

DESTINOS TURÍSTICOS COMO
TERRITÓRIOS DE INOVAÇÃO:
ANÁLISE DOS VETORES DE
COMPETITIVIDADE URBANA À LUZ
DOS PRESSUPOSTOS SUGERIDOS
PELA UNIÃO EUROPEIA, POR
MEIO DO RELATÓRIO 'STATE OF
EUROPEAN CITIES'

*TOURISM DESTINATIONS AS TERRITORIES OF INNOVATION: ANALYSIS OF URBAN
COMPETITIVENESS DRIVERS IN LIGHT OF THE PREMISES PROPOSED BY THE
EUROPEAN UNION, THROUGH THE REPORT 'STATE OF EUROPEAN CITIES'*

*LOS DESTINOS TURÍSTICOS COMO TERRITORIOS DE INNOVACIÓN: ANÁLISIS
DE LOS VECTORES DE COMPETITIVIDAD URBANA A LA LUZ DE LOS PRESUPUESTOS
SUGERIDOS POR LA UNIÓN EUROPEA A TRAVÉS DEL INFORME 'STATE OF
EUROPEAN CITIES'*

Thays Cristina Domareski-Ruiz

Doutoranda em Geografia pela Universidade Federal do Paraná, Brasil.

thaysdomareski@gmail.com

José Manoel Gândara

Professor adjunto do Departamento de Turismo, do Mestrado em Turismo e
do Mestrado/Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná, Brasil.

jmggandara@yahoo.com.br

Adriana Fumi Chim-Miki

Doutoranda em Economia, Gestão e Turismo pela Universidade de Las Palmas de
Gran Canaria, Espanha.

adriana.chimmiki@gmail.com

RESUMO: Este artigo tem como objetivo principal apresentar e analisar os pilares propostos pelo *State of European Cities Report* (2007) para a competitividade urbana sob uma perspectiva de competitividade e inovação territorial, focalizando-os como base para que as cidades se desenvolvam como destinos turísticos. A metodologia utilizada no artigo foi um estudo exploratório, com pesquisa bibliográfica e documental, cruzando o marco teórico com a proposta europeia. Considerou-se inovação desde a proposta do Manual de Oslo, e entre os resultados do artigo, identificou-se que a inovação territorial pode ser uma estratégia para as cidades que desejam se tornar destinos turísticos, sendo adequado focalizar nos quatro pilares da competitividade territorial – talento, inovação, conectividade, empreendedorismo. O artigo contribui para expor uma estratégia utilizada pela União Europeia, a qual situa as cidades como territórios centros de convergências para o desenvolvimento local, refletindo em melhorias sistêmicas da competitividade urbana.

Palavras-chave: Destino turístico. Competitividade de destinos. Inovação territorial. *State of European Cities Report*.

ABSTRACT: This paper aims to present and analyze the pillars proposed by the State of European Cities Report (2007) for urban competitiveness from a perspective of competitiveness and territorial innovation, focusing on them as a basis for cities to develop as tourist destinations. The methodology used in the article was an exploratory study, with bibliographical and documentary research, crossing the theoretical framework with the European proposal. Innovation was considered based on the proposal of the Oslo Manual, and among the results, it was identified that territorial innovation can be a strategy for cities wishing to become tourism destinations. It is therefore appropriate to focus on the four pillars of territorial competitiveness - talent, innovation, connectivity, entrepreneurship. The paper addresses a strategy used by the European Union, which considers cities as central territories of convergence for local development, reflecting systemic improvements in urban competitiveness.

Keywords: Tourism Destination. Destination Competitiveness. Territorial Innovation. State of European Cities Report.

RESUMEN: El objetivo principal de este artículo es presentar y analizar los pilares propuestos por el *State of European Cities* (2007) para la competitividad urbana desde una perspectiva de competitividad e innovación territorial, enfocándolos como base para que las ciudades se desarrollen como destinos turísticos. La metodología utilizada en el artículo fue un estudio exploratorio con una investigación bibliográfica y documental que compara el marco teórico con la propuesta europea. Se consideró la innovación a partir de la propuesta del Manual de Oslo, y entre los resultados del artículo se identificó que la innovación territorial puede ser una estrategia para las ciudades que desean convertirse en destinos turísticos, siendo adecuado focalizar en los cuatro pilares de la competitividad territorial – talento, innovación, conectividad, emprendedorismo. El artículo contribuye para exponer una estrategia utilizada por la Unión Europea, en la cual se sitúan las ciudades como territorios centros de convergencia para el desarrollo local, que se refleja en mejoras sistémicas de la competitividad urbana.

Palabras clave: Destino turístico. Competitividad de destinos. Innovación territorial. *State of European Cities Report*.

INTRODUÇÃO

Nas últimas seis décadas, o turismo experimentou uma expansão contínua e diversificada, assim muitas instituições têm destacado a importância do turismo como um motor para a mudança social e como ferramenta de desenvolvimento econômico (PULIDO-FERNÁNDEZ & SANCHEZ-RIVERO, 2010; WTTC, 2005, WEF, 2013; OMT, 2014). O Estudo de Impacto Econômico de *World Travel Tourism Council (WTTC)*, produzido pela *Oxford Economics*, corrobora estas afirmações, pois a contribuição direta do turismo para a economia mundial foi de 3,1% em 2013, contribuindo com U\$ 2,2 trilhões de dólares para o produto mundial bruto (PIB) e criando 101 milhões de empregos (WTTC, 2014).

O turismo assumiu múltiplas facetas, passando de uma simples atividade setorial a um fenômeno considerado como muito expressivo na sociedade pós-industrial (RODRIGUES, 1997). O novo contexto do turismo globalizado se caracteriza por uma situação em cuja competitividade do destino turístico é cada vez mais importante para aquelas economias que dependem diretamente desta atividade (TABERNER, 2007). Os destinos turísticos enfrentam um difícil processo de sobrevivência, em cuja estratégia competitiva marca e define sua trajetória (SANCHO PÉREZ; GARCÍA MESANAT, 2007). Portanto, atingir ótimos níveis de competitividade se transforma em um fator absolutamente estratégico para os destinos turísticos (FERRERAS, 2010).

Castells (2000) coloca a competitividade como uma das grandes forças propulsoras da economia informacional, que está calcada na capacidade dos agentes econômicos (empresas, regiões ou nações) gerarem, processarem e aplicarem eficientemente o conhecimento dentro de uma rede global de interação para melhorar a produtividade e a competitividade local. No entanto, competitividade é um processo altamente localizado (PORTER, 1980), apesar deste ambiente globalizado. Assim, a qualidade do território é um fator determinante da competitividade das empresas, daí que exista uma evidente relação entre a competitividade das empresas e a competitividade dos territórios (SALVADO ALVES, 2008).

A temática de competitividade apresenta-se com grande presença no debate mundial, especialmente relacionada ao papel do turismo no desenvolvimento econômico e, apesar de diversos estudos terem sido desenvolvidos, ainda é um amplo campo de pesquisa (ALVES, 2013; PULIDO-FERNÁNDEZ; SANCHEZ-RIVERO, 2010).

