mundial do Turismo (Diversificado)	Reconhecimento da importância do planejamento do turismo para obtenção completa dos benefícios da atividade de maneira sustentável

Fonte: Sales Melo e Farias (2012, sp.)

Percebe-se, por meio da visualização do quadro 1, que o turismo apresenta pontos onde se verifica certa complementaridade e há uma constante evolução por parte do elemento humano em virtude da sua participação com o meio, visando organizar e preservar as regiões onde ele se encontra em visitação. Apresenta alguns momentos da sua evolu o, nos quais já era percebida a necessidade de se perpetuar no mercado por meio de a es estratégicas e econômicas e da sustentabilidade, percebendo que a preserva o das regiões de visita o deveria ser assegurada.

Silveira (2002) aborda que nos últimos 50 anos, o turismo teve um crescente destaque entre as atividades com maior potencial de expansão em escala mundial. Destaca que a partir dos anos de 1980, o processo de internacionalização e de abertura das economias nacionais sofre uma aceleração promovendo um salto na atividade de turismo, sendo apontado como o segundo setor mais globalizado depois do setor financeiro.

O estudo focado nos aspectos econômicos, dentro das atividades do turismo, teve como pensador Arthur Bormann, da escola de Berlin, na década de 1930. Ele descreveu essas atividades como um conjunto de viagens, objetivando o prazer, lazer, comércio, atividades profissionais, entre outras provocando a ausência na residência habitual desta pessoa que está viajando (IGNARRA, 1999, p.55).

No entendimento de Barbosa et al. (2010) a importância que o turismo tem obtido para a economia dos países com potenciais turísticos provocou a concorrência entre destinações turísticas, quer sejam cidades, regiões ou países.

Para Rabahy (2003), o reflexo do turismo nas condições econômicas e sociais dos países que o recebem se manifesta de forma distinta, segundo as características e tipicidades de cada localidade. Ainda para o autor, esse reflexo passa por diversos campos turísticos instigando os visitantes na seleção dessa destinação.

Cunha (1997) afirma que entre os vários tipos de turismo, como exemplo o rural e o religioso entre outros, não se exclui aqueles que são oriundos de motivações e intenções de quem viaja. O autor identifica inúmeros motivos, dentre eles, o turismo de repouso, cultural, de negócios, étnico, desportivo e outros como sugestões e oportunidades para promover o turismo regional e local. Independente dos tipos de turismo, todos interagem com o mercado, movimentando a região economicamente, e assim sendo, um bom planejamento da destinação turística poderá contribuir para o desenvolvimento do local.

Tendo várias opções de turismo, como os citados anteriormente, Oliveira (2000) aponta que o planejamento no contexto turístico, quando focado nos atores participantes destes eventos, promove os elementos que em circunstâncias comuns passariam despercebidos, como, por exemplo, os restaurantes que, neste caso específico, refletem diretamente na economia local.

Ainda de acordo com Oliveira (2000), uma estrutura dirigida também a esse ator denominado turista, contribuirá efetivamente para a sustentabilidade (que é contemplada através dos fatores econômicos porque gera renda, o social porque utiliza a mão-de-obra principalmente dos residentes e o ecológico preservando todos os recursos e encantos naturais). Sustentabilidade aqui entendida como determinante para a sua existência através da movimentação de receitas financeiras, cooperando para o crescimento econômico e social do local onde está inserido. Além disso, entendendo que o planejamento deva ser orientado no sentido mais vasto, proporcionando não necessariamente um resultado altamente positivo no fator sustentabilidade, mas sim em condições de minimizar as potenciais interferências negativas na destinação turística. Bem como possa contribuir na condição de gerador de trabalho e renda de maneira a melhorar a qualidade de vida dos residentes.

Conceitualmente falando, o presente estudo irá pautar-se pelo conceito adotado pela Organização Mundial de Turismo – OMT (2001, sp.) que diz: “[...] o turismo inclui as atividades de deslocamento e permanência em locais fora de seu ambiente de residência, por período inferior a um ano consecutivo, por razões de lazer, negócios ou outros propósitos.”

Para Beni (2003) o turismo planejado necessita de uma estrutura integrada de processos, sabendo que há setores distintos participando como o comércio, as indústrias e os serviços diversos. Dessa forma, Beni entende que o turismo é idealizado como um sistema aberto, onde estão presentes várias estruturas e cita as ecológicas, sociais, econômicas e culturais.

Partindo dessas estruturas, o autor observa que para o plano de desenvolvimento sustentável, há imperiosa necessidade de ordenar as atividades dos atores para que haja esse efetivo desenvolvimento.

Para o MTur (2003) o entendimento desse desenvolvimento sustentável ordenado para o crescimento econômico torna possível identificar as operações hoteleiras, gastronômicas, logísticas e outras que norteiam o turismo e que necessitam orientação mais focada, reposicionando sua atuação e assim agregar valor às suas atividades, contribuindo para o desenvolvimento da economia local. Isso poderá ser um dos recursos que vem a contribuir para aumentar o capital

circulante na economia local, ajudando na geração de novos empregos e o desenvolvimento dos negócios.

Para Cavalcanti, (1997, p.28) uma sociedade que tenha a pretensão de considerar-se sustentável, deverá dar ênfase à qualidade de vida em detrimento do consumo material, conforme pode ser corroborado por sua afirmação, a seguir:

Numa sociedade sustentável o progresso deve ser apreendido pela qualidade de vida (saúde, longevidade, maturidade psicológica, educação, um meio ambiente limpo, espírito de comunidade, lazer gozado de modo inteligente, e assim por diante) e não pelo puro consumo material.

A atividade de turismo nos últimos tempos se apresentou como significativa na atividade econômica global, de acordo com estudos de Figueiredo (2005), impactando diretamente na vida social e cultural onde ela se encontra, proporcionando empregos e como consequência, proporcionando um fluxo de moeda que contribui para o giro da economia local. Para contextualizar a ideia de sustentabilidade, Figueiredo (2005, p.46) destaca em seus estudos que:

[..] dentre as modalidades de turismo existentes, o turismo cultural aparece como uma das estratégias de desenvolvimento sustentável, na medida em que há uma preocupação em aliar desenvolvimento econômico com a melhoria da qualidade de vida, saúde, emprego, segurança, preservação do meio ambiente e o respeito à diversidade. Neste sentido, é que se busca um outro tipo de turista, não apenas o massivo.

Ainda na visão do autor, o turismo interpretado como atividade econômica passa gradualmente a incorporar novos olhares de planejamento, como resultado de seu potencial de influência no crescimento econômico. O desenvolvimento, a quota de mercado ou a vantagem competitiva fazem parte da teia que promove a sustentabilidade e a manutenção dos residentes locais.

Ruschmann (1997, p. 35), afirma que “Como o meio ambiente se constitui um elemento fundamental do turismo, sua manutenção ‘sadia’ é fundamental para a manutenção da atividade.” A autora também menciona que a sustentabilidade no meio turístico é o resultado de um plano integrado que compatibiliza as diversas possibilidades de uso e ação no espaço de forma harmônica. O turismo sustentável tem como princípio a preservação dos recursos socioambientais de maneira a garantir sua preservação, qualidade visual e a própria manutenção da atividade turística.

Pires (1998) entende que os fatores éticos devem estar presentes para a contribuição efetiva das atividades sustentáveis. Seja para conservação da natureza,

provocando receita, a preocupação com as ações praticadas pelos envolvidos, desde a manutenção e destinação de resíduos até a manutenção e preservação dos recursos naturais já existentes e estas com o mínimo impacto ambiental e social; racionalizando os recursos naturais e a oportunidade de se implantar a educação ambiental para todos os envolvidos (desde o público visitante até a comunidade local). O aumento populacional faz crescer a demanda de bens e serviços, potencializando a pressão sobre os recursos naturais, gerando maior demanda por empregos e moradias.

Assim, a sustentabilidade envolve obrigatoriamente a conservação de condições ideais de vida para os residentes na destinação turística. Tal situação conduz à definição elaborada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) sobre este conceito, que é assim explicitada:

O turismo sustentável é entendido como aquele que satisfaz as necessidades presentes dos turistas, ao mesmo tempo em que preserva as regiões de destino e incrementa novas oportunidades para o futuro. Ele deve ser concebido de modo a conduzir à gestão de todos os recursos existentes, tanto do ponto de vista da satisfação das necessidades econômicas, sociais e estéticas, quanto da manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas de suporte à vida (OMT, 1998, p. 21).

Assim, buscam conciliar o novo rumo do desenvolvimento sustentável com a ampliação da qualidade de vida dos moradores locais das destinações turísticas. Nesta condição de desenvolvimento e qualidade de vida, o MTur (2006, p. 15) observa que:

[...] o modelo de desenvolvimento proposto pelo governo contempla e harmoniza a força e o crescimento do mercado com a distribuição de renda e a redução das desigualdades, integrando soluções nos campos econômicos, social, político, cultural e ambiental. [...] o turismo pode ser uma importante ferramenta para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, particularmente com relação à erradicação da extrema pobreza e da fome, à garantia de sustentabilidade ambiental e ao estabelecimento de uma parceria mundial para o desenvolvimento.

A sustentabilidade depara-se com os hábitos e padrões de consumo trazidos pelo turista. A relação que alimenta entre objeto de desejo e poder de satisfação desse desejo, incorporado à cultura do local diante de uma série de apelos consumistas, de necessidades e hábitos até então não experimentados e proporcionados pelo visitante ao chegar a uma destinação. Para maior compreensão do assunto, o próximo tema apresenta o que vem a ser uma destinação turística.

2.1.1 Destinação Turística

A destinação turística deve ser entendida, segundo a visão de Dias e Cassar (2005), como um conjunto composto de várias organizações e pessoas com a finalidade de colaborar e competir ofertando uma gama de produtos e serviços aos turistas. Para eles, a destinação turística apresenta uma formatação organizacional onde a competitividade em termos de produto turístico está diretamente relacionada ao valor agregado por cada participante dessa destinação.

Destinação turística compreende o local geográfico para onde o turista se desloca para desfrutar a sua viagem e que promove uma demanda, sendo o caminho percorrido, desde a origem de destino até o ponto turístico escolhido, entendido como parte da experiência turística, conforme afirma a OMT (2001).

O Ministério do Turismo (2008, p.28), define a destinação turística como:

Local, cidade, região, ou país para onde se movimentam fluxos turísticos. Ressalta-se que é necessário compreender uma região turística como um território que pode ser constituído por municípios, distritos e áreas de um ou mais estados, ou, de um ou mais países. Ou seja, pode ultrapassar os limites geopolíticos pré-estabelecidos no país. Ressalta-se, também, que a região turística deve ser entendida diferentemente das macrorregiões brasileiras (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste, Centro-Oeste).

Buhalis (2000) afirma que a destinação turística é representada por um amálgama de produtos turísticos. Compreendendo a destinação, cada vez mais como uma experiência integrada e cuja percepção é de ordem subjetiva, por conta da pluralidade de impressões e segundo os interesses que cada consumidor traça em termos de roteiro de viagem. O autor atenta para o fato de que as destinações são delimitadas por barreiras políticas e geográficas, sendo que estas não levam em consideração nem os desejos e necessidades de consumo e nem o setor de turismo.

Essas barreiras políticas e geográficas apontadas ainda se juntam a outras situações: a impossibilidade de padronização, de unificação, uma vez que cada turista irá vivenciar uma experiência única e não passível de comparações, pois cada destinação possui características próprias, que para chegarem ao produto final são submetidas a uma ação integrada de todas as empresas envolvidas na exploração da atividade turística (CROUCH, 2007).

Crouch (2007) ainda atenta para o fato da gestão local das empresas envolvidas enfrentar uma visível complexidade de divulgação das destinações

turísticas, eis que interesses e mesmo uma variedade muito grande de empresas estará associada a esta gestão. Faz-se necessário que um amplo conhecimento do setor e também uma integração de ações, evitando-se o desperdício pela duplicidade de estruturas, assim como também será necessário a implantação de políticas, diretrizes e estratégias de desenvolvimento.

Buhalis (2000) observa que a destinação turística (por ser composta de várias empresas que desenvolvem as atividades ligadas ao turismo) precisa se inserir em um ambiente de competitividade dentro do turismo. O que garantiria não só a qualidade, como a excelência na prestação do serviço turístico e que fossem desenvolvidos planejamentos estratégicos assim como diretrizes possibilitando a compreensão e acompanhamento evolutivo da exploração do turismo na destinação. Para tanto, há a necessidade de monitorar e desenvolver os recursos envolvidos focando nos resultados e na capacidade de maximizar o aproveitamento e a manutenção destes recursos que lhes conferem vantagens competitivas, assunto que será abordado a seguir.

2.2 COMPETITIVIDADE E TURISMO

Competitividade de uma destinação turística pode ser entendida, de acordo com Mazaro (2005), como a capacidade que ela tem de formular e implementar estratégias que lhe permitam conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável e de destaque no mercado.

Crouch e Ritchie (1999) complementam que a competitividade é composta de vários indicadores, os quais permitem considerar a eficiência e a efetividade com a qual seus recursos são empregados de forma a gerar crescimento e desenvolvimento no setor turístico. Além disso, deve-se ter em conta a ideia de que a cooperação entre os envolvidos pode determinar uma vantagem competitiva sustentável, incrementando o potencial competitivo da destinação turística.

Complementando, Gioia et al (2006) entendem que há a necessidade de existir um planejamento com foco em fornecer o rumo, consistência e convergência às atividades como a competitividade ou a capacidade de se adaptar as variações socioeconômicas, bem como em manter homogêneas as competências necessárias ao bom desempenho dos envolvidos como a combinação de recursos e de serviços ofertados. Nesse sentido, o planejamento sob a ótica da competitividade neste

segmento turístico está no processo de produzir as estratégias e estruturas que levam a empresa a construir vantagens competitivas que garantam sua sobrevivência em condições específicas.

No que tange à competitividade do turismo, Silva (2004, p.374) entende que a mesma pode ser compreendida como sendo:

[...] a capacidade dos agentes de interferir nas atividades do turismo, de interferir em um país, região ou zona turística, para atingir suas metas acima da média do setor de uma forma sustentada e sustentável, o que pode ser alcançado por concessões lucrativamente financiadas acima da média do setor, e por ganhos sociais e ambientais como consequência de intervenções de organizações e instituições públicas, além de obter a máxima satisfação do turista. Assim, o objetivo último da competitividade é atender da melhor forma possível às expectativas de todos os agentes que participam na atividade de turismo.

Esta afirmação de Silva (2004) vem fortalecer os argumentos utilizados por Newall (1992) ao comentar que a competitividade, pela sua complexidade, deixa de ser um mero conceito econômico. Uma vez que, a partir dela, se fortalecem a produção de bens e serviços com qualidade e valor agregado, fomentado pelo consumo e gerando empregos, assim como recursos que promovem a estruturação de serviços vitais para os menos assistidos.

Fitzsimmons (2000) destaca que a competitividade em vários segmentos acontece em um mercado econômico de dificuldades. A imagem favorável de desenvolvimento e crescimento de determinada empresa é rapidamente vislumbrada por outros indivíduos que rapidamente efetivam a abertura de empresa do mesmo segmento.

No turismo, onde se evidencia um número significativo de serviços de vários segmentos, a ótica não pode ser diferente. Ao encontro disso, a competitividade torna-se presente, partindo da ideia em que todos querem permanecer no mercado e isso promove uma disputa mais equilibrada, segundo Fitzsimmons (2000).

Além disso, a competitividade no turismo tem uma grande importância econômica e social que se reflete na sua capacidade de gerar emprego e renda, já que engloba uma série de atividades interligadas como o transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, entre outras (Ferreira, 2010).

Fitzsimmons (2000) cita alguns fatores para este crescimento de empresas na área de serviços:

- Comumente poucas barreiras à entrada de competidores: pelo simples fato de que não existe um processo de patente para serviços, é possível executar o

mesmo apenas conhecendo o processo, pois não é necessário grande investimento de capital para a prestação de serviços;

- Flutuações erráticas das vendas: a procura por serviços não tem hora, data e nem local definido, tudo varia conforme forem os acontecimentos na rotina das pessoas, em alguns casos é possível prever a aquisição de um serviço, mas geralmente os mesmos são adquiridos conforme a definição do cliente;
- Substituição por produtos: alguns serviços podem ser substituídos por produtos. Sendo assim é necessário que as empresas prestadoras de serviços mantenham-se atentas não somente aos competidores da área, mas as empresas de modo geral,
- Fidelidade dos clientes: é importante a criação de um vínculo de fidelidade e confiança com seu cliente, pois assim a chance da empresa ser chamada para novos serviços é maior.

Crouch e Ritchie (1999, p. 23) entendem que a competitividade pode ser compreendida como:

[...] a capacidade de agregar valor e, assim aumentar a riqueza pela gestão de bens e processos através da integração dessas relações dentro de um modelo econômico e social que leva em consideração o capital natural do destino e a sua preservação para as futuras gerações.

De acordo com Fitzsimmons (2000) existem alguns pontos importantes que devem ser observados no mercado para que as empresas realmente sejam competitivas, o que envolve a oferta de certo nível de qualificação, pois caso contrário não podem ser consideradas competidoras. O cliente geralmente observa esta qualificação através dos resultados obtidos comparados com os resultados desejados, ao perceber que a empresa não está qualificada, não irá solicitar seus serviços novamente.

Dwyer e Kim (2003) enfatizam que a competitividade está relacionada à habilidade de prover produtos e serviços melhores do que aqueles oferecidos por outros destinos turísticos nos aspectos que o turista aprecia e valoriza.

Assim, Fitzsimmons (2000) destaca que o fato de oferecer serviços qualificados e outras ações (como o preço competitivo, a atenção ao chamado urgente do cliente ou a própria reputação da empresa) faz com que o cliente eleja naturalmente a empresa como prestadora desses serviços. Pois, certamente, o cliente satisfeito fará propaganda e assim a demanda da empresa poderá aumentar.

Reforçando o contexto de competitividade, Las Casas (2004) afirma que se deve levar em consideração os fatores relacionados a clientes e usuários, identificando quem toma a decisão, sua opinião e atitude, os fatores de mercado, quais os segmentos, a evolução e suas características. Segundo o autor, também se deve avaliar os fatores ambientais e suas variáveis incontroláveis, considerando a atividade dos concorrentes, identificando a participação de cada um deles, qual o enfoque destes e seus objetivos.

Las Casas (2004) diz ainda que as organizações desenvolvem técnicas para adquirir competitividade, tendo em vista que a dominação do mercado decorre dela. Assim, se a melhor técnica conduz a competitividade, a prática mais competitiva torna-se a melhor, no conjunto daquelas utilizadas no mercado. Não menos importante, há a necessidade de se considerar no âmbito da competitividade, os atores locais que não exclusivamente estão na concorrência, mas, outros elementos ou atributos igualmente significativos nos fatores competitivos como pode ser visto no próximo tópico.

2.2.1 Competitividade Local

Ao afirmar que a competitividade é sistêmica, Albuquerque (1998) observa que ela pode estar sujeita a todos os elementos do ambiente imediato. Além disso, constata que a qualidade desse ambiente é determinante para a eficiência produtiva e, conseqüentemente, para a competitividade dos atores envolvidos. Considerando o conhecimento disponível como um fator estratégico fundamental para a criação de vantagens competitivas, que propiciem a geração de benefícios e valores agregados que possam ser percebidos pelos clientes inseridos nesses ambientes e que são decisivos para o desenvolvimento local e regional.

Becker (1997) ao abordar a competitividade pontua que o processo de desenvolvimento atual transita por três diferentes áreas: a competitividade - que tende a ser transformada em objetivos (globais, regionais e locais), apontando para as organizações e outros envolvidos; a sustentabilidade - que é a contrapartida da competitividade e; a flexibilidade - conjunto de características intrínsecas para o processo de modificações. Nessa última área citada, está compreendido o direcionamento para as participações locais, parcerias, redes, mercados comuns, cadeias, consórcios, alianças, integração, e na aproximação de grupos, classes,

organizações, instituições, regiões com interesses comuns. Esses três elementos seriam campos complementares, fomentando e reforçando o desenvolvimento e a competitividade das destinações turísticas.

Barney e Hesterli (2007) percebem que a competitividade está evidenciada quando houver maior valor econômico, entendido aqui como benefícios percebidos pelo consumidor quanto ao produto ou serviço, agregado em relação aos concorrentes, entretanto, nem sempre é possível aferir esses valores econômicos devido à dificuldade de serem medidas tais percepções.

Para Martins (2002) o desenvolvimento local, enquanto estratégia de planejamento e de ação dos agentes envolvidos aparece numa conjuntura em que se findam os entendimentos de desenvolvimento associados a progresso material, pessoal e ilimitado. Mas, sobretudo é um produto da iniciativa compartilhada, da inovação e do empreendedorismo desta comunidade no qual está inserido, gerando desafios e oportunidades dentro do seu negócio.

Referente ao desenvolvimento local, Silveira, Bocayuva e Zapata (2001, p.26), destacam que:

O desenvolvimento local pode ser visto como um foco de intervenção no contexto da crise do desenvolvimento em condições de desigualdade e pobreza, visando à reconstrução das políticas e das ações a partir das potencialidades endógenas e das brechas do local. Mesmo que - vista desde cima a partir das redes globais e corporativas - pareça ficcional e ilusória, a ideia de desenvolvimento local ganha sua mais densa substância quando associada à construção de alternativas e à disputa em torno de paradigmas. Associação que supõe que as dinâmicas geradoras de desigualdade e exclusão não podem ser desconstruídas pelo alto, ou substituídas por outros sistemas de fluxos apartados dos lugares.

Fischer (2002) entende que o desenvolvimento local envolve mais duas ideias complementares que se associam ao território. Uma se refere ao espaço concreto e delimitado e vincula-se à ideia de constância e inércia, podendo ser identificada como área delimitada: município, microrregião etc. Outra é o espaço abstrato das relações sociais e indica movimento e interação dos grupos sociais que se articulam ou se opõem em torno de interesses comuns. A proposta central de desenvolvimento envolve uma rede de conceitos associados à evolução, inclusão, participação, solidariedade, produção e também a competitividade embora não sejam sinônimos de desenvolvimento, mas que se reforçam mutuamente.

Crouch e Ritchie (1999) pontuam que a competitividade em uma destinação turística não está somente relacionada à mensurabilidade de seu potencial, mas

também às condições apresentadas e que estão relacionadas ao desempenho econômico e social dos residentes. Combinando indicadores humanos e naturais, pode ser obtido um nível de competitividade do turismo em uma determinada destinação turística, norteados por modelos de análises dessa competitividade, que serão analisados no próximo tópico.

2.2.2 Modelos de análise da competitividade de destinações turísticas

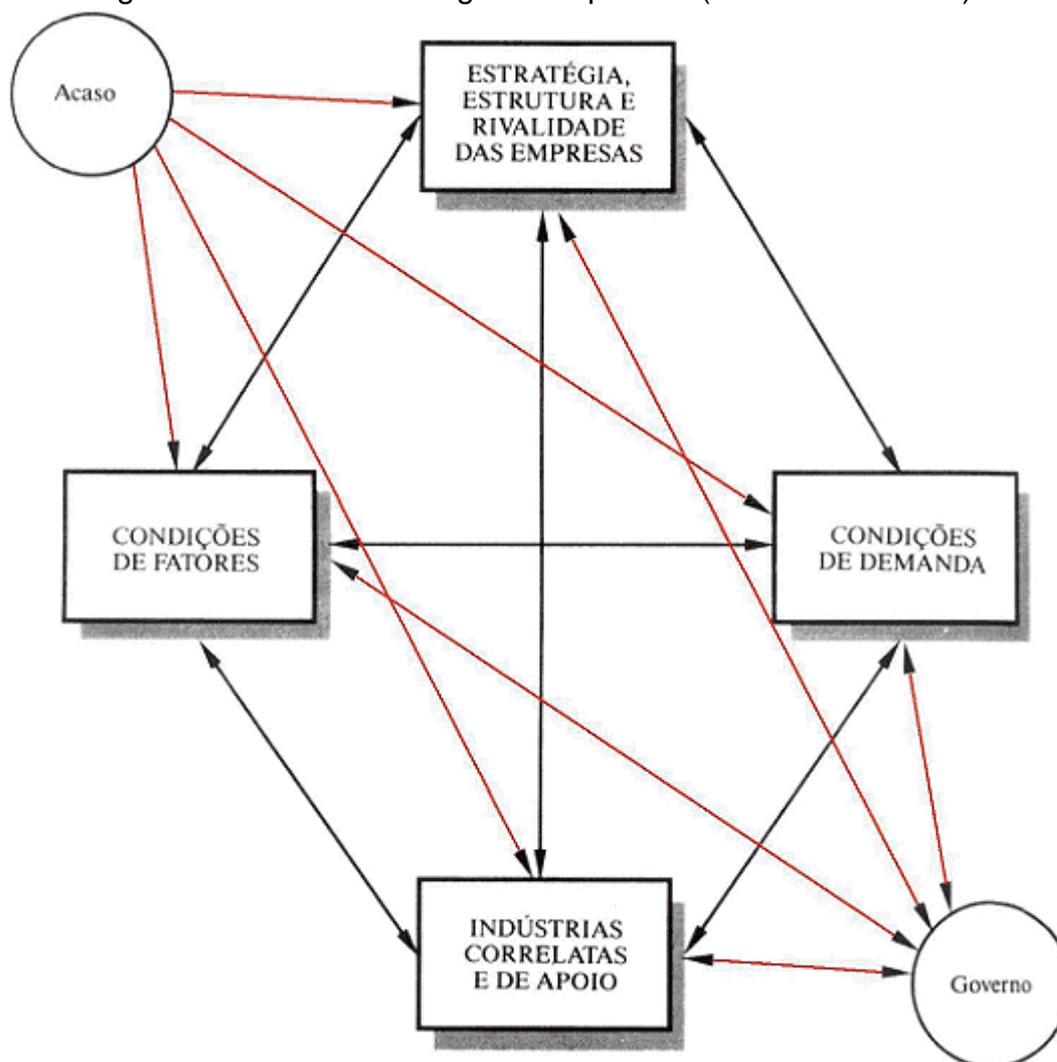
Os modelos de análise da competitividade de destinações turísticas servem para orientar os gestores e os estudiosos quanto à capacidade efetiva de participar em condições de igualdade com os demais *players* que disputam espaço no mercado, no intuito de manterem-se rentáveis e garantirem desta forma a perenidade de seus empreendimentos. A seguir serão observadas as principais características dos principais modelos existentes, os quais foram escolhidos com base no estudo sobre o estado da arte realizado.

2.2.2.1 Diamante de Porter

Em seu estudo, Porter (1989) observou que a competitividade não estava distribuída de maneira uniforme dentro da nação, mas sim em grupos em determinadas regiões. Partindo dessa constatação, o autor sugeriu um novo modelo conceitual que explicasse de maneira mais adequada como se processam as relações entre os grupos envolvidos. Tal modelo ficou conhecido como “Diamante de Porter” (figura 1) e consiste em proporcionar uma explicação para a competitividade desses locais em razão da forma como se relacionavam tais agrupamentos.

O modelo em questão, embora não seja específico para o Turismo, permite analisar as determinantes da vantagem nacional, ou seja, “[...] pode-se saber por quais razões algumas áreas geográficas se especializam e se sobressaem das demais em certos tipos de atividade econômica, sendo possível identificar como tais vantagens competitivas são alcançadas”. (FROTA, 2005, p.3)

Figura 1: Fontes da vantagem competitiva (Modelo Diamante)



Fonte: Porter (1989, p. 146)

Este modelo representa a interação entre as quatro principais forças que geram a competitividade entre as nações, representadas por meio das: condições de fatores; condições de demanda; indústrias correlatas e de apoio; e estratégias, estrutura e rivalidade das empresas. Ele propõe uma forma alternativa de se abordar a competitividade. Assim, se as especificidades internas em relação à sua cadeia de valor como a produtividade, qualidade, rotinas, entre outros parâmetros seguem certos padrões e formam agrupamentos característicos, é lícito propor elementos específicos e soluções diferenciadas para cada grupo, de acordo com suas particularidades, necessidades e suas competências.

