



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**  
**CURSO DE DOUTORADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

**JORGE ANTONIO SANTOS SILVA**

**TURISMO, CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO:  
UMA ANÁLISE URBANO-REGIONAL BASEADA EM *CLUSTER***

v. 1

São Paulo – SP  
2004

**JORGE ANTONIO SANTOS SILVA**

**TURISMO, CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO:  
UMA ANÁLISE URBANO-REGIONAL BASEADA EM *CLUSTER***

v. 1

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, ECA / USP, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Área de concentração: Relações Públicas, Propaganda e Turismo

Linha de pesquisa: Turismo e Lazer

Orientador: Prof. Dr. Wilson Abrahão Rabahy

São Paulo – SP  
2004

Silva, Jorge Antonio Santos

S586t      Turismo, crescimento e desenvolvimento : uma análise urbano-regional baseada em *cluster* / Jorge Antonio Santos Silva. - - São Paulo :

J A S Silva, 2004.

480 f. v. 1 e v.2

Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes/USP, 2004

Orientador: Prof. Dr. Wilson Abrahão Rabahy

1. Turismo 2. Desenvolvimento turístico 3. Desenvolvimento econômico I. Título.

CDD 21.ed. – 338.4791

**Ficha catalográfica elaborada pelo SBD/ECA/USP**

**Biblioteca Maria Luiza Monteiro da Cunha**

## TERMO DE APROVAÇÃO

JORGE ANTONIO SANTOS SILVA

### TURISMO, CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE URBANO-REGIONAL BASEADA EM *CLUSTER*

Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, pela seguinte banca examinadora:

---

Wilson Abrahão Rabahy – Orientador  
Doutor em Economia, Universidade de São Paulo (USP)  
Universidade de São Paulo (ECA)

---

Mário Carlos Beni  
Doutor em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo (USP)  
Universidade de São Paulo (ECA)

---

Roberto Guena de Oliveira  
Doutor em Economia, Universidade de São Paulo (USP)  
Universidade de São Paulo (FEA/RP)

---

Norma Cristina Brasil Casseb  
Doutora em Economia, Universidade de São Paulo (USP)  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP)

---

Sérgio Francisco Costa  
Doutor em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo (USP)  
Universidade Guarulhos (UNG)

São Paulo, 23 de junho de 2004

## DEDICATÓRIA

**Teresinha Ely Santos Silva**, Mãe.

Responsável pelo despertar e a orientação da jornada.

Em memória, sempre grato e com muita saudade.

**Maria Luiza, Jorge e Edú Chichôrro Silva**, Esposa e Filhos.

Ao mesmo tempo que motivação primeira de tudo em minha vida, os mais penalizados durante o árduo caminho percorrido.

Que sejam os mais beneficiados com os frutos que por certo brotarão para nossa mútua e próspera colheita.

**Armando Cunha da Silva Filho**, Irmão.

Pessoa solidária e amiga. Referência e esteio da família.

Sem sua ajuda a este ponto eu não teria chegado.

**Paulo Renato Dantas Gaudenzi**, Amigo.

Muito mais que um Secretário de Estado ou superior hierárquico. Ser humano de elevada sensibilidade, compreensão e solidariedade.

Seu apoio foi fundamental para a finalização deste processo.

**Wilson Abrahão Rabahy**, Guru.

Sua postura foi além da mera relação orientador-orientando.

Nos momentos precisos suas intervenções me colocaram ou mantiveram no rumo, incentivando-me para que não ficasse no meio do caminho.

A todos vocês, o meu reconhecimento e a minha sincera e permanente gratidão.

**Graças a DEUS.**

## AGRADECIMENTOS

Pela colaboração e contribuição prestadas, das mais distintas formas, ao longo do período deste Curso de Doutorado, registro o meu fraterno agradecimento aos parceiros de jornada que seguem nominados, os quais também figuram como representantes de muitos outros que a limitação de espaço não permite destacar:

- ✓ Atuais e ex-companheiros e colaboradores da Bahiatursa e da Secretaria da Cultura e Turismo do Governo da Bahia – Luciano Diniz Borges, José Abdon Régis de Souza, Zilma Vasconcelos Rocha, Lázaro Antônio Silva Ferreira, Marionildes Moradillo Mello, Jorge Manuel Lavigne Silva da Costa Machado, Valtém Benício Moreira, Maria Dulce Carvalho Santos, Marina Costa Ribeiro, Cláudio Pinheiro Taboada, Álvaro Martins dos Santos Neto, Guy Padilha Luz Filho, Juciara Cunha Melo, Nidalvo Quinto dos Santos, Josete Maria Oliveira, Patrícia Lima Nogueira;
- ✓ Professores da FEA e da ECA/USP - Prof. Dr. Carlos Roberto Azzoni, Prof. Dr. Roberto de Oliveira Guena, Prof. Dr. Raul Cristóvão dos Santos, Prof. Dr. Mário Carlos Beni, Prof. Dr. Daniel Augusto Moreira, Profa. Dra. Beatriz Helena G. Lage, Profa. Dra. Mirian Rejowsky, Profa. Glória Maria Widmer;
- ✓ Professores da UNIFACS – BA - Prof. Dr. Guilherme Marback Neto, Prof. Dr. Noelio Dantaslé Spinola, Prof. Dr. Sylvio Bandeira de Melo, Profa. Dra. Regina Celeste de A. Souza, Prof. Dr. Carlos Alberto Costa Gomes, Prof. Dr. Rossine Cruz, Prof. Dr. Fernando Pedrão, Prof. Dr. Pedro Vasconcelos, Prof. Dr. Alcides Caldas, Profa. Dra. Sônia Cavalcanti, Profa. Lúcia Maria Aquino de Queiroz, Profa. Carolina Spinola, Prof. Luis Carlos Seone Carrera;
- ✓ Professores da UFBA - Profa. Dra. Renata Proserpio, Prof. Dr. Paulo Henrique Almeida, Prof. Dr. Marcus Alban Suarez, Prof. Dr. Antonio Henrique P. Silveira;
- ✓ Professores de outras instituições - Prof. Dr. Francisco Muñoz de Escalona (Complutense – Madrid), Prof. Dr. Elies Furió Blasco (Jean Moulin – Lyon 3), Prof. Dr. Rafael Esteve Secall (Universidad de Málaga), Prof. Dr. José Manuel Gonçalves Gândara (UFPR), Profa. Dra. Beatrice Laura Carnieli (PUC – DF), Prof. Dr. José Roberto de Lima Andrade (UFSE), Prof. Dario Luis Dias Paixão (UNICENP – PR);
- ✓ Companheiros de outros órgãos e empresas - Dr. João Barroso Bastos Filho (PRODEB – BA), em especial pelo programa e tabulação da pesquisa realizada junto aos hotéis de Salvador, Dr. Mudestino Carvalho Barroso (EMBRATUR), Dr. Luis Araújo (Pestana Hotels & Resorts), Dr. Eduardo Athayde (UMA), Dr. Edgard Porto Ramos (SEPLAN – BA), Dra. Simone Uderman (DESENBAHIA), Dr. Alexandre Tocchetto Pauperio (FAPESB – BA);
- ✓ Equipe dos Serviços de Pós-Graduação da ECA/USP (Mari, Rosa, Roseli, Flor, Solange e todos os demais);
- ✓ Equipe de Apoio da FIPE (Moisés Vassallo, João Paulo, André Chagas e todos os demais);
- ✓ Equipe da COPYINUSP, instalada na Biblioteca da ECA/USP (Elaine, Mara e todos os demais);
- ✓ Sra. Iracema Moraes, em destaque, pela paciência e pelo excelente trabalho de normalização e formatação da tese e pela confecção dos quadros e figuras que a integram.