Muitos estudos de competitividade de destinos turísticos foram desenvolvidos buscando formas explicativas e/ou de medida deste constructo. Dentre eles, destacam-se: o Modelo de Porter (1979;1989), com uma perspectiva econômica e industrial; o Modelo Sistêmico do Instituto Alemão - Esser (1994); o Modelo de Crouch e Ritchie (1999), com uma abordagem conceitual; o Modelo Integrado de Dwyer e Kim (2003), com diversos indicadores de medida; o Modelo Conceitual de Heath (2003); o Modelo Empírico de Hong (2009); o Índice de Competitividade Turística do Fórum Econômico Mundial, *Travel & Tourism Competitiveness Index* (2007); entre outros. No Brasil, este construto tem sido medido na atividade turística pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e pelo Ministério do Turismo (MTur), desde o ano de 2008, por meio de um modelo apresentado pelo "Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores".

Reafirmando as principais teorias da competitividade, porém focalizando na capacidade das cidades melhorarem a competitividade por meio do fomento a inovação, em 2007 uma proposta realizada pela União Europeia determina quatro pilares que sustentam a competitividade, o planejamento e o desenvolvimento das cidades europeias: talento, inovação, conectividade e empreendedorismo (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Sob a ótica destes pilares, as cidades que desejam tornarem-se destinos turísticos competitivos devem firmar-se como territórios de inovação. A questão da competitividade territorial ganhou impulso, tornou-se realidade indissociável do desenvolvimento, da globalização, passando a constituir tema recorrente em múltiplas análises, tanto de mercado como de meios acadêmicos, políticos, econômicos e sociais (SALVADO ALVES, 2008).

À realidade urbana somam-se diversos equipamentos e serviços, entre os quais se destacam os locais de entretenimento e os meios de hospedagem, que contribuem para outra identidade das metrópoles, a de destino turístico,

que para muitos moradores se constitui em uma possibilidade irreal em função dos problemas urbanos presentes; mas ao olhar do visitante, a cidade pode representar um produto de consumo turístico de grande valor, caracterizando o turismo urbano (VERA *et al.*, 1997).

O êxito das cidades no novo cenário global está cada vez mais interdependente, interconectado e competitivo e está diretamente relacionado à sua capacidade de gerar um ambiente propício ao investimento, à inovação e à criatividade, para promover atividades econômicas diferenciadas e com alto valor agregado, incentivar a melhoria contínua da qualidade de vida, no âmbito de um compromisso permanente com a preservação dos recursos ambientais e culturais (URBANTUR, 2012).

O objetivo do presente trabalho foi apresentar e analisar os pilares propostos pelo *State of European Cities Report* (2007) para a competitividade urbana sob uma perspectiva de competitividade e inovação territorial, focalizando-os como base para que as cidades se desenvolvam como destinos turísticos,

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O DESTINO TURÍSTICO COMO UNIDADE DE ANÁLISE TERRITORIAL

O território é uma categoria de análise (SANTOS, 1999) que considera as diferentes formas de produção e apropriação dos espaços (RAFFESTIN, 1993), bem como as relações de poder entre os envolvidos. A atividade turística encontra neste âmbito a possibilidade de considerar o destino turístico como unidade de análise, podendo este destino ser uma cidade, região ou país. Considera-se que esta perspectiva favorece ao enfoque pluralista do fenômeno turístico, em razão de que, na sua essência, este fenômeno produz e consome espaços (RODRIGUES, 1997; LUCHIARI, 1998) e, por consequência, territórios. Assim, os destinos ocupam um papel de centralidade para o desenvolvimento turístico, analogamente ao que propõe Manzanal (2007), quando define que os territórios têm papel central para gerar outras perspectivas de produção e desenvolvimento.

Desde um ponto de vista territorial, Bull (1994) definiu que destino turístico é “o país, região ou cidade a que se dirigem os visitantes.” Cooper *et al.* (1993) também apresentam um conceito vinculado ao território, pois para estes autores o destino turístico é considerado uma concentração de instalações e serviços (empresas e serviços ou produtos e serviços) criados para satisfazer as necessidades dos turistas.

Visto de forma integral, o destino turístico é um produto de base territorial, que pode incorporar outros produtos que, necessariamente, devem ser comercializados nos mercados turísticos por meio de operadores e que devem ser acompanhados de uma marca de identificação (SANCHO *et al.*, 2001). O destino turístico é caracterizado por um espaço físico que inclui atrações, produtos, serviços e recursos turísticos, possuindo fronteiras físicas e administrativas que definem a gestão (FLORES; MENDES, 2014).

Os destinos turísticos podem ser um país, região, estado, cidade ou um lugar ou espaço geográfico determinado, com características de clima, infraestrutura e serviços próprios, com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planejamento, que adquirem centralidade, atraindo turistas mediante produtos estruturados e adaptados às satisfações buscadas, graças à valorização e à ordenação dos atrativos disponíveis, os quais são dotados de uma marca e os quais são comercializados tendo em conta seu caráter integral (VALLS, 2006).

O destino turístico é “um conjunto de instituições e atores localizados em um espaço físico ou virtual, onde transações e atividades mercadologicamente orientadas ocorrem, modificando a tradicional dicotomia entre produção e consumo” (SARANIEMI; KYLANEN, 2011, p.13).

Em uma perspectiva de gestão, os destinos turísticos são áreas geográficas definidas que oferecem um conjunto de produtos e serviços turísticos integrados que são comercializados e consumidos pelos turistas (BUHALIS, 2000). Destinos turísticos são sistemas difíceis de administrar. O gerenciamento e a promoção se transformam num grande desafio devido à complexidade das relações entre os atores locais, bem como a variedade de atores envolvidos no desenvolvimento e na produção dos produtos turísticos (SAUTTER; LEISEN, 1999; BUHALIS, 2000; SARANIEMI; KYLANEN, 2011).

Estas últimas perspectivas são claramente marcadas pelas visões da economia e da gestão, focando especialmente na comercialização, aspecto destacado como relevante para diversos autores (KOTLER; BOWEN; MAKENS, 1999; KOTLER; HAIDER; REIN, 1993; COOPER et al., 1993).

Pearce (2003; 2001), na tentativa de uma maior sistematização do estudo do turismo urbano, busca focar em suas obras a organização do território e procura propor um método de análise para o turismo urbano, pois, segundo este, “a complexidade, fragmentação e falta de coerência determina um esquema de estudo analítico que proporcione uma perspectiva mais sistemática sobre os temas próprios do turismo urbano”. (PEARCE, 2001, p. 342). Existe a necessidade de uma análise mais integradora que examine as conexões entre os temas que compõem o desenvolvimento turístico em seus mais diversos níveis (PEARCE, 2001).

Recentes revisões teóricas de Pearce (2014) referenciam os destinos como construções sociais, salientando o papel dos fatores locais, enfatizando o envolvimento e o impacto sobre os residentes e destacando a maneira como os lugares são transformados por e para o turismo. Esta abordagem de gerenciamento do destino é considerada mais holística e permite refletir as particularidades e o dinamismo do contexto local (PEARCE, 2014).

Tendo presente os conceitos de destinos turísticos apresentados, com os olhares do território e da gestão, a seguir serão discutidos os temas competitividade e inovação territorial de destinos turísticos.

COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO TERRITORIAL DE DESTINOS TURÍSTICOS

O interesse pela competitividade não se restringe ao nível macro e micro econômico. Desde os anos 1990 que a expressão competitividade começou a tornar-se corrente na literatura ligada à problemática territorial (LOPES, 2001; TUROK, 2004). É cada vez mais importante desenvolver instrumentos e políticas públicas de gestão, destinadas a estimular o aproveitamento de recursos locais endógenos para conduzir novos estilos de desenvolvimento com base no potencial da economia local, como o complemento indispensável das políticas nacionais de desenvolvimento (LIRA, 2005).