Desta forma, ao analisar o relacionamento entre as forças que geram a competitividade em uma determinada nação Porter (1989) observou que:

- Condições de fatores: tem por base facilitar a identificação das vantagens, decompondo os fatores em categorias de recursos afins (recursos: humanos; físicos; de conhecimentos; de capital; e infraestrutura).
- Condições de demanda: apresenta três características principais da demanda interna de um país oportunizando a sua competitividade (a estrutura da demanda do segmento, os compradores sofisticados e exigentes e as necessidades precursoras do comprador).
- Indústrias correlatas e de apoio: é o trabalho conjunto entre as indústrias e fornecedores possibilitando a condição para a nação alcançar a vantagem competitiva, no momento em que os fornecedores ajudam as empresas envolvidas a descobrir novos métodos e a perceber oportunidades de uso para novas tecnologias.
- Estratégia, estrutura e rivalidade das empresas: a rivalidade interna, ao invés de prejudicar o desenvolvimento de indústrias competitivas, pode induzir ao surgimento de vantagens competitivas em termos de tecnologia e qualidade que seriam dificilmente alcançadas em economias onde não houvesse a competição.

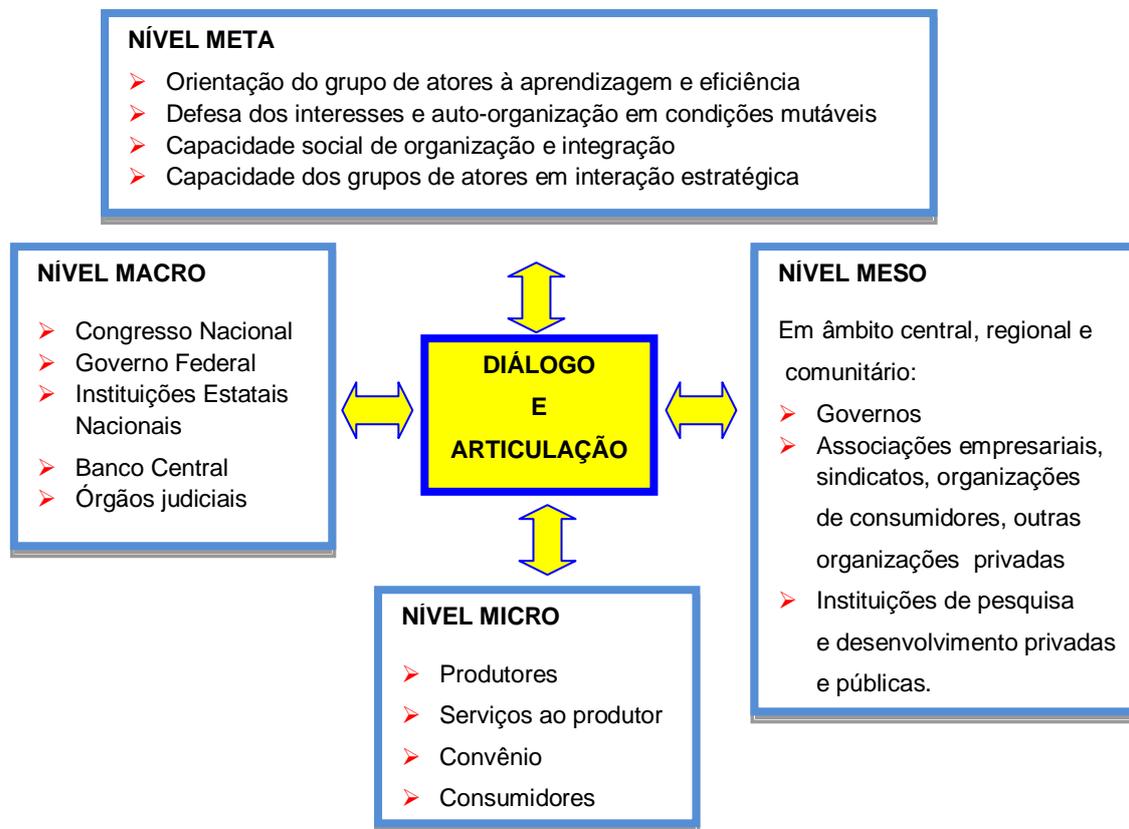
Este modelo de Porter (1989) tem como objetivo principal a obtenção de vantagens competitivas em âmbito nacional, o que não atende a proposta deste estudo que busca verificar a correspondência dos construtos competitividade e qualidade de vida.

2.2.2.2 Competitividade sistêmica

Para Altenburg et al. (1998) a competitividade sistêmica compreende quatro níveis de relações em rede, onde ocorre a comunicação e articulação entre os grupos envolvidos pertencentes ao mesmo ambiente competitivo e como estes se inter-relacionam de maneira que possam promover a competitividade como está representado na figura 2.

Em cada um dos níveis de análise, existem ações a serem desenvolvidas, e responsabilidades são atribuídas aos atores engajados no processo, não sendo possível atingir a competitividade desejada sem que haja o envolvimento direto entre eles.

Figura 2: Modelo de Competitividade Sistêmica



Fonte: Adaptado pelo autor de Esser et al. (1996, p.41).

Para Esser et al. (1996) cada nível deve ser analisado cuidadosamente, de maneira a deixar claro de que forma este precisa se relacionar com os demais, conforme segue:

Nível Meta – une fatores socioculturais que determinam a capacidade de articulação dos atores sociais e sua capacidade de formulação de estratégias e políticas de interesses da sociedade local;

Nível Macro – estratégias e estabilidade da estrutura macroeconômica, definidas pelas políticas fiscal, monetária, cambial, comercial e de competição;

Nível Meso – estruturas de suporte que facilitam a interação e cooperação de firmas (fornecedores, clientes e concorrentes); a interação e cooperação com instituições de pesquisas e desenvolvimento, organizações de suporte ao financiamento, de instituições de apoio e disseminação, como marketing, exportações, feiras, de entidades de formação e treinamento da mão de obra e da existência de infraestrutura (transporte, comunicação, energia, etc).

Nível Micro – capacidade da empresa, ou de uma rede de empresas para permanecerem competitivas, oferecendo bens e serviços que otimizem a relação custo/eficiência, a qualidade, a variedade e a habilidade de reação às novas oportunidades e mudanças de mercado.

Altenburg et al (1998) também observam que somente através do diálogo e da articulação entre os atores envolvidos em todos os níveis, pode-se estruturar as condições que possibilitarão alcançar o desenvolvimento e assim minimizar as ameaças do ambiente externo.

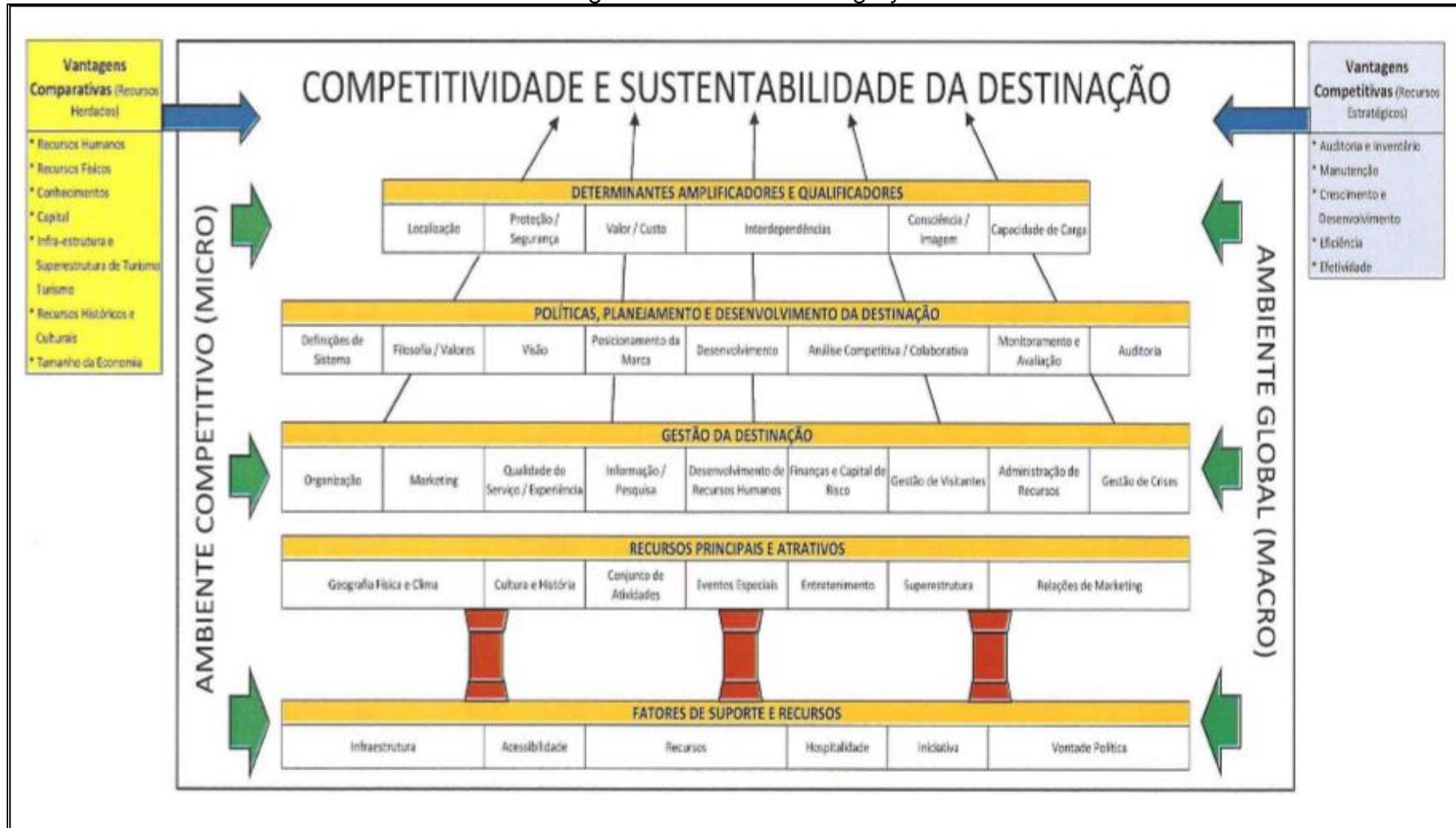
O modelo de competitividade sistêmica de Esser et al (1996), assim como o de Porter (1989) projetam a obtenção de vantagens competitivas dentro do ambiente empresarial, com o intuito único e exclusivo de obter um desempenho superior, o que transforma a competitividade em um objetivo final a ser alcançado.

2.2.2.3 Modelo de Calgary

Ritchie e Crouch (2003) observaram que os fatores macroambientais, podem ser analisados em seis grupos distintos - economia, tecnologia, ecologia, desenvolvimento político e legal, assuntos socioculturais e as mudanças no ambiente demográfico.

Nesse sentido apresentam um modelo de análise da competitividade de uma destinação, desenvolvido por meio de estudos elaborados na Universidade de Calgary, no Canadá. Eles entendem que o sistema turístico é um sistema aberto, e pode sofrer interferências tanto do ambiente global (macro – composto pelas variáveis econômicas, sociais, ambientais e políticas) quanto do ambiente competitivo (micro – composto por variáveis que afetam diretamente o desenvolvimento das empresas ligadas ao setor turístico). Esta situação pode ser analisada por meio da figura 3.

Figura 3 - Modelo de Calgary



Fonte: Ritchie e Crouch (2003, p.63)

Ritchie e Crouch (2003) afirmam que por meio deste modelo, é possível definir a competitividade e a sustentabilidade de uma destinação turística por meio de vários fatores interligados que iniciam com a avaliação dos fatores de suporte e recursos e nos quais se apoiam os recursos principais e atrações. Estes são gerenciados pela gestão da destinação que é responsável pelas políticas, planejamento e desenvolvimento da destinação que os conduzem aos determinantes, amplificadores e qualificadores da competitividade.

Para eles o fator suporte e recursos é o que dá a base, pois este é o elemento chave da atratividade. Estão contidos nesses elementos os eventos especiais como jogos olímpicos, copas do mundo, entretenimentos como shows, espetáculos entre outros, a geografia e o clima assim como a cultura e história da população residente.

O fator ligado aos recursos principais e atrativos são os elementos motivadores para a vinda dos turistas, para tanto, é necessária a presença de fatores de suporte e recursos que são responsáveis pela infraestrutura (viária, de transportes, de comunicação, energia e água entre outras).

Ritchie e Crouch (2003) ainda comentam que também se faz necessário uma estrutura de políticas, planejamento e desenvolvimento da destinação e para que essa estrutura seja implantada deve existir uma organização responsável pela gestão da destinação. Embora os fatores determinantes, qualificadores e amplificadores não exerçam influência direta na competitividade, podem afetar os demais dentro da escala.

O modelo de Calgary apresentado por Ritchie e Crouch (2003) é o primeiro a considerar que a competitividade não é um objetivo final a ser alcançado. Porém, tal situação não é evidenciada no modelo, que além de tudo é bastante complexo e de difícil implementação.

2.2.2.4 O Modelo de Dwyer & Kim

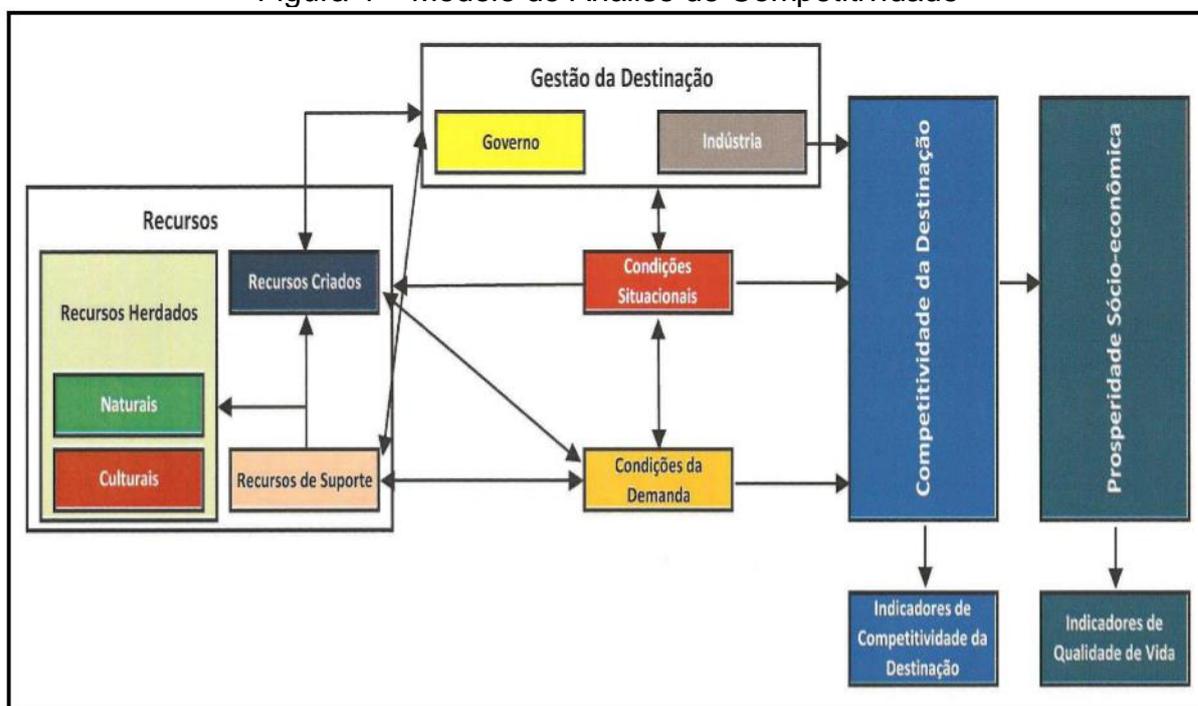
Dwyer e Kim (2003) apresentaram um modelo (figura 4) que foi desenvolvido pelo professor Larry Dwyer, da Universidade de Nova Gales do Sul, na Austrália, em parceria com o professor Chulwon Kim, da Universidade de Kyung Hee, na Coreia. Para eles, esse modelo serviria para análise da competitividade de uma destinação turística em razão de que os modelos até então desenvolvidos não atendiam as

expectativas em relação ao objetivo final a ser alcançado. Esse modelo pretende considerar a competitividade não como um fim em si, mas sim como um meio para alcançar um objetivo maior que é a prosperidade socioeconômica da comunidade receptora na qual a destinação está inserida.

Dwyer e Kim (2003) entendem que para se ser competitiva, uma destinação deve garantir que toda a sua atratividade, assim como a qualidade de experiência que proporciona ao visitante, seja superior à de outras destinações nas quais exista o mesmo potencial em termos de atrativos.

Para gerenciar este modelo (constituído por: recursos, gestão da destinação, condições situacionais e condições de demanda), os autores afirmam que é necessário a existência de uma estrutura encarregada pelas ações de gestão da destinação, a qual deve ser composta tanto por pessoas do setor público (órgãos e secretarias de governo) quanto do setor privado (entidades de apoio e suporte, órgãos de classe e empresas particulares).

Figura 4 – Modelo de Análise de Competitividade



Fonte: Dwyer e Kim (2003, p.378)

Dwyer e Kim (2003) apontam que esses elementos possibilitam a determinação de um conjunto de indicadores que de forma objetiva e subjetiva, viabilize a avaliação, no que tange a competitividade de uma destinação. Para os autores, esse modelo considera a competitividade como uma ferramenta

intermediária que conduz a destinação à realização de seu verdadeiro objetivo que é a prosperidade socioeconômica de seus residentes.

Partindo dos recursos que possuem três grupos: os herdados que podem ser os naturais e culturais (fontes de vantagens comparativas); os recursos criados (fontes de vantagens competitivas); e os de suporte (fontes de vantagens competitivas). Nos recursos criados está contida a infraestrutura de turismo, os eventos especiais, a gama de atividades disponíveis, entretenimento e compras.

Para atender as demandas da destinação os recursos de suporte, devem ser organizados de maneira que tenham condições de potencializar as vantagens comparativas e para tanto precisam estar estruturados em cinco subgrupos, a saber: infraestrutura; qualidade de serviço; acessibilidade da destinação; hospitalidade; e as ligações de mercado.

Faz-se necessário considerar os estudos de Dwyer e Kim (2003), onde eles entendem que para gerenciar os recursos apontados, existe a necessidade de uma estrutura de gestão da destinação. Esta estrutura pode ser composta por entidades tanto do setor público, quanto do privado, devendo contemplar a gestão de marketing, o planejamento e desenvolvimento da destinação e o gerenciamento da organização que deve conter a coordenação, a provisão de informações e o monitoramento e avaliação das políticas e do desenvolvimento de novos empreendimentos, o desenvolvimento dos recursos humanos, que deve ser estratégico e a gestão ambiental.

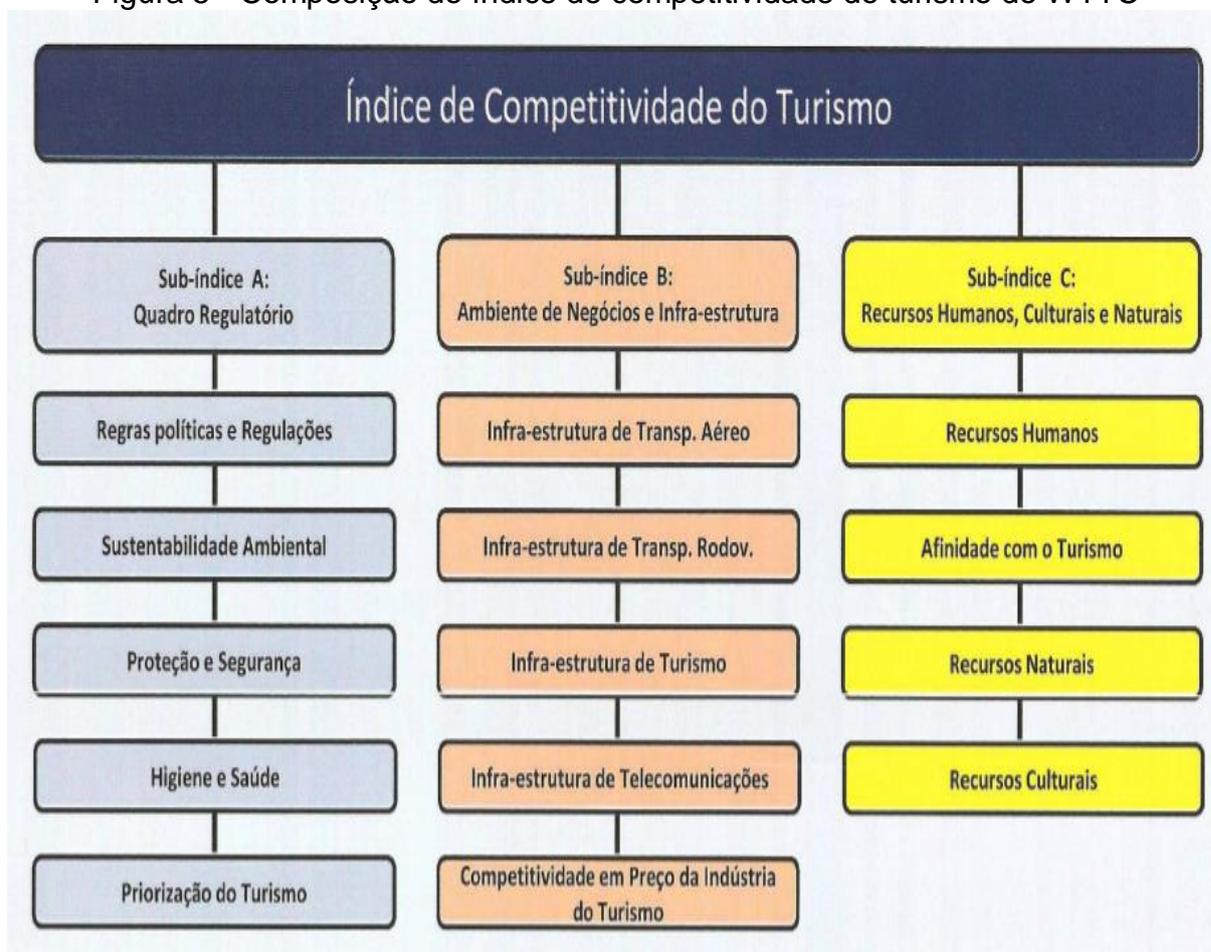
O modelo de Dwyer e Kim (2003) que no seu objetivo principal trabalha a prosperidade socioeconômica dos residentes apresenta elementos que vem ao encontro da proposta deste estudo, pois ele analisa os recursos, gestão da destinação, as condições situacionais e de demanda, a prosperidade socioeconômica e também a competitividade da destinação.

2.2.2.5 Modelo do WTTC

Este modelo é uma evolução do Monitor de Competitividade do Turismo, desenvolvido por Gooroochurn e Sugiyarto (2004) e aumenta o número de grupos de avaliação, que no modelo inicial era de oito, para quatorze. Ele mostra que o Índice de Competitividade do Turismo, conforme pode ser observado por intermédio

da figura 5, é composto por 3 (três) sub-índices e em cada um deles, pode-se observar a formação de um conjunto de indicadores.

Figura 5 - Composição do índice de competitividade do turismo do WTTC



Fonte: Blanke, Chiesa e Herrera (2009, p.6)

- 1) Sub-índice A - associado ao quadro regulatório do turismo, que é formado por:
 - a. Regras políticas e regulação;
 - b. Sustentabilidade ambiental;
 - c. Proteção e segurança;
 - d. Higiene e saúde;
 - e. Priorização do turismo.

- 2) Sub-índice B - relacionado ao ambiente de negócios e infraestrutura do turismo, cuja composição é feita por:
 - a. Infraestrutura de transporte aéreo;
 - b. Infraestrutura de transporte rodoviário;
 - c. Infraestrutura de turismo;
 - d. Infraestrutura de telecomunicações;

- e. Competitividade em preço do setor de turismo.
- 3) Sub-índice C - relativo aos recursos humanos, culturais e naturais, que é desmembrado nos seguintes indicadores:
- a. Recursos humanos;
 - b. Afinidade com o turismo;
 - c. Recursos naturais;
 - d. Recursos culturais.

A partir das médias obtidas para cada um desses sub-índices será calculada a média geral que servirá para definir a competitividade do destino que está sendo analisado. Blanke, Chiesa e Herrera (2009) afirmam que é feita a média simples entre os três índices resultando no índice de competitividade do turismo de uma determinada nação.

O Índice de Competitividade do Turismo tem por objetivo principal a formação de um ranking que apresente a competitividade de diferentes destinações turísticas, de maneira a possibilitar a comparação entre elas. Mas, dá pouca importância para a qualidade de vida dos residentes e por este motivo não foi escolhido como o mais indicado para servir de base para o presente estudo.

2.2.2.7 Monitor de Competitividade do Turismo do Mtur

Dentro da proposta de competitividade relativa às destinações turísticas, o Ministério do Turismo aponta o Relatório Brasil do MTur (2013) como um indicador dentro do processo avaliativo, no qual constam os sessenta e cinco (65) destinos indutores. Tomando por referência a metodologia em questão para avaliar a competitividade de destinos turísticos, optou-se por utilizar a noção de eficiência, focada em recursos presentes no destino, conforme proposto pela teoria da Visão Baseada em Recursos de Barney e Hesterli (2007). Por meio do Índice de competitividade, analisam-se os atributos internos, os recursos presentes no destino nas 13 dimensões definidas nesta metodologia, em que quanto maior a presença de recursos, tanto mais competitivos se tornam os destinos. As dimensões segundo Mtur (2013, p 38-49) são compostas por:

- Acesso: aéreo; rodoviário; aquaviário; ferroviário; sistema de transporte no destino e proximidade de grandes centros emissores de turistas.

- Aspectos ambientais: estrutura e legislação municipal de meio ambiente; atividades em curso potencialmente poluidoras; rede pública de distribuição de água; rede pública de coleta e tratamento de esgoto; coleta e destinação pública de resíduos e patrimônio natural; e unidades de conservação no território municipal.
- Aspectos culturais: Produção cultural associada ao turismo; patrimônio histórico e cultural; e estrutura municipal de apoio à cultura.
- Aspectos sociais: acesso à educação; empregos gerados pelo turismo; uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população; cidadania, sensibilização e participação na atividade turística; e política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes.
- Atrativos turísticos: atrativos naturais; atrativos culturais; eventos programados; e realizações técnicas, científicas ou artísticas.
- Capacidade empresarial: capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local; presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo; concorrência; e barreiras de entrada e geração de negócios e empreendedorismo.
- Cooperação regional: Governança; projetos de cooperação regional; planejamento turístico regional; roteirização; e promoção e apoio à comercialização de forma integrada.
- Economia local: aspectos da economia local; infraestrutura de comunicação; infraestrutura e facilidades para negócios; e empreendimentos ou eventos alavancadores.
- Infraestrutura geral: capacidade de atendimento médico para o turista no destino; estrutura urbana nas áreas turísticas; fornecimento de energia; e serviço de proteção ao turista.
- Marketing e promoção do destino: plano de marketing; participação em feiras e eventos; promoção do destino; e estratégias de promoção digital.
- Monitoramento: pesquisas de demanda, pesquisas de oferta, sistema de estatísticas do turismo, medição dos impactos da atividade turística e setor específico de estudos e pesquisa.
- Políticas públicas: estrutura municipal para apoio ao turismo; grau de cooperação com o governo estadual; grau de cooperação com o governo

federal; planejamento para a cidade e para a atividade turística; e grau de cooperação público-privada.