Teu milho está maduro hoje; o meu estará amanhã. É vantajoso para nós dois que eu te ajude a colhê-lo hoje e que tu me ajudes amanhã. Não tenho amizade por ti e sei que também não tens por mim. Portanto não farei nenhum esforço em teu favor; e sei que se eu te ajudar esperando alguma retribuição, certamente me decepcionarei, pois não poderei contar com tua gratidão. Então deixo de ajudar-te e tu me pagas na mesma moeda. As estações mudam; e nós dois perdemos nossas colheitas por falta de confiança mútua.

David Hume, 1740.  
(Citado em Robert D. Putnam: “Comunidade e Democracia”, 2002.)

## RESUMO

Esta tese teve como objeto a análise da condição do turismo, enquanto atividade econômica, de promover o crescimento e o desenvolvimento regional, e sob que modelo teórico-metodológico, estrutura e configuração. Um objetivo diretamente vinculado ao objeto da tese consistiu na análise da coerência e propriedade da aplicação do conceito de *cluster*, formulado por Michael Porter, bem como o de cadeia produtiva, à atividade do turismo, conformando um *cluster* turístico. Em paralelo buscou examinar a condição de uma configuração de *cluster* de turismo poder ser considerada como um modelo de desenvolvimento regional. Secundariamente, mas com uma relação direta com o conceito de cadeia produtiva, foi focalizada a noção de fugas ou vazamentos da economia de uma região, decorrentes de pagamentos efetuados a fornecedores localizados fora da região pelo suprimento dos *inputs* necessários à estrutura produtiva da economia dessa região. Tais vazamentos provocam uma redução na magnitude da retenção local ou regional dos resultados econômicos propiciados pela atividade do turismo. A competitividade e sustentabilidade do desenvolvimento turístico, em base endógena, pressupõe a internalização da produção de tais *inputs*, através da criação de novas atividades produtivas e do fortalecimento das já existentes, visando eliminar pontos de estrangulamentos e implicando no adensamento dos encadeamentos setoriais, para frente e para trás, que integram a estrutura produtiva da economia da região. Para a elaboração desta tese foi efetuada uma extensa revisão bibliográfica, em fontes primárias e secundárias, e realizado um trabalho empírico junto à hotelaria de Salvador, capital do Estado da Bahia. Este levantamento visou avaliar a incidência de fugas no valor da contribuição do turismo para a economia de Salvador, a partir da rede hoteleira, bem como identificar variáveis influenciadoras e áreas por onde ocorrem os vazamentos, ficando evidenciado que as fugas se relacionam diretamente com problemas e dificuldades que os hotéis encontram com os fornecedores locais de bens e serviços, e também com o tamanho do estabelecimento e a propriedade do capital, se local ou de cadeias nacionais e internacionais. O estudo realizado permitiu concluir que para regiões deprimidas economicamente, o turismo pode atuar como atividade motora de crescimento econômico, mas sem condições de, isoladamente, promover o desenvolvimento regional. O modelo de *cluster*, na concepção de Michael Porter, de enfoque marcadamente empresarial e microeconômico, caracterizado pela presença de grandes indústrias, de dimensão nacional e com elevada amplitude espacial e alto nível de agregação, não se aplica apropriadamente ao turismo e não pode ser considerado como uma estratégia de desenvolvimento regional. O agrupamento que tem o turismo como atividade nuclear, com foco no destino turístico entendido como um *microcluster* e que apresente as características de delimitação da amplitude geográfica de seu entorno, delimitação da abrangência territorial do próprio agrupamento, delimitação do segmento turístico principal e dos seus sub-segmentos, bem como do próprio mercado alvo, pode ser qualificado como um *cluster* de turismo que reúne as condições de modelar estratégias e promover o crescimento e o desenvolvimento de micro-regiões ou zonas turísticas. Deste modo, o *microcluster* constitui o modelo viabilizador do alcance e sustentação do desenvolvimento regional, como resultado da interação entre a função de especialização – o turismo, e o território – o destino turístico e seu entorno próximo.

**Palavras-Chave:** 1. Turismo 2. Desenvolvimento turístico 3. Desenvolvimento econômico



## ABSTRACT

This thesis had as object the analysis of the condition of tourism, while economical activity, of promoting the growth and the regional development, and under that theoretical-methodological model, structure and configuration. An objective directly linked to the object of the thesis consisted in the analysis of the coherence and property of the application of the cluster concept, formulated by Michael Porter, as well as the one of productive chain, to the activity of tourism, conforming a tourist cluster. In parallel it looked for to examine the condition of a configuration of cluster of tourism to be considered as a model of regional development. Secondly, but with a direct relationship with the concept of productive chain, it was focused the notion of escapes or leaks of the economy of an area, current of payments made to suppliers located out of the area by the supply of the necessary inputs to the productive structure of the economy of that area. Such leaks provoke a reduction in the magnitude of local or regional retention of the economical results propitiated by the activity of the tourism. The competitiveness and support of the tourist development, in endogenous base, presupposes to immerse the production of such inputs, through the creation of new productive activities and of the invigoration of the already existent, seeking to eliminate strangulation points and implicating in the aggregation of the sectorial linkages, forward and back, that integrate the productive structure of the economy of the region. For the elaboration of this thesis an extensive bibliographical revision was made, in primary and secondary sources, and accomplished an empiric work close to the hostelry of Salvador, capital of the State of Bahia. This experiment sought to evaluate the incidence of escapes in the value of the contribution of the tourism for the economy of Salvador, starting from the hotel net, as well as to identify variables that influence and areas through where happen the leaks, being evidenced that the escapes link directly with problems and difficulties that the hotels find with the local suppliers of goods and services, and also with the size of the establishment and the property of the capital, if place or of national and international chains. The accomplished study allowed to end that for areas economically depressed, the tourism can act as motive activity of economical growth, but without conditions of, separately, to promote the regional development. The cluster model, in Michael Porter's conception, of focus remarkably business and micro economic, characterized by the presence of great industries, of national dimension and with high space width and high aggregation level, it doesn't reply adequately to the tourism and it cannot be considered as a strategy of regional development. The grouping that has the tourism as nuclear activity, with focus in the destiny tourist expert as a micro cluster and that it presents the characteristics of delimitation of the geographical with of its spill, delimitation of the territorial inclusion of the own grouping, delimitation of the main tourist segment and of their sub-segments, as well as of the own target of market, it can be qualified as a cluster of tourism that gathers the conditions of to model strategies and to promote the growth and the development of micro regions or tourist zones. This way, the micro cluster constitutes the model that makes possible the reach and support of the regional development, as a result of the interaction among the specialization function - the tourism, and the territory - the tourist destiny and its spills close.