O conceito de competitividade territorial tem uma natureza complexa e refere-se à capacidade de produzir riqueza e, por esse motivo, a produtividade de um território é certamente relevante. Contudo, também está implicada a natureza localizada dos processos sociais que refletem na competitividade. Por essa razão, a capacidade de atrair e de fixar população e a capacidade de criar emprego são igualmente importantes como suportes do processo de inovação e de sustentáculo, no longo prazo, da competitividade (NOGUEIRA, 2010).

A competitividade de destinos turísticos é um conceito multidimensional que requer superioridade em vários aspectos a ser obtido. Embora o conceito de competitividade possa parecer simples de entender, quando se tenta estudar ou medir não está claro o quão difícil é mensurá-la (GOMEZELJ & MIHALIC, 2008; HONG, 2009; SÁNCHEZ, 2006; CROUCH & RITCHIE, 1999; RITCHIE & CROUCH, 2003; DWYER & KIM, 2003). O turismo é um fenômeno dinâmico e, para acompanhar o complexo processo concorrencial, os destinos turísticos são pressionados pelo desafio de se manterem competitivos frente ao mercado (CROUCH & RITCHIE, 1999).

A competitividade de um destino turístico é a capacidade para satisfazer de forma mais eficaz e eficiente (eficiência econômica e ambiental) as necessidades dos fluxos turísticos, preservando as próprias qualidades territoriais e contribuindo para melhorar o bem-estar da comunidade local (CROUCH & RITCHIE, 1999; DWYER & KIM, 2003; VIANNA, 2011). O conceito de competitividade turística reporta-se ao de competitividade territorial, mas apresenta uma característica que se insere numa relação de interdependência e de complementaridade com a territorial (DALL'ARA, 2006; FRANCH, 2010).

O padrão de competitividade territorial decorre da especificidade das sinergias resultantes, do conhecimento tácito e do conhecimento codificado se reverterem em inovações territoriais, sendo estas resultantes da intensidade qualitativa dos fatores locais de suporte à competitividade (centros ou institutos de pesquisa, escolas técnicas, universidades, etc.). Sendo a inovação um dos elementos essenciais da competência territorial, pode-se falar de territórios em diferentes estágios, em diferentes recortes temporais e espaciais (DALLABRIDA; SIEDENBERG & FERNANDÉZ, 2004).

O panorama global de competitividade determina que a prosperidade de uma localidade não se baseia somente nos setores de atuação, mas em como se desenvolve a competição. Os destinos turísticos serão capazes de operar com maior produtividade se aplicarem métodos sofisticados, adotarem tecnologia avançada e oferecerem produtos e serviços singulares (PORTER, 1999).

A vantagem competitiva territorial deve, portanto, ser encarada como uma dinâmica capaz de produzir vantagens duradouras. A sustentabilidade é um elemento fundamental nesta concepção, portanto a questão ambiental é um ponto que exige a adequação do conceito a esta perspectiva (SUGAHARA, 2007).

A competitividade sistêmica territorial não depende somente de vantagens comparativas estáticas, tais como as dotações de recursos naturais, a localização privilegiada que reduza custos logísticos ou a disponibilidade de mão-de-obra barata. Cada vez mais ganham relevância as vantagens competitivas dinâmicas, tais como as inovações tecnológicas, organizacionais, de gestão e de *marketing*, todas elas dependentes do maior acesso à informação e ao conhecimento, que por sua vez dependem da qualidade dos recursos humanos disponíveis (PAULA, 2010).

O desafio do estudo da competitividade em destinos turísticos é caracterizado por um número significativo de complexidades. A primeira delas é que um destino turístico é muito diferente da maioria dos produtos comercialmente competitivos (CROUCH & RITCHIE, 1999). O destino turístico é produto e processo ao mesmo tempo, pois ao ser consumido está sendo formado. O turismo tem se transformado em uma atividade econômica em que os destinos turísticos mais competitivos conduzem novos instrumentos de política e gestão devido à intensidade dos processos de mudança (HJALAGER, 2002; VERA *et al.*, 2011).

As novas dinâmicas territoriais geram constantes mudanças, sendo assim, face à globalização, não são mais os países que competem entre si, mas sim os territórios. A eles está reservado um novo protagonismo na economia global contemporânea, portanto, é importante que sejam claramente definidas as novas formas de governança, para que os territórios sejam capazes de dar respostas aos desafios impostos pela globalização (SALVADO ALVES, 2008).

Segundo Paula (2010), para alcançar maior competitividade sistêmica territorial, é preciso apostar simultaneamente em três iniciativas:

(1) Busca pela inovação tecnológica, organizacional, de gestão e de *marketing* nas empresas, o que repercute no aumento da produtividade, da qualidade e da diferenciação dos produtos, como também da capacidade de comercialização;

(2) Constituição de redes empresariais que trabalhem na perspectiva de reduzir os custos transacionais e de dotar o território dos serviços necessários ao desenvolvimento empresarial, criando um ambiente favorável à inovação e à sustentabilidade;

(3) Construção de parcerias entre o setor privado e o setor público, que fortaleçam a governança local, melhorando o planejamento participativo e a gestão compartilhada do desenvolvimento territorial.

Os territórios não devem ser vistos apenas como dimensões administrativas (gerenciais) e, ainda menos, como realidades puramente físico-geográficas, mas como redes locais de cidadãos. Estas redes, entre as quais as empresariais, mas também as sociais e as institucionais, precisam ser reconhecidas e valorizadas, porque são elas que produzem e investem na construção de um ambiente favorável à inovação, que é, antes de tudo, inovação social. Um ambiente de inovação social é condição indispensável para o surgimento das inovações técnicas, fundamentais para sustentar o desenvolvimento (PAULA, 2004).

Neste contexto, as cidades adquirem um forte protagonismo tanto na vida política como na vida econômica, social, cultural e nos meios de comunicação. Pode-se falar das cidades como atores sociais complexos e de múltiplas dimensões (CASTELLS; BORJA, 1996). A cidade se expressa melhor como ator social na medida em que realiza uma articulação entre administrações públicas (locais ou não), agentes econômicos públicos e privados, organizações sociais e cívicas, setores intelectuais e profissionais e meios de comunicação social, ou seja, entre instituições políticas e sociedade civil (CASTELLS & BORJA, 1996).

As cidades são territórios que podem formar o que Albagli (2004) definiu como um ambiente de inovação sistêmica e de aprendizado coletivo. Portanto, o desafio do desenvolvimento territorial é a criação de um ambiente favorável

para a inovação, que gere impactos positivos junto às micro, pequenas e médias empresas, de modo a elevar a produtividade, a competitividade e a sustentabilidade dos pequenos negócios, ampliando a competitividade sistêmica do território (PAULA, 2010).