- Serviços e equipamentos turísticos: sinalização turística; centro de atendimento ao turista; espaços para eventos; capacidade dos meios de hospedagem; capacidade do turismo receptivo; estrutura de qualificação para o turismo; e capacidade dos restaurantes.

Este modelo busca identificar o potencial de gerir recursos, analisar e apresentar capacidade de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo de forma sustentável. Entre essas treze dimensões avaliativas encontra-se a competitividade, onde para balizar essa dimensão foram entrevistados representantes dos setores públicos e privados envolvidos direta ou indiretamente com o turismo, realizadas visitas técnicas aos principais atrativos turísticos e analisadas a capacidade de infraestruturas além de outros pontos, que no resultado final apresentaram um resultado superior em relação a pesquisa anterior de 1,3 pontos no âmbito nacional.

Para melhor compreensão, o Mtur aplicou índices de competitividade que foram divididos em uma escala (0 a 100) pontos e de cinco níveis de competitividade. Os pontos obtidos em cada pergunta foram somados e multiplicados pelo peso da variável correspondente. O somatório desses cálculos corresponde aos índices de cada dimensão.

Os resultados de cada dimensão são multiplicados por seu peso, conferido segundo a importância do destino turístico para a competitividade e novamente somados. O resultado dessa contagem obedece ao índice geral de competitividade do destino. É a partir destes resultados que se compõem a média Brasil, a média das Capitais e a média das Não capitais.

Para reforçar o entendimento de competitividade, uma vez que a mesma provoca um grande desafio para os gestores públicos e privados, condicionando-os a aplicar vários modelos que atendam essa competitividade com critérios para o desenvolvimento sustentável. No quadro 02, estão representadas algumas comparações de modelos de análise de competitividade segundo a visão de alguns autores com suas considerações, conforme compilação de Mota, Vianna e Anjos (2013) e com adaptação feita pelo pesquisador.

Quadro 2 - Comparação entre os modelos de análise de competitividade.

	Porter (1989)	Esser et al. (1996)	Ritchie e Crouch (2003)	Dwyer e Kim (2003)	Blanke, Chiesa e Herrera (2009)	Mtur (2013)
Modelo	Diamante de Porter	Competitividade sistêmica	Modelo de Calgary	Competitividade da destinação	Índice de competitividade do Turismo	Monitor de Competitividade do Turismo
Objetivo principal	Obtenção de vantagens competitivas em âmbito nacional	Obtenção de vantagens competitivas em âmbito nacional	Competitividade e sustentabilidade da destinação turística	Prosperidade socioeconômica dos residentes	Mensurar a competitividade de uma nação e formar um ranking	Mensurar a competitividade de um destino indutor e formar um ranking
Principais estruturas	<p>1-Estratégia, estrutura e rivalidade das empresas</p> <p>2-condições de fatores</p> <p>3-condições de demanda</p> <p>4-indústrias correlatas de apoio</p>	<p>1- Nível Meta (capacidades e valores da sociedade em geral)</p> <p>2-Nível Macro (organização pública em âmbito nacional)</p> <p>3- Nível Meso (organizações públicas e privadas em âmbito nacional)</p> <p>4- Nível Macro (indústria, comércio e serviços em geral)</p>	<p>1-Fatores de suporte e recursos</p> <p>2-Recursos principais atrativos</p> <p>3-Gestão da destinação</p> <p>4- Políticas, planejamento e desenvolvimento da destinação</p> <p>5-Determinantes amplificadores e qualificadores</p>	<p>1-Recursos</p> <p>2-Gestão da destinação</p> <p>3- Condições situacionais</p> <p>4-Condições da demanda</p> <p>5-Competitividade Da destinação</p> <p>6-Prosperidade Socioeconômica</p>	<p>1-Subíndice A: Quadro regulatório</p> <p>2- Subíndice B: Ambiente de negócios e infraestrutura</p> <p>3- Subíndice C: Recursos humanos, culturais e naturais</p>	<p>1-Acesso</p> <p>2-Aspectos ambientais</p> <p>3-Aspectos culturais</p> <p>4-Aspectos sociais</p> <p>5-Atrativos turísticos</p> <p>6-Capacidade empresarial</p> <p>7-Cooperação regional</p> <p>8-Economia local</p> <p>9-Infraestrutura geral</p> <p>10-Marketing e promoção do destino</p> <p>11.Monitoramento</p> <p>12.Políticas públicas</p> <p>13.Serviços e equipamentos turísticos</p>

<p>Papel do poder público</p>	<p>Atuação indireta, feita por intermédio da influência exercida sobre os quatro elementos principais.</p>	<p>Em âmbito nacional, manter a estabilidade do macro ambiente e em âmbito regional e local definir políticas e regras de atuação que viabilizem o diálogo e a articulação entre os níveis.</p>	<p>Demonstrar vontade política de tornar o turismo uma alternativa viável para o desenvolvimento da destinação de modo a garantir a correta gestão do destino e a formulação de políticas, planejamento e desenvolvimento que estejam de acordo com os objetivos da iniciativa privada.</p>	<p>Atuar na gestão de marketing, no planejamento e desenvolvimento, na organização (por meio da coordenação, provisão de informações, monitoramento e avaliação), no desenvolvimento de recursos humanos e na gestão ambiental da destinação.</p>	<p>Proporcionar as condições necessárias para o desenvolvimento dos indicadores avaliados e definir políticas e diretrizes para atuação do trade turístico no país com base no <i>benchmarking</i> com nações mais desenvolvidas (melhor índice)</p>	<p>Estruturação de roteiros turísticos intermunicipais nas regiões turísticas brasileiras, com base nos princípios da cooperação, integração e sustentabilidade ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional.</p>
<p>Papel da iniciativa privada</p>	<p>É o principal agente do modelo, uma vez que é por meio da inovação e do desenvolvimento tecnológico que se obtém a maioria das vantagens competitivas e se torna possível sua manutenção.</p>	<p>Otimizar fatores que garantam a manutenção de sua capacidade competitiva: a) melhora a relação custo x eficiência; b) melhora na qualidade dos produtos; c) maior variedade no <i>mix</i> de produtos</p>	<p>Oferecer produtos e serviços que atendam as demandas dos turistas, dentro dos parâmetros estipulados pelas políticas e diretrizes traçadas em conjunto com o poder público de forma a garantir a obtenção de vantagens competitivas que ampliem as vantagens comparativas.</p>	<p>Dividir responsabilidades de gestão da destinação com o poder público e potencializar as capacidades e formular estratégias compatíveis com as políticas e diretrizes traçadas, buscando priorizar a inovação, a especialização, o investimento, o tomada de risco, a produtividade, o comportamento ético dos negócios e a formação de alianças entre empresas e organizações ligadas ao turismo</p>	<p>Oferecer produtos e serviços que atendam as demandas dos turistas, de forma a garantir melhoria dos indicadores avaliados no levantamento.</p>	<p>Propagar o desenvolvimento nos roteiros dos quais fazem parte e, conseqüentemente, nas regiões turísticas que perpassam através de infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados, que se caracterizam como núcleo receptor ou distribuidor de fluxos turísticos, isto é, capazes de atrair e distribuir um significativo número de turistas para seu entorno e dinamizar a economia do território em que estão inseridos.</p>

Fonte: Adaptado de Mota, Vianna e Anjos (2013) e atualizado pelo pesquisador (2015).

Para melhor entendimento, o quadro 2 apresenta as características principais de cada modelo buscando exibir pontos que se assemelham ou que as tornam distintas, objetivando mostrar as suas interações dentro da ótica da competitividade. Foram analisadas suas principais estruturas, o papel do poder público e da iniciativa privada, ressaltando o que cada autor pontuou em seus estudos.

Observando os modelos apresentados, todos possuem uma convergência quanto à análise da competitividade. Alguns pontuam nas vantagens, outros nas destinações turísticas, contudo somente o modelo de Dwyer e Kim (2003) analisa a competitividade juntamente com a qualidade de vida dos residentes. Eles o fazem de modo a considerar sua prosperidade socioeconômica, dos autóctones o que levaria à melhoria da qualidade de vida da população, que é o assunto a ser discutido no próximo tópico.

2.4 QUALIDADE DE VIDA NA DESTINAÇÃO TURÍSTICA

A qualidade de vida é expressa por meio do sentimento em relação às condições de vida de um ser humano, que envolve várias áreas, como o bem físico, mental, psicológico e emocional, relacionamentos sociais, como família e amigos e também saúde, educação e outros parâmetros que afetam a vida humana.

Para contribuir com a ideia de qualidade de vida, Blanco (1985) comenta que a qualidade de vida não é um conceito simples, mas sim, um construto multidimensional composto por inúmeros campos. Ela é atribuída a uma avaliação subjetiva em relação ao bem estar ou satisfação almejada pelas pessoas. Essa avaliação inclui os indicadores biológicos, sociais, psicológicos e comportamentais.

Fleck (2000) salienta que essa multidimensionalidade permite a abordagem da saúde dos indivíduos em diferentes domínios como, por exemplo, aspectos físicos, funcionamento no dia-a-dia, desempenho social e aspectos emocionais.

Segundo Fayers e Machin (2007), não há um termo que defina de forma conclusiva a qualidade de vida. Partindo dessa observação o autor afirma que a qualidade de vida tem sentidos diferentes de pessoa para pessoa, sendo assim, ela pode ser entendida de acordo com a área de aplicação, entretanto, quanto maior a capacidade de uma determinada sociedade em satisfazer suas necessidades, maior a qualidade de vida da mesma.

Para Maslow (1987) as necessidades dos seres humanos correspondem a uma hierarquia, sendo ela uma escala de valores a ser alcançada mostrando que no momento em que a pessoa realiza uma necessidade, surge outra em seu lugar. Compreende-se que quanto maior a capacidade de satisfazer suas necessidades, maior será a qualidade de vida percebida pelos indivíduos de uma determinada comunidade.

O estudo de Maslow (1987) serviu como base para o desenvolvimento da teoria comportamental, utilizada principalmente na esfera da administração de empresas, contrastando e complementando à teoria científica de administração apresentada por Taylor, a qual determinava que a melhoria da produtividade seria meramente consequência da oferta de melhores salários.

O autor citado ainda afirma que é inato aos indivíduos de uma sociedade a percepção de cinco sistemas de necessidades (fisiológicas, de segurança, sociais, de estima e de auto realização) dispostas hierarquicamente, salientando que, por mais socializadas que as pessoas estejam, ainda continuam sendo carentes sempre buscando atender as novas necessidades, desde que elas não venham a comprometer aquelas que já foram atingidas. Para ele, as necessidades dos seres humanos obedecem a uma hierarquia, ou seja, uma escala de valores a ser transposta. Essas necessidades seguem a ordem conforme apresentado na figura 6.

Figura 6 - Hierarquia das Necessidades Humanas de Maslow



Fonte: Certo (2003)

Sirgy (1986) utilizando-se da “Hierarquia das Necessidades Humanas” desenvolvida por Maslow (1987) apresentou um artigo, que tinha por base entender como as sociedades mais desenvolvidas preocupavam-se mais com as necessidades qualificadas como altas na escala, tais como as de estima e de auto realização e que as sociedades menos desenvolvidas buscavam as questões mais básicas como as necessidades fisiológicas e de segurança.

Myers (1997) aponta que o assunto qualidade de vida voltou a ser discutido dentro da academia, nos anos 1980, contudo com um olhar diferente daquele que já havia sido discutido anteriormente, onde eles eram voltados à análise da qualidade de vida em termos de bem-estar.

Avançando no tema, Ignarra (2003) comenta que a qualidade de vida é uma consequência do incremento da renda da população residente na destinação por meio: das oportunidades de empregos; da contribuição para a diversificação da economia; da ampliação e do desenvolvimento de áreas deprimidas do destino; e de uma melhora na infraestrutura em decorrência do aumento da arrecadação dos impostos.

Segundo Silveira (1997), a atividade turística pode interferir de maneira saudável nas comunidades que a desenvolvem sob uma condição harmoniosa. Observa-se que só há desenvolvimento quando os benefícios do crescimento conseguem ampliar as competências humanas com a expansão de capacidades para geração de mudança social, mas também pode causar prejuízos graves e por vezes irreversíveis se não observada a maneira que isso se aplica, e reforça dizendo que:

Sem dúvida, a adoção do conceito de desenvolvimento aplicado ao turismo, representa estratégia válida para buscar a integração entre uso turístico, preservação do meio ambiente e melhoria das condições de vida das comunidades locais. No entanto, se esse conceito não for incorporado às políticas e práticas do planejamento territorial do turismo em nível local, a sustentabilidade não passa de retórica. (SILVEIRA, 1997, p.88)

Constanza et al (2006) desenvolveram um modelo que apresenta as necessidades humanas e o bem-estar subjetivo ou felicidade por meio de uma proposta multi-escalar e multidimensional. Para os autores, podem ser considerados como indicadores objetivos de qualidade de vida: a produção econômica, a expectativa de vida, a taxa de alfabetização entre outros que possibilitem ser quantificados e não necessitem de interpretação subjetiva.

Para alcançar o resultado deste trabalho, se faz necessário apontar questões ligadas a qualidade de vida da destinação turística em caráter objetivo, permitindo assim uma avaliação mais ampla e neste sentido o presente estudo buscou suporte no trabalho de Santos e Martins (2002), que pesquisaram os indicadores objetivos de qualidade de vida na cidade do Porto em Portugal.

2.4.1 Qualidade de Vida Local

Sen (2000) discorre que a qualidade de vida pode ser percebida como uma expressão polissêmica, ou seja, pode ser entendida em muitos sentidos diferentes. Ela pode influenciar, por exemplo, “[...] no modo como as pessoas vivem (talvez até mesmo nas escolhas que têm), e não apenas nos recursos ou na renda de que elas dispõem.” (SEN, 2000, p. 39). Neste caso, ele entende que para haver o desenvolvimento de uma vida digna, no que tange a qualidade de vida é preciso que determinadas necessidades essenciais, independentemente de opções individuais, sejam satisfeitas.

Reforçando esta visão, Sen (2000, p. 94) discorre que para haver esse desenvolvimento na qualidade de vida é necessário que:

[...] existem circunstâncias individuais (tais como idade, talentos e deficiências, propensão a doenças, sexo) e sociais (tais como a estrutura da família, disponibilidade de uma rede de segurança previdenciária, condições epidemiológicas, extensão da poluição, incidência de crimes) cujas variações afetam substancialmente a conversão em características de bens e serviços em atividades e estados pessoais e em oportunidades que uma pessoa dispõe para realizar coisas.

Moscardo (2009) dirigiu seus estudos para a questão da qualidade de vida abrangendo de forma mais crítica o assunto, analisando os impactos causados pelo turismo na qualidade de vida. Assim, a qualidade de vida dos residentes, dos turistas, a qualidade de vida nas regiões emissoras de turistas e nas regiões pelas quais os turistas transitam foram objeto de sua pesquisa, que acabou por contribuir com o entendimento de que a necessidade das pessoas está atrelada a cinco tipos de “capital”: o capital social, que corresponde às redes e a qualidade dos relacionamentos das pessoas com a sua comunidade; o capital humano que versa sobre a saúde, habilidades e conhecimentos, capacitação educacional e oportunidades; capital físico: infraestrutura; capital financeiro: renda, poupança e investimentos que as pessoas podem fazer; e, capital natural: meio-ambiente,

ecossistemas e as oportunidades que estes oferecem para o sustento e desenvolvimento das atividades humanas.

Para Moscardo (2009) a análise da qualidade de vida local envolve a adoção de alguns indicadores (como os cinco tipos de capital) já citados anteriormente e que servem para traduzir a percepção dos residentes de cidades turísticas em relação aos melhoramentos, facilitadores ou mesmo as dificuldades que o turismo produz nas mesmas. Ou seja, a interferência direta que o turismo causa na qualidade de vida. Esses indicadores podem ser: o ambiente; a qualidade do ar e da água; as oportunidades de emprego e renda; o estilo de vida; o acesso e o custo da moradia; a assistência médica; a saúde pública; os meios de transporte; o fluxo de trânsito; a educação; a segurança pública; o clima para a economia e os negócios; o custo de alimentação; a acessibilidade; e a socialização dentre outros.

Essa autora ainda entende que a relação entre qualidade de vida e os indicadores do meio ambiente como poluição, de forma vertical interferem na necessidade de assistência médica, ou seja: saúde pública, que enseja em aplicação de recursos em políticas direcionadas a estas necessidades. Por sua vez, é da própria arrecadação proveniente do turismo que a administração pública pode gerir estas demandas, e, dessa forma, o indicador é capaz de analisar a relação entre o volume de turismo e as benesses que esse pode produzir à coletividade.

Na visão da OMT (1998) outro fator que deve ter sua devida importância nesse procedimento, e que implica não só no ambiente, mas também nas relações de oferta e demanda que implicam a qualidade de vida das comunidades locais ou receptoras, envolve a sustentabilidade da atividade.

Assim, Luchiari (1998) resalta que a força do lugar se revela por meio da mobilização dos vários grupos de interesses para debater e adequar o planejamento turístico local, em função da implantação das políticas de turismo que atendam aos interesses coletivos. Dentro destes interesses, fica entendido que a sustentabilidade é um fator determinante para que se tenha a continuidade da qualidade de vida e também do resultado positivo dentro da economia local.

Buscando facilitar o entendimento quanto aos temas aqui discutidos, o próximo subitem apresenta a construção de um quadro sintético composto pelos conceitos centrais que poderão balizar a compreensão desta proposta de estudo.

2.4.2 Quadro de conceitos

Para um melhor entendimento do presente estudo, utilizou-se um conjunto de autores estudados e dentre estes, foram apontados alguns que introduzem os conceitos principais do estudo. Os conceitos norteadores deste trabalho tomam por referência os estudos de Maslow (1987), OMT (2001), Vianna (2011) e Mota, Vianna e Anjos (2013).

Turismo (OMT, 2001)	Turismo é o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas.
Destinação Turística (VIANNA, 2011)	[...] região definida geograficamente como sendo uma unidade autônoma, dotada de uma gestão centralizada, no caso específico deste trabalho correspondente a um município, permitindo que seja avaliada a Organização de Gestão da Destinação, ou DMO (<i>Destination Management Organisations</i>). Viabilizando a discussão de seu planejamento e definição de políticas, diretrizes e estratégias, de forma a compreender e acompanhar a evolução da exploração da atividade turística.
Competitividade (MOTA; VIANNA; ANJOS, 2013)	Competitividade da Destinação é a capacidade da mesma em oferecer produtos e serviços turísticos integrados, que atendam as necessidades dos turistas, a um preço justo, de forma a garantir a perenidade dos empreendimentos, por meio de retornos adequados aos investidores, e possibilite a preservação do meio-ambiente e a melhoria da qualidade de vida dos residentes
Qualidade de Vida (MASLOW, 1987)	Capacidade de uma determinada população em atender suas necessidades, em ordem ascendente de níveis, partindo das necessidades básicas (ar, comida, água, abrigo, calor, sexo, sono, etc) e alcançando até as necessidades mais filosóficas (transcendência - ajudar os outros em sua auto realização
Correspondência (MOTA; VIANNA; ANJOS, 2013)	Semelhança de desempenho em termos de competitividade da destinação turística e do nível de qualidade de vida de sua população

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015)

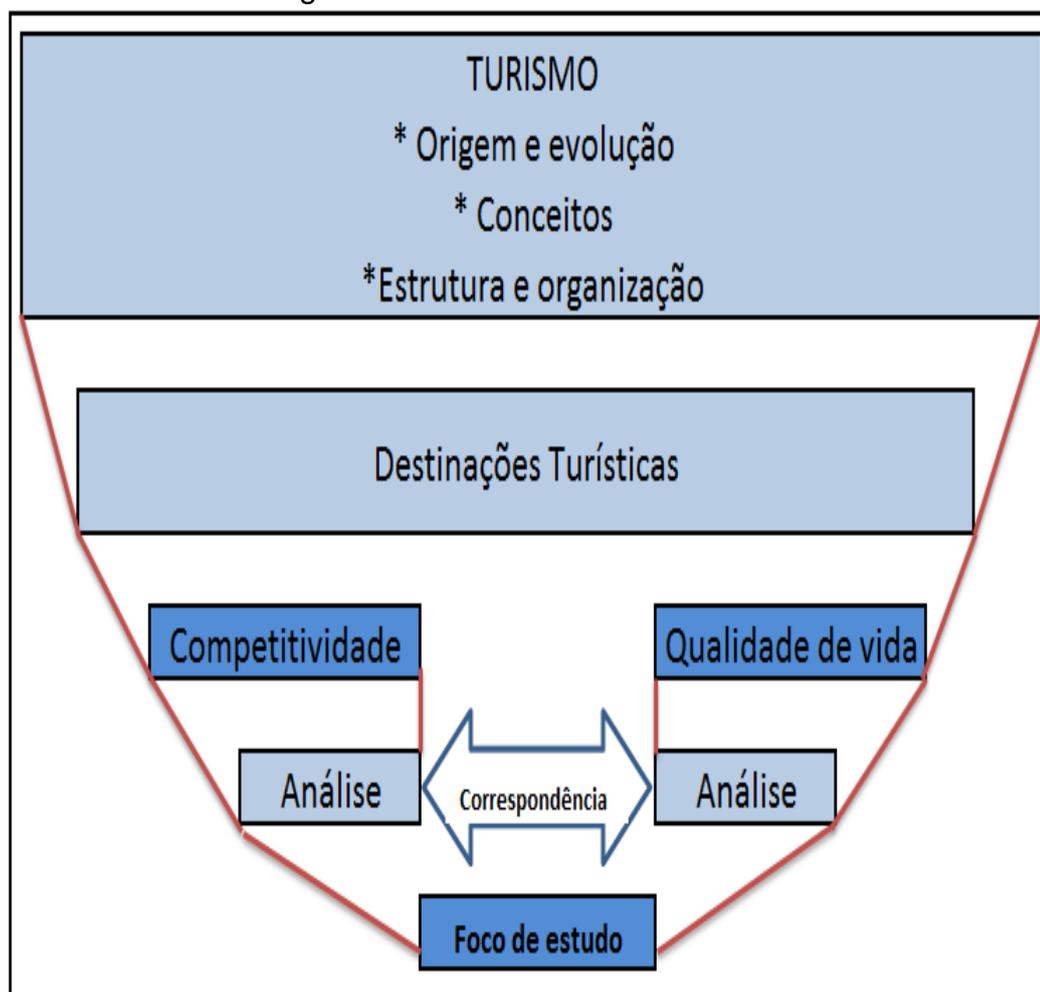
Com o conjunto de autores composto, toma-se a formalização para verificar além das contextualizações teóricas a metodologia que apontou alguns elementos que balizaram o estudo. Em posse destas definições, buscaram-se formas que possibilitassem a verificação do nível de competitividade de uma determinada destinação turística por meio do estudo e análise de diversos modelos teóricos que serviram de inspiração para a construção daquele que é usado neste estudo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia científica é balizada por uma série de regras e de acordo com os estudos de Prodanov (2005, p 18) é possível afirmar que “[...] a metodologia deve ser definida como um elemento facilitador da produção de conhecimento, uma ferramenta capaz de auxiliar a entender o processo de busca de respostas”. Estas regras conferem, à produção científica, elevado grau de confiabilidade, à medida que comprovam suas afirmações dentro dos seus projetos objetivando gerar conhecimentos para a aplicação prática dirigida à solução de problemas específicos.

A presente pesquisa utilizou-se de material bibliográfico publicado em periódicos, artigos e livros, disponibilizado na rede mundial de computadores nas bases de dados como: Periódicos CAPES; Scielo – *Scientific Eletronic Library Online*; banco de teses e dissertações da UCS digital; sites governamentais e institucionais; e a Sage *Publications*.

Figura 7: Estrutura teórica do estudo



Fonte: Adaptado de Vianna (2011, p. 147)

Para abordar a competitividade no destino turístico tomou-se por referência o estudo de Vianna (2011). Em seu estudo ele apresenta a existência de correspondência entre dois constructos: a competitividade das destinações turísticas; e a qualidade de vida dos residentes. Tal relação é apresentada na estrutura teórica que dá origem a presente pesquisa, como mostra a figura 7, por meio da qual é enfocada a análise quanto a correspondência entre o desempenho percebido e efetivo da competitividade e o desempenho percebido e efetivo da qualidade de vida de uma destinação turística.

Segundo Prodanov e Freitas (2009), o desenvolvimento de um trabalho de cunho científico, inicia-se pela pesquisa bibliográfica buscando nas obras disponíveis sobre o assunto fundamentar o conhecimento existente sobre o tema em diferentes abordagens. Essa investigação deve verificar também artigos e notícias sobre este tema, buscando levar o leitor à compreensão quanto ao estado da arte sobre a área do conhecimento na qual está se desenvolvendo o trabalho. Os autores afirmam que uma pesquisa bibliográfica tem origem quando é:

[...] elaborada a partir de material já publicado, constituídos principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2009, p. 68).

No entendimento de Salomon (1999, p. 153), para que um trabalho seja aceito como científico, é imprescindível que na sua elaboração tenha uma organização metodologicamente desenvolvida. Pois, se entende que a metodologia tem eficácia e valor na construção da ciência e em sua aplicação. O autor afirma que: “O método científico por si não produz conhecimento. Por outro lado não há produção de conhecimento científico sem método.”. Deste modo, a metodologia encontra-se também em permanente revisão e atualização como toda ciência, mas se situa um passo depois das próprias realizações científicas.

Este estudo é do tipo exploratório e de caráter descritivo, pois pretende complementar alguns espaços no conhecimento a respeito das destinações turísticas, com intuito de agregar novos conhecimentos científicos a essa área de estudo. Gil (2002) considera que as pesquisas exploratórias têm como foco oferecer uma proximidade em relação ao problema explicitando pressupostos e assim, complementar as propostas e ideias.

Já Cooper e Schindler (2003), mencionam que a exploração se aplica quando o objeto em estudo não contempla muitas informações ou estas são muito recentes, e as variáveis muitas vezes ainda não estão definidas na sua totalidade.

Com o intuito de compreender melhor o fenômeno que ora se pretende estudar, o presente trabalho terá também um caráter descritivo. Pois, de acordo com os estudos de Gil (2002), essa forma de pesquisa possui como objetivo a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência. Uma vez que, pretende propiciar aos leitores uma visão mais ampla de como se desenvolvem as relações entre os construtos em análise, buscando mostrar de que forma ocorre a correspondência entre eles.

A pesquisa terá abordagem quantitativa e qualitativa que, segundo Malhotra (2001), é uma forma de pesquisa mais participativa, podendo o pesquisador direcionar o rumo da pesquisa juntamente com os participantes. A pesquisa qualitativa por ser de caráter exploratório, parte da ideia que se deva estimular o entrevistado a ponderar e a se expressar sobre determinado assunto. Na pesquisa qualitativa e quantitativa, os dados em vez de serem apenas tabulados, são apresentados por meio de relatórios, objetivando apontar um resultado mais efetivo, considerando os aspectos entendidos como relevantes, como as opiniões e comentários do público entrevistado.

Como estratégia de pesquisa a ser utilizada optou-se pelo estudo de caso, que consiste em uma verificação mais planejada de uma ou mais organizações ou de grupos dentro delas, buscando fornecer uma análise do conjunto e dos procedimentos envolvidos no tema em estudo. Yin (2001) considera que o estudo de caso exploratório representa uma investigação empírica com a finalidade de investigar um acontecimento recente quando os limites entre o fato e o argumento não estão visivelmente definidos. Ele reforça que um bom desenvolvimento de base teórica, é fundamental para possibilitar o desenvolvimento de um bom estudo de caso, permitindo ao mesmo corroborar a teoria, e ainda, encontrar fontes de evidências que tenham condições de responder ao problema de pesquisa.