**Key-words:** 1. Tourism 2. Tourism Development 3. Economic Development

## LISTA DE FIGURAS

|              |   |     |
|--------------|---|-----|
| Figura 1.1:  | Problemática da Decisão de Localização -----  | -50 |
| Figura 1.2:  | Esquema do Impacto Regional de uma Atividade de Base-----   | -61 |
| Figura 1.3:  | Configuração de um Pólo de Crescimento. Efeitos da Indústria Motriz<br>sobre a Estrutura de Produção e a Demanda / Mercado -----  | -68 |
| Figura 2.1:  | O Sistema Completo do Diamante da Competitividade -----   | 152 |
| Figura 2.2:  | Composição Típica do Tecido Institucional-----  | 178 |
| Figura 2.3:  | Ciclo de Causalidade -----  | 180 |
| Figura 2.4:  | Diagrama Estrutural de um Circuito Regional de Produção -----   | 182 |
| Figura 2.5:  | A Estrutura Básica dos Circuitos de Produção: Vantagens Comparativas<br>referem-se aos Custos e à Disponibilidade de Insumos----- | 183 |
| Figura 2.6:  | Novos Fatores que condicionam Circuitos Regionais e Competitivos-----   | 185 |
| Figura 2.7:  | Impactos Hipotéticos de uma Nova Atividade Econômica sobre o<br>Desenvolvimento da Região em que se localiza -----                | 195 |
| Figura 2.8:  | Elementos para Compreensão do Processo de Formação dos <i>Clusters</i><br>Industriais-----  | 200 |
| Figura 2.9:  | Características da Situação de Inconformismo Local -----  | 223 |
| Figura 2.10: | A Economia Global: O Novo Foco da Vantagem Competitiva-----   | 224 |
| Figura 2.11: | Processo de Criação da Riqueza. Base Teórica do Crescimento por meio da<br>Equidade -----   | 225 |
| Figura 2.12: | Níveis Analíticos do Conceito de Competitividade Sistêmica-----   | 237 |
| Figura 2.13: | Desenvolvimento Local: Círculo Virtuoso -----   | 242 |
| Figura 2.14: | <i>Clusters</i> e Desenvolvimento Local -----   | 243 |
| Figura 2.15: | <i>Cluster</i> Automóvel-----   | 250 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 3.1: As Relações de Intercâmbio Econômico-Espaciais do Turismo segundo a<br>“Teoria Sociológica ou Convencional do Turismo”----- | 284 |
| Figura 3.2: As Relações de Intercâmbio Econômico-Espaciais do Turismo segundo a<br>“Teoria Econômica do Turismo”-----                   | 284 |
| Figura 3.3: Processo de Produção Turística: Metodologia Convencional x Metodologia da<br>Engenharia Turística -----                     | 285 |
| Figura 3.4: A Natureza dos Bens-----  | 290 |
| Figura 3.5: O Sistema Territorial e seus Componentes -----  | 311 |
| Figura 3.6: O Sistema Territorial Turístico -----   | 312 |
| Figura 3.7: Modelo de Região de Destino de Dredge -----   | 320 |
| Figura 3.8: Geografia e Desenvolvimento do Produto Turístico-----   | 324 |
| Figura 3.9: Os Elementos do Sistema Turístico na Perspectiva da Geografia do Turismo  | 328 |
| Figura 3.10: Os Círculos de Von Thünen e o Espaço Turístico -----   | 340 |
| Figura 3.11: Dimensões Estruturais e Geográficas da Dependência Turística -----   | 342 |
| Figura 3.12: Os Ciclos de Dominação e Dependência através do Turismo -----  | 343 |
| Figura 3.13: Representação Esquemática da Cadeia Produtiva do Turismo -----   | 354 |
| Figura 3.14: Tipos de Vantagens Competitivas da Empresa Turística -----   | 369 |
| Figura 3.15: Modelo de Síntese Explicativo da Competitividade Internacional de um<br>Destino Turístico-----                             | 373 |
| Figura 3.16: Pólo de Turismo -----  | 378 |
| Figura 3.17: Anatomia das Atividades Turísticas -----   | 384 |
| Figura 3.18: O Diamante da Competitividade das Zonas Turísticas -----   | 387 |
| Figura 3.19: Estrutura das Zonas Turísticas por Agrupamentos-----   | 388 |
| Figura 3.20: Cadeia de Valor das Zonas Turísticas -----   | 391 |
| Figura 3.21: O Sistema de Valor das Zonas Turísticas -----  | 392 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 3.22: Atrativos Turísticos -----   | 393 |
| Figura 3.23: Serviços e Equipamentos -----  | 393 |
| Figura 3.24: Indústrias e Setores Fornecedores-----                               | 394 |
| Figura 3.25: Conectividade entre Agentes Participantes -----                      | 395 |
| Figura 3.26: Agrupamentos Turísticos Competitivos -----                           | 396 |
| Figura 3.27: Atividades do <i>Cluster</i> Turismo e suas Relações com o Foco----- | 397 |
| Figura 3.28: <i>Up-grading</i> da Cadeia de Valor Turística-----                  | 401 |
| Figura 3.29: Estrutura de <i>Cluster</i> -----                                    | 403 |
| Figura 3.30: <i>Cluster</i> de Turismo-----                                       | 404 |
| Figura 3.31: Cadeia de Valor Regional do Turismo -----                            | 405 |