Ainda que o conceito de competitividade esteja em constante evolução, bem como as abordagens conceituais e analíticas, a perspectiva territorial define muitos dos fatores para a competitividade. Um fator estratégico que define a competitividade é a capacidade de inovação, que depende, por sua vez, do acesso à informação e ao conhecimento (ALBAGLI, 2004). A inovação, na perspectiva econômica, é mais do que o desenvolvimento tecnológico. O Manual de Oslo (OECD & EUROSTAT, 2005, p.55) descreve como: "A inovação é a introdução do novo, ou significativamente melhorado, produto (bem o serviço), de um processo, de um novo método de comercialização ou de um novo método organizacional, nas práticas internas da empresa, na organização do lugar de trabalho ou nas relações exteriores".

A inovação pode proporcionar capacidade de gerar ganhos de produtividade, especialmente por meio de novos processos produtivos. É a capacidade de criar produtos diferenciados, seja pelo ineditismo, pela qualidade, por agregar valores intangíveis, ou pela forma de conquistar o mercado (PAULA, 2010). A competitividade territorial tem como um dos pilares a inovação e ambos são determinantes para o futuro dos territórios. Por esta premissa, apurar o modo e os fatores que contribuem decisivamente para o crescimento econômico dos territórios é um desafio dos investigadores (SALVADO ALVES, 2008).

Hjalager (2010) publicou um trabalho que apresenta uma revisão das pesquisas sobre inovação em turismo, no qual distingue quatro tipos de inovação: produtos ou serviços inovadores (mudanças observadas diretamente pelos clientes); inovações em processos (iniciativas de *backstage*); inovações gerenciais (novas formas de organização da empresa); inovações institucionais (mudanças na estrutura colaborativa organizacional e inter-organizacional). Nesta publicação, Hjalager (2010) explicita que as pesquisas em turismo ainda não apresentam uma base teórica consistente sobre os determinantes da inovação turística. Assim, as análises têm ocorrido desde uma perspectiva clássica, ou seja, pela escola Schumpeteriana, cujo vetor de inovador são os empresários; outro vetor

está associado ao paradigma *Technology-push/demand-pull*; e um terceiro vetor provém da escola Marshalliana, que focaliza na perspectiva de organização espacial, gerando os sistemas locais de inovação (HJALAGER, 2010).

A inovação também pode ser analisada como capacidade. Considerando-a por este aspecto, é necessário verificar os fatores estruturais empresariais e de ambiente econômico/social que contribuem para impulsionar a inovação, sejam fatores internos ou externos à organização (DAMANPOUR & ARAVIND, 2006; CAMISÓN *et al.*, 2003; DAMANPOUR, 1991). Observa-se a intrínseca relação entre o território e a inovação, seja analisada pela sua tipologia (HJALAGER, 2002) ou analisada pela capacidade inovadora (DAMANPOUR & ARAVIND, 2006; CAMISÓN *et al.*, 2003; DAMANPOUR, 1991). Além disso, os obstáculos que influenciam na capacidade para inovar também estão intrinsecamente relacionados com o território. Os principais obstáculos para inovar são: custo; percepção do conhecimento; ritualismo organizacional; fatores de mercado e fatores institucionais (SOUSA *et al.*, 2008).

Em relação ao turismo, a inovação não se limita à tecnologia. Ela ocorre como resposta, em termos de reorganização social, econômica e territorial-urbana, dos sistemas turísticos locais às necessidades provocadas pelas mudanças dos mercados globais: a crescente competição entre os destinos turísticos; a transformação do perfil do turista; a transformação dos sistemas de intermediação; a integração dos destinos turísticos em espaços regionais; a aparição de redes de agentes com capacidade para inovar; o papel das novas tecnologias como fontes de informação e o posicionamento dos destinos turísticos (VERA *et al.*, 2011). Tendo presentes os conceitos de competitividade e a inovação territorial de destinos turísticos discutidos, a seguir serão apresentados os Pilares da Competitividade Territorial Propostos pelo *State of European Cities Report* (2007).

METODOLOGIA

Este estudo se caracteriza como exploratório, com pesquisa bibliográfica e documental, cruzando o marco teórico com os dados do relatório *State of European Cities Report* (2007). Assim, se desenvolveu por meio de três etapas:

primeiro uma pesquisa bibliográfica sobre os fundamentos que embasam a temática principal deste artigo, permitindo uma cobertura de fenômenos muito mais ampla do que se pesquisar diretamente e colaborando para ressaltar a relevância do tema proposto (GIL, 1999). Assim, neste primeiro passo, buscaram-se os principais artigos e autores que identificam conceitos, modelos e determinantes da competitividade. Como tema paralelo se buscou a relação da competitividade com a inovação. A segunda etapa da pesquisa foi uma pesquisa documental focalizada no *State of European Cities Report* (2007), para identificar em sua proposta os vetores da competitividade urbana. E na terceira etapa se efetuou um cruzamento entre a teoria de competitividade com os aportes empíricos extraídos do referido relatório, no sentido de analisar a coincidência entre as bases teóricas voltadas à competitividade turística e os vetores da competitividade apontados pela proposta europeia.

O estudo foi realizado em 2014, porém a linha de corte utilizada abrangeu, prioritariamente, mas não exclusivamente, artigos científicos desde os estudos de Porter sobre competitividade até os estudos mais centrados em competitividade turística de Ritchie e Crouch (2003). No entanto, para analisar a proposta europeia, utilizou-se o relatório do ano de 2007, pois neste ano a proposta surge de forma mais definida, explicitando seus vetores. Como complemento, buscou-se apoio em publicações mais recentes que relacionam competitividade turística com inovação.

A análise e a validação dos resultados se estabeleceram, segundo Laville e Dionne (1999), por emparelhamento com a discussão conceitual realizada no marco teórico. O uso do emparelhamento justifica-se, uma vez que os pesquisadores buscaram, a partir de uma abordagem teórica, compreender o fenômeno estudado. Buscou-se comprovar a associação entre teoria e realidade, garantindo a qualidade do estudo desenvolvido (KRIPPENDORFF, 1980; LAVILLE & DIONNE, 1999).

PILARES DA COMPETITIVIDADE TERRITORIAL PROPOSTOS PELO *STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT*

Competitividade em nível urbano pode ser definida como a capacidade de as cidades gerarem empregos e renda, relativamente altos, ao ser exposto à competição externa. Para uma cidade ser competitiva, é importante garantir

tanto qualidade como quantidade de postos de trabalho. A competitividade urbana é mais do que o PIB - e determinada por um conjunto complexo de variáveis, principalmente girando em torno dos conceitos da produtividade e do emprego (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Cidades e aglomerações urbanas são vistas como os principais motores da economia. A concentração de valor agregado nas cidades é substancial e as áreas urbanas são os principais produtores de conhecimento e inovação, em que as próprias cidades também são o ponto central de uma economia mundial globalizada (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

A produtividade territorial e o emprego estão entre os principais objetivos de desenvolvimento territorial para os governos das cidades europeias. No *State of European Cities Report*, (2007), os principais fatores de valoração da competitividade territorial colocam-se em quatro grandes pilares (ou raízes), como bases estruturantes de todo o processo no Quadro 1:

Quadro 1 - Pilares da Competitividade Territorial

Talento	Bastante baseado numa elevada qualificação das populações, não necessariamente residentes permanentes, mas tendo como base excelentes condições de qualidade de vida.
Inovação	Tanto entendida em termos das atividades de T&I, por sua vez apropriadas pelas redes empresariais do território, incluindo as redes com investimento direto estrangeiro; como em termos dos fatores mais clássicos de existência de universidades.
Conectividade	Territórios que detenham excelentes redes de comunicação e de intercâmbio de bens, pessoas e informação (por sua vez, entre múltiplos territórios). Este fator igualmente se liga às infraestruturas de transporte e, de forma mais global, às capacidades de mobilidade universal.
Empreendedorismo	Detendo importantes raízes culturais em diferentes metrópoles e de forma crescente, cada vez mais baseado em capacidades de enfrentar riscos por parte de cada sociedade local.