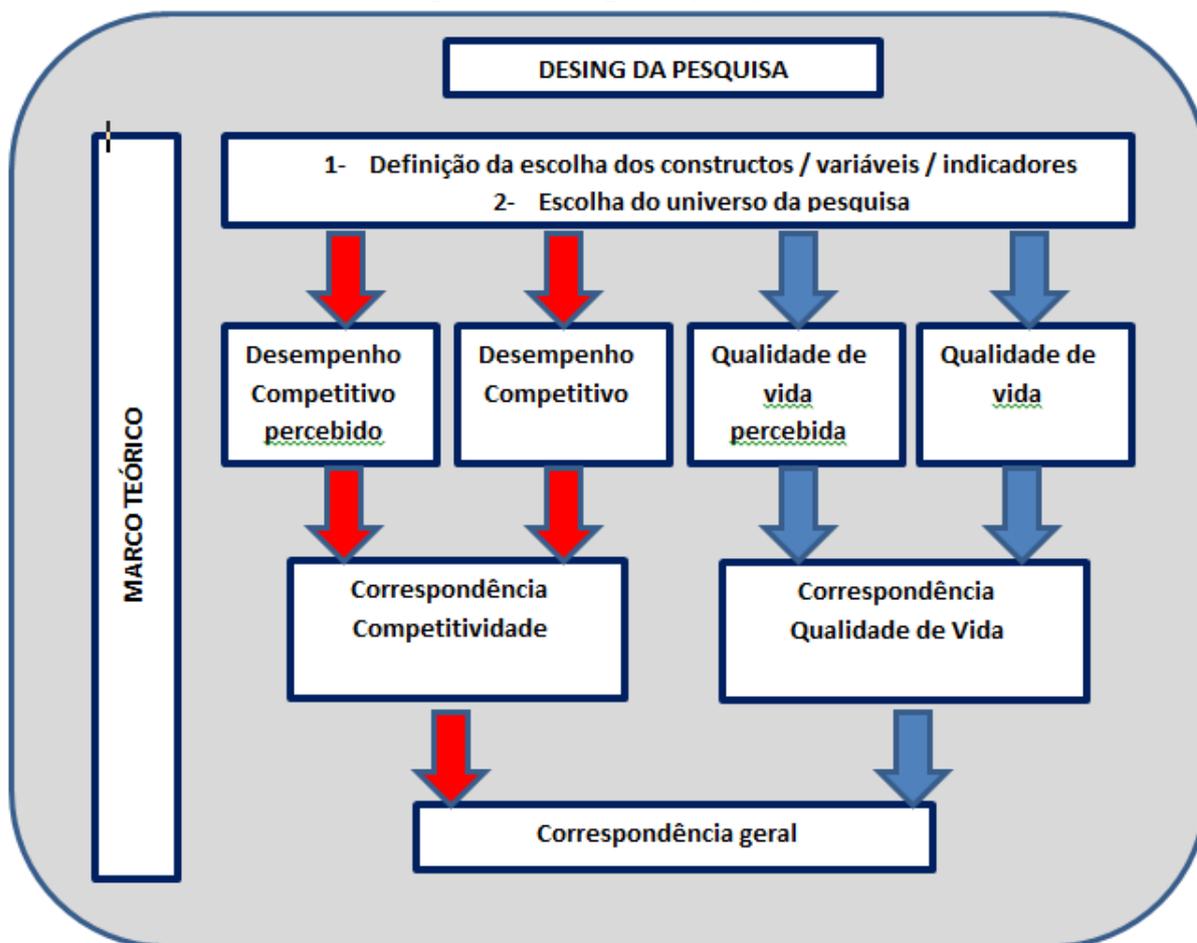
3.1 DESENVOLVIMENTO TEÓRICO DA PESQUISA

Para desenvolver essa etapa, são apresentados os aspectos de elaboração da pesquisa na destinação turística que deram origem ao estudo que ora se

desenvolve, que engloba: o universo; a definição da amostra; os instrumentos de pesquisa; a coleta e tabulação de dados; a forma de análise; e também as variáveis para análise da percepção dos gestores e dos residentes no que tange ao desempenho competitivo e à qualidade de vida da destinação turística escolhida para esta pesquisa.

Para melhor compreensão de como será desenvolvida a pesquisa, a figura 8 apresenta o design da pesquisa que visa demonstrar a sequência de etapas envolvidas no processo de desenvolvimento do estudo e que conduz ao entendimento de como ocorre o fenômeno da correspondência entre os constructos pesquisados.

Figura 8: Design da pesquisa



Fonte: Adaptado de Vianna (2011).

Por meio da figura 8 é possível verificar como foi desenvolvido o marco teórico que serviu como ponto de partida para a construção do presente estudo. O qual foi moldado a partir de uma pesquisa da relação existente entre dois

constructos que são a competitividade das destinações turísticas e a qualidade de vida de seus residentes.

3.1.1 Universo de Pesquisa

Para a aplicação deste estudo foram consideradas como campo de investigação as empresas de hospedagem aqui consideradas como hotéis, pousadas, flats, hotéis-fazendas e albergues totalizando trezentos e cinco (305) estabelecimentos conforme o Guia Quatro Rodas Brasil (2014)¹. Além destes, restaurantes e afins num total de cento e cinquenta e três (153) estabelecimentos segundo o mesmo Guia, assim como uma fração dos domiciliados na cidade de Gramado(RS). Optou-se pela cidade de Gramado (RS) por ser uma destinação turística representativa com grande movimentação econômica, eventos artísticos e culturais de ordem regional e nacional os quais promovem grandes movimentações turísticas. Também fazem parte do conjunto de entrevistados, os órgãos públicos, como a prefeitura, secretarias do turismo, planejamento e educação e entidades de classes.

Além dos gestores públicos e privados, também os gestores das instituições de apoio e suporte que também fazem parte na definição de políticas e diretrizes para o desenvolvimento do turismo foram envolvidos nesse estudo.

Estes partícipes responderam aos instrumentos de pesquisa, que serão detalhados a seguir, que nortearam o atingimento dos objetivos específicos propostos nesse trabalho com foco em responder se há existência de correspondência entre a competitividade e a qualidade de vida nesta destinação turística.

3.1.2 Amostra

Os sujeitos de pesquisa deste estudo foram constituídos por gerentes dos estabelecimentos de hospedagem que totalizam trezentos e cinco locais, restaurantes e afins num total de cento e cinquenta e três. Também foram

¹ O **Guia Quatro Rodas** é um grupo de guias rodoviários brasileiros, editados pela Editora Abril, com indicações de hotéis, restaurantes, rodovias, passeios, escolas, parques, hospitais e outros pontos de referências para viajantes motorizados. As publicações incluem os guias das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Recife e Campinas, assim como do Brasil e eventualmente de praias e outras atrações turísticas do país.

considerados os representantes do poder executivo do município, representantes das secretarias de educação, turismo e planejamento e ainda moradores domiciliados na cidade de Gramado e representantes das classes que estão direta ou indiretamente envolvidas no fomento do turismo. Entretanto, existe a impossibilidade de se trabalhar com um censo relativo à percepção dos residentes quanto ao seu nível de qualidade de vida, tomando por base o pouco tempo e recurso para execução dessa análise.

Para viabilizar o estudo foi definida uma amostra que contemplou cento e dezenove (119) estabelecimentos entre gastronomia e hospedagem, três (03) instituições públicas e duzentos e setenta e nove (279) residentes. O cálculo utilizado para estipular o tamanho da amostra tomou por referência os estudos de Barbetta (1994, p. 54) nos quais primeiramente é calculado um coeficiente, que é posteriormente aplicado sobre a população total para obter o tamanho da amostra necessária com o intuito de que seja obtida uma resposta confiável.

$$n_0 = \left[\frac{1}{e^2} \right], \quad \text{onde } n_0 = \text{coeficiente}$$

$$e = \text{margem de erro}$$

$$n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0} \quad \text{onde } n = \text{tamanho da amostra}$$

$$N = \text{tamanho da população}$$

$$n_0 = \text{coeficiente}$$

Para fins deste trabalho, foi definida uma margem de erro de aproximadamente 6% (menor do que a utilizada por Vianna (2011) em sua pesquisa), garantindo desta forma maior acuracidade às análises que foram feitas.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DO CAMPO DE INVESTIGAÇÃO

O município de Gramado-RS, escolhido pelo pesquisador como campo de investigação, conta com uma população acima de 32.000 habitantes segundo o último censo realizado em 2010 (IBGE, 2010). Na avaliação do IBGE em 2011, a cidade possuía 2.713 empresas atuantes ocupando aproximadamente 59% da sua

população economicamente ativa nos diversos ramos de atividade dentre elas os ramos de hospedagem e gastronomia (IBGE, 2011).

A cidade de Gramado-RS se localiza na região conhecida como “Serra Gaúcha”, e faz parte integrante do Conselho Regional de Desenvolvimento (COREDE) Hortênsias. Esta entidade é composta por mais seis cidades (Bom Jesus, Cambará do Sul, Canela, Jaquirana, Monte Alegre dos Campos, Nova Petrópolis, Picada Café, São Francisco de Paula e São José dos Ausentes), estando numa posição que instiga esse estudo devido ao seu potencial turístico e uma expressiva movimentação econômica como se pode perceber por meio do seu PIB conforme apresentado nas informações do quadro 3.

Quadro 3 - Cidades que compõe o COREDE Hortênsias/Campos de Cima da Serra

Município	População	% Analfabetismo	Expectativa de Vida	PIB Per Capta	PIB Município
Cambará do Sul	6.501	6,88	68,97	17.136	111.730
Canela	40.006	4,21	75,81	11.659	462.402
Gramado	32.758	2,82	75,49	21.010	683.987
Jaquirana	4.129	10,72	68,97	11.707	48.339
Nova Petrópolis	19.432	2,02	75,81	22.690	435.897
Picada Café	5.278	2,33	73,04	34.837	181.917
São Francisco de Paula	20.761	7,46	68,97	15.081	310.666

Fonte: FEE (2014, sp.)

Por ser referência no estado e no país em relação ao desenvolvimento do setor de turismo, proporciona a realização de eventos nacionalmente conhecidos como: a Chocofest (na páscoa); os atrativos de inverno (como a neve e o clima típico da região serrana); o Festival de Cinema (que acontece anualmente no mês de Setembro); e o Natal Luz (durante os meses de novembro e dezembro) que ocasionam a busca dos turistas por essa cidade.

3.3 VARIÁVEIS E INDICADORES

A definição de variáveis e indicadores tem por finalidade proporcionar ao pesquisador a oportunidade de apresentar de maneira explícita como foi operacionalizado o atingimento de cada um dos objetivos específicos. Para responder ao primeiro dos objetivos específicos deste estudo, está sendo levado em consideração o universo dos gestores no destino turístico, os responsáveis pelas instituições de apoio e suporte ao turismo na cidade e os gestores públicos diretamente envolvidos com o setor de turismo. Busca-se identificar qual é a sua percepção no que tange a competitividade da destinação turística frente aos demais destinos indutores do desenvolvimento regional do turismo no estado do Rio Grande do Sul, que englobam os municípios de Bento Gonçalves e Porto Alegre.

Dornelles (2011) destaca que o objetivo de entender o que foi pensado e analisado, por parte de muitos autores importantes, é poder comparar estes estudos com o modelo que ora se utiliza. E, para tanto, a investigação de respostas que permitam a compreensão, por meio dos indicadores elencados, de como é a correspondência entre os construtos competitividade e qualidade de vida na destinação turística escolhida.

Para orientar o estudo quanto à percepção dos gestores no que tange ao desempenho competitivo, foi estruturado um conjunto de indicadores, onde cada um deles possui um objetivo a ser alcançado no intuito de auxiliar no entendimento de como ocorre a competitividade dentro do município foco do estudo, conforme apresentado no quadro 4.

Quadro 4 - Variáveis para análise da percepção dos gestores quanto a competitividade de uma destinação turística.

Indicador	Objetivo	Base Teórica
Macro Ambiente		
Índice de Inflação	Verificar se os componentes macroeconômicos adotados pelo Governo Federal contribuem para o desempenho competitivo	Esser et all (1996); Dwyer e Kim (2003)
Taxa de Câmbio	Verificar se política cambial adotada pelo Governo Federal contribui para o desempenho competitivo	
Exigências para obtenção de Visto de Entrada	Verificar se a política de relações exteriores do Governo Federal contribui para o desempenho competitivo	Dwyer e Kim (2003); Kim e Dwyer (2003)

Continua...

...Continuação

Políticas Nacionais de Preservação Ambiental	Verificar a contribuição delas para o desempenho competitivo	Heat (2002); Ritchie e Crouch (2003)
Políticas Nacionais de Desenvolvimento do Turismo	Verificar a contribuição delas para o desempenho competitivo	
Organizações de suporte e Apoio ao Turismo em Âmbito Nacional	Verificar a contribuição da atuação delas para o desempenho competitivo	Porter (1989); Esses et al (1996); Dwyer e Kim (2003)
Micro Ambiente		
Atrativos		
Naturais	Verificar se as belezas naturais, fauna e flora contribuem para o desempenho competitivo	Dwyer e Kim (2003); Ritchie e Crouch (2003); Kim e Dwyer (2003)
Culturais	Verificar se os museus, monumentos, bibliotecas, parques de exposição contribuem para o desempenho competitivo	
Entretenimento	Verificar se os cinemas, teatros, boates, parques temáticos e parques ecológicos contribuem para o desempenho competitivo	
Compras	Verificar se os shopping centers, centros de compra, lojas de artesanato contribuem para o desempenho competitivo	
Eventos	Verificar se as festas típicas, apresentações de grupos folclóricos e feiras contribuem para o desempenho competitivo	
Infra Estrutura		
Acomodações	Verificar se a estrutura de hospedagem da rede de hotéis e pousadas contribui para o desempenho competitivo	Dwyer e Kim (2003); Ritchie e Crouch (2003); Kim e Dwyer (2003)
Gastronomia	Verificar se a estrutura de restaurantes, bares e lanchonetes contribui para o desempenho competitivo	
Acessibilidade	Verificar se as condições das estradas de acesso ao destino contribuem para o desempenho competitivo	
Comunicação	Verificar se as placas de sinalização para que o turista possa se orientar pelo destino contribuem para o desempenho competitivo	

Continua...

...Continuação

Saneamento	Verificar se as condições de abastecimento de água e a coleta de esgotos contribuem para o desempenho competitivo	Dwyer e Kim (2003); Ritchie e Crouch (2003); Kim e Dwyer (2003)
Conveniência	Verificar se a estrutura de acesso a bens de consumo e itens relativos às necessidades básicas contribui para o desempenho competitivo	
Segurança	Verificar a perspectiva de garantia da segurança física e patrimonial contribui para o desempenho competitivo	
Saúde	Verificar se a estrutura de atendimento básico à saúde contribui para o desempenho competitivo	
Concorrência		
Oferta	Verificar se a quantidade de estabelecimentos que oferecem serviços aos turistas (número de hotéis x número de restaurantes) contribui para o desempenho competitivo	Dwyer e Kim (2003); Ritchie e Crouch (2003)
Demanda	Verificar se a quantidade de turistas que demandam por serviços contribui para o desempenho competitivo	
Fornecedores	Verificar se as empresas encarregadas de suprir as necessidades dos empreendimentos instalados contribui para o desempenho competitivo	
Hospitalidade	Verificar se a receptividade dos residentes em relação aos turistas contribui para o desempenho competitivo	
Recursos Humanos	Verificar se a qualificação dos recursos humanos utilizados no atendimento ao turista contribui para o desempenho competitivo	Heat (2002); Dwyer e Kim (2003); Ritchie e Crouch (2003)
Instituições de Pesquisa e Desenvolvimento	Verificar se a atuação das instituições de pesquisa e desenvolvimento contribui para o desempenho competitivo	Esser et ali (1996); Dwyer e Kim (2003)
Políticas Locais/Regionais de Proteção Ambiental	Verificar a contribuição delas para o desempenho competitivo	Heat (2002); Ritchie e Crouch (2003)
Políticas Locais/Regionais de Desenvolvimento do Turismo	Verificar a contribuição delas para o desempenho competitivo	

Continua...

...Continuação

Organizações de Apoio e Suporte em Âmbito Local/Regional	Verificar a contribuição da atuação delas para o desempenho competitivo	Esser et ali (1996); Dwyer e Kim (2003)
Gestão Competitiva		
Gestão de Marketing	Verificar se a divulgação e a publicidade do destino contribuem para o desempenho competitivo	Dwyer e Kim (2003); Ritchie e Crouch (2003)
Gestão Ambiental	Verificar se a preservação e sustentabilidade dos recursos naturais contribuem para o desempenho competitivo	Dwyer e Kim (2003); Ritchie e Crouch (2003)
Gestão Tecnológica	Verificar se o desenvolvimento de sistemas informatizados contribui para o desempenho competitivo	
Gestão de Recursos Humanos	Verificar se a qualificação e o acompanhamento das necessidades de mão-de-obra contribuem para o desempenho competitivo	Dwyer e Kim (2003); Ritchie e Crouch (2003)
Gestão da Oferta	Verificar se a análise da capacidade instalada contribui para o desempenho competitivo	
Gestão da Demanda	Verificar se a análise do fluxo de turistas contribui para o desempenho competitivo	
Gestão do Conhecimento	Verificar se a disseminação de práticas de sucesso entre as empresas instaladas contribui para o desempenho competitivo	
Monitoramento e Avaliação da Competitividade	Verificar se o processo utilizado contribui para o desempenho competitivo	

Fonte: Vianna (2011)

Para fundamentar as variáveis de desempenho competitivo em uma destinação turística, Vianna (2011) tomou por referência os estudos de Dwyer e Kim (2003), que auxiliam na escolha de indicadores que permitem a comparação pontual dos resultados alcançados, por meio de valores mensuráveis obtidos de fontes oficiais de informação.

Os indicadores das variáveis para análise da percepção dos gestores quanto à competitividade de uma destinação turística foram separados em dois grupos, os relativos ao macro ambiente e os que se referem ao micro ambiente, sendo o primeiro ligado aos indicadores que interferem diretamente em todos os aspectos dentro do seu universo, embora de formas distintas, variando conforme se encontra

preparada a legislação local, pois os elementos do macro ambiente não são estáveis e, deste modo, estão em constante transformação.

Esser et al (1996) apontam que as questões envolvidas neste nível afetam diretamente a todos os concorrentes de uma determinada região, embora percebam de maneira diferente, conforme a legislação vigente daquele local. Para os autores, no que se refere ao micro ambiente, onde estão analisadas as empresas, as quais estão enfrentando desafios constantes oriundos de seis pontos que são: a globalização da competição; o aumento do número de competidores; o aumento da exigência dos consumidores quanto ao padrão de demanda; um menor ciclo de vida dos produtos; inovação tecnológica e organizacional crescendo rapidamente e a revolução na área tecnológica dos sistemas que rompeu fronteiras que limitavam alguns setores.

Todos esses indicadores foram considerados como tendo igualdade de importância, desta forma, para fins de determinação do desempenho competitivo, foram criados três extratos: o primeiro ligado à constatação de que a destinação possui entre um e doze (1 a 12) indicadores que foram considerados como competitivos, enquadrando-se, portanto, como tendo baixa competitividade; o segundo extrato parte do princípio de que na destinação foram considerados competitivos entre treze e vinte e quatro (13 a 24) dos indicadores existentes, enquadrando-se como um município de média competitividade; e o terceiro extrato compreende a situação na qual entre vinte e cinco a trinta e seis (25 a 36) dos indicadores foram percebidos como sendo competitivo, demonstrando que esta destinação pode ser considerada como sendo de alta competitividade.

Para a avaliação da competitividade foi questionado aos gestores sobre sua percepção em relação ao desempenho médio de seus empreendimentos frente àqueles existentes em outros os municípios considerados como indutores do desenvolvimento do turismo em âmbito regional. Os municípios em questão são Bento Gonçalves, Gramado e Porto Alegre, os quais fazem parte dos 65 indutores escolhidos pelo Ministério do Turismo em todo o país.

O quadro 5 apresenta as variáveis utilizadas para análise do desempenho competitivo em uma destinação turística, para isso levam-se em conta as bases teóricas de Dwyer e Kim (2003), nas quais os indicadores têm dados efetivos e mensuráveis e suas fontes são oficiais podendo esses dados serem confrontados

com os mesmos indicadores do estado do Rio Grande do Sul, tomando como referência para esse estudo os municípios considerados como indutores do desenvolvimento regional do turismo que são as cidades de Porto Alegre, Gramado e Bento Gonçalves.

Para orientar o estudo quanto à percepção nas destinações turísticas no que se refere ao desempenho competitivo, foi estruturado um conjunto de indicadores, onde cada um deles possui um objetivo a ser alcançado no intuito de auxiliar quanto ao entendimento de como ocorre a competitividade nas destinações.

Quadro 5 - Variáveis para análise de desempenho competitivo em uma destinação turística

Indicador	Descrição
Receita Estimada do Turismo Total	Valor em R\$ (reais) estimado a ser arrecadado pelo turismo no destino
Taxa de Ocupação de rede hoteleira	Valor referente ao percentual de ocupação da rede hoteleira
Média de gastos dos turistas nacionais por dia	Valor em R\$ (reais) referente ao gasto médio dos turistas nacionais por dia
Média de tempo de permanência em hotéis no destino	Número médio de dias de permanência dos turistas no destino
Receita estimada do turismo por habitante	Valor estimado de receita do turismo em R\$ (reais) dividido pelo número de habitantes
Renda Média Mensal	Número médio de salários mínimos recebidos pelos residentes no destino
População empregada	Valor percentual referente ao quociente entre o total de pessoas empregadas em relação ao número de habitantes
Candidatos por vagas de emprego	Número de habitantes dividido pelo total de empresas atuantes cadastradas
Satisfação com o investimento	Valor percentual referente à satisfação dos gestores com o investimento feito em seus empreendimentos, conforme levantamento de campo

Fonte: Adaptação do autor a partir Vianna (2011).

Com o resultado, será possível verificar a existência de correspondência entre a percepção dos gestores em relação ao desempenho competitivo do município e o seu efetivo desempenho, por meio da quantificação ponderada dos indicadores pesquisados.

Para realizar a totalização de um escore de desempenho global competitivo relativo à destinação em questão, o modelo de análise de competitividade adotado segue os princípios de Mazaro e Varzin (2008) cujo sistema de pontuação resulta em três tipos de desempenho (alto/médio/baixo). A ponderação do resultado obtido na análise de cada indicador será feita com base nos mesmos critérios adotados por Vianna (2011) e Mota, Vianna e Anjos (2013), conforme segue:

- 5 pontos para cada indicador cujo desempenho verificado for acima da média encontrada entre os municípios pesquisados;
- 2,5 pontos para cada indicador cujo desempenho verificado for igual ou estiver a até um desvio padrão da média de desempenho obtida entre os municípios pesquisados; e,
- 1 ponto para cada indicador cujo desempenho verificado for abaixo da média de desempenho calculada para os municípios envolvidos.

Após a ponderação, será feita a soma do valor atribuído a cada indicador e o resultado será extratificado em alto, médio e baixo conforme os estudos de Mazaro e Varzin (2008), Vianna (2011) e Mota, Vianna e Anjos (2013), de acordo com os intervalos abaixo:

- De 1 a 15 pontos será considerado como baixo desempenho competitivo;
- De 16 a 30 pontos será considerado como médio desempenho competitivo;
- De 31 a 45 pontos será considerado como alto desempenho competitivo.

O conjunto de variáveis utilizado para análise da percepção dos residentes quanto à qualidade de vida na destinação turística é apresentado no quadro 6. Para efetuar esta análise serão questionados os residentes levando-se em conta suas percepções em relação à qualidade de vida. Para desenvolver essa etapa, optou-se por considerar as dimensões desenvolvidas por Rogerson (1999). O presente estudo pretende resgatar a dimensão humana quanto à sua percepção da qualidade de vida, considerando que as dimensões envolvidas pontuam os aspectos objetivos e subjetivos da qualidade de vida.

Quadro 6 - Variáveis para análise da percepção dos residentes quanto à qualidade de vida no destino.

Indicador	Objetivo
Ambiente/Poluição	Verificar a satisfação dos residentes quanto à qualidade (ausência de poluição) do ar, das águas e do solo
Atmosfera de Paz e Tranquilidade	Verificar se o destino pode ser considerado como um local tranquilo e sossegado
Clima	Verificar se a média de temperatura observada ao longo do ano é agradável
Oportunidades de Estilo de Vida	Verificar se existem fatores que possibilitam a mobilidade social (mudança ascendente de classe social)
Trabalho	Verificar se existem vagas disponíveis em número suficiente no mercado de trabalho
Aposentadoria	Verificar a existência de programas específicos voltados ao atendimento dos moradores que alcançaram a 3ª idade
Acesso e Custo de Moradia	Verificar se existem imóveis à disposição em quantidade compatível à demanda e se o preço está compatível com a renda
Assistência Médica/Saúde Pública	Verificar se os serviços públicos de saúde disponibilizados são em quantidade suficiente e com a qualidade necessária para possibilitar um bom atendimento
Criminalidade/Segurança Pública	Verificar se o trabalho policial (civil e militar) é suficiente para manter a ordem e garantir a integridade física e patrimonial dos residentes
Meios de Transporte/Fluxo de Trânsito	Verificar se o transporte público existente é adequado à demanda e se o nível de fluxo de trânsito existente é compatível às necessidades de deslocamento pelo destino
Educação	Verificar se a quantidade de vagas disponíveis em escolas municipais é suficiente e se a qualificação dos profissionais da educação é adequada
Recreação	Verificar se existem espaços públicos para lazer (praças, parques, ginásios, calçadões) em quantidade compatível à demanda
Clima para Economia/Negócios	Verificar se há receptividade por parte da comunidade e dos comerciantes já instalados quanto à implantação de novos negócios
Diversidade Artística e Cultural	Verificar se existem espaços públicos disponíveis e em número suficiente para o desenvolvimento de manifestações da cultura local

Continua...

...Continuação

Incentivos	Verificar se existem incentivos públicos (isenção de impostos, programas de apoio a novos empreendimentos) para a abertura de novos negócios
Espaço Comercial	Verificar se o atual nível de desenvolvimento do comércio local atende às demandas dos residentes
Custos de Alimentação/Custo de Vida	Verificar se os valores praticados pelos comerciantes em termos de alimentação e demais itens necessários à manutenção de uma casa são compatíveis com a renda da população
Envolvimento Político	Verificar se existe liberdade de expressão política (ausência de restrições à livre manifestação) para os residentes
Renda	Verificar se a remuneração média oferecida aos trabalhadores locais é compatível com níveis dignos de sobrevivência
Preservação Ambiental	Verificar se existem programas voltados à manutenção das áreas de preservação ambiental e se os mesmos são fiscalizados corretamente pelo poder público
Acessibilidade	Verificar se existem obras voltadas ao atendimento de deficientes físicos nos prédios públicos e nas vias públicas
Socialização	Verificar se existem oportunidades de socialização por meio de associações de bairro, grupo de mães, grupos de terceira idade em quantidade adequada à demanda no destino

Fonte: Adaptação do autor a partir de Vianna (2011)

Para a análise relativa à percepção da qualidade de vida dos residentes, será considerado o quadro 6 que contém o conjunto de indicadores de qualidade de vida, utilizado por Vianna (2011), onde a partir do qual são constituídos três níveis: quando houver entre 1 e 7 indicadores apontados como possuindo bom nível de qualidade de vida será considerado que a destinação possui baixo nível de qualidade de vida; no caso de se apurarem entre 8 e 14 indicadores como tendo bom nível de qualidade de vida considerar-se-á que a destinação possui um nível médio de qualidade de vida; e se forem encontrados entre 15 e 23 indicadores apontados como tendo bom nível de qualidade de vida a destinação será apontada como possuidora de alto nível de qualidade de vida.