## LISTA DE QUADROS

|   |     |
|---|-----|
| Quadro 1.1: Comparação Sinótica entre Distrito Industrial, Meio Inovador /<br>Região Inteligente e Sistema Regional de Inovação -----   | 114 |
| Quadro 2.1: Técnicas de Estudo de Agrupamentos em Diferentes Níveis de Análise-----   | 169 |
| Quadro 2.2: Níveis e Critérios de Análise do Perfil Competitivo Regional-----   | 179 |
| Quadro 2.3: Formas de Capitais Intangíveis Determinantes do Processo de<br>Desenvolvimento Regional -----   | 198 |
| Quadro 2.4: Principais Ênfases das Abordagens Usuais de Agrupamentos Locais -----   | 215 |
| Quadro 2.5: Arranjos Produtivos Locais por Tipo de Governança, Grau de Territorialidade<br>e Mercado de Destino da Produção-----  | 218 |
| Quadro 2.6: Características de uma Economia Tradicional Contrapostas às de uma<br>Economia Moderna – Fundamentos da Competitividade-----  | 227 |
| Quadro 2.7: Diferenças entre as Metodologias Convencionais e a Metodologia dos<br><i>Clusters</i> quanto à Promoção de Investimentos e de Tratamento da<br>Questão Regional ----- | 230 |
| Quadro 2.8: Alguns Fatores de Determinação de Competitividade Sistêmica em<br>Níveis Diferentes de Agregação da Política-----   | 237 |
| Quadro 2.9: Tipos de Agrupamentos-----  | 239 |
| Quadro 2.10:Fatores que geram Competitividade para as PMEs em <i>Clusters</i> -----   | 240 |
| Quadro 2.11:Portugal – “Mega <i>Clusters</i> ” e “ <i>Clusters</i> Industriais” -----   | 246 |
| Quadro 3.1: Setorizações de Oferta e de Demanda da Atividade Produtiva -----  | 280 |
| Quadro 3.2: Desenvolvimento Econômico e Turismo -----   | 350 |
| Quadro 3.3: Análise das Atividades de um Pólo e de um <i>Cluster</i> Turístico segundo o<br>Modelo SIIC-----  | 377 |
| Quadro 3.4: Fatores Básicos na Competitividade de uma Zona Turística-----   | 386 |
| Quadro 3.5: Infra-Estrutura de Apoio ao “Setor” Turístico -----   | 394 |
| Quadro 3.6: Atividades do <i>Cluster</i> Turismo -----  | 398 |

## LISTA DE TABELAS

|              |  |     |
|--------------|--|-----|
| Tabela 4.1:  | Oferta de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados e Assemelhados, por Categoria. Salvador – 2000 -----  | 408 |
| Tabela 4.2:  | Oferta de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados e Assemelhados, por Tamanho do Estabelecimento. Salvador – 2000 -----                           | 409 |
| Tabela 4.3:  | Amostra de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados e Assemelhados, por Categoria. Salvador – 2000-----  | 413 |
| Tabela 4.4:  | Amostra de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados e Assemelhados, por Tamanho do Estabelecimento. Salvador – 2000 -----                          | 414 |
| Tabela 4.5:  | Representatividade da Amostra de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados e Assemelhados, por Categoria. Salvador – 2000 --                        | 415 |
| Tabela 4.6:  | Representatividade da Amostra de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados e Assemelhados, por Tamanho do Estabelecimento. Salvador – 2000 -----    | 416 |
| Tabela 4.7:  | Quantidade de Hotéis que não Informaram Questões. Salvador – 2000-----   | 417 |
| Tabela 4.8:  | Distribuição de Unidades Habitacionais (UHs), Leitos e Pessoal Ocupado por Grupos de Categoria e Tamanho do Estabelecimento dos Hotéis da Amostra. Salvador – 2000 ----- | 424 |
| Tabela 4.9:  | Forma de Administração e Propriedade do Capital dos Hotéis. Salvador – 2000. -----   | 425 |
| Tabela 4.10: | Pessoal Ocupado nos Hotéis. Salvador – 2000-----   | 426 |
| Tabela 4.11: | Pessoal Ocupado nos Hotéis e Salários, de acordo com a Procedência das Pessoas. Salvador – 2000-----   | 427 |
| Tabela 4.12: | Problemas com Fornecedores indicados pelos Hotéis. Salvador – 2000 -----   | 428 |
| Tabela 4.13: | Dificuldades encontradas pelos Hotéis na obtenção de Produtos e Serviços. Salvador – 2000 -----  | 429 |
| Tabela 4.14: | Gasto Total Anual dos Hotéis com Fornecedores em 1999. Salvador – 2000 -----   | 430 |
| Tabela 4.15: | Resumo dos Indicadores de Desempenho Operacional dos Hotéis em 1999. Salvador – 2000 -----   | 434 |
| Tabela 4.16: | Pesos Calculados pelo Método de Componentes Variados (em %) -----  | 436 |

Tabela 4.17: Variável Dependente: Vazamento como % do Faturamento ----- 437

Tabela 4.18: Variável Dependente: Vazamento como % do Faturamento ----- 437

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

|             |  |
|-------------|--|
| ADP         | - Atividades Diretamente Produtivas  |
| ASPL        | - Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais   |
| BAHIATURSA  | - Empresa de Turismo da Bahia S/A  |
| BID         | - Banco Interamericano de Desenvolvimento  |
| BN          | - Banco do Nordeste do Brasil  |
| BOHs        | - Boletins de Ocupação Hoteleira   |
| CCP         | - Classificação Central de Produtos  |
| CCT         | - Consumo Coletivo Turístico do Governo  |
| CEPAL       | - Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe  |
| CIU Rev. 3  | - Classificação Individual Internacional Uniforme de todas as Atividades Econômicas, Revisão 3 |
| CIUAT       | - Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas.                              |
| CNAE        | - Classificação Nacional de Atividades Econômicas  |
| CNI         | - Confederação Nacional das Indústrias   |
| CST         | - Conta Satélite de Turismo  |
| CT          | - Consumo Turístico  |
| CTE         | - Consumo Turístico Emissor  |
| CTI         | - Consumo Turístico Interior   |
| CTIT        | - Consumo Turístico Interior Total   |
| DAFO        | - Debilidades, Ameaças, Fortalezas e Oportunidades   |
| DT          | - Demanda Turística  |
| EMBRATUR    | - Instituto Brasileiro de Turismo  |
| EUA         | - Estados Unidos da América  |
| EUROSTAT    | - Escritório de Estatísticas das Comunidades Européias   |
| FBKT        | - Formação Bruta de Capital Fixo Turística   |
| FGV / EAESP | - Fundação Getúlio Vargas / Escola de Administração de Empresas de São Paulo                   |
| FIEMG       | - Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais   |
| FNRHs       | - Fichas Nacionais de Registro de Hóspedes   |
| GEPE        | - Gabinete de Estudos e Prospectiva Econômica do Ministério da                                 |