Fonte: Elaboração própria a partir do *State of European Cities Report* (2007).

Estes quatro pilares da competitividade territorial são igualmente importantes para o desenvolvimento da competitividade territorial. Em relação ao pilar **talento**, dados da *Urban Audit* sugerem claramente uma relação entre desempenho econômico e talento: cidades com uma grande porcentagem de

pessoas mais instruídas tendem a ter níveis de PIB bem acima da média nacional (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Existem diferenças significativas na forma como a **inovação** é expressa. Às vezes, assume a forma de pesquisa de ponta, que é utilizada pelas empresas de tecnologia, gerando investimento estrangeiro direto e formando a base para uma rede de relações acadêmicas e comerciais internacionais. Em outras ocasiões, a base da inovação ocorre nas universidades com uma maior ênfase no desenvolvimento de produtos para as próprias indústrias locais (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Conectividade é outro fator chave de competitividade urbana. Diz respeito à comunicação e à troca de bens, pessoas e informações entre cidades e pode ser dividida em dois componentes. Em primeiro lugar, existe o aspecto de acessibilidade, que envolve todos os meios de transporte, incluindo o transporte ferroviário, rodoviário e aéreo. O segundo aspecto é o acesso à informação sobre infraestrutura. Dados da *Urban Audit* demonstram uma relação entre desempenho econômico e conectividade, pois cidades europeias com maior pontuação no índice de acessibilidade (100 ou mais) tendem a ter maiores níveis de PIB (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Algumas cidades têm uma história de **empreendedorismo** mais acentuada, beneficiando-se com investimentos externos e altos níveis de intra-empreendedorismo. Outras cidades têm uma maior cultura de risco do que outras. No entanto, o empreendedorismo não necessariamente garante um maior nível de PIB, uma vez que também pode refletir em uma falta de empregos regulares (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

O talento e o empreendedorismo se relacionam na competitividade territorial. Araújo (2001) define "empoderamento" como a criação ou o fortalecimento do poder decisório nas mãos das pessoas da organização, consistindo, então, em conceder às pessoas oportunidades de participar ativamente do processo de tomada de decisão. Complementando esta visão, Dolabela (1999) cita que empreendedores não nascem feitos, mas é possível formá-los em moldes diferentes do ensino tradicional, ou seja, o ambiente do empreendedor é o próprio mercado, pois ele aprende pelo processo interativo de tentativa e erro.

Assim, talento e empreendedorismo podem gerar inovação, que juntamente com a conectividade sustentam a competitividade territorial.

Uma descoberta importante a partir da análise é que a competitividade urbana não pode ser exclusivamente explicada pela localização geográfica, tamanho da cidade, estrutura econômica ou de qualquer determinante individual de competitividade. Portanto, a análise destas dimensões em conjunto define uma melhor visão sobre o desenvolvimento urbano entre cidades (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Cidades menores tendem a ser mais dependentes da evolução a nível regional e são, portanto, prejudicadas quando localizadas dentro de regiões menos desenvolvidas. As grandes cidades, ao contrário, parecem estar cada vez mais globalizadas e, portanto, são menos dependentes do funcionamento de sua própria região, onde cidades maiores se beneficiam mais de "economias de aglomeração", tais como cidades que apresentam alto nível industrial e apresentam uma grande concentração de funcionários, infraestrutura avançada de negócios e economias de escala que oferecem vantagens claras para as empresas. A atratividade das cidades também se apoia, em certa medida, do nível de serviços prestados, bem como dos altos níveis educacionais e culturais. Esses fatores se combinam para explicar por que as empresas tendem a gravitar em torno de cidades maiores (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

Estes quatro pilares, explicitados e analisados nos parágrafos anteriores, são ilustrados por meio da "Árvore da Competitividade Urbana", cujas raízes se fundamentam nos principais *drivers* que impulsionam a competitividade territorial das cidades.

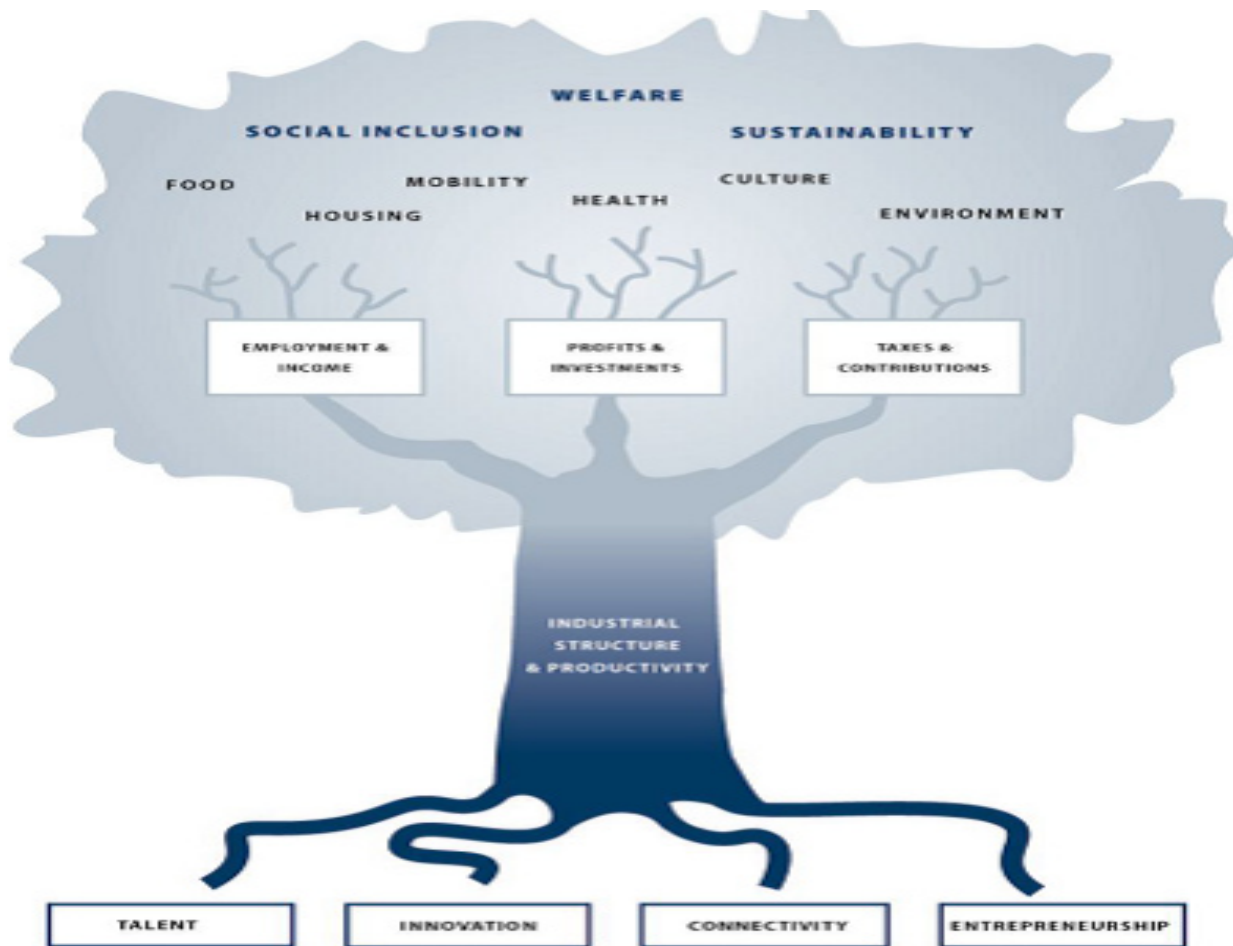


Figura 1 – Figura original apresentada como: *The Competitiveness Tree - drivers of urban competitiveness*

Fonte: *State of European Cities Report* (2007).