Neste caso, da mesma maneira como fora feito com os indicadores de competitividade, estes serão considerados de igual importância, e assim, buscase

determinar o grau de qualidade de vida percebido considerando os três grupos, que apontarão a percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida nesta destinação turística.

As variáveis para análise da qualidade de vida efetiva foram escolhidas a partir de indicadores objetivos, que segundo Santos e Martins (2002) formam parte integrante do Sistema de Informações de Qualidade de Vida da cidade do Porto, em Portugal. Esses Indicadores, que no presente estudo foram hierarquizados de acordo com os princípios da “Hierarquia das Necessidades Humanas” de Maslow (1987), possibilitam a priorização de investimentos públicos e de infraestrutura, entre outras necessidades comunitárias, possibilitando uma distribuição mais eficiente e eficaz dos recursos públicos.

A observação desses indicadores no destino turístico conforme quadro 7, está constituída segundo Santos e Martins (2002) sobre um conjunto de informações objetivas, uma vez que o poder público e/ou seus representantes não possuem meios para exercer influência em questões subjetivas, as quais estão intrinsecamente associadas à seus moradores com relação à percepção da qualidade de vida.

Quadro 7 - Variáveis para análise da qualidade de vida a partir de indicadores objetivos observados no destino

Necessidades Físicas e Biológicas (Alimentação, bebida, abrigo, saúde)	
Indicador	Objetivo
Cesta Básica	Verificar o impacto (em percentual) do custo da cesta básica proposta pelo DIEESE sobre a renda média dos residentes em relação à média do estado (utilizado media dos 3 destinos indutores – Porto alegre, Bento Gonçalves e Gramado)
Acesso a Água Tratada	Verificar o % de casas com acesso à água tratada em relação à média do estado
Moradia - Locação	Verificar o impacto em percentual do valor dos aluguéis sobre a renda média dos residentes em relação à média do estado
Saúde - Atendimento	Verificar a quantidade de médicos por 1.000 habitantes em relação à média do estado
Saúde - Saneamento	Verificar o % de casas com acesso a rede de coleta de esgotos em relação à média do estado

Continua...

...Continuação

Necessidades de Segurança (Proteção, ordem e estabilidade)	
Indicador	Objetivo
Segurança - Atendimento	Verificar a quantidade de policiais (civis, militares, metropolitanos) por 1.000 habitantes em relação à média do estado
Segurança - Cobertura	Verificar a quantidade de km ² a ser coberto por uma viatura em relação a padrão proposto
Ordem	Verificar a quantidade de homicídios por 1.000 habitantes em relação à média do estado
Desigualdade	Verificar o desempenho medido pelo índice de GINI
Necessidades de Afiliação e Amor (Trabalhos em grupo, opções de socialização)	
Indicador	Objetivo
Participação comunitária	Quantidade de km ² abrangidos por uma associação de bairro em relação ao padrão proposto
Opções de socialização - jovens	Quantidade de indivíduos de 15 a 24 anos, por espaço público voltado à prática de atividades esportivas em relação ao padrão proposto
Necessidades de Estima (Realização, status, responsabilidade)	
Indicador	Objetivo
Ensino - Cobertura	Verificar a quantidade de alunos matriculados em relação à média do estado
Ensino - Atendimento	Verificar a quantidade de professores por 1.000 habitantes em relação à média do estado
Emprego	Verificar o % de pessoas empregadas frente à população total em relação à média do estado
Oportunidades	Verificar o número de habitantes por empresa em relação à média do estado
Renda	Verificar a quantidade de salários mínimos percebida pelos residentes em relação à média do estado

Fonte: Adaptação do autor a partir de Vianna (2011)

Os indicadores possuem uma avaliação para a qual tem-se o seguinte entendimento:

I - Inferior – quando o valor apurado está abaixo do patamar do intervalo de valores de referência;

M - Médio- quando o valor apurado está em patamar igual ou muito próximo do intervalo de valores de referência;

S- Superior - quando o valor apurado está em patamar acima do intervalo de valores de referência;

Utilizando como referência a metodologia de Mazaro e Varzin (2008), Vianna (2011) e Mota, Vianna e Anjos (2013) segue-se o mesmo critério de pontuação para mensurar a qualidade de vida assim descrita:

- 5 pontos: indicadores de desempenho acima do padrão definido
- 2,5 pontos: indicadores de desempenho próximos do padrão definido e,
- 1 ponto: indicadores de desempenho abaixo do padrão definido.

Também a pontuação final seguirá o modelo a seguir, conforme Vianna (2011):

- De 1 a 26 pontos: baixo nível de qualidade de vida
- De 27 a 53 pontos: médio nível de qualidade de vida
- De 54 a 80 pontos: alto nível de qualidade de vida

O escore geral é obtido por meio da somatória dos valores individuais atribuídos a cada indicador. Concluída essa etapa de definição das variáveis e indicadores que foram utilizados para a realização de comparações e análises da destinação, segue o estudo com a forma de pesquisa, coleta das informações e a análise dos dados.

3.4 INSTRUMENTOS DE PESQUISA

Denker (2001) observa que a escolha do instrumento para a coleta de dados depende da informação que se deseja alcançar. Para obter informações sobre a percepção dos gestores públicos e privados no que se refere à competitividade na destinação turística foi aplicado um questionário constituído de perguntas fechadas e abertas. As perguntas abertas auxiliam na interpretação dos dados ao traçar um perfil dos entrevistados e também por permitir a identificação de sua percepção em relação ao desempenho competitivo da destinação.

O primeiro instrumento de pesquisa (anexo A) consiste na coleta de dados referente à percepção da competitividade dentro do turismo local e é voltada aos gestores públicos e privados envolvidos em empreendimentos turísticos no município. Este instrumento utiliza-se de uma classificação de seis pontos divididos em três seções iguais onde cada uma delas corresponderá a baixo, médio e alto desempenho. As respostas a cada um dos indicadores investigados nestes questionários foram baseadas em uma escala de pontuação, conforme segue: 1 – muito fraco; 2 - fraco; 3 - medianamente fraco; 4 - medianamente forte; 5 – forte; e 6

- muito forte. Para verificar se o mesmo pode ou não ser definido como competitivo, optou-se pela escala de seis posições. Considerando o indicador não competitivo quando se enquadrar dentro da pontuação de 1 a 3 e competitivo quando pontuar entre 4 e 6 (considerando-se os critérios de arredondamento dos resultados), o mesmo critério vale para a análise referente à qualidade de vida.

O segundo instrumento de pesquisa (anexo B) tem por objetivo analisar a percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida dentro da destinação turística, norteados pelos indicadores apresentados no quadro 7. Usando o mesmo critério de alternativas descrito no instrumento anterior, também a percepção dos residentes locais será avaliada, pois nesta etapa, eles são o objeto de estudo. Os questionários contemplaram questões de identificação com perguntas pontuais informativas desses entrevistados. A escala terá as alternativas: 1 - muito ruim; 2 – ruim; 3 - medianamente ruim; 4 - medianamente bom; 5 – bom; e 6 - muito bom. Segundo os mesmos critérios de pontuação da primeira parte, será considerado como não tendo qualidade de vida quando se enquadrar dentro da pontuação de 1 a 3 e será considerado como tendo qualidade de vida quando pontuar entre 4 e 6 (considerando-se os critérios de arredondamento dos resultados).

Concluída a definição dos instrumentos de pesquisa, iniciou-se a coleta de dados por meio de visitas pré-agendadas aos estabelecimentos de hospedagem, gastronômicos e também junto aos representantes públicos e de instituições de apoio e suporte. Além deles, também foram feitas entrevistas com os residentes, buscando viabilizar o alcance dos objetivos propostos para a conclusão deste trabalho, o que se discute em maiores detalhes no subitem a seguir.

3.5 COLETA DE INFORMAÇÕES

A pesquisa teve como sujeitos de pesquisa, junto aos quais foi feita a coleta de dados, os setores de hospedagem e de gastronomia por intermédio dos seus principais responsáveis. Além destes os gestores públicos municipais ligados diretamente ao desenvolvimento das atividades do setor de turismo e também os responsáveis pelas instituições de apoio e suporte envolvidas no contexto das atividades turísticas. O último grupo de sujeitos envolvidos nesta pesquisa é representado por uma amostra dos moradores do município de Gramado-RS que

foram contatados no período de 24 de Novembro a 20 de Dezembro de 2014 conforme pode ser observado no quadro 8.

A escolha desses grupos é devido ao entendimento de que a percepção deles acerca da competitividade e da qualidade de vida pode contribuir para o entendimento do comportamento destes constructos na destinação turística, de maneira a viabilizar sua análise e possíveis definições de prioridades de investimento no setor.

Quadro 8: Agenda de aplicação da pesquisa

Mês	Dias	Local	Horas Trabalhadas
Novembro/14	24	Gramado	6
	25	Gramado	6
	27	Gramado	3
Dezembro/14	1	Gramado	4
	2	Gramado	4
	4	Gramado	6
	8	Gramado	4
	9	Gramado	3
	11	Gramado	3
	15	Gramado	4
	16	Gramado	4
	18	Gramado	6
Total Horas Trabalhadas			53

Fonte: Elaborado pelo Autor (2015).

Para orientar as análises, a avaliação numérica é quase na sua totalidade quantitativa e a avaliação qualitativa é oriunda dos comentários registrados durante a aplicação dos questionários.

As coletas ocorreram por meio de visitas aos estabelecimentos de hospedagem e gastronômicos, bem como aos gestores públicos das áreas correlacionadas e também aos residentes da cidade em estudo por meio de um agendamento prévio. A pesquisa de campo foi implementada com base em entrevistas estruturadas com representantes de todos os grupos de interesse envolvidos que participam direta ou indiretamente de alguma ação de desenvolvimento local que levem em consideração a interação com estes atores.

O período reservado para a aplicação da pesquisa nos setores de hospedagem e gastronômico não foi o ideal por ser de alta temporada devido às

festividades natalinas, momento em que o entrevistador teve grande dificuldade nos agendamentos.

O levantamento do trabalho foi realizado entre Novembro e dezembro de 2014, pelo pesquisador com o auxílio de uma pessoa devidamente treinada para que pudesse esclarecer qualquer ponto duvidoso e assim aplicar juntamente aos residentes, gestores públicos e privados.

As entrevistas aos gestores públicos e privados foram aplicadas no próprio local de trabalho e os residentes nas suas residências. Para alcançar este objetivo a cidade foi dividida em cinco (05) zonas a serem pesquisadas: Centro; Norte; Sul; Leste; e Oeste. E além das pesquisas residenciais, também foram abordados alguns moradores enquanto transitavam nas ruas do município.

Ao final de cada período de trabalho o pesquisador compilou as informações complementares quanto às avaliações feitas por cada entrevistado particularmente, os quais tiveram suas impressões escritas visando também complementar os dados adquiridos por meio dos instrumentos de pesquisa que foram aplicados.

Os dados coletados nos questionários foram analisados através da estatística descritiva e inferencial univariada. A pontuação atribuída pelos respondentes para as questões propostas no instrumento de pesquisa foi transformada em média para que se pudesse fazer a análise dos indicadores levantados. Esse procedimento objetivou orientar os gestores quanto aos principais aspectos positivos e negativos identificados em sua destinação turística, no que se refere ao desempenho competitivo ou à qualidade de vida.

3.6 TABULAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para analisar a competitividade dos destinos turísticos, Kim e Dwyer (2003) utilizaram a opinião dos gestores e assim analisaram em que pontos ela se mostrava positiva e assim pudesse ser ampliada. Bem como na observação dos pontos negativos, os quais receberiam uma atenção especial para que pudessem ser melhorados.

Para realizar a tabulação dos dados coletados, utilizou-se o software de apoio Microsoft Office Excel 2010 (planilha eletrônica, produzida pela Microsoft, que permite a elaboração de quadros e o cálculo de médias e desvios-padrão.)

As técnicas estatísticas utilizadas para análise de dados foram à análise descritiva exploratória. O objetivo principal de se utilizar a análise descritiva dos valores absolutos e dos percentuais obtidos é o de apresentar a percepção dos entrevistados sobre a competitividade e a qualidade de vida no destino turístico.

3.7 DEFINIÇÃO DO DESEMPENHO MÉDIO DO ESTADO E PADRÕES DE COMPARAÇÃO

O Plano Nacional de Turismo – PNT, do Ministério do Turismo, através do Programa de Regionalização do Turismo, Roteiros do Brasil, propõe a estruturação de roteiros turísticos intermunicipais nas regiões turísticas brasileiras, apoiado nos princípios da cooperação, integração e sustentabilidade ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional, onde, em 2006, foram exibidos 396 roteiros turísticos, destes, 87 foram priorizados pelas Unidades da Federação,.

A partir dos 87 municípios, o PNT, identificou os destinos com capacidade de induzir o desenvolvimento regional. Isso significa que esses destinos serão priorizados para receber investimentos técnicos e financeiros do Ministério do Turismo tornando-se foco de articulações e busca de parcerias com outros ministérios e instituições para obtenção de qualidade internacional e, conseqüentemente, o alcance das metas do PNT.

Os destinos indutores têm a responsabilidade de propagar o desenvolvimento nos roteiros dos quais fazem parte e deverão ser aqueles que possuem infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados. No Estado do Rio Grande do Sul, foram contemplados a capital, Porto Alegre, e os municípios de Gramado e Bento Gonçalves, na região da Serra Gaúcha.

Vários autores como Ghemawat (2000), Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000), Omerzel (2008) e Kunst (2009) apontam que para uma organização (ou uma destinação) poder afirmar possuir desempenho superior a outra, é indispensável a definição de padrões para tornar possível essa comparação.

Os indicadores base para análise da competitividade, que constam do quadro 9, foram selecionados tomando-se por referência as informações existentes em bases de dados secundárias disponibilizadas pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, que são fontes de informação confiáveis e que possibilitariam a mensuração de dados. Esses indicadores foram adaptados, a partir

do conjunto de indicadores de desempenho competitivo sugeridos por Dwyer e Kim (2003), no que tange aos aspectos relativos ao estudo de competitividade.

Quadro 9: Indicadores de competitividade Santur

Competitividade
Receita estimada do turismo em R\$
Taxa ocupação rede hoteleira
Media de gastos dos turistas nacionais/dia em R\$
Media de tempo de permanência em hotéis no destino
Receita estimada do turismo /habitante em R\$
Renda média mensal em R\$
População empregada
Candidato /vagas de emprego
Satisfação com investimento

Fonte: Adaptado pelo autor a partir de Vianna (2011)

Para apurar o valor do indicador relativo à população empregada, foi calculado o percentual do total de pessoas empregadas (IBGE, 2010) em relação à população total de cada um dos municípios e posteriormente feita à média aritmética simples entre os resultados apurados junto aos municípios de Bento Gonçalves, Gramado e Porto Alegre. De maneira semelhante para que fosse possível se obter o número de candidatos por vaga de emprego, tomou-se o número total de habitantes e dividiu-se pelo número de empresas atuantes no município (IBGE, 2010), e deste valor foi apurada a média, que passou a ser considerada como valor de referência. Todos os demais indicadores, baseados em fontes secundárias, foram obtidos com base no cálculo das médias dos valores pesquisados.

Além destes, um indicador teve seu padrão definido pelo pesquisador. Aquele referente à “Satisfação com investimentos”, no qual foi adotado o princípio de que para um investidor continuar mantendo e ampliando o montante de recursos envolvidos em determinado ramo de atividade, faz-se necessário que ele obtenha no mínimo 80% de satisfação com o empreendimento.

Para se analisar o nível de qualidade de vida foram adaptados outros indicadores, conforme pode ser verificado no quadro 10, com base nos estudos de Santos e Martins (2002) e hierarquizados conforme os estudos de Maslow (1987). Alguns indicadores não possuem estatísticas que permitam a definição de um comportamento padrão a ser avaliado como o desempenho referencial. Desta forma, o pesquisador optou por estipular um conjunto de valores que pode ser considerado

como aqueles que se enquadram dentro de requisitos aceitáveis para que se possa atender de maneira satisfatória ao conjunto de necessidades humanas associadas a eles.

Quadro 10: Valores referência para análise do nível de qualidade de vida

Necessidades Físicas e Biológicas (Alimentação, bebida, abrigo, saúde)		
Indicador	Valor Referência	Origem
Cesta Básica	16%	IBGE (2010a)
Acesso a Água Tratada	80-90%	SNSA
Moradia – Locação	60,15%	IBGE (2010a)
Saúde – Atendimento	5,4	RIPSA
Saúde – Saneamento	39%	SNSA
Necessidades de Segurança (Proteção, ordem e estabilidade)		
Indicador		
Segurança – Atendimento	2,23	FBSP
Segurança – Cobertura	5,3	Vianna (2011)
Ordem	5,85	FBSP
Desigualdade (Índice de GINI)	0,417	IBGE (2003)
Necessidades de Afiliação e Amor (Trabalhos em grupo, opções de socialização)		
Indicador		
Participação comunitária	8,3 km ²	Vianna (2011)
Opções de socialização	35,7	
Necessidades de Estima (Realização, status, responsabilidade)		
Indicador		
Ensino – Cobertura	17.774	IBGE (2009)
Ensino – Atendimento	0,32	
Emprego	47,81	IBGE (2011)
Oportunidades	43,54	
Renda	3,11	

Fontes: FBSP (2010), IBGE (2003), IBGE (2009), IBGE (2010a), SNSA (2010), IBGE (2011), RIPSA (2011) e Vianna (2011).

Para avaliar o indicador “Segurança – Cobertura” – adotou-se como ponto de referência o tempo para atendimento de uma ocorrência. Item que segundo orientações do comando da polícia militar (de determinados estados da união, como o Ceará, que implantou o projeto Ronda do Quarteirão) deve-se adotar como tempo

de resposta ideal a uma ocorrência, o intervalo de 5 (cinco) minutos entre o chamado e a chegada da viatura ao local. Para poder responder a uma ocorrência neste intervalo de tempo, considerado muito bom, pelos órgãos de segurança pública, a distância a ser coberta pela viatura não poderia ser superior a 10 (dez) quilômetros. Mas, como esse é um desempenho considerado superior, adotou-se como valor referência uma distância variando entre 10 e 20 km². Isso possibilitaria que as ocorrências fossem atendidas com um intervalo de tempo superior a 5 (cinco) minutos, mas inferior a 10 (dez) minutos, com o veículo deslocando-se da base até o local da ocorrência a uma velocidade média de 60 Km/h (sessenta quilômetros por hora).

Outros indicadores que não possuem valores referência controlados por valores provenientes de estatísticas antecipadamente formadas, são aqueles que objetivam medir as oportunidades de atendimento às necessidades de afiliação e amor, que estão ligadas às possibilidades de participação comunitária existente no município e as opções de socialização disponíveis para a comunidade.

Para definir a capacidade de oferecer opções para a participação comunitária, adotou-se como ponto básico de análise a dificuldade do cidadão em deslocar-se de sua residência até a sede da associação de bairro. Assim, definiu-se que quanto maior a área de abrangência de uma determinada associação, menores as chances de que os moradores venham a participar da vida de sua comunidade.

Utilizando-se da mesma linha de entendimento de Vianna (2011), estipulou-se como sendo o ideal, que as associações se localizassem a menos de 5 (cinco) quilômetros de distância da residência dos moradores e portanto um desempenho médio, foi definido como sendo o intervalo entre 5 (cinco) e 10 (dez) quilômetros, distância essa que permitiria o deslocamento do cidadão, num tempo de aproximadamente 5 (cinco) a 10 (dez) minutos com o transporte particular ou no máximo o dobro desse tempo com o transporte público.

Para mensurar as opções de socialização de jovens, com base nos estudos de Vianna (2011), definiu-se que deveriam ser selecionados os indivíduos cuja faixa etária estivesse entre 15 (quinze) e 24 (vinte e quatro) anos de idade, de ambos os sexos e que se apurasse a quantidade de locais (ginásios e quadras poliesportivas) disponíveis no município para a prática de esportes, entendendo que esta seria uma forma saudável, barata e cujo controle está sob responsabilidade do poder público

municipal e que pode ser considerada como uma fonte de opções de atividades sociais, esportivas ou até mesmo culturais para a juventude.

Uma vez definido o desempenho médio do Estado e os padrões de comparação para análise do desempenho do destino escolhido, a próxima etapa do trabalho trata da análise dos dados, momento no qual serão debatidos os resultados obtidos em contraste ao referencial teórico no qual esta pesquisada foi alicerçada.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Nesta etapa do trabalho, é apresentada a análise de dados que tem por critério, num primeiro momento, considerar a percepção dos gestores e dos residentes do município de Gramado-RS quanto à competitividade e a qualidade de vida. Em seguida é realizada a apuração dos valores efetivos em relação à competitividade e também à qualidade de vida, com o intuito de verificar se a percepção de gestores e residentes está coerente à realidade encontrada nesta destinação turística.

Em relação aos processos de análise e interpretação dos dados, Gil (1999, p. 168) entende que cada um deles tem suas características e objetivos próprios, o que pode ser corroborado por sua afirmação:

[...] a análise tem como objetivo organizar e sumariar os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos.

Crouch e Ritchie (1999) discorrem sobre a competitividade de uma destinação turística apontando que ela está associada à obtenção de um desempenho destacado em relação a outras destinações que não desenvolvam o mesmo conjunto de capacidades dinâmicas. Assim sendo, Kim e Dwyer (2003) apoiaram-se na observação dos gestores no que tange à competitividade de seus destinos turísticos onde foram analisados: os pontos que podem ser destacados como positivos e assim ampliá-los; e também os pontos negativos, junto aos quais se sugere que sejam aplicadas ações de melhoria.

Partindo desses conceitos, o estudo realizado tem como proposta analisar a percepção dos gestores envolvidos direta ou indiretamente nas atividades relacionadas ao turismo assim como aqueles que exploram o turismo na cidade de Gramado-RS, utilizando-se de indicadores de competitividade. Esta análise busca verificar a correspondência entre a percepção e os dados de desempenho e assim realizar um diagnóstico através das ferramentas aplicadas.

Tomando por referência Ritchie e Crouch (2003) e Dwyer e Kim (2003), percebe-se que a competitividade deve estar diretamente associada a um objetivo maior, não podendo ela ser considerada como um fim a ser alcançado. Esse objetivo maior está contido na melhoria da qualidade de vida dos residentes locais. Para tanto, outra pesquisa, não menos importante, foi realizada com o propósito de

coletar a percepção desses residentes locais para observar os indicadores apresentados, observando a capacidade de satisfazer as necessidades humanas dos residentes no município, conforme exposto pela “Hierarquia das Necessidades Humanas”, desenvolvida por Maslow (1987).

4.1 GESTORES - PERFIL DOS RESPONDENTES

O município de Gramado-RS possui um universo de pesquisa envolvendo 317 (trezentos e dezessete) estabelecimentos divididos entre hotéis, pousadas, bares e restaurantes, conforme pode ser observado por meio do quadro 11. Utilizando os estudos de Kim e Dwyer (2003) como base, buscou-se selecionar os gestores encarregados pela administração dos empreendimentos ou os proprietários para a aplicação dos questionários de pesquisa. Houve a preocupação no sentido de colher as informações das pessoas que apresentassem maiores garantias quanto às opiniões obtidas e que estas fossem representativas da percepção daqueles que definem as estratégias e as ponderam quanto ao destino de seus estabelecimentos.

É importante ressaltar que o período em que a pesquisa foi realizada pode ser considerado como sendo de alta temporada turística. Isso ocorre em razão do evento “Natal Luz”, que a cidade promove anualmente, provocando assim uma significativa dificuldade dos gestores e ou proprietários de receber, atender e dar a devida atenção para o pesquisador.

Quadro 11: Respondentes - Competitividade

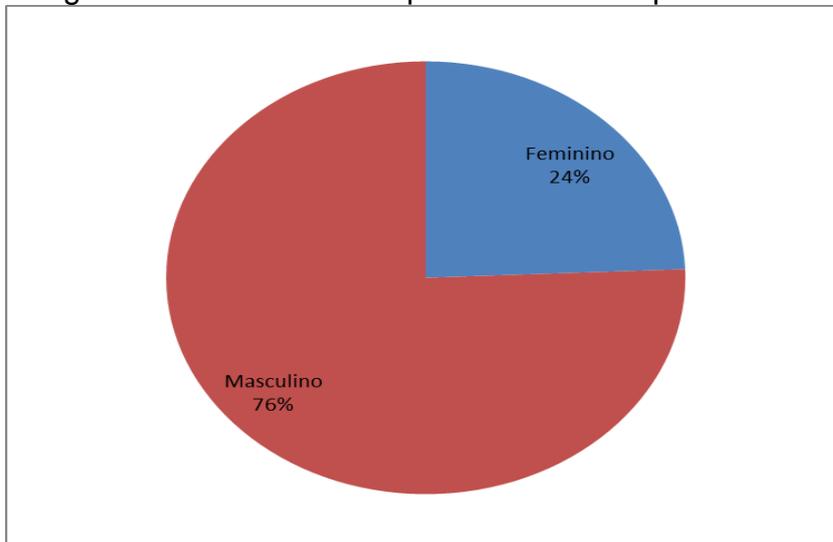
Público Alvo	Empresas Existentes	Empresas Pesquisadas	% Atingido
Gastronomia	166	96	82,76%
Hospedagem	151	23	15,23%
Total	317	119	37,54%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

Quanto ao perfil dos respondentes ligados à análise da competitividade junto às empresas, é pertinente destacar que o gênero predominante é o masculino que atinge o percentual de 76% (setenta e seis por cento), conforme apresenta a figura 9, embora a atividade desenvolvida em especial seja pouco sensível à influência do gênero. É de conhecimento que muitos dos indicadores socioeconômicos apresentam disparidades entre os gêneros principalmente no que se refere aos

rendimentos auferidos e de atividades com participação nas funções de direção e tomada de decisão.

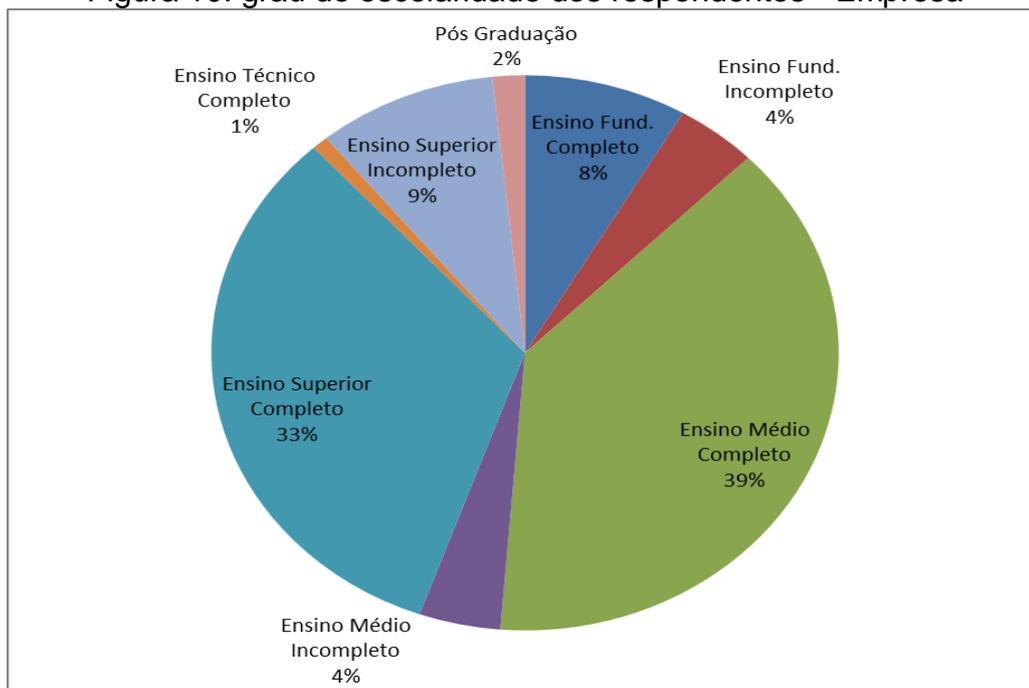
Figura 9: Gênero dos Respondentes - Competitividade



Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

Na pesquisa, a escolaridade, apresentada na figura 11 mostrou duas situações que se destacam no resultado. A primeira aponta para 39% (trinta e nove por cento) dos entrevistados que possuem o ensino médio completo e a segunda para 33% (trinta e três por cento) deles que possuem o ensino superior completo. Os 28% (vinte e oito por cento) restantes completam os demais níveis de escolaridade.