## Economia de Portugal

|             |   |
|-------------|---|
| GREMI       | - Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs                                  |
| GT          | - Gastos Turísticos   |
| HEC         | - Hautes Études Commerciales de Montreal  |
| IDS         | - Institute for Development Studies   |
| MDIC        | - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior                              |
| MHs         | - Meios de Hospedagem   |
| MPE ou MPEs | - Médias e Pequenas Empresas  |
| MPMEs       | - Micro, Pequenas e Médias Empresas   |
| OCDE        | - Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico                                     |
| OMT         | - Organização Mundial do Turismo  |
| ONGs        | - Organizações não Governamentais   |
| ONU         | - Organização das Nações Unidas   |
| PD          | - Países Desenvolvidos  |
| P&D         | - Pesquisa e Desenvolvimento  |
| PMD         | - Países Menos Desenvolvidos  |
| PME ou PMEs | - Pequenas e Médias Empresas  |
| PR          | - Primário Residencial  |
| PRODETUR-NE | - Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil                              |
| PTur        | - Primário Turística  |
| RAE         | - Revista de Administração de Empresas  |
| RedeSist    | - Rede de Sistemas Produtivos e Inovativos Locais   |
| SCN         | - Sistema de Contas Nacionais   |
| SCR         | - Sistemas Computadorizados de Reservas   |
| SGD         | - Sistemas Globais de Distribuição  |
| SIIC        | - Sistema Interfuncional Interrelacionado da Competitividade de um <i>Cluster</i> Turístico |
| SPL         | - Sistemas Produtivos Locais  |
| SR          | - Secundário Residencial  |
| STur        | - Secundário Turística  |
| SWOT        | - Strength, Weakness, Opportunity end Threat  |
| TdR         | - Total Residencial   |
| TdTur       | - Total Turística   |
| TeR         | - Terciário Residencial   |

|       |   |
|-------|---|
| TeTur | - Terciário Turística                     |
| TIC   | - Tecnologias de Informação e Comunicação |
| ToP   | - Total Primário                          |
| ToS   | - Total Secundário                        |
| ToTe  | - Total Terciário                         |
| TT    | - Total Geral                             |
| UFRJ  | - Universidade Federal do Rio de Janeiro  |
| UHs   | - Unidades Habitacionais                  |
| UM    | - Université de Montreal                  |

## SUMÁRIO

|   |            |
|---|------------|
| Resumo -----  | 8          |
| Abstract -----  | 9          |
| Lista de Figuras -----  | 10         |
| Lista de Quadros -----  | 13         |
| Lista de Tabelas -----  | 14         |
| Lista de Abreviaturas e Siglas -----  | 16         |
| <b>INTRODUÇÃO-----</b>  | <b>22</b>  |
| <b>1 Aspectos conceituais do crescimento e do desenvolvimento regional-----</b>                                   | <b>26</b>  |
| <b>1.1 Conceitos de fundamentação econômica e geográfica referidos à questão regional-----</b>                    | <b>27</b>  |
| 1.1.1 Espaço econômico e espaço geográfico -----  | 27         |
| 1.1.2 Externalidades e economias de aglomeração -----   | 30         |
| 1.1.3 A região como objeto de análise: espaço e região-----   | 33         |
| 1.1.4 A localização das atividades econômicas no espaço-----  | 37         |
| 1.1.5 A formação dos sistemas urbanos -----   | 44         |
| <b>1.2 Modelos de crescimento e de desenvolvimento regional-----</b>  | <b>51</b>  |
| 1.2.1 O modelo da base econômica: o multiplicador regional e as relações intersetoriais -----                     | 51         |
| 1.2.2 O modelo de causação circular cumulativa e o modelo centro-periferia -----                                  | 62         |
| 1.2.3 O modelo dos pólos de crescimento-----  | 67         |
| 1.2.4 Dispersão regional, concentração intra-regional e descentralização urbana -----                             | 74         |
| 1.2.5 Crescimento endógeno: o conhecimento, o capital humano e o capital social como motores do crescimento ----- | 78         |
| 1.2.6 A abordagem territorialista: o papel das inovações tecnológicas e a formação de redes -----                 | 91         |
| <b>2 A “Teoria dos Aglomerados” – o <i>cluster</i> econômico: antecedentes e configuração atual -----</b>         | <b>115</b> |

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| <b>2.1</b> | <b>Antecedentes conceituais da “Teoria dos Aglomerados”</b>   | <b>115</b> |
| 2.1.1      | Alfred Marshall – Economias internas e externas   | 116        |
| 2.1.2      | Joseph A. Schumpeter – O ciclo econômico e o processo de destruição criadora  | 120        |
| 2.1.3      | John M. Keynes – Demanda efetiva, emprego, propensão a consumir e efeito multiplicador  | 124        |
| 2.1.4      | Tibor Scitovsky – Economias externas tecnológicas e economias externas pecuniárias  | 127        |
| 2.1.5      | Paul N. Rosenstein-Rodan – Teoria do grande impulso ( <i>big push</i> )   | 129        |
| 2.1.6      | Albert O. Hirschman – Interdependência e efeitos de encadeamento  | 131        |
| 2.1.7      | W. W. Rostow – A decolagem ou arranco ( <i>take off</i> ) para o desenvolvimento econômico  | 134        |
| 2.1.8      | Paul Krugman – Imperfeições de mercado, retornos crescentes de escala, acidentes históricos e distribuição geográfica da produção econômica | 138        |
| <b>2.2</b> | <b>A “Teoria dos Aglomerados” na visão de Michael Porter: cadeias e agrupamentos ou <i>clusters</i></b>                                     | <b>144</b> |
| <b>2.3</b> | <b>Outras abordagens sobre os conceitos de cadeias</b>  | <b>166</b> |
| <b>2.4</b> | <b>Outras abordagens sobre os conceitos de agrupamentos ou <i>clusters</i></b>  | <b>182</b> |
| <b>3</b>   | <b>Turismo, desenvolvimento regional e “Teoria dos Aglomerados”</b>   | <b>262</b> |
| <b>3.1</b> | <b>O turismo no crescimento e no desenvolvimento regional</b>   | <b>262</b> |
| 3.1.1      | O enquadramento econômico do turismo  | 262        |
| 3.1.2      | O conceito do multiplicador aplicado ao turismo   | 295        |
| 3.1.3      | Dimensão territorial do desenvolvimento turístico: externalidades e economias de aglomeração / espaço, região e território                  | 305        |
| 3.1.4      | Localização das atividades turísticas: teoria dos lugares centrais, relação centro-periferia e dependência                                  | 334        |
| <b>3.2</b> | <b>Os conceitos de cadeias e de agrupamentos ou <i>clusters</i> referenciados ao turismo</b>  | <b>353</b> |
| 3.2.1      | Os conceitos de cadeias referenciados ao turismo  | 353        |