A proposta de desenvolvimento territorial busca relacionar os quatro pilares: talento, inovação, conectividade e empreendedorismo, como sendo a base da estrutura, o que vai ser atingido a partir da produtividade local, beneficiando a população com bem-estar, inclusão social, sustentabilidade, alimentação, moradia, mobilidade, saúde, cultura e meio ambiente (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007), em que a competitividade urbana é determinada por conceitos de produtividade e geração de emprego.

De fato, todos os fatores estão relacionados, o bem-estar, a inclusão social, a sustentabilidade, a alimentação, a habitação, a mobilidade, a saúde, a cultura e o meio ambiente, os quais seriam atingidos por meio da geração de emprego e renda, de investimentos e de pagamento de impostos, tendo como fio condutor a estrutura industrial e a produtividade das cidades com base nos quatro pilares de talento, inovação, conectividade e empreendedorismo. Esta

proposta apresentada no relatório serve como uma ferramenta analítica para compreender melhor a dinâmica das economias das cidades, buscando maior competitividade territorial (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007). O que fica claro é que cada cidade apresenta um perfil, cidades menores e maiores, umas mais dependentes do contexto regional e outras menos, porém se a gestão integral das cidades estiver atrelada aos pilares propostos, o funcionamento e o desenvolvimento das mesmas se dariam de forma mais satisfatória.

DISCUSSÃO

Um modelo de competitividade de destino turístico proporcionaria ao turismo um mecanismo para análise, diagnóstico, planejamento e comunicação de estratégias competitivas (CROUCH & RITCHIE, 1999, p.142). Crouch (2011) destaca ainda que as estratégias para melhorarem a competitividade de destino devem incluir decisões sobre onde e como os recursos escassos devem ser alocados.

Considera-se que as cidades devem ser pensadas para satisfazer tanto aos seus moradores quanto aos turistas (GÂNDARA, 2004), cujo planejamento turístico torna-se um elemento estratégico fundamental para se garantir o desenvolvimento e o gerenciamento do turismo, no intuito de alcançar o desenvolvimento sustentável de longo prazo dos destinos turísticos (HALL, 2004; LAI; LI; FENG, 2006).

A essência de gerenciar com sucesso um destino turístico é a criação de uma parceria entre os diferentes intervenientes na atividade turística. Wanhill (1997) enfatiza a importância da participação dos *stakeholders*, sejam eles governos centrais e locais, organizações voluntárias e sem fins lucrativos, setor privado, comunidade receptora e visitantes.

Atingir um alto nível de competitividade não deve ser o objetivo principal do destino turístico, e sim a melhoria da qualidade de vida dos residentes (DWYER & KIM, 2003; CROUCH & RITCHIE, 2003; VIANNA, 2011). Assim, a proposta de desenvolvimento territorial deve proporcionar benefícios a toda população, além de garantir melhores níveis de PIB, produtividade e empregos. Portanto, faz sentido discutir o desenvolvimento territorial e as iniciativas que podem

ser tomadas para promover mais dinamismo, produtividade, competitividade e sustentabilidade nas economias locais (PAULA, 2010).

O desenvolvimento do turismo está diretamente relacionado com a comunidade e, se for bem gerido, o turismo pode ser considerado uma importante ferramenta para a melhoria social. No entanto, enquanto a sociedade espera melhorias, destinos turísticos lutam para gerenciar o desenvolvimento do turismo de forma eficaz (CROUCH & RITCHIE, 1999). Dessa forma, é importante discutir o desenvolvimento territorial e as iniciativas que podem ser tomadas para promover mais dinamismo, mais produtividade, mais competitividade e mais sustentabilidade nas economias locais (PAULA, 2010).

Considerando a competitividade como um processo, a diferenciação e a especificação da gestão são fatores de primordial importância para o desenvolvimento do setor turístico (GANDARA; CHIM-MIKI; DOMARESKI-RUIZ; BIZ, 2013).

Um dos fatores estratégicos que define a competitividade econômica é a capacidade de inovação, que depende, por sua vez, do acesso à informação e ao conhecimento. A tecnologia e a inovação podem compensar os recursos escassos, podem conceder às empresas uma mobilidade sem fronteiras, conexão com os mercados (KRUGMAN, 1991; DUNNING, 1992, 1993; NARULA, 1993). O local que hospeda ou gera a inovação se destaca dos demais, pois detém a fonte do conhecimento e da tecnologia a qual pode sustentar a vantagem competitiva para um setor (PORTER, 1990) e se tornar exemplo para demais localidades.

A inovação é um fator fundamental para a competitividade de empresas e destinos turísticos (BUHALIS, 2000; HJALAGER, 2002; RITCHIE; CROUCH, 2003). Contudo, a intensidade da inovação empresarial no turismo ainda está abaixo de outros setores produtivos, embora se deva destacar que os indicadores de avaliação convencionais não são válidos para avaliar inovação na atividade turística (CAMISÓN; MONFORT, 2012).

A inovação e a especialização de produtos turísticos podem proporcionar uma atratividade intencional a uma demanda devido à sua diferenciação de outros destinos turísticos e, portanto, permitir a concorrência contínua (BUHALIS, 2000; DOMARESKI-RUIZ; ANJOS; ANJOS, 2013). Observou-se que a

inovação territorial se coloca como fator determinante na competitividade de destinos turísticos. Considerando que um ambiente favorável, a inovação gera impactos positivos sobre a capacidade de inovar das empresas (PAULA, 2010) e que as cidades são os principais produtores de conhecimento e inovação, pode-se considerar que são centros de uma economia globalizada e motores econômicos do processo de desenvolvimento territorial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista que o objetivo do presente trabalho foi apresentar e analisar os pilares propostos pelo *State of European Cities Report* (2007) para a competitividade urbana sob uma perspectiva de competitividade e inovação territorial, focalizando-os como base para que as cidades se desenvolvam como destinos turísticos, cabe destacar que os principais modelos de competitividade de destinos turísticos apresentam em seus determinantes ou fatores a preocupação com a sustentabilidade e o bem-estar da população local (CROUCH & RITCHIE, 1999; DWYER & KIM, 2003; WEF, 2013), o que os relaciona diretamente com a proposta elaborada pelo *State of European Cities Report* de 2007.

Dessa forma, as cidades, como territórios que podem converter-se em produtos integrados através de seu planejamento e gestão, caracterizando-se como destinos turísticos, devem propor e implementar estratégias únicas que evidenciem o desenvolvimento dos quatro pilares apresentados anteriormente: talento, inovação, conectividade e empreendedorismo (STATE OF EUROPEAN CITIES REPORT, 2007).