Figura 10: grau de escolaridade dos respondentes - Empresa



Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

A figura 10 permite verificar que 57% (cinquenta e um por cento) podem não estar devidamente preparados para enfrentar o mercado de trabalho, em função da falta de uma melhor qualificação profissional, fato que poderá acarretar maiores dificuldades futuras, podendo até comprometer os fatores de competitividade e colocar seu negócio em condições difíceis.

A escolaridade predominante está enquadrada no ensino médio completo seguido do ensino superior, o que mostra que um nível de mediano a bom de escolaridade. Esta situação aponta para a necessidade de que os gestores façam um investimento na melhoria de sua qualificação, uma vez que esse pode ser um fator decisivo para o aumento da competitividade.

4.1.1 Análise da percepção dos gestores quanto ao desempenho competitivo

Para responder esse tópico buscou-se analisar a percepção dos gestores quanto ao desempenho competitivo na sua cidade, com o propósito de verificar quais são os indicadores que apresentam melhor desempenho e quais aqueles que precisam de uma atenção, e assim tornar a destinação turística mais forte e promover melhores condições para aumentar os resultados obtidos pelas empresas ali estabelecidas.

O primeiro nível de análise que é mostrado no quadro 12 mostra o comportamento dos indicadores integrados ao macro ambiente competitivo, que conforme Altenburg et al (1998) é o nível que envolve as condições básicas sobre as quais se organizam os fundamentos que fornecem a estrutura necessária para todo o desenvolvimento das atividades.

Quadro 12: Indicadores integrados ao macro ambiente competitivo

GRAMADO - RS			
Macro Ambiente	Média	Desvio Padrão	Compet.
Indicadores Macroeconômicos	4,67	1,21	S
Política Cambial	3,00	1,67	N
Política de Relações Exteriores	4,00	1,90	S
Políticas Nacionais de Preservação Ambiental	4,83	1,33	S
Políticas Nacionais de Desenvolvimento do Turismo	4,83	1,47	S
Org. de Suporte e Apoio ao Turismo em Âmbito Nacional	4,50	1,38	S

Continua...

...Continuação

Micro Ambiente			
Atrativos			
Naturais	4,33	1,97	S
Culturais	4,00	1,9	S
Entretenimento	4,67	1,86	S
Compras	4,00	1,67	S
Eventos	4,83	1,17	S
Infra Estrutura			
Acomodações	6,00	0	S
Gastronomia	5,83	0,41	S
Acessibilidade	3,67	0,52	S
Comunicação	3,83	0,75	S
Saneamento	4,33	1,03	S
Conveniência	4,17	1,33	S
Segurança	5,33	0,52	S
Saúde	4,17	1,47	S
Concorrência			
Oferta	5,5	0,55	S
Demanda	5,17	0,75	S
Fornecedores	4,67	1,63	S
Hospitalidade	5,33	0,82	S
Recursos Humanos	3,83	0,41	S
Instituições de Pesquisa e Desenvolvimento	2,83	1,17	N
Políticas Locais/Regionais de Proteção Ambiental	4,33	1,03	S
Políticas Locais/Regionais de Desenvolvimento do Turismo	5,00	1,26	S
Org. de Apoio e Suporte em Âmbito Local/Regional	3,5	0,55	S
Gestão da Destinação Turística			
Gestão de Marketing	4,67	1,03	S
Gestão Ambiental	5,50	0,84	S
Gestão Tecnológica	4,83	1,33	S
Gestão de Recursos Humanos	4,67	1,51	S
Gestão da Oferta	5,00	0,89	S
Gestão da Demanda	5,00	0,84	S
Gestão do Conhecimento	4,67	1,37	S
Monitoramento e Avaliação da Competitividade	4,67	1,51	S
Total de indicadores apontados como tendo bom Desempenho Competitivo »			34
Nível de Desempenho Competitivo Percebido = ALTO			

Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

Destaca-se neste primeiro módulo de pesquisa que dois indicadores agem negativamente. A política cambial considerada por muitos entrevistados como fator

que pode trazer algum tipo de dificuldade para a realização dos negócios. Principalmente quando o turista é do exterior e o outro indicador são as instituições de pesquisa e desenvolvimento, estas que pouco ou nada contribuem para apresentar elementos que facilitem e orientem nas tomadas de decisões.

Na região das Hortênsias, mais especificamente na cidade de Canela-RS, localizada a nove (9) Kms da cidade de Gramado-RS, encontra-se a Universidade de Caxias do Sul – Campus Universitário da Região das Hortênsias e a Castelli Escola Superior de Hotelaria. Nesses estabelecimentos existem cursos de bacharelado e tecnologia em Hotelaria, Eventos e Turismo, além de cursos de extensão que atendem as principais necessidades da região, além das demais instituições que disponibilizam cursos e treinamentos específicos.

Para os entrevistados, seria interessante que os centros de ensino e entidades de classe proporcionassem cursos de extensão onde pudessem incrementar os conhecimentos e posteriormente viabilizarem a aplicação destes em seus empreendimentos. Observa-se que há um certo descompasso entre as instituições de ensino e a iniciativa privada, uma vez que apesar de os gestores desejarem a oferta de mais cursos de qualificação as instituições de ensino, existentes na cidade de Canela-RS, estão fechando os cursos na área devido à ausência de demanda.

Na avaliação macroeconômica, destaca-se o item política nacional de preservação ambiental. Neste indicador a cidade se encontra bem amparada e conta com o comprometimento da maioria da população (embora a política local/regional não tenha uma atuação que contemple a magnitude da proposta), contribuindo assim para um diferencial atrativo, que aos olhos dos visitantes, quebra a rotina da selva de pedra. O indicador relativo às políticas locais/regionais de preservação ambiental, não teve uma avaliação das mais elevadas, o que pode sinalizar aos gestores públicos que algo pode ser feito e assim, não comprometer ou inviabilizar ações ou empreendimentos que venham a contribuir nos indicadores de competitividade.

Vindo ao encontro da questão ambiental, o item Gestão Ambiental recebe um reconhecimento expressivo positivamente, pois acreditam que a soma desses fatores ambientais (limpeza, organização, flora) transmite aos moradores e principalmente aos turistas um “ar diferente”. A conservação da flora nativa

associado ao censo de preservação dos residentes e empresas permite que os pontos atrativos apresentem suas características mais naturais possíveis e assim a apresentação visual dos ambientes os tornam prazerosos tanto para os turistas quanto para aqueles que ali vivem.

Na análise microeconômica, o item acomodações recebeu pontuação máxima. Isso se deve principalmente aos investimentos realizados por mais de 67% (sessenta e sete por cento) dos entrevistados, para que os ambientes ofertados possam atender as expectativas dos visitantes proporcionando mais conforto e hospitalidade, foram executadas reformas e ampliações e também foram feitos investimentos em novas tecnologias.

O indicador relativo à segurança recebeu boa avaliação quanto à sua contribuição junto à competitividade, uma vez que as instituições detentoras desse tipo de competência apresentam um desempenho satisfatório, fazendo com que os moradores e os turistas sintam-se seguros.

4.1.2 Desempenho competitivo efetivo

Na análise do desempenho competitivo efetivo foi utilizado como referência o desempenho médio do município em relação às cidades de Porto Alegre e Bento Gonçalves por fazerem parte do conjunto de municípios que formam os 65 destinos indutores de desenvolvimento do turismo regional, pesquisados pela Setur (2013).

No quadro 13 está exposta a comparação entre os valores apurados no município de Gramado-RS e os valores de referência dos Destinos Indutores do Estado do Rio Grande do Sul (Bento Gonçalves, Gramado e Porto Alegre), para que seja possível verificar quais indicadores apresentam efetivamente desempenho que possa ser considerado:

- Inferior (I) - quando o valor apurado ficar em patamar abaixo ao do valor de referência;
- Médio (M) – quando o valor apurado ficar em patamar igual ou com uma diferença mínima ao do valor de referência;
- Superior (S) – quando o valor apurado ficar em patamar acima ao do valor de referência convencionalizado.

Os desempenhos examinados receberam um valor, resultando da seguinte forma:

- os indicadores que atingiram desempenho inferior (I), receberam 1 ponto;
- os indicadores que atingirem desempenho médio (M), receberam 2,5 pontos;
- e os indicadores que atingirem desempenho superior (S), receberam 5 pontos.

Utilizando um método pautado pelos estudos de Marzaro e Varzin (2008) e Vianna (2011), obteve-se uma pontuação conforme apresentado a seguir e assim definiu-se o grau de desempenho competitivo efetivo da destinação em questão.

Quadro 13: Nível de desempenho competitivo efetivo de Gramado-RS

Competitividade	Valor referência	Valor Apurado	Des	Nível comp
Receita estimada do turismo em R\$	R\$ 343.333.333	R\$ 490.000.000	S	5
Taxa ocupação rede hoteleira	65,33%	67,83%	S	5
Media de gastos dos turistas nacionais/dia em R\$	R\$ 173,00	R\$ 119,00	I	1
Media de tempo de permanência em hotéis no destino	3 dias	5 dias	S	5
Receita estimada do turismo /habitante em R\$	R\$ 5.940,05	R\$ 14.258,70	S	5
Renda média mensal em quantidade de salários mínimos	3,0	2,2	I	1
População empregada	47,81%	50,25%	S	5
Candidato /vagas de emprego	11,9	11,42	M	2,5
Satisfação com investimento	80 - 100%	62%	I	1
Escore de Desempenho Efetivo				30,5
Nível de Desempenho Competitivo Efetivo = ALTO				

Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

Utilizou-se como referencial teórico os estudos de Dwyer e Kim (2003), que preconizam o uso de indicadores objetivos e que esses permitissem uma mensuração direta. Como se pode verificar no quadro 13, de nove indicadores, seis ficaram dentro da pontuação média ou superior, o que coloca a competitividade efetiva da cidade de Gramado acima da média do estado.

Entretanto, esse escore de trinta pontos e meio deve colocar a cidade na condição de alerta, por estar bem próxima do limite superior do nível de desempenho considerado médio. Tal situação deve servir como elemento impulsionador para que sejam desenvolvidas alternativas, ideias, projetos que possibilitem manter e/ou proporcionar maior incremento dentro deste constructo.

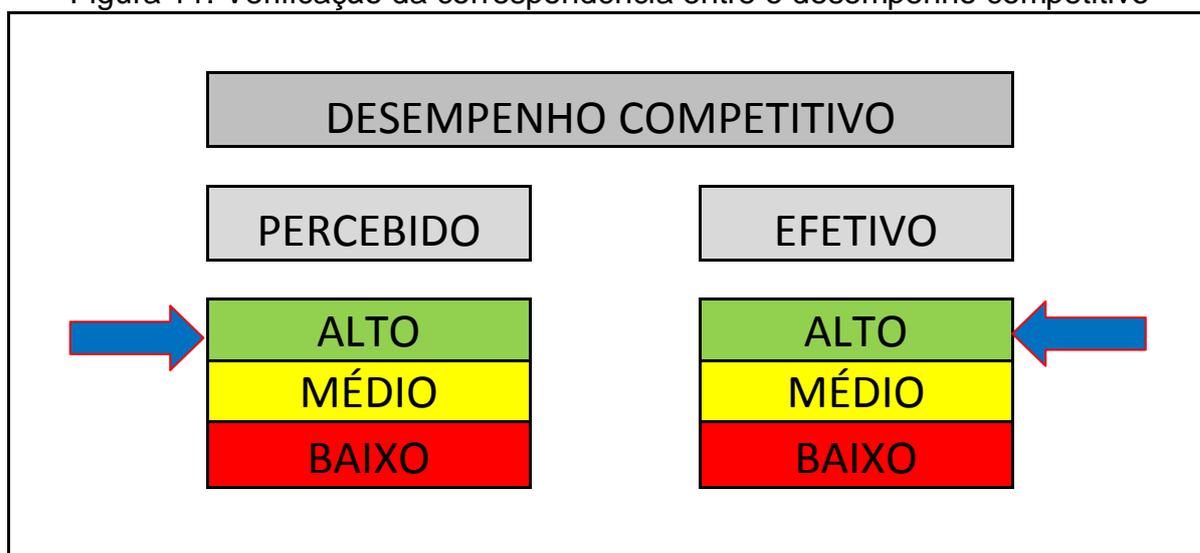
Dos indicadores apresentados, é interessante destacar aqueles que envolvem diretamente os turistas que somados ultrapassam dos 18 pontos. Isso leva a interpretação de que os elementos competitivos que mais devem ser trabalhados estão situados “dentro de casa”, ou seja, são elementos que se encontram ao alcance dos gestores da destinação turística.

4.2 VERIFICAÇÃO DA CORRESPONDÊNCIA ENTRE O DESEMPENHO COMPETITIVO PERCEBIDO E O DESEMPENHO COMPETITIVO EFETIVO

O primeiro levantamento mostra que a percepção dos gestores com relação ao desempenho competitivo corresponde ao segundo levantamento que apurou os dados efetivos do desempenho competitivo de Gramado-RS, que vem a ratificar os pressupostos criados a partir dos estudos de Ritchie e Crouch (2003), Dwyer e Kim (2003), Vianna (2011) e Mota, Vianna e Anjos (2013) nos quais se verificou que se forem utilizados indicadores previamente selecionados e analisados individualmente, na soma destes pode-se determinar o desempenho competitivo de uma destinação turística, com o intuito de viabilizar, ao poder público, a identificação de quais os aspectos inerentes à competitividade da destinação precisam ser melhorados e quais devem ser mantidos e até aprimorados para que o município mantenha ou mesmo desenvolva ainda mais seu potencial competitivo.

A figura 11 apresenta a correspondência entre o desempenho competitivo percebido com o efetivo. Essa situação não é motivo de estabilizar as ações e entender que muito ainda pode ser feito no que tange à melhoria nos mais diversos níveis que compõe o destino turístico.

Figura 11: Verificação da correspondência entre o desempenho competitivo



Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

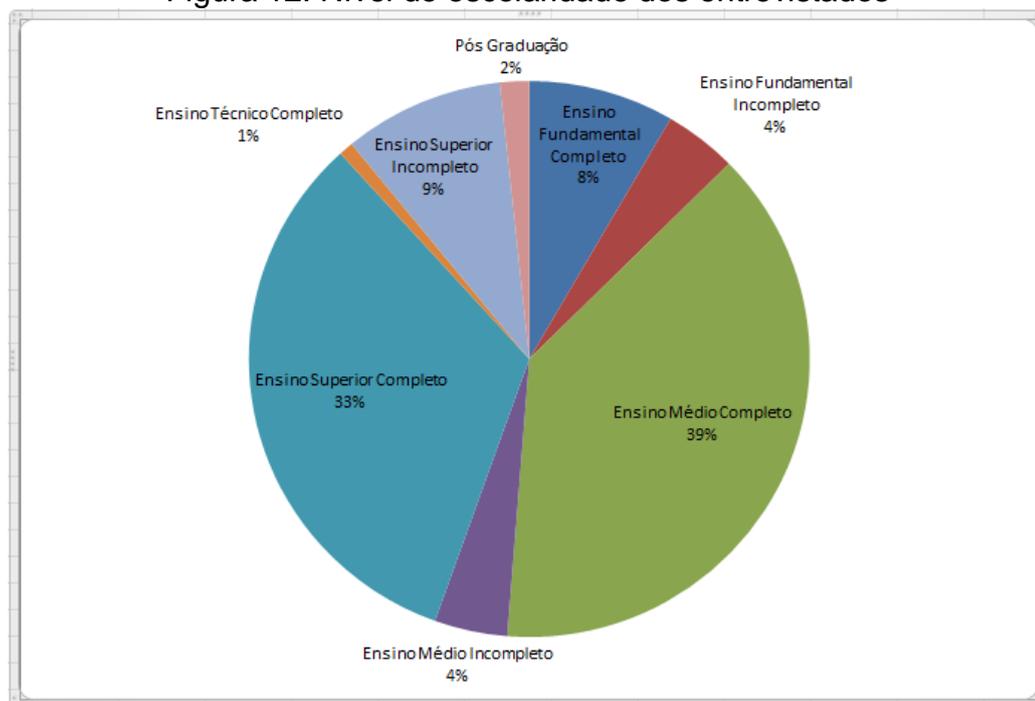
Os indicadores apresentados, pelo fato de serem reduzidos, podem facilitar e contribuir no desenvolvimento de ações dentro de cada setor que estão envolvidos e que fomentam esses indicadores com o propósito de promover o desenvolvimento do turismo assim como o desempenho dos envolvidos desde os empreendimentos estabelecidos até a comunidade.

Quanto a verificação da existência de correspondência entre a percepção dos gestores e os resultados efetivos, esta ainda não concretiza na sua totalidade. Isso pode servir de ferramenta para que se crie um diálogo entre os partícipes visando à promoção da competitividade no destino turístico e a busca das melhores propostas para se fortalecer coletivamente.

4.3 RESIDENTES - PERFIL DOS RESPONDENTES

Na análise da qualidade de vida dos residentes no município de Gramado-RS, foram entrevistadas 279 (duzentas e setenta e nove) pessoas, cujo perfil dos entrevistados se apresentou como possuidor de uma pequena predominância de respondentes do gênero masculino (57%). Quanto à escolaridade, constatou-se que a maioria dos indivíduos pesquisados possui o ensino médio completo o que representou 39% dos envolvidos na amostra conforme demonstra a figura 12.

Figura 12: Nível de escolaridade dos entrevistados



Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

Cabe observar que 67% dos entrevistados não estão cursando ensino superior. Entre aqueles que estariam em condições de cursar o ensino superior, que corresponde a 40% (ensino médio completo e ensino técnico) alguns alegam que o fator tempo impede de prosseguir.

Quanto à renda familiar dos participantes da pesquisa, percebe-se que esta ficou concentrada na faixa entre 3 (três) e 10 (dez) salários mínimos, envolvendo 69% da amostra. Este fato demonstra que há na cidade um elevado poder aquisitivo, uma vez que a maioria percebe uma renda superior à média do estado que é de 3,11 (três vírgula onze) salários mínimos. O maior volume de pessoas envolvidas na pesquisa encontrava-se entre as pessoas solteiras (57%) e 87% dos mesmos eram nativos do município de Gramado-RS.

Seguindo a análise de percepção quanto ao nível de qualidade de vida do município comparado à média dos municípios de interesse turístico no estado enquadrados como destinos indutores, foi possível apontar eventuais deficiências a serem corrigidas que podem facilitar a priorização de investimentos a serem feitos no âmbito público e privado, com o intuito de tornar a cidade mais organizada e aprazível para seus moradores.

4.3.1 Análise da percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida

Com o intuito de verificar qual era a percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida de seu município foi construído um conjunto de indicadores baseados nas dimensões da qualidade de vida, apresentadas pelos estudos de Rogerson (1999). A intenção principal foi averiguar a visão dos moradores em relação às dificuldades que são encontradas no destino e que podem interferir na sua análise quanto a este assunto.

Na análise dos indicadores de qualidade de vida do município de Gramado-RS, pode-se perceber, conforme mostra o quadro 14, que apenas 1 (um) dos 23 (vinte e três) indicadores foram avaliados como não tendo um bom nível de qualidade de vida aqui destacado como sendo aquele ligado ao custo de alimentação/custo de vida. Os demais indicadores foram considerados como positivos quanto ao bom nível de qualidade de vida, o que não necessariamente demonstra que todos estão plenamente satisfeitos, em vista que alguns indicadores ultrapassaram muito pouco acima da média, mas que eles consideram que a cidade reúne melhores condições quando comparado às demais destinações turísticas analisadas.

Quadro 14: Análise da percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida

GRAMADO - RS			
Indicadores	Média	Desvio Padrão	Q.V.
Ambiente/Poluição	5,07	0,84	S
Atmosfera de Paz e Tranquilidade	5,11	0,69	S
Clima	5,07	0,7	S
Oportunidades de Estilo de Vida	5,07	0,75	S
Trabalho	5,02	0,87	S
Aposentadoria	4,89	1,01	S
Acesso e Custo de Moradia	3,61	1,31	S
Assistência Médica/Saúde Pública	3,59	1,3	S
Criminalidade/ Segurança Pública	5,18	0,85	S
Meios de Transporte/Fluxo de Trânsito	4,58	1,17	S
Educação	5,04	0,77	S
Recreação	4,97	0,75	S

Continua...

...Continuação

Clima para Economia/Negócios	4,74	0,99	S
Diversidade Artística e Cultural	4,88	0,9	S
Incentivos	3,68	1,38	S
Espaço Comercial	4,83	0,99	S
Custos de Alimentação/Custo de Vida	3,22	1,47	N
Envolvimento Político	4,60	1,19	S
Renda	4,91	0,76	S
Preservação ambiental	5,01	0,83	S
Acessibilidade	4,94	0,93	S
Socialização	5,06	0,64	S
Geral	5,17	0,66	S
Total de indicadores apontados como tendo bom nível de Qualidade de Vida »			22
Nível de Qualidade de Vida Percebido = ALTO			

Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

Dos 23 (vinte e três) indicadores avaliados, descontando o único indicador que não atendeu o mínimo para se classificar positivamente, 10 (dez) indicadores, que correspondem a 43,48% do total, estão acima da média 5 de um valor máximo de referência 6. Isso leva ao entendimento de que na percepção dos residentes a qualidade de vida é considerada satisfatória por um percentual significativo dos moradores.

O indicador que recebeu avaliação negativa dos entrevistados foi aquele relativo ao custo de alimentação/custo de vida. Para os residentes, observando a forma e a demanda de uma composição de alimentos diferenciada (pratos típicos e regionais) principalmente para turistas, provoca aumento dos preços entre os ofertantes à medida que se elevam os rendimentos das famílias ou de públicos que se apresentam predispostos a gastar além do que é entendido como necessário.

Embora o indicador assistência médica/saúde pública, não tenha recebido uma classificação negativa, este ficou no limite, permitindo observar que, na opinião deles, em alguns pontos fica a desejar frente às demandas da população. A falta de atendimento dentro de um prazo aceitável está no topo das reclamações dos residentes fazendo com que o tempo de espera nos postos de atendimento seja elevado.

4.3.2 Análise do nível de qualidade de vida efetiva

Para a análise do nível de qualidade de vida efetivo foram utilizados como valores de referência o desempenho médio do município foco desta pesquisa e das cidades de Porto Alegre e Bento Gonçalves (destinos indutores definidos no estudo da Setur [2013]), utilizando critério similar ao utilizado para a comparação do desempenho competitivo.

Os dados foram colhidos a partir de bases de dados secundárias, em fontes oficiais de informação e utilizados como valores referenciais para que fossem realizadas comparações com os dados específicos do destino. Esses dados foram obtidos por meio da coleta efetuada no campo e de pesquisas em fontes secundárias como IBGE (2010), Secretarias municipais, entidades privadas entre outras publicamente conhecidas.

Quadro 15: Análise dos indicadores efetivos de qualidade de vida em Gramado

Necessidades Físicas e Biológicas (Alimentação, bebida, abrigo, saúde)				
Indicador	valor de referência	Valor apurado	Des	Nível Q.V.
Cesta Básica	16%	18,12%	I	1
Acesso a Água Tratada	80-90%	92,54%	S	5
Moradia - Locação	60,15%	33,16%	S	5
Saúde - Atendimento	5,4	2,35	I	1
Saúde - Saneamento	39%	24%	I	1
Necessidades de Segurança (Proteção, ordem e estabilidade)				
Indicador				
Segurança - Atendimento	2,23	2,53	S	5
Segurança - Cobertura	5,3	7,9	S	5
Ordem	5,85	0,012	S	5
Desigualdade	0,417	0,38	S	5
Necessidades de Afiliação e Amor (Trabalhos em grupo, opções de socialização)				
Indicador				
Participação comunitária	8,3km ²	19 km ²	I	1
Opções de socialização - jovens	35,7	35	M	2,5

Continua...

...Continuação

Necessidades de Estima (Realização, status, responsabilidade)				
Indicador				
Ensino - Cobertura	17.774	3.466	I	1
Ensino - Atendimento	0,32	0,14	S	5
Emprego	47,81	50,27	S	5
Oportunidades	43,54	11,43	S	5
Renda	3,11	2,36	M	2,5
Escore dos Indicadores Efetivos de Qualidade de Vida				55
Nível de Qualidade de Vida Efetiva = ALTO				

Fonte: Elaborado pelo Pesquisador (2015)

Os valores de referência apurados no estado permitiu a apuração de quais os indicadores que possuem uma avaliação que pode ser considerada como:

- Inferior (I) - quando o valor apurado encontrar-se em patamar abaixo do intervalo de valores de referência;
- Médio (M) – quando o valor apurado encontrar-se em patamar igual ou muito próximo do intervalo de valores de referência;
- Superior (S) – quando o valor apurado encontrar-se em patamar acima do intervalo de valores de referência designados.

Utilizou-se da mesma forma empregada para a mensuração do desempenho competitivo que também foi norteadada pelos estudos de Mazaro e Varzin (2008), e aplicou-se para definir a pontuação geral a ser atribuída à qualidade de vida do destino o seguinte procedimento:

- Os indicadores com desempenho inferior (I), receberam 1 ponto;
- Os indicadores com desempenho médio (M), receberam 2,5 pontos;
- Os indicadores com desempenho superior (S), receberam 5 pontos.

A pontuação final é obtida por meio da somatória dos valores individuais atribuídos a cada indicador.

O quadro 15 apresenta o comparativo entre os valores da média do estado com os valores da cidade de Gramado-RS, possibilitando uma apuração que permita uma avaliação e por consequência classificar os indicadores conforme a mensuração já definida anteriormente.