|   |            |
|---|------------|
| 3.2.2 Os conceitos de agrupamentos ou <i>clusters</i> referenciados ao turismo-----   | 367        |
| <b>4 Um levantamento tendo como objeto a hotelaria de Salvador -----</b>  | <b>406</b> |
| <b>4.1 Aspectos metodológicos do trabalho empírico-----</b>   | <b>406</b> |
| <b>4.2 Análise descritiva: Elementos característicos da hotelaria de Salvador -----</b>   | <b>418</b> |
| <b>4.3 Análise fatorial: Resultados preliminares indicativos de vazamentos da<br/>economia do turismo de Salvador a partir do setor hoteleiro -----</b> | <b>435</b> |
| 4.3.1 Construção das Variáveis “Tamanho do Estabelecimento” e “Problemas no<br>Mercado Local” usando componentes principais-----                        | 435        |
| 4.3.2 Análise de Regressão-----   | 436        |
| <b>CONCLUSÃO -----</b>  | <b>439</b> |
| <b>REFERÊNCIAS-----</b>   | <b>457</b> |
| <b>ANEXOS-----</b>  | <b>468</b> |

## INTRODUÇÃO

O turismo caracteriza-se por ser um fenômeno multisetorial e multidisciplinar. Essas condições, se por um lado são extremamente positivas, pois possibilitam contribuições teóricas e práticas de diversos matizes, que enriquecem o conhecimento do fenômeno em si, por outro lado resultam em sérias dificuldades em nível de delimitação conceitual e metodológica, quando se pretende analisar não a totalidade complexa do turismo, mas, de modo específico, a sua consideração sob um determinado enfoque ou âmbito, disciplinar, espacial e setorial.

Tal sucede quando se busca analisar o turismo como atividade econômica e a sua relação com o processo de desenvolvimento regional, incluindo aportações oriundas da economia e da geografia. Desenvolvimento econômico, geografia econômica, economia espacial, análise urbano-regional do desenvolvimento socioeconômico, constituem-se em áreas do conhecimento às quais recorreu o autor desta tese para, estabelecendo *links* entre elas e o turismo, alcançar o objeto ao qual se propôs.

O objeto deste trabalho consiste em analisar se o turismo, enquanto atividade econômica, apresenta condição de atuar como motor do crescimento e do desenvolvimento regional e, em caso afirmativo, sob que modelo teórico-metodológico, estrutura e configuração tal condição se concretizaria.

Nos anos 1990, difundiu-se no meio acadêmico, a partir dos estudos de Michael Porter, o conceito de *cluster*, vinculado à noção de competitividade das nações como derivada da competitividade das empresas instaladas no território nacional, localizadas em concentrações geográficas delimitadas, dentro desse território, e compartilhando, em grupos, as externalidades positivas decorrentes das chamadas economias de aglomeração. A este conceito, que nesta tese será mais referido como “agrupamento”, Michael Porter atrelou um

aparato metodológico que ganhou o crédito de, inclusive, pretender constituir-se em um novo modelo de desenvolvimento regional.

Com estreito e indissolúvel vínculo ao objeto acima referido, se procurará analisar se o conceito de *cluster*, bem como o de cadeia produtiva, aplica-se-se apropriadamente à atividade do turismo, e, em caso positivo, se o “*cluster* de turismo”, ou seja, um agrupamento de empresas que têm como atividade nuclear o turismo, corresponderia à estruturação e configuração de um modelo de desenvolvimento regional, a partir da atividade turística.

Ainda para atender ao objeto desta tese, um outro tema nela enfatizado e de conteúdo diretamente relacionado ao conceito de cadeia produtiva refere-se à noção de “fugas” ou “vazamentos” da economia de uma determinada região, decorrente do suprimento de *inputs* necessários ao funcionamento da estrutura produtiva dessa economia a partir de fornecedores de bens e serviços localizados fora da região, representando a realização de importações e a conseqüente remuneração de agentes exógenos, o que atua no sentido de mitigar os resultados econômicos da atividade turística que seriam retidos localmente.

A competitividade e sustentabilidade do desenvolvimento turístico de base endógena, preconizaria, portanto, o enraizamento ou internalização da produção de tais *inputs*, implicando no adensamento e ampliação dos encadeamentos setoriais, a montante e a jusante, que compõem a estrutura produtiva da economia dessa região.

Neste sentido, realizou-se um levantamento, em nível exploratório e preliminar, junto à hotelaria de Salvador, capital do Estado da Bahia, procurando constatar a ocorrência de vazamentos, bem como evidenciar variáveis influenciadoras e áreas por onde os recursos estariam vazando, relacionadas diretamente a problemas e dificuldades com fornecedores locais e em função do tamanho dos estabelecimentos e da propriedade do capital, se local ou de cadeias nacionais e internacionais.

Para o alcance do objeto da tese, além do trabalho empírico realizado, se procedeu a uma extensa revisão bibliográfica em fontes primárias e secundárias.

O estudo realizado possibilitou concluir-se que para regiões deprimidas economicamente a atividade turística pode atuar como indutora de crescimento econômico, mas por si só, não reúne condições de promover o desenvolvimento econômico regional.

O modelo de *cluster*, na concepção porteriana “pura” marcadamente empresarial e microeconômica, caracterizado pela presença de grandes indústrias e de dimensão nacional, com elevada amplitude e alto nível de agregação, não se aplica apropriadamente ao turismo e não pode ser tomado como uma estratégia de desenvolvimento regional.

O agrupamento que tem o turismo como atividade nuclear, cujo foco é o destino turístico entendido como um *microcluster*, caracterizando-se pela delimitação da amplitude geográfica do seu entorno espacial, do âmbito territorial de abrangência do próprio agrupamento, do segmento turístico principal e dos sub-segmentos relacionados, bem como do próprio mercado alvo, corresponde à configuração de *cluster* de turismo que reúne as condições de promover e modelar estratégias de crescimento e desenvolvimento para micro-regiões ou zonas turísticas. Desta forma, se alcançará e sustentará o desenvolvimento regional, como resultado da interação entre a função de especialização – o turismo e o território – o destino turístico e seu entorno próximo.