A fundamentação teórica da competitividade indica que a inovação é um dos caminhos para a competitividade e os pilares propostos pelo relatório europeu são vetores para fomentar a inovação nas cidades, revestindo os territórios urbanos de um contexto que contribuirá para o posicionamento delas como destinos turísticos. A urbe é um espaço de atração por natureza, por sua infraestrutura, assim, estes quatro pilares são uma forma de aperfeiçoá-la e podem ser aplicados ao fomento do turismo urbano, fortalecendo as raízes que sustentam o desenvolvimento local para a atividade turística.

AS DOUTORANDAS AGRADECEM À CAPES AS BOLSAS, QUE FACILITARAM O DESENVOLVIMENTO DESTA PESQUISA.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S. Território e Territorialidade. In: MORELLI, Gustavo; BRAGA, Christiano; LAGES, Vinícius (Org.). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relme Dumará/ Brasília, DF: SEBRAE, p. 25-62, 2004.

ALVES, S. **Modelo de mensuração da competitividade turística sustentável de municípios brasileiros**. Rio de Janeiro: Tese (Doutorado) Instituto COPPEAD/ Programa de Pós-Graduação em Administração, 2013.

ARAÚJO, L. C. G. **Tecnologias de gestão organizacional**. São Paulo: Atlas, 2013.

BOISIER, S. **Conversaciones Sociales y Desarrollo Regional**. Chile: Editorial de la Universidad de Talca, 1996.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Boletim de Desempenho Econômico do Turismo**. Brasília: MTUR, ano 4, n. 21, p. 12-29, 2009.

BULL, A. **La Economía del Sector Turístico**. Madrid: Alianza Editorial, 1994.

BUHALIS, D. Marketing the Competitive Destination of the Future. **Tourism Management**, v. 21, nº1, p. 97-116, 2000.

CAMISÓN, C.; LAPIEDRA, R.; SEGARRA, M.; BORONAT, M. Marco conceptual de la relación entre innovación y tamaño organizativo. **Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología**, v.19, p. 49-61, 2003.

CAMISÓN, C; VICENTE M. MONFORT-MIR. Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. **Tourism management: research, policies, practice - Amsterdam [u.a.]: Elsevier Science**, v. 33, nº.4, p. 776-789, 2012.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. In: A Sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, v. 1, 2000.

CASTELLS, M; BORJA, J. **As cidades como atores políticos**. *Novos Estudos*. nº 45, 1996.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; GILBERT, D.; WANHILL, I S. **Tourism: principles & practice**, Longman, Harlow, UK, 1993.

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. R. B. Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. **Journal**

CROUCH, G. I. Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes, **Journal of Travel Research**, v.50, nº1, p. 27-45, 2011.

DALL'ARA, G. **Come progettare un piano di sviluppo turistico territoriale normativa, marketing, casi di eccellenza**. Halley, Matelica, 2006.

DALLABRIDA, V. R.; SIEDENBERG, D. R.; FERNÁNDEZ, V. R. **Organização Socioterritorial, Inovação e Desenvolvimento**. In: **V Coloquio** sobre transformaciones territoriales – Nuevas visiones en el inicio del siglo XXI, 2004.

DAMANPOUR F. Organizational innovation: a meta analysis of effects of determinants and moderators. **Academy of Management Journal**, v.34, nº3, p. 555-590, 1991.

DAMANPOUR, F.; ARAVIND, D. Product and process innovations: A review of organizational and environmental determinants. In: HAGE, J.; MEEUS, M. (Ed.), **Innovation, Science, and Institutional Change: A research handbook**. Oxford University Press, Cambridge, p. 38-66, 2006.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

DOMARESKI-RUIZ, T.C; ANJOS, F.A.; ANJOS, S.J.G. Competitividad de destinos turísticos. Estudio de caso de Foz do Iguaçu (Paraná – Brasil). **Cuadernos de Turismo**. nº 31, p. 83-103, 2013.

DWYER, L.; KIM, C. Destination competitiveness: Determinants and Indicators. **Current Issues in Tourism**, nº 6, p. 369-414, 2003.

DUNNING, J. H. The competitive advantage of countries and the activities of transnational corporations. **Transnational corporations**, v. 1, nº 1, p. 135-168, 1992.

ESSER, et al. **Competitividad sistémica: competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas**. Berlim: Instituto Alemán de Desarrollo, 1994.

EUROPEAN UNION. **State of European Cities Report, 2007 - Adding value to the European Urban Audit**. European Union Regional Policy, 227p. Disponível em: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/urban/stateofcities_2007.pdf.

FERRERAS, V.A.A. Factores críticos de êxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. **Estudios y Perspectivas em Turismo**. Buenos Aires. v.19, p.201-220, 2010.

FIGUEIREDO, P. N. **Technological Learning and Competitive Performance**. Edward Elgar Publishing, 2001.

FLORES, L.C.S.; MENDES, J.C. Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v.8, nº2, p. 222-237, maio/ago. 2014.

FRANCH, M. **Il Marketing delle destinazioni turistiche**. Milano: McGraw-Hill, 2010.

GANDARA, J.M.G. La Calidad y la Competitividad de los Destinos Turísticos Urbanos. **Turismo - Visão e Ação**, Balneário Camboriú (SC) – v. 6, n.1, p. 69-93, 2004.

GANDARA, J. M. G.; CHIM-MIKI, A. F.; DOMARESKI-RUIZ, T. C.; BIZ, A. A. La Competitividad Turística de Foz do Iguaçu Según Los Determinates del Integrative Model de Dwyer & Kim: Analizando la Estrategia de Construcción del Futuro. **Cuadernos de Turismo**, v.31, p.105-128, 2013.

GOMEZELJ, O. D.; MIHALIC, T. Destination competitiveness-Applying different models, the case of Slovenia. **Tourism Management**, v.29, nº.2, p. 294-307, 2008.

HALL, C. M. **Planejamento Turístico: políticas, processos, e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2004.

HEATH, E. Towards a model to enhance destination competitiveness: a South Africa perspective. **Journal of Hospitality & Tourism Management**, v. 10, nº.2, p. 124-141, 2003.

HJALAGER, A. M. Repairing innovation defectiveness in tourism. **Tourism Management**, v.23, nº.5, p. 465-474, 2002.

HJALAGER, A.M. A review of innovation research on tourism. **Tourism Management**, v. 31, n ° 1, p. 1-12, 2010.

HONG, W.C. Global Competitiveness Measurement for the Tourism Sector. **Current Issues in Tourism**, v.12, nº.2, p.105-132, 2009.

KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. **Marketing for Hospitality and Tourism**, 2nd edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1999.

KOTLER, P.; HAIDER, D. H.; REIN, I. **Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations**. New York: Free Press, 1993.

KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. **Hospitality Management**, v.18, p.273-283, 1999.

KRIPPENDORF, J. **Content analysis: an introduction to its methodology**. London: Sage Publications, 1980.

KRUGMAN, P. A. Myths and realities of US competitiveness. **Science**, v. 254 (5033), 811, 1991.

LAI, K.; LI, F.; FENG, X. Gap between tourism planning and implementation: A case of China. **Tourism Management**. 2006, v. 27, p. 1171-1180.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LEONARD-BARTON, D. Core capabilities and core rigidities: a paradox in managing new product development. **Strategic Management Journal**, v. 13, p. 111-125, (Summer – Special issue), 1992.