Dos dezesseis indicadores trabalhados, onze apresentam pontuações que se classificam entre média e alta, ou seja, igual ou acima dos valores de referencias

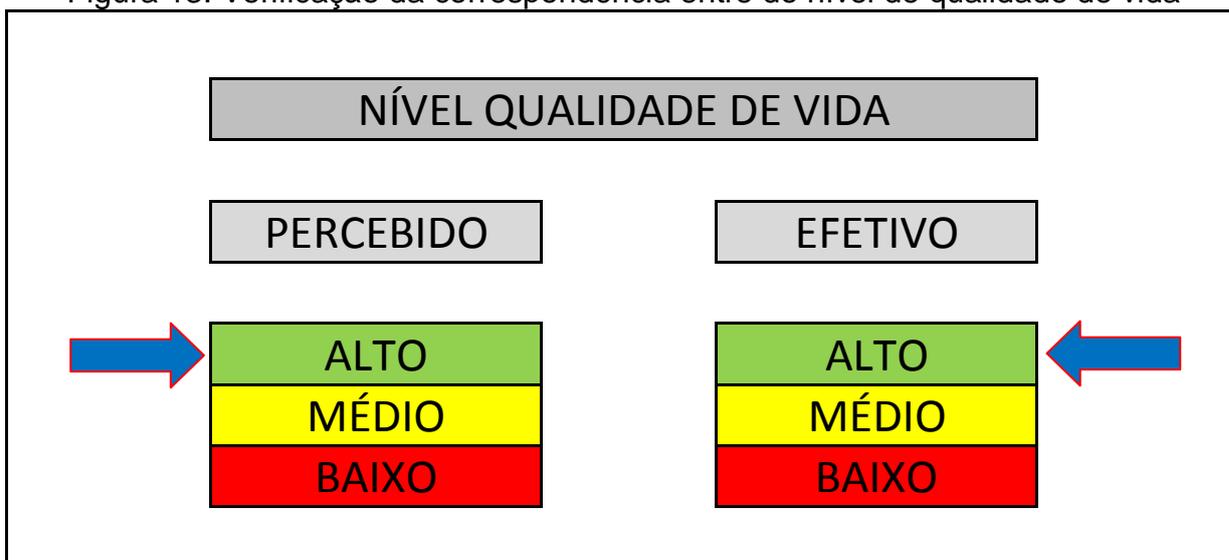
estipulados recebendo um destaque especial os indicadores pertencentes ao grupo das necessidades de segurança.

O resultado levantado através dos indicadores do nível, da qualidade de vida efetivo, chegou a um escore de cinquenta e nove, num total de 80 pontos na soma dos três níveis, de acordo com os critérios estabelecidos, o que coloca essa análise na condição de nível alto. Esse resultado pode sugerir ao município que embora tenha uma qualidade de vida alta, muito ainda pode ser desenvolvido ou aperfeiçoado focando num aumento de desempenho e metas fortalecendo assim as atividades turísticas.

4.4 VERIFICAÇÃO DA CORRESPONDÊNCIA ENTRE DO NÍVEL DE QUALIDADE DE VIDA PERCEBIDO E O NÍVEL DE QUALIDADE DE VIDA EFETIVO

As análises relativas à percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida do município de Gramado-RS, conforme a figura 13. Juntamente com os dados efetivos de qualidade de vida apurados no destino. Comparados ao desempenho médio do estado, permite a observação que, assim como nas análises anteriores, o nível da percepção da qualidade de vida é considerado alto assim como pode ser observado no nível de desempenho efetivo.

Figura 13: Verificação da correspondência entre do nível de qualidade de vida



Fonte: Elaborado pelo Autor (2014)

Esse resultado não é determinante para a qualidade de vida nesse destino ser considerada pior ou melhor em relações aos outros destinos turísticos. Contudo,

mostra a existência de condições satisfatórias e atrativas para atender às necessidades dos residentes, fazendo-os reconhecer sua destinação turística como sendo um lugar diferenciado e que lhes traz satisfação em relação às condições oferecidas.

Vianna (2011) comenta que a utilização de instrumentos que permitam a verificação da percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida tem a condição de contribuir (por meio da geração de informações que possam ser utilizadas para o desenvolvimento de estudos dos pontos mais representativos no que se refere às dificuldades) para a promoção de discussões em torno de ideias que venham ao encontro de ações que possam atenuar os problemas existentes ou até mesmo resolvê-los.

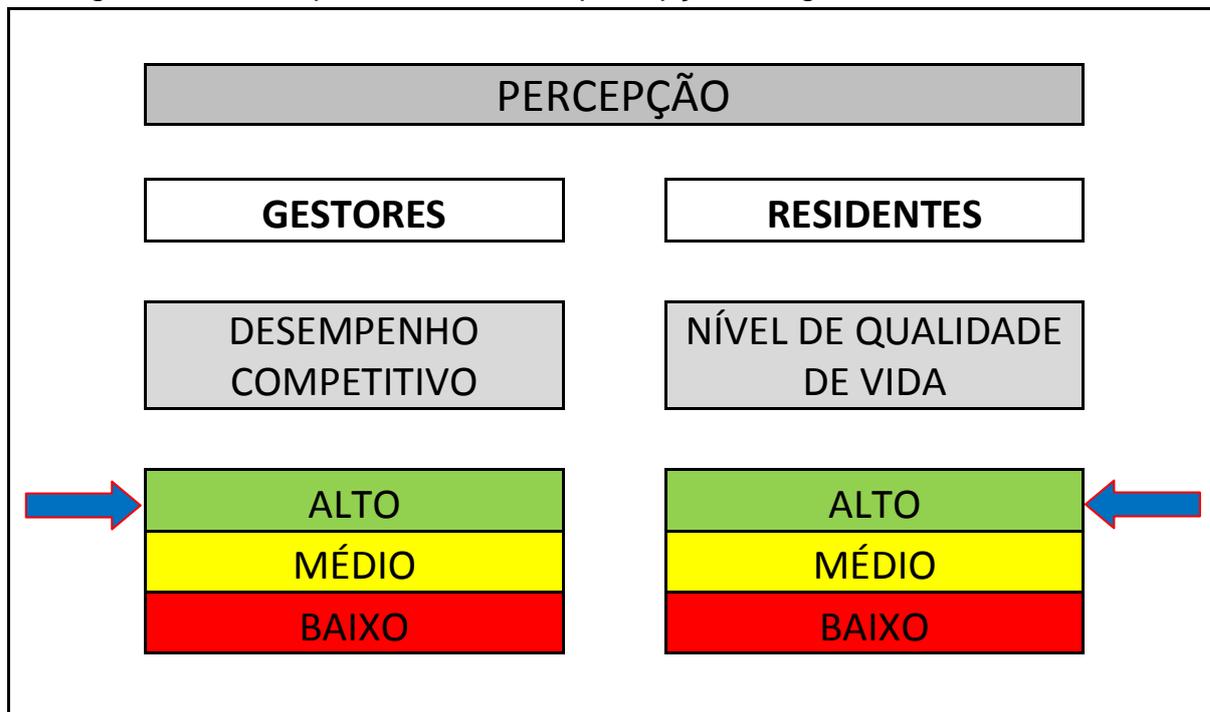
4.5 VERIFICAÇÃO DA CORRESPONDÊNCIA ENTRE O DESEMPENHO COMPETITIVO E O NÍVEL DE QUALIDADE DE VIDA

Ricthie e Crouch (2003) e Dwyer e Kim (2003) discorrem que a competitividade não deve ser um objetivo principal a ser alcançado por uma destinação turística, e sim, um objetivo mediador que dirija a outro maior e mais significativo que é a melhoria da qualidade de vida dos residente.

A figura 14 mostra a correspondência entre a percepção dos gestores quanto ao desempenho competitivo e a percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida.

A análise apresentada nesta figura confirma a existência de correspondência entre o desempenho competitivo percebido pelos gestores dos empreendimentos estudados e o nível de qualidade percebido pelos residentes. Embora essas informações não condicionem a conclusão que esses dois constructos estejam conectados, sem analisar também a correspondência dos resultados efetivos como mostra a figura 15. A associação dessas duas análises é que permite verificar a relação da melhoria da competitividade deste destino com a qualidade de vida dos residentes.

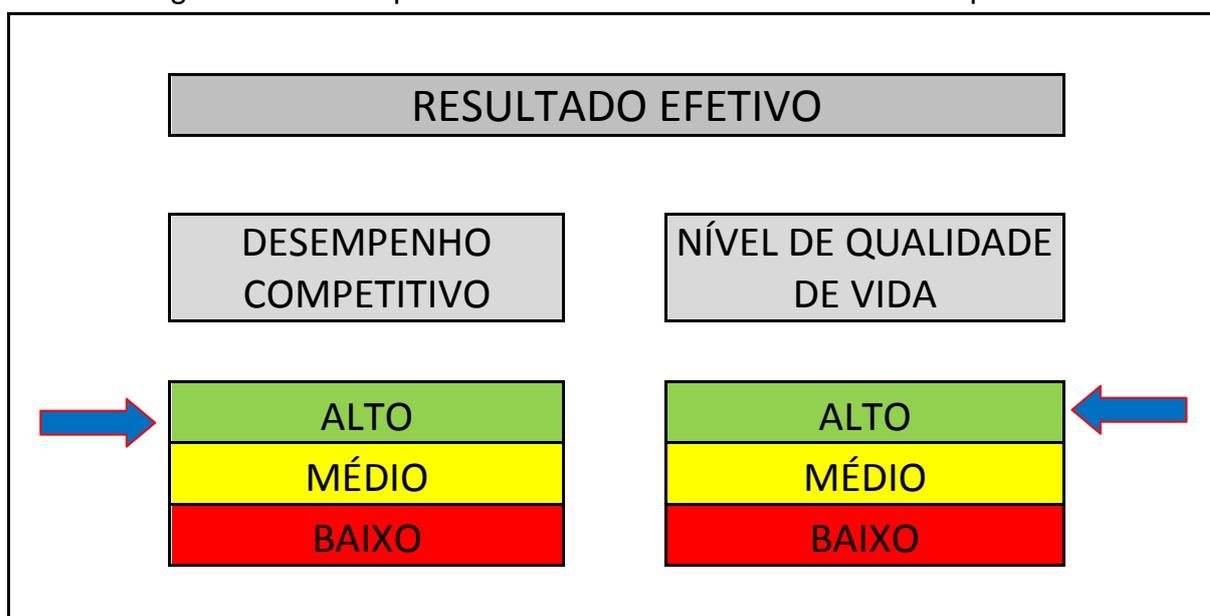
Figura 14: Correspondência entre a percepção dos gestores e dos residentes



Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

A figura 16 apresenta a correspondência entre os resultados efetivos obtidos quando da avaliação do desempenho competitivo efetivo levantado na destinação turística Gramado-RS e o nível de qualidade de vida apurado por meio de um conjunto de indicadores objetivos comparados aos valores de referência relativos à média do estado.

Figura 15: Correspondência entre os resultados efetivos apurados



Fonte: Elaborado pelo Autor (2015)

A análise quanto a correspondência entre os dois constructos (competitividade e a qualidade de vida na destinação turística) desenvolvido neste trabalho, leva ao entendimento de que quanto maior o desempenho competitivo, maior tende a ser a qualidade de vida dos residentes. Esse trabalho confirma os estudos de Ritchie e Crouch (2003), Dwyer e Kim (2003), Vianna (2011) e Mota, Vianna e Anjos (2013) nos quais eles associam a competitividade a um objetivo intermediário a ser atingido. Ou seja, como um meio ou uma ferramenta, que conduza ao ponto principal que é a melhoria da qualidade de vida dos residentes da destinação turística.

5 CONCLUSÕES

Segundo a OMT (2015), há grandes tendências mundiais que estão influenciando e influenciarão os campos da organização econômica e social, com mudanças radicais nos mais variados processos e que atingirão também os fluxos turísticos internacionais a partir da análise de toda complexidade política, econômica, físico-natural e sociocultural.

O turismo se tornou um dos principais interesses entre os operadores econômicos no comércio internacional, e representa uma importante fonte de renda para muitos países em desenvolvimento. (OMT, 2015).

A contribuição do turismo nos países em desenvolvimento tem sido favorável em termos de desenvolvimento da economia e de emprego para muitos setores que se relacionam, direta ou indiretamente com o mesmo, contribuindo para o aumento do bem-estar e da qualidade de vida das populações envolvidas.

O MTur (2013) observa que o crescimento dos países emergentes e de outros países em desenvolvimento ajudará na manutenção contínua do crescimento do PIB mundial, acima dos Estados Unidos, do Bloco da Zona do Euro e do Japão e destaca que a China terá um decréscimo de 1,4% do PIB até 2020.

Com base no crescente número de empreendimentos turísticos que têm surgido nos últimos anos, observa-se que vários estudos de competitividade de destinações turísticas foram desenvolvidos, com vários modelos diferentes. Os que mais alcançaram destaque foram os estudos: do “Diamante” de Porter (1989); da Competitividade Sistêmica de Esser et al. (1996); do Modelo Conceitual de Heath (2002); do Modelo de Calgary de Crouch e Ritchie (2003); do Modelo Integrado de Dwyer e Kim (2003); os relatórios “Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores” desenvolvidos no Brasil pela FGV e Ministério do Turismo de 2008 a 2013, Vianna (2011) e Mota, Vianna e Anjos (2013), sendo este último o modelo escolhido para ser utilizado no presente estudo, pois contempla os principais constructos deste trabalho que são: a correspondência de desempenho entre a competitividade e a qualidade de vida das destinações turísticas.

No desenvolvimento do estudo referente à percepção dos gestores quanto a competitividade das destinações turísticas, tomou-se por referência os trabalhos desenvolvidos por: Esser et al. (1996), no qual a competitividade seria construída a partir do diálogo e da articulação de todos os envolvidos direta ou indiretamente na

exploração das atividades turísticas; Heath (2002), que sinalizava os fatores chave para o sucesso de uma destinação, atribuindo ao capital humano papel de destaque no processo; na análise da competitividade e sustentabilidade de Crouch e Ritchie (2003) que observaram a existência de uma relação entre estes construtos quando se fala de turismo; e nas pesquisas de Dwyer e Kim (2003) que destacaram os indicadores de competitividade a serem avaliados pelos gestores.

No quesito microambiente, os indicadores pertencentes aos grupos dos atrativos e de infraestrutura, num total de dezessete indicadores, nenhum deles ficou classificado como não competitivo, o que mostra que a cidade tem um grande potencial e que pode ser mesmo assim, mais explorado.

Nos indicadores contidos no quesito concorrência, o indicador instituição de pesquisa e desenvolvimento não atingiu a pontuação mínima que o enquadrasse como competitivo. Segundo alguns entrevistados, isso se deve a não efetivação de programas permanentes de suporte aos gestores para auxiliar nas tomadas de decisões. Quanto à gestão da destinação turística, todos os indicadores se destacaram positivamente em relação à competitividade.

No escore geral obtido do estudo da percepção dos gestores quanto à competitividade das destinações turísticas verificou-se que os gestores de Gramado consideraram que os indicadores avaliados possuem desempenho competitivo percebido alto, o que demonstra que eles têm um posicionamento extremamente positivo. Tal constatação contribui significativamente para o avanço permanente na competitividade dentro da destinação turística e ainda conduz ao atendimento do primeiro objetivo específico deste trabalho.

Na análise do nível de desempenho competitivo efetivo, norteador por uma quantidade menor de indicadores, mas sem interferir ou comprometer a qualidade da interpretação dos resultados, observou-se que o mesmo encontra-se em sintonia com relação ao desempenho competitivo percebido já mencionado.

Dos nove indicadores analisados, 3 (três) apresentaram pontuação mínima e cinco (5) demonstraram alcançar desempenho superior, quando comparados à média do estado, o que possibilitou que fosse classificado como alto.

O indicador, média de gastos dos turistas nacionais por dia, que recebeu pontuação mínima, teve como justificativa por parte de alguns entrevistados, que se dá devido a não permanência de significativa parcela dos turistas na cidade por mais

de vinte e quatro horas e muitos dos produtos consumidos não terem maior valor agregado e que, na visão dos gestores, o maior consumo se dá no setor gastronômico.

Outro indicador que se destacou negativamente foi o de satisfação com o investimento, contudo, uma parte representativa dos entrevistados não quisera se manifestar a esse respeito, comprometendo o resultado.

Assim, conclui-se que nestas condições e análises, está evidenciada a correspondência entre a percepção dos gestores quanto ao desempenho competitivo percebido com o desempenho competitivo efetivo, o que atende ao que fora previsto no segundo objetivo específico do presente estudo.

Na percepção dos residentes quanto ao nível de qualidade de vida na destinação, dos vinte e três (23) indicadores, somente o indicador custo de alimentação/custo de vida não ficou enquadrado positivamente. De acordo com a percepção dos entrevistados, isso ocorre em decorrência de que a cidade seja basicamente movida pelo turismo. Verificou-se que há certo exagero por parte de alguns gestores na formação dos preços, tanto nas redes gastronômicas, quanto nos supermercados. No escore geral, os indicadores classificados positivamente no nível de qualidade de vida, fizeram com que o mesmo se qualificasse como alto, embora esse resultado não atenda a todos os entrevistados, o que mostra que ainda há aspectos que devam ser melhorados.

A constatação apresentada acima leva ao atendimento do terceiro objetivo específico proposto para o presente trabalho, pois foi feita a verificação da percepção dos residentes na destinação quanto ao nível de qualidade de vida.

Para apurar o nível de qualidade de vida efetiva na destinação, foram utilizados dezesseis (16) indicadores que apresentaram um escore final de 55 (cinquenta e cinco) pontos sobre um total de 80 (oitenta), o que o classificou como alto, conforme critérios já mencionados pelo pesquisador, norteado pelos estudos de Marzaro e Varzin (2008) e Vianna (2011).

É oportuno destacar os indicadores que atingiram somente a pontuação mínima como moradia, saúde, participação comunitária, cobertura em ensino e oportunidades, pois cabem a esses uma atenção especial, que futuramente, se trabalhados, podem alterar significativamente essa análise de forma positiva.

Este resultado (do nível de qualidade de vida efetivo) de maneira análoga ao resultado final no estudo realizado quanto ao desempenho competitivo efetivo, tomando por base os estudos de Heath (2002), Ricthie e Crouch (2003), Dwyer e Kim (2003) e Vianna (2011) apontam para a existência de uma correspondência entre a percepção dos residentes com relação à qualidade de vida e o seu desempenho efetivo mensurado neste estudo, o que leva ao atendimento do quarto objetivo específico proposto na introdução desta pesquisa.

Conforme disposto anteriormente, a finalização deste trabalho está em verificar se há correspondência entre a competitividade e a qualidade de vida na destinação turística de Gramado-RS. Na análise entre esses dois constructos, por meio da mensuração quanto ao do nível de desempenho percebido e efetivo da competitividade e da qualidade de vida percebida e efetiva foi possível confirmar a existência de correspondência entre os construtos, o que atende ao que fora proposto no quinto objetivo específico.

Com base no atendimento de todos os objetivos específicos deste trabalho, entende-se que o objetivo geral do mesmo também foi alcançado, uma vez que ficou evidenciada a existência de correspondência entre os dois construtos pesquisados, o que permite por parte dos gestores públicos e privados uma análise efetiva de quais são os aspectos a serem melhorados na destinação, de modo a aumentar a competitividade dos empreendimentos privados e também melhorar a qualidade de vida de seus residentes.

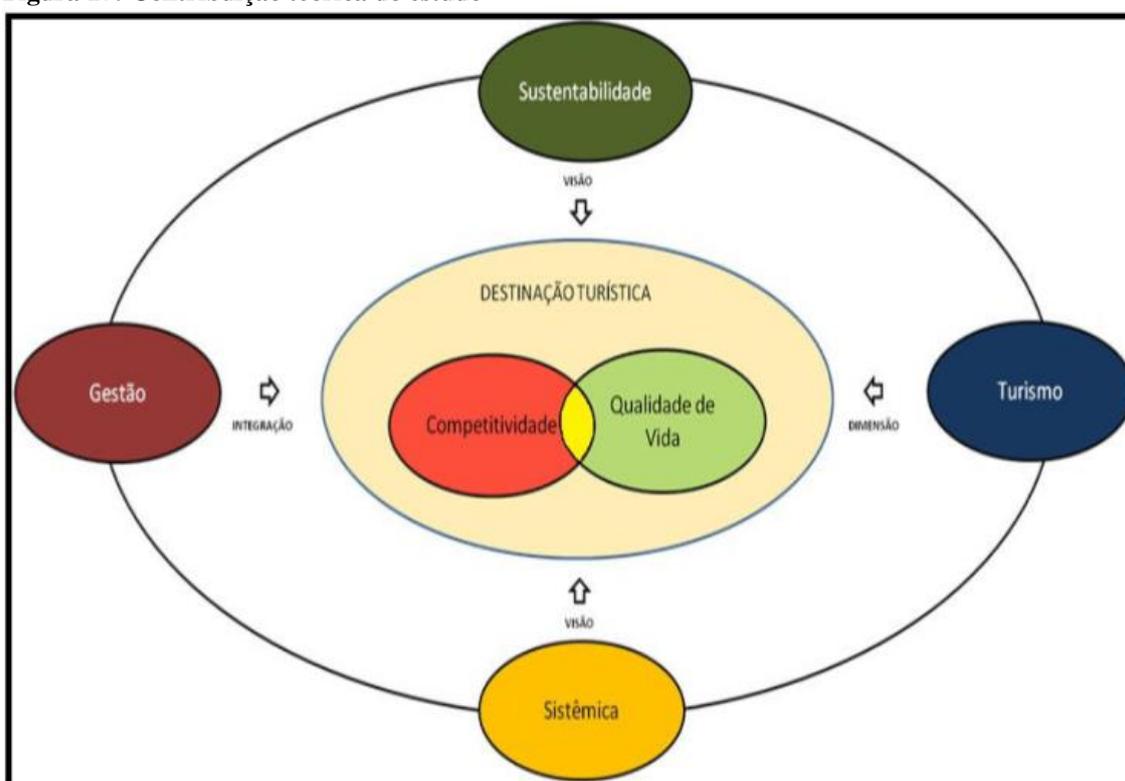
Para a execução desse trabalho, foram utilizadas ferramentas de análise quantitativa para efetivar a verificação das informações pertinentes à competitividade da destinação turística assim como para verificar a qualidade de vida dos residentes, que foram complementados com informações qualitativas que contribuíram para o entendimento das relações entre os dois constructos.

Este estudo pode contribuir significativamente para o mundo acadêmico em diversos setores como a Administração principalmente nas áreas de gestão pública e privada, bem como os profissionais da área do Turismo, facilitando a percepção quanto à importância do desenvolvimento da pesquisa científica como um meio de colaborar com a formação acadêmica e com a formação do profissional. No que tange ao ambiente social, entendendo o quanto a qualidade de vida é importante

para os residentes e visitantes e que poderá proporcionar um melhor resultado dentro da economia local e também fortalecendo a competitividade local.

A competitividade juntamente com a qualidade de vida pode contribuir significativamente para o desenvolvimento social e econômico da cidade, assim como, uma interação entre os participantes torna possível melhorar os relacionamentos entre si, se empreenderem esforços neste sentido conforme apresentado na fig 17.

Figura 17: Contribuição teórica do estudo



Fonte: Vianna (2011)

Dessa forma, avaliar as condições de qualidade de vida, através da implementação de propostas de melhorias constantes, tanto em programas privados quanto em políticas sociais gerais, no intuito de promover o bem-estar dos residentes e também promover a competitividade podendo colaborar na questão econômica dos empreendimentos. Entretanto, essa mesma competitividade somada a uma qualidade de vida tem condições de interferir positivamente para a geração de baixas taxas de criminalidade, aumento na expectativa de vida, ampliação do respeito pelos direitos humanos/sociais e distribuição equitativa dos recursos em vários setores econômicos.

Assim, pode-se concluir que através dos números evidenciados foi verificada a existência de correspondência entre a percepção dos residentes e os resultados efetivos relativos à qualidade de vida da comunidade, uma vez que no município em que a percepção foi alta, o desempenho dos indicadores efetivos apontou um desempenho também alto.

Essa interpretação, independentemente dos resultados positivos, remete que sejam desenvolvidas ações de melhoria com base no levantamento dos indicadores relativos à percepção dos residentes, uma vez que neste instrumento os residentes complementaram suas avaliações com ressalvas de quais os itens mais urgentes a serem trabalhados no sentido de aumentar a satisfação com relação à qualidade de vida no município.

Para a realização deste estudo foram encontradas algumas dificuldades, que merecem ser destacadas, uma vez que se não houvessem acontecido, o pesquisador poderia ter alcançado uma representatividade maior em suas amostras:

- Em função de a pesquisa ter sido realizada entre os meses de Novembro e Dezembro, esta foi prejudicada pelo fato de ser alta temporada nos setores de hospedagem e gastronômico, onde os gestores não tinham disponibilidade de tempo para atender ao pesquisador;
- A falta de fontes de dados e informações mais atualizadas para o desenvolvimento da pesquisa, assim como a dificuldade de acesso às informações, principalmente quando havia o envolvimento de órgãos públicos;
- O entendimento de alguns gestores quanto à seriedade da pesquisa, pois no seu entendimento, o resultado desta não impacta no dia a dia deles.

Para efeito de novos estudos, recomenda-se que sejam refeitas as pesquisas com maior tempo de aplicação respeitando os períodos de alta temporada e se possível, atingir 100% (cem por cento) dos envolvidos, de maneira que se obtenha uma leitura mais abrangente. O conjunto de indicadores sugerido para a mensuração do desempenho competitivo efetivo das destinações mostrou-se bastante apropriado, pois mostra vários aspectos que colaboram para a investigação do potencial competitivo de uma determinada destinação.

Ao encerrar o presente estudo verificou-se que o processo utilizado, para a análise das percepções dos atores da competitividade e qualidade de vida, viabilizou

a aprendizagem de métodos e técnicas que num futuro próximo venham a ser aplicadas de maneira sistemática pelo setor público com o intuito de proporcionar melhores resultados aos investimentos feitos com os recursos do Estado. Objetiva-se que estes investimentos possam contribuir tanto para o aumento da competitividade dos empreendimentos estabelecidos, quanto para a melhoria da qualidade de vida de sua população.

6 REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, F., **Desenvolvimento e Fomento produtivo local para superar a pobreza**, Banco do Nordeste, Fortaleza, 1998.

ALTENBURG, T.; GILLEGRAND, W. STAMER, J.M. **Building System Competitiveness**. 1. ed. Berlim: *German Development Institute – GDI*, pp. 1-15, 1998.

ALTENBURG, T.; HILLEBRAND W.; MEYER-STAMER, J. **Building Systemic Competitiveness – concept and cases studies from Mexico, Brazil, Paraguay, Korea and Thailand**. *REPORTS AND WORKING PAPERS*, Berlin: *German Development Institute*, mar, 1998. Disponível em: <<http://www.meyerstamer.de/1998/sysco98.pdf>> Acessado em: 08 de Março de 2015.

BAHL, M.. **Turismo: enfoques teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2003.

BARBOSA, L. G. M. (Org.). **Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: Relatório Brasil**. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2008. 84 p. FGV e SEBRAE.

BARBOSA, L. G. M.; OLIVEIRA, C. T. F.; REZENDE, C. *Competitiveness of tourist destinations: the study of 65 key destinations for the development of regional tourism*. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro , Vol. 44, Nº 5, Out. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122010000500004&lng=en&nrm=iso>. Acessado em: 28/02/2014.

BARNEY, J. B.; HESTERLI, W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**, Pearson Prentice Hall, São Paulo, 2007.

BECKER, D. F.. *Competitividade: O (des)caminho da globalização econômica*. **Teoria e Evidência Econômica**, Passo Fundo, Vol. 5, Nº 9, pp. 9-28, maio 1997.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.

_____, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph 2003.

BLANKE, J.; CHIESA, T. **The travel & tourism competitiveness report 2009**. WEF – *WORLD ECONOMIC FORUM*. Genebra, 2009.

BARBETTA, P. A. **Estatísticas aplicadas às ciências sociais**. 1 ed. Florianópolis: UFSC, 1994.

BRASIL - Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BUHALIS, D. *Marketing the competitive destination of the future*. **Tourism Management**. Vol. 21, pp. 971-16, 2000.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**: material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Brasília, DF: IICA, 1999.

CAVALCANTI, C. Política de governo para o desenvolvimento sustentável: uma introdução ao tema e a esta obra coletiva. In: Clóvis Cavalcanti (Org.) **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. São Paulo: Cortez: Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1997.

CAMARGO, L. O. de L.. Os domínios da hospitalidade. In: BUENO, Marielys Siqueira; DENCKER, Ada de Freitas Maneti (orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson, 2003.