Esta tese, além de sua introdução, estrutura-se em quatro capítulos, e mais a conclusão, referências e anexos. O primeiro capítulo aborda os aspectos conceituais do crescimento e do desenvolvimento regional, tratando dos conceitos econômicos e geográficos que referem-se à questão regional e dos modelos de crescimento e desenvolvimento regional. O segundo capítulo reporta-se à “Teoria dos Aglomerados”, caracterizando os seus antecedentes conceituais originados na economia e na geografia econômica, explicitando a abordagem de Michael Porter e o seu conceito de *cluster* e passando em seguida a analisar outras abordagens



sobre os conceitos e práticas de cadeias e *clusters*. O capítulo 3 traz todo o referencial teórico trabalhado nos capítulos anteriores em sua ligação com o turismo, ou seja aborda o turismo face o desenvolvimento regional e a “Teoria dos Aglomerados”. Neste capítulo se delinea o enquadramento econômico do turismo, a aplicação do conceito do multiplicador, a dimensão territorial do desenvolvimento turístico e a localização das atividades turísticas, tratando-se na sequência da aplicação dos conceitos de cadeias e de *clusters* à atividade do turismo. Por fim, o capítulo 4 apresenta o trabalho empírico realizado, descrevendo-se a metodologia empregada e os resultados alcançados.

## **1 ASPECTOS CONCEITUAIS DO CRESCIMENTO E DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

Qualquer economia, seja de mercado ou de planejamento centralizado, se fundamenta na interação social e na interação espacial. Nenhuma economia pode existir sem que haja relações entre os seres humanos, relações essas que ocorrem em um dado espaço geográfico, influenciando esse espaço e sendo por ele influenciadas. “Os atributos [do espaço] influenciam o homem nos seus comportamentos, percepções e escolhas e este age sobre o espaço para o modificar [...]” (POLÈSE, 1998, p.54).

Indaga Pólese (1998, p. 53), “[...] Como é que se organiza o homem para satisfazer as suas necessidades econômicas, tendo em conta as restrições que lhe são impostas pelo espaço geográfico? [...]”.

Esta questão situa-se como pano de fundo em todo este trabalho, particularmente neste capítulo onde se analisa, em um primeiro momento, dentro de uma perspectiva evolutiva, os conceitos de base econômica e geográfica que se traduziram em contribuições pioneiras ou seminais para o desenvolvimento das teorias do crescimento regional e, em um segundo momento, os próprios modelos de crescimento regional nas diversas vertentes que foram tomando forma e se diferenciando com o passar do tempo. Ressalta-se que não se tem a pretensão de explorar exaustivamente todos os conceitos e modelos relacionados a tão expressiva e complexa questão, mas sim de se deter naqueles que representam marcos bem característicos na evolução do arcabouço teórico da análise regional, constituindo-se nos mais relevantes para o enquadramento do turismo na economia e no desenvolvimento regional.

## 1.1 Conceitos de fundamentação econômica e geográfica referidos à questão regional

### 1.1.1 Espaço econômico e espaço geográfico

Em sua análise sobre o espaço econômico, Lopes (2002, p.39) destaca a contribuição pioneira do trabalho *Essai sur la nature du commerce em général* de Richard Cantillon (1952, a edição original data de 1755), onde chama a atenção a importância que ele atribuía às economias de tempo e de transporte para uma clara definição da organização espacial da sociedade, bem como à importância da interdependência econômica, aspecto este visualizado por ele antes ainda do correspondente trabalho de François Quesnay, *Tableau économique des physiocrates*, 1758.

Com efeito, fica clara no seu discurso [de Cantillon] a existência de dois tipos de circuitos econômicos que se equilibram, um (horizontal) expresso em termos espaciais pelas transferências campo-burgo-cidade-capital, o outro (vertical) associado às classes sociais existentes e às relações entre elas. (LOPES, 2002, p.39).

Fica também subjacente ao modelo de Cantillon a importância das economias de aglomeração e até das economias de escala. Antes inclusive de Walter Christaller (*Die zentralen orte in süddeutschland*, 1933), já aparece no trabalho de Cantillon a idéia de uma organização espacial assentada em aglomerados populacionais com funções de centros hierarquizáveis, com suas respectivas áreas de influência.

A relação dos fluxos e das variações dos preços com a distância, que conduz a que só possam ser objetos de troca produtos cujos raios de venda ou alcance sejam grandes o suficiente para atingir mercados urbanos, é outro aspecto antecipado por Cantillon e que só muito depois seria retomado pela teoria dos lugares centrais, tendo demonstrado ainda, que os preços dos mercados determinam a distribuição das culturas ao redor dos aglomerados populacionais, considerando a influência do custo dos meios de transporte.

Um outro trabalho pioneiro que é apontado por Lopes (2002, p.40), é o de Sir James Stuart, *An inquiry into the principles of political economy* (1966, a edição original data de 1767), que explica a distribuição espacial da população pela via do emprego, com base na disponibilidade de recursos e sua localização, o que dá abertura ao surgimento de cidades de diferentes tamanhos, passando os que vivem do aproveitamento do solo à atividade de artesãos independentes, cuja localização vai depender da localização dos consumidores. A localização da administração do governo não é indiferente à localização dos demais atores, tendendo portanto a se conformarem os aglomerados das pequenas cidades e das capitais. Quando a procura externa adiciona-se à procura interna, outros fatores podem influenciar na localização das aglomerações populacionais, como os fatores naturais ou de natureza geográfica em geral. A obra de Sir James Stuart permite ainda se discutir sobre o tamanho dos aglomerados e das vantagens e desvantagens dos centros de grande dimensão, o que pode se considerar como uma introdução às economias (e deseconomias) de aglomeração.

[...] o espaço contém e representa uma visão complexa da realidade nos seus variados aspectos, nos seus diversos elementos constituintes, e nessa representação se inclui o complexo de relações que se estabelecem entre esses mesmos elementos. Nesta acepção tem cabimento a identificação [do espaço] com o conceito de sistema [...]. (LOPES, 2002, p.45).

Entre o espaço econômico e o espaço geográfico há relações primárias estreitas que originam-se da localização dos objetos e das relações entre eles; o espaço econômico não dispensa nem as localizações nem as atividades.

Um primeiro princípio de relevo em uma análise dessa natureza, é o princípio da **centralidade**, cujo argumento focal é que as relações entre os agentes econômicos dão origem a um lugar central. Este princípio pode ser entendido tanto pelo seu sentido geográfico – o lugar é o centro geográfico de um espaço, como pelo seu conteúdo de centralização ou agrupamento da produção em um lugar. Trata-se de definir um lugar de produção no espaço. Esta definição resulta da consideração de duas forças: os custos de transporte e as economias

de escala. Uma empresa irá procurar maximizar os benefícios que pode obter das economias de escala e minimizar os custos de transporte. Economias ou rendimentos de escala correspondem aos ganhos de produtividade ao nível da produção (rendimentos crescentes).