LIRA, I. S. **Desarrollo Económico Local y Competitividad** Territorial en América Latina. Revista de la Cepal, nº 85, 2005.

LOPES, R. **Competitividade, inovação e territórios**. Portugal, Celta, 2001.

LUCHIARI, M. T. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: LIMA, Luiz Cruz (Org.). **Da cidade ao campo**: a diversidade do saber fazer turístico. Fortaleza: UECE, 1998.

LUCHIARI, M. T. Urbanização turística. Um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI Maria Tereza D.P. (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, p. 105-130, 2000.

MANZANAL, M. Territorio, poder e instituciones. Una perspectiva crítica sobre la producción del territorio. In: MANZANAL, Mabel, ARZENO, Mariana, NUSSBAUMER, Beatriz (Orgs.). **Territorios en construcción**: actores, tramas y gobiernos, entre la cooperación y el conflicto. 1. ed. Buenos Aires: Ciccus, p. 15- 50, 2007.

MORAES, A.C.R. **Meio Ambiente e Ciências Humanas**. São Paulo: Annablume, 2005.

NARULA, R. Technology, international business and Porter's diamond': synthesizing a dynamic competitive development model, **Management International Review**, V. 33, nº 93/2, p. 85-107, 1993

NOGUEIRA, F.M.M. **Desenvolvimento local**: estratégias e competitividade. Portugal: Tese (Doutorado) Universidade de Aveiro em Ciências Sociais, 2010.

OMT. Organização Mundial do Turismo. **Tourism 2020 Vision**. Disponível em: <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>. Acesso em: 10/06/2014.

PAULA, de J. Territórios - inovação e sustentabilidade. In: **Riscos e Oportunidades:** em tempos de mudanças/Ladislau Dowbor, Ignacy Sachs e Carlos Lopes (org.). São Paulo: Editora e Livraria Instituto Paulo Freire; Fortaleza, CE: Banco do Nordeste do Brasil, 2010.

PAULA, de J. A Mobilização dos Territórios para o Desenvolvimento – Novas Dinâmicas de Inclusão. In: **Territórios em Movimento:** cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva. Vinícius Lages, Christiano Braga, Gustavo Morelli, organizadores; Ignacy Sachs, prefácio. - Rio de Janeiro: Relume Dumará/ Brasília, DF: SEBRAE, 2004.

PEARCE, D. **Geografia do Turismo:** fluxos e regiões no mercado de viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

PEARCE, D. Un Esquema Integrador para la investigacion del turismo urbano. **Annals of Tourism Research en Espanhol.** Universitat de les Illes Balears. V. 3 nº 2 p. 340-363, 2001.

PEARCE, D. Toward an Integrative Conceptual Framework of Destinations. **Journal of Travel Research**, V. 53, nº 2 , p.141– 153, 2014.

PORTER, M. **Vantagem Competitiva.** 18. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PORTER, M. **Competição:** estratégias competitivas essenciais. 11. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PULIDO FERNÁNDEZ, J.I.; SANCHEZ RIVERO, M. Competitividad versus crecimiento de destinos turísticos. Un analisis mediante técnicas multivariantes. **Cuadernos de Economia**, v.33, nº.91, p. 159-181, 2010.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder.** São Paulo: Ática, 1993.

RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. **The competitive destination:** A sustainable tourism perspective. Oxon: Ed. CABI Publishing, 2003.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e desenvolvimento local.** São Paulo: Hucitec, 1997.

SALVADO ALVES, A. J. F. A **Competitividade dos Territórios num contexto de Globalização:** Uma Utopia ou uma Realidade? Congresso Português de Sociologia, 2008.

SÁNCHEZ, M. R. Elaboración de um Ranking de Competitividad de los Destinos Turísticos Españoles: Un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. **Revista de Análisis Turístico**, nº 1, p. 4-22, 2006.

SANCHO PÉREZ, A.; GARCÍA MESANAT, G. **El posicionamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo:** comparación de prácticas entre competidores líderes, en http://iei.uv.es/docs/ponencias/posicionamiento_turístico.pdf , 2007.

SANCHO PÉREZ, A.; GARCÍA MESANAT, G.; PEDRO BUENO, A.; YAGÜE PERALES, R.M. **Auditoria de sostenibilidad en los destinos turísticos**. Valencia: Minim, Instituto de Economía Internacional, 97p. 2001.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1999.

SARANIEMI, S.; KYLANEN, M. Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches. **Journal of travel research**. v. 50, nº2, p.133 –143, 2011.

SAUTTER, E.T.; LEISEN, B. Managing Stakeholders: A Tourism Planning Model. **Annals of Tourism Research**, v. 26 nº.2, p.312-329, 1999.

SOUSA, A.A, VEIGA, G.V., LOPEZ, J.L, RODRIGUES, A.G, VALO, R.C, SUAREZ, M.J.A. Innovación Turística: Perspectivas Teóricas y Objetos de Estudio. **Revista de Ocio y Turismo**. v.1, p. 19-50, 2008.

SOUZA, M. L. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E. de, CORRÊA, R. L., GOMES, P. C. da C. (Orgs.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. p.77-116, 1995.

SUGAHARA, G. T. L. O envelhecimento populacional pode tornar-se estímulo de vantagem competitiva territorial? **Revista Kairós**, São Paulo, v.10, n.1, p. 143-153, 2007.

TABERNER, J.G. Measuring destination competitiveness: an exploratory study of the Canaries, mainland Spain, France, the Balearics and Italy. **Tourism Today**, 2007.

TUROK, I. **Cities, Regions and Competitiveness**. Regional Studies, v. 38, nº 9, 2004.

UL HAQUE, I. **Trade, Technology, and International Competitiveness**. The World Bank Washington, 1995.

URBANTUR 2012. **Monitor de Competitividad Turística de los Destinos Urbanos Españoles**. EXCELTUR, 2013.

VALLS, J.F. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

VERA, J.F.; LÓPEZ, F.; MARCHENA, M. J.; ANTÓN, S. **Análisis territorial del turismo**. Barcelona: Ed. Ariel, 1997.

VERA, J.F; LÓPEZ, F.; MARCHENA, M.J.; ANTÓN, S. **Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos**. Valencia, 2011.

VIANNA, S.L.G. **A Competitividade e a Qualidade de Vida na Destinação Turística**: Análise quanto à sua correspondência. Balneário Camboriú: Tese (Doutorado) UNIVALI/Programa de Pós-Graduação em Turismo, 2011.

WANHILL, S. Tourism development and sustainability. In: COOPER, C. P. **Tourism development**: environment and community issues. Londres: Willey, 1997.

WEF – World Economic Forum. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007**. Disponível em: <<http://www.weforum.org/en/index.htm>>. Acesso em: 12/05/ 2015.

WEF - World Economic Forum. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013**. Disponível em: <<http://www.weforum.org/reports/five-challenges-one-solution-women> >. Acesso em: 10/05/2014.

WTTC - World Travel and Tourism Council. **Economic Impact Research**. Disponível em: <http://www.wttc.org>. Acesso em: 08/06/2015.

WTTC - World Travel and Tourism Council. **Annual Index 1990-2011**. Disponível em: <http://www.wttc.org>. Acesso em: 10/05/2015.