CERTO, S. C. **Administração moderna**. 9ª ed., São Paulo: Prentice Hall, 2003.

COOPER, D.R.; SCHINDLER, P.S. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Bookman, 7a. Ed, 2003.

COUTINHO, L.; FERRAZ, J. C. **Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira**. Campinas: Papyrus. 1995.

COSTANZA, R.; FISHER, B.; ALI, S.; BEER, C.; BOND, L.; BOUMANS, R.; DANIGELIS, N. L.; DICKINSON, J.; ELLIOT, C.; FARLEY, J.; ELLIOTT GAYER, D.; MACDONALD GLENN, L.; HUDSPETH, T. R.; MAHONEY, D. F.; MCCAHILL, L.; MCINTOSH, B.; REED, B.; ABU TURAB RIZVI, S.; RIZZO, D. M.; SIMPATICO, T.; SNAPP, R. Quality of life: an approach integrating opportunities, human needs, and subjective well-being. **Ecological Economics**. N° 61, pp. 267-276, 2006.

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. R. B. Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise. **Unpublished Working Paper** WP 95-19, mai, 1995.

CROUCH, G. I., e RITCHIE, B. J. R. *Tourism, competitiveness, and societal prosperity*. **Journal of Business Research**, Vol. 44, N° 3, pp. 137-152, 1999.

CUNHA, L. A. G. **Economia e política do turismo**. Amadora, Portugal: McGraw-Hill, 1997.

CRUZ, R. C. A. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. 5ª ed. São Paulo: Futura, 2001.

DWYER, L.; FORSYTH, P.; RAO, P. Destination price competitiveness: Exchange rate changes versus domestic inflation. **Journal of Travel Research**. Vol. 40, pp. 328-336, feb, 2002.

DWYER, L.; KIM, C. *Destination competitiveness: determinants and indicators*. **Current Issues in Tourism**, Vol. 6, N° 5, pp. 369-414, 2003.

DIAS, R. CASSAR, M. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pretentice Hall. 2005

DIAS, R., **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. 1ª Ed, São Paulo- SP: Atlas, 2008.

DORNELLES, R. V. D. Análise da competitividade em empresas de desenvolvimento de software instaladas no TECNOPUC no Rio Grande do Sul. **Dissertação de Mestrado** em Administração e Negócios . Porto Alegre. MAN, PPGA – PUCRS, 2011.

ESSER, K. et al. **Systemic competitiveness: new governance patterns for industrial development**. 2. ed.Londres, Frank Cass, 1996.

FARAH Jr., M. F. **Pequena empresa e competitividade**. Curitiba: Guruá, 2004.

FBSP – Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Anuário 2010 do fórum brasileiro de segurança pública. Ano 4, 2010. Disponível em: <<http://www2.forumseguranca.org.br/sites/default/files/anuario2010FINALbaixa.pdf>> Acessado em:14/02/2015

FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. **Made in Brazil: Desafios competitivos para a indústria**. Rio de Janeiro: Campus: 1996.

Ferreira, L. B. (2010). Estratégias de segmentação da hotelaria para o turismo de negócios: um estudo em São Luís (MA) **Dissertação de Mestrado**. Recuperado de <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-04112010-165809/pt-br.php/>

FERREIRA, L. F.. Capacitação para o ecoturismo e envolvimento das comunidades anfitriãs. In: LAGE. B. H. G. (orgs). **Turismo, hotelaria e lazer**, 3. São Paulo: Atlas, 2004.

FIGUEIREDO, A. M. L. A Função turística do patrimônio: questionamentos sobre a ideia de sustentabilidade do turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo**, Vol. 5, Nº 4, Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ, 2005.

FILHO, J. A. **Endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local**. Planejamento e políticas públicas, Brasília, Nº 23. jun. 2001. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/viewFile/78/89>>. Acesso em: 19.01.2014

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

FRANÇA, R. D.; AMARAL, C. A. **Destinos competitivos metodologia para regionalização e roteirização turística**. Salvador, Sebrae, 2005.

FROTA, I. L. N. Análise dos determinantes da vantagem competitiva da carnicultura nordestina. In: ENCONTRO DA ANPAD, 29, 2005, Brasília. **[Anais eletrônicos...]** Distrito Federal, 2005.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIOIA R.M; STREHLAU, V.I.; TELLES R.; CROCCO L. **Marketing aplicado** - 2ª Ed, Editora Saraiva, São Paulo – SP, 2006

GRAMADOTUR, <http://www.gramadotur.com.br/economia.htm>. Acessado em 25.03.2015

GRINOVER, L. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, C. M. M. (org.) **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Barueri: Manole, 2002.

GOOROOCHURN, N.; SUGIYARTO, G. *Measuring competitiveness in the travel and tourism industry*. **TTRI Discussion Paper Series** 2004/7, Universidade de Nottingham, 2004.

_____. Hospitalidade e qualidade de vida: instrumentos para a ação. In: DENCKER, A. F. M.; BUENO, M. S. (orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson, 2003.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise multivariada de dados**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HARRIS L.C., OGBONNA. E. *Competitive advantage in the UK food retailing sector: past, present and future*. **Journal of Retailing and Consumer Services**, Vol. 8, pp. 157-173, 2001.

HEATH, E. *Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness*. **Jornal of Public Administration**. Vol. 37, Nº 3.1, pp. 327-353, nov, 2002.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional de Saneamento Básico, 2008. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesq. Nac. amost. domic., Rio de Janeiro, v. 31. Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Gramado. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=430910&search=rio-grande-do-sul|gramado>>. Acesso em: 22/08/2013

IGNARRA L. R., **Fundamentos do Turismo**, São Paulo, Pioneira, 1999.

IRVING, M.A.; CAMPHORA, A. L. A sustentabilidade como tendência no discurso turístico do Estado do Rio de Janeiro. In: BARTHOLO, R; DELAMARO, M.; BADIN, L. (Orgs.) **Turismo e Sustentabilidade no Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, R.J: Garamond, 2005.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **A estratégia em ação: balanced scorecard** . 4.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

KIM, C.; DWYER, L. *Destination competitiveness and bilateral tourism flows between Australia and Korea*. **The Journal of Tourism Studies**. Vol 4, Nº 2, 2003.

KASTENHOLZ, E. *The role and marketing implications of destination images on tourism behavior: the case of Northern Portugal*. 2002. 392 f. **Tese de Doutorado**. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2002.

LAS CASAS, A. L. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LUCHIARI, M. T.. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: LIMA, L. C. **Da cidade ao campo**: a diversidade do saber-fazer turístico. Fortaleza: Uece, 1998.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARQUES, C. F. **Administração de Operações** - Curitiba, PR: IESDE Brasil, 2011.

MARTINS, S. R. O. Desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 3, Nº 5, pp. 51-59, Set. 2002. Disponível em: <http://www3.ucdb.br/mestrados/RevistaInteracoes/n5_serjio_martins.pdf>. Acessado em 22/06/2013.

MAZARO, R. M.; VARZIN, G. Modelos de competitividad para destinos turísticos em el marco de la sostenibilidad. **Revista de Administração Contemporânea**. Vol. 12, Nº 3, 2008.

MASLOW, A. H. **Motivation and personality**. Nova York: Harper & Row Publishers Inc., 1ª ed. 1954, 3ª ed., 1987.

MELO, F. V. S.; FARIAS, S. A. Turismo, sustentabilidade e o comportamento do consumidor: reflexões à luz da teoria e proposições de pesquisa para gestão de destinos turísticos. **TURYDES: Revista de investigación en turismo y desarrollo local**, Málaga, Vol. 5, Nº 13, 2012. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/curydes/13/smaf.html>>. Acesso em: 19/11/2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional do Turismo**: diretrizes, metas e programas 2003 – 2007. Brasília(DF): MTur, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010** – Uma Viagem de Inclusão. Brasília(DF): MTur, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO, **Índice de competitividade do turismo nacional**: destinos indutores do desenvolvimento turístico regional : relatório Brasil 2013, Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília (DF), 2013.

MOSCARDO, G. *Understanding tourist experience through mindfulness theory*. In: Kozak, M. & Decrop, A. (eds.), **Handbook of Tourist Behavior**. Nova York: Routledge, pp. 99-115, 2009.

MOTA, K. C. N., VIANNA, S. L. G., ANJOS, F. A. **Competitividade das destinações turísticas**: estudo de casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2013.

- MYERS, D. *Community-relevant measurement of quality of life*. **Urban Affairs Quarterly**. Vol. 23, Nº 1, pp. 108-125, set, 1987.
- NEWALL, J.E. *The challenge of competitiveness*. **Business Quarterly**. Vol. 56, Nº. 4, pp. 94-100, 1992.
- NOBRE, M.R.C. Qualidade de Vida. **Arq Bras Cardiol**. Vol. 64, Nº 4, pp. 299-300, 1995. Disponível em:
<<http://www.arquivosonline.com.br/pesquisartigos/Pdfs/1995/V64N4/64040002.pdf>>.
Acesso em: 01/12/2013
- OLIVEIRA, A. **Turismo e desenvolvimento** – planejamento e organização. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2000.
- OLIVEIRA, E. S. Percepção dos autóctones em relação à economia, meio ambiente e ao turismo em Ilhéus – BA. In: SEMINTUR, 4., Caxias do Sul, RS. **Anais [...]**, GT 10. Caxias do Sul, RS, 2006.
- OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DEL TURISMO., **Introdução ao Turismo**, São Paulo: Ed Roca, 2001.
- PIRES, P. S. Ecoturismo no Brasil: uma abordagem histórica e conceitual na perspectiva ambientalista. **Tese (Doutorado)**. FFLCH – USP, 1998.
- POSSAS, M. L. **Estruturas de mercado em oligopólio**. São Paulo: Hucitec, 1985.
- PORTER, M.E. A vantagem competitiva das nações. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- PRODANOV, C. C.; **Manual de metodologia científica**. Novo Hamburgo: Feevale Editora, 2005.
- _____, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009.
- RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. **The competitive destination: a sustainable tourism perspective**. Cabi Publishing, Cambridge, 2003.
- ROGERSON, R. J. *Quality of life and city competitiveness*. **Urban studies**. Vol 36, Nº 5-6, 1999.
- SANTOS, L. D.; MARTINS, I. **A qualidade de vida urbana** – o caso da cidade do porto. WORKING PAPERS DA FEP – Investigação – Trabalhos em Curso – Nº 116, maio de 2002.
- SECRETARIA DO TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – SETUR, <http://www2.turismo.rs.gov.br/portal/index.php?q=secretaria&cod=4&id=17&item=39&fg=3>. Acessado em 22/01/2015.
- SEN, A. **Desigualdade reexaminada**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SILVA, J. A. S. Turismo, Crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em Cluster. 480f. **Tese de Doutorado**. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. USP, São Paulo, 2004.

SILVEIRA, M. A. T. Planejamento territorial e dinâmica local: Bases para o turismo sustentável. In: RODRIGUES, A. B. (org). **Turismo desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SILVEIRA, C.; BOCAYUVA, C.; ZAPATA, T. **Ações integradas e desenvolvimento local**: tendências, oportunidades e caminhos. São Paulo: Polis/Programa Gestão Pública e Cidadania/EAESP/FGV, 2001.

SIRGY, M. J. A quality-of-life theory derived from Maslow's developmental perspective: "quality" is related to progressive satisfaction of a hierarchy of needs, lower order and higher. **American Journal of Economics and Sociology**. Vol. 45, Nº 3, pp. 329-342, 1986

SNSA – Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental. Sistema nacional de informações sobre saneamento: diagnóstico dos serviços de água e esgoto – 2008. Brasília: MCIDADES.SNSA, 2010. Disponível em: <http://www.snis.gov.br/Arquivos_SNIS/5_DIAGNOSTICOS/5.1_Agua%26Esgotos/5.1.14_Diagnostico2008/Tabela/AED14_tabelas.zip> Acessado em: 10/03/2015

RABAHY, W. A. **Turismo e desenvolvimento**. São Paulo: Manole, 2003.

RIPSA – Rede Interagencial de Informações para a Saúde. IDB 2009 - Brasil. E.1 Número de profissionais de saúde por habitante. Médicos por 1.000 habitantes segundo unidade da federação – SC. Disponível em: <<http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/tabcgi.exe?idb2009/e01.def>> Acessado em: 14/02/2015

ROCHA, E. M. P. Práticas de cooperação entre as organizações do terceiro Setor e as empresas lucrativas, **Dissertação de Mestrado**, Universidade do Minho, Portugal, 2013

ROCHA, R. M.; MAGALHAES, A. Valoração das amenidades urbanas: uma estimativa a partir dos diferenciais salariais e do custo de habitação para as regiões metropolitanas brasileiras. **Revista de Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, Vol. 17, Nº 1, Abr. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-98482013000100003&lng=en&nrm=iso>. Acessado em: 28/02/2014.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 11. ed. Campinas: Papiros, 1997.

VENTURA, D. **Monografia jurídica**, Porto Alegre, Livraria do Advogado, 2002.

VIANNA, S. L. G. A competitividade e a qualidade de vida na destinação turística – análise quanto a sua correspondência, **Tese de Doutorado**. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Biguaçu, 2011.

VIANNA, T. L. **Roteiro didático de elaboração de projetos de pesquisa em Direito**, espaço Universitário – PUCMG, Ano II, N° 13, 2003.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. Ed. Porto Alegre: Bookmann, 2010.

7. ANEXOS



PESQUISA SOBRE A COMPETITIVIDADE DAS DESTINAÇÕES TURÍSTICAS E SUA CORRESPONDÊNCIA COM A QUALIDADE DE VIDA DOS RESIDENTES

O objetivo dessa pesquisa é explorar a existência de uma correspondência nesta destinação turística do potencial competitivo e a qualidade de vida de seus residentes no município de Gramado cuja base econômica está ligada ao turismo. Esta pesquisa está sendo desenvolvida pelo mestrando Edson Luís Müller, sob orientação do Professor Dr. Silvio Luiz Gonçalves Vianna, como parte integrante de sua dissertação de mestrado no curso de Mestrado em Turismo, da Universidade de Caxias do Sul - UCS.

Agradecemos sua colaboração!

Identificação do Respondente	
Instituição: _____	
Órgão: _____	
Cidade: _____	Bairro: _____
Cargo: _____	Tempo de Instituição: _____
Escolaridade: _____	Sexo: _____ Idade: _____
Integra o conselho Municipal de Turismo: _____	
Volume de Investimentos feito no último ano (em R\$): _____	

	1	2	3	4	5	6
Em relação ao Macro Ambiente analise os indicadores abaixo e defina qual o desempenho competitivo de sua destinação turística, para cada um deles, adotando os seguintes critérios: 1 - Muito Fraco, 2 - Fraco, 3 - Medianamente Fraco, 4 - Medianamente Forte, 5 - Forte e 6 - Muito Forte.						
01 - Índice de Inflação						
02 - Taxa de Câmbio						
03 - Exigências feitas pelo Governo Federal para obtenção de visto de entrada no País						
04 - Políticas Nacionais e Estaduais de Preservação Ambiental						
05 - Políticas Nacionais de Desenvolvimento do Turismo						
06 - Organizações de Suporte e Apoio ao Turismo em Âmbito Nacional e Estadual						
Em relação ao Micro Ambiente analise os indicadores abaixo e defina qual o desempenho competitivo de sua destinação turística, para cada um deles, adotando os seguintes critérios: 1 - Muito Fraco, 2 - Fraco, 3 - Medianamente Fraco, 4 - Medianamente Forte, 5 - Forte e 6 - Muito Forte.						

Atrativos	1	2	3	4	5	6
07 - Naturais (Belezas naturais, fauna, flora, praias, etc)						
08 - Culturais (Monumentos, bibliotecas, parques de exposições, museus, etc)						
09 - Entretenimento (Parques temáticos, parques ecológicos, cinemas, teatros, boates, etc)						
10 - Compras (Shopping centers, centros de compra, lojas de artesanato, etc)						
11 - Eventos (Festas típicas, apresentação de grupos folclóricos, feiras, etc)						
Infra Estrutura	1	2	3	4	5	6
12 - Acomodações (Estrutura de hospedagem na rede hoteleira e de pousadas)						
13 - Gastronomia (Estrutura de Restaurantes, Bares e Lanchonetes)						
14 - Acessibilidade (Condições das estradas de acesso ao destino turístico)						
15 - Comunicação (Placas de sinalização que permitam ao turista orientar-se pelo destino)						
16 - Saneamento (Acesso a água tratada e coleta de esgoto)						
17 - Conveniência (Acesso a bens de consumo e itens relativos às necessidades básicas)						
18 - Segurança (Garantia de segurança física e patrimonial)						
19 - Saúde (Acesso a serviços de saúde em casos de emergência)						
Concorrência	1	2	3	4	5	6
20 - Oferta (Quantidade de estabelecimentos que oferecem serviços aos turistas)						
21 - Demanda (Quantidade de turistas que procuram por serviços na destinação)						
22 - Fornecedores (Empresas encarregadas de suprir as necessidades das empresas locais)						
23 - Hospitalidade (Receptividade ao turista por parte dos residentes)						
24 - Recursos Humanos (Qualidade da mão-de-obra utilizada no atendimento ao turista)						
25 - Instituições de Pesquisa e Desenvolvimento (Existência e contribuição)						
26 - Políticas Locais/Regionais de Proteção Ambiental (Existência e contribuição)						
27 - Políticas Locais/Regionais de Desenvolvimento do Turismo (Existência e contribuição)						
28 - Organizações de Apoio e Suporte em Âmbito Local/Regional (Existência e contribuição)						
Em relação a Gestão da Destinação Turística analise os indicadores abaixo e defina qual o desempenho competitivo de sua destinação turística, para cada um deles, adotando os seguintes critérios: 1 - Muito Fraco, 2 - Fraco, 3 - Medianamente Fraco, 4 - Medianamente Forte, 5 - Forte e 6 - Muito Forte.						
29 - Gestão de Marketing (Divulgação e publicidade do destino turístico)						
30 - Gestão Ambiental (Preservação e sustentabilidade dos recursos naturais)						
31 - Gestão Tecnológica (Desenvolvimento de sistemas informatizados para atendimento)						
32 - Gestão de Recursos Humanos (Qualificação e acompanhamento da mão-de-obra)						
33 - Gestão da Oferta (Análise da capacidade instalada na destinação)						
34 - Gestão da Demanda (Análise do fluxo de turistas que visitam o destino)						
35 - Gestão do Conhecimento (Disseminação de práticas de sucesso entre as empresas)						
36 - Monitoramento e Avaliação da Competitividade (Acompanhamento do desempenho)						



**PESQUISA SOBRE A COMPETITIVIDADE DAS DESTINAÇÕES TURÍSTICAS E SUA
CORRESPONDÊNCIA COM A QUALIDADE DE VIDA DOS RESIDENTES**

O objetivo dessa pesquisa é explorar a existência de uma correspondência nesta destinação turística do potencial competitivo e a qualidade de vida de seus residentes no município de Gramado cuja base econômica está ligada ao turismo. Esta pesquisa está sendo desenvolvida pelo mestrando Edson Luís Müller, sob orientação do Professor Dr. Silvio Luiz Gonçalves Vianna, como parte integrante de sua dissertação de mestrado no curso de Mestrado em Turismo, da Universidade de Caxias do Sul - UCS.

Agradecemos sua colaboração!

Identificação do Respondente	
Razão Social da Empresa: _____	
Nome Fantasia da Empresa: _____	
Ramo de Atividade: _____	
Cidade: _____	Bairro: _____
Cargo: _____	Tempo de Empresa: _____
Escolaridade: _____	Sexo: _____ Idade: _____
Origem do Capital: _____	
Integra Algum Roteiro: _____	
Número de Funcionários: _____	Percentual de Satisfação com o Empreend.: _____
Volume de Investimentos feito no último ano (em R\$): _____	

	1	2	3	4	5	6
Em relação ao Macro Ambiente analise os indicadores abaixo e defina qual o desempenho competitivo de sua destinação turística, para cada um deles, adotando os seguintes critérios: 1 - Muito Fraco, 2 - Fraco, 3 - Medianamente Fraco, 4 - Medianamente Forte, 5 - Forte e 6 - Muito Forte.						
01 - Índice de Inflação						
02 - Taxa de Câmbio						
03 - Exigências feitas pelo Governo Federal para obtenção de visto de entrada no País						
04 - Políticas Nacionais e Estaduais de Preservação Ambiental						
05 - Políticas Nacionais de Desenvolvimento do Turismo						
06 - Organizações de Suporte e Apoio ao Turismo em Âmbito Nacional e Estadual						

Em relação ao Micro Ambiente analise os indicadores abaixo e defina qual o desempenho competitivo de sua destinação turística, para cada um deles, adotando os seguintes critérios: 1 - Muito Fraco, 2 - Fraco, 3 - Medianamente Fraco, 4 - Medianamente Forte, 5 - Forte e 6 - Muito Forte.						
Atrativos	1	2	3	4	5	6
07 - Naturais (Belezas naturais, fauna, flora, praias, etc)						
08 - Culturais (Monumentos, bibliotecas, parques de exposições, museus, etc)						
09 - Entretenimento (Parques temáticos, parques ecológicos, cinemas, teatros, boates, etc)						
10 - Compras (Shopping centers, centros de compra, lojas de artesanato, etc)						
11 - Eventos (Festas típicas, apresentação de grupos folclóricos, feiras, etc)						
Infra Estrutura	1	2	3	4	5	6
12 - Acomodações (Estrutura de hospedagem na rede hoteleira e de pousadas)						
13 - Gastronomia (Estrutura de Restaurantes, Bares e Lanchonetes)						
14 - Acessibilidade (Condições das estradas de acesso ao destino turístico)						
15 - Comunicação (Placas de sinalização que permitam ao turista orientar-se pelo destino)						
16 - Saneamento (Acesso a água tratada e coleta de esgoto)						
17 - Conveniência (Acesso a bens de consumo e itens relativos às necessidades básicas)						
18 - Segurança (Garantia de segurança física e patrimonial)						
19 - Saúde (Acesso a serviços de saúde em casos de emergência)						
Concorrência	1	2	3	4	5	6
20 - Oferta (Quantidade de estabelecimentos que oferecem serviços aos turistas)						
21 - Demanda (Quantidade de turistas que procuram por serviços na destinação)						
22 - Fornecedores (Empresas encarregadas de suprir as necessidades das empresas locais)						
23 - Hospitalidade (Receptividade ao turista por parte dos residentes)						
24 - Recursos Humanos (Qualidade da mão-de-obra utilizada no atendimento ao turista)						
25 - Instituições de Pesquisa e Desenvolvimento (Existência e contribuição)						
26 - Políticas Locais/Regionais de Proteção Ambiental (Existência e contribuição)						
27 - Políticas Locais/Regionais de Desenvolvimento do Turismo (Existência e contribuição)						
28 - Organizações de Apoio e Suporte em Âmbito Local/Regional (Existência e contribuição)						
Em relação a Gestão da Destinação Turística analise os indicadores abaixo e defina qual o desempenho competitivo de sua destinação turística, para cada um deles, adotando os seguintes critérios: 1 - Muito Fraco, 2 - Fraco, 3 - Medianamente Fraco, 4 - Medianamente Forte, 5 - Forte e 6 - Muito Forte.						
29 - Gestão de Marketing (Divulgação e publicidade do destino turístico)						
30 - Gestão Ambiental (Preservação e sustentabilidade dos recursos naturais)						
31 - Gestão Tecnológica (Desenvolvimento de sistemas informatizados para atendimento)						
32 - Gestão de Recursos Humanos (Qualificação e acompanhamento da mão-de-obra)						
33 - Gestão da Oferta (Análise da capacidade instalada na destinação)						
34 - Gestão da Demanda (Análise do fluxo de turistas que visitam o destino)						
35 - Gestão do Conhecimento (Disseminação de práticas de sucesso entre as empresas)						
36 - Monitoramento e Avaliação da Competitividade (Acompanhamento do desempenho)						



**PESQUISA SOBRE A COMPETITIVIDADE DAS DESTINAÇÕES TURÍSTICAS E SUA
CORRESPONDÊNCIA COM A QUALIDADE DE VIDA DOS RESIDENTES**

O objetivo dessa pesquisa é explorar a existência de uma correspondência nesta destinação turística do potencial competitivo e a qualidade de vida de seus residentes no município de Gramado cuja base econômica está ligada ao turismo. Esta pesquisa está sendo desenvolvida pelo mestrando Edson Luís Müller, sob orientação do Professor Dr. Silvio Luiz Gonçalves Vianna, como parte integrante de sua dissertação de mestrado no curso de Mestrado em Turismo, da Universidade de Caxias do Sul - UCS.

Agradecemos sua colaboração!

Identificação do Respondente	
Cidade:	_____
Bairro:	_____
Escolaridade:	_____
Idade:	_____ Sexo: _____ Estado Civil: _____
Renda Familiar Mensal:	A() B() C() D() E() F()
Naturalidade:	_____
Tempo de Residência no Município:	_____

	1	2	3	4	5	6
Analise cada um dos indicadores abaixo e defina qual o desempenho individual em relação a qualidade de vida no município, utilizando-se dos seguintes parâmetros: 1 - Muito Ruim, 2 - Ruim, 3 - Medianamente Ruim, 4 - Medianamente Bom, 5 - Bom e 6 - Muito Bom.						
01 - Ambiente/Poluição (Qualidade do ar, das águas e do solo)						
02 - Atmosfera de Paz e Tranquilidade (Ambiente tranquilo e sossegado)						
03 - Clima (Temperatura média ao longo do ano)						
04 - Oportunidades de Estilo de Vida (Mobilidade Social)						
05 - Trabalho (Oferta de postos de trabalho)						
06 - Aposentadoria (Atenção à terceira idade)						
07 - Acesso e Custo de Moradia (Quantidade e valor dos imóveis à disposição)						
08 - Assistência Médica/Saúde Pública (Quantidade e qualidade do serviço disponível)						
09 - Criminalidade/ Segurança Pública (Ordem e garantia do patrimônio)						

10 - Meios de Transporte/Fluxo de Trânsito (Quantidade e qualidade)						
11 - Educação (Oferta de vagas e qualificação dos profissionais)						
	1	2	3	4	5	6
Analise cada um dos indicadores abaixo e defina qual o desempenho individual em relação a qualidade de vida no município, utilizando-se dos seguintes parâmetros: 1 - Muito Ruim, 2 - Ruim, 3 - Medianamente Ruim, 4 - Medianamente Bom, 5 - Bom e 6 - Muito Bom.						
12 - Recreação (Espaços públicos para lazer, praças, ginásios, parques, etc)						
13 - Clima para Economia/Negócios (Ambiente ideal para desenvolvimento de novos empr.)						
14 - Diversidade Artística e Cultural (Espaço para divulgação da cultura)						
15 - Incentivos (Isenção de Impostos e/ou programas de apoio a novos empreendimentos)						
16 - Espaço Comercial (Nível de desenvolvimento do comércio local)						
17 - Custos de Alimentação/Custo de Vida						
18 - Envolvimento Político (Liberdade de expressão política e de idéias)						
19 - Renda (Remuneração média dos moradores locais)						
20 - Preservação ambiental (Respeito às áreas de preservação)						
21 - Acessibilidade (Obras voltadas à pessoas portadoras de necessidades especiais)						
22 - Socialização (Espaços públicos voltados à comunidade)						
23 - Geral (Classificação da Qualidade de Vida de maneira geral)						

RENDA FAMILIAR - FAIXAS

- A - R\$ 14.500 ou mais
- B - De R\$ 7.250,00 a R\$ 14.499,99
- C - De R\$ 2.900,00 a R\$ 7.249,99
- D - De R\$ 1.450,00 a R\$ 2.899,99
- E - Até R\$ 1.449,99