Segundo Polèse, 1998, espaço e mercado integram uma mesma realidade, analisando-se sob a perspectiva do produtor, desde quando, assim como o nível de produção, a dimensão do mercado abastecido implica na consideração dos custos de transporte e das economias de escala. “Só haverá produção [em um determinado] ponto [...] se a área de mercado que está à disposição for suficiente para permitir que a empresa cubra os seus custos de produção [...]” (POLÈSE, 1998, p.60).

Ressalva-se que a consideração dos conceitos de espaço e mercado dentro de uma mesma realidade pode levar a se pensar que a decisão de localização de uma atividade produtiva se deva unicamente à razão da economia do tempo de deslocamento. No atual estágio de globalização da economia mundial, as empresas, ao decidirem sobre a localização de suas atividades e negócios, levam em conta os custos integrados de transporte, ou seja, preço + tempo, embora, quando tomados em separado, o preço assuma um maior peso que o tempo de deslocamento. O tempo de deslocamento, dimensão espacial, quando considerado de forma conjunta com o preço do produto, dimensão de mercado, viabiliza a opção de reduzir-se o custo total em que se incorrerá para se produzir e vender, quando da definição do local onde o empreendimento deverá se instalar.

Já na perspectiva do consumidor, a minimização dos deslocamentos, e do seu custo, é uma condição básica do princípio de centralidade. Todo agente econômico procura reduzir ao mínimo o tempo que é necessário para adquirir um produto ou serviço, ou maximizar a utilidade dos deslocamentos, o que ocorre quando consegue economizar tempo satisfazendo várias necessidades em um só lugar e realizando o menor número de deslocamentos possível.

Portanto, a concentração espacial das transações entre os agentes econômicos reflete um ganho de produtividade, tanto para produtores como para consumidores.

Esse efeito não se limita às transações envolvendo mercadorias, aplicando-se sempre quando se busca satisfazer as necessidades de uma população que demande salas de espetáculos, lugares para cultos, etc., facilidades que vão atender aspectos intangíveis incorporados no padrão de consumo de determinados estratos dessa população. Nesse sentido, uma destinação turística que ofereça em um mesmo espaço ou em espaços contíguos um amplo leque de facilidades para seus visitantes, tornando assim eficaz o deslocamento por eles efetuado, quanto ao uso do tempo dispendido e a outros custos de interação espacial, estará também alcançando eficácia em relação aos custos em que se incorreu visando atrair tais visitantes. Nesse contexto, a procedência dos visitantes dependerá da capacidade de atração do destino, expressa através do seu âmbito espacial de influência.

#### 1.1.2 Externalidades e economias de aglomeração

Economias de aglomeração consistem em ganhos de produtividade que são atribuídos à aglomeração geográfica das populações ou das atividades econômicas. “Como a fonte dos ganhos de produtividade se situa no exterior das empresas, no meio que as rodeia, fala-se de economias externas ou externalidades [...]” (POLÈSE, 1998, p.77).

Medir a produtividade traduz-se em determinar uma relação entre o número de *outputs* (saídas ou resultados) e o número de *inputs* (entradas – matérias-primas, insumos) de determinado processo. Essa medição, por vezes, não se revela satisfatória, particularmente quando envolve o setor terciário da economia, os serviços de um modo geral: saúde pública, educação, turismo, etc. Os ganhos de produtividade estão na origem do processo de desenvolvimento

econômico, daí a importância de procurar estudar os que decorrem da aglomeração geográfica das atividades econômicas e das populações.

O conceito de externalidade portanto, está diretamente vinculado à noção de espaço geográfico. Existem, em qualquer local, externalidades positivas e externalidades negativas. Quando a externalidade é positiva se tem uma fonte de economia externa, também chamada de efeito de transbordo ou efeito de vizinhança (*neighbourhood*). Quando a externalidade é negativa se tem uma fonte de deseconomia externa, normalmente relacionada a aspectos ambientais – engarrafamentos, poluição, etc.

Do mesmo modo que as economias de escala, de natureza interna às empresas, as economias externas possibilitam ganhos de produtividade, associados a uma determinada localização, ou seja, menores custos de produção, com a vantagem de que a empresa não assume a totalidade dos custos (pode assumir uma parcela) em que o sistema econômico incorreu para gerar tais economias externas, as externalidades positivas.

As economias de aglomeração podem assumir duas formas principais: economias de localização ou de justaposição e economias de urbanização.

As economias de localização ou de justaposição representam ganhos de produtividade específicos de uma indústria ou de um conjunto de empresas relacionadas que originam-se de sua localização. O termo indústria designa um conjunto de estabelecimentos ou empresas do mesmo setor de atividade econômica.

As economias de localização ou de justaposição são internalizadas ao nível da indústria, embora sejam externalidades para as empresas que delas [se] beneficiam. Os ganhos de produtividade são imputáveis à dimensão da indústria numa dada localização.

Para designar os conjuntos geográficos de estabelecimentos conexos deste tipo usa-se, por vezes, a expressão complexos industriais (onde freqüentemente os *outputs* de uma empresa são os *inputs* de uma outra). As economias de localização a realizar neste caso não assentam apenas na partilha dos custos fixos mas também na redução dos custos de interação espacial e na multiplicação das possibilidades de troca. Por outras palavras, a aglomeração geográfica torna possível a maximização dos ganhos

da especialização resultantes da valorização das vantagens comparativas. (POLÈSE, 1998, p.87).

Em qualquer indústria, a natureza das economias de localização dependerá, antes de mais nada, do nível de desenvolvimento tecnológico, mas também dos fatores que possam modificar as vantagens comparativas de diversas localizações.

A frequência, diversidade e intensidade das transações são fatores de aglomeração importantes. O empresário terá vantagem em se localizar onde existam várias opções de fornecedores, de modo que, se necessário, possa trocar imediatamente de um para outro. Isso se constituirá um elemento-chave de produtividade. Os comerciantes e os prestadores de serviços também têm interesse em se concentrar no espaço, pois, considerando os custos fixos ou as indivisibilidades, a aglomeração poderá justificar assumir-se despesas compartilhadas relativas a ações cooperadas, que propiciem a diluição dos custos de operacionalização e totais e, por consequência, a venda de produtos e serviços a preços menos elevados.

Também devem ser considerados como vantagens das economias de localização, os ganhos de produtividade que uma empresa pode obter por meio da redução dos seus custos de informação e outros associados à inovação e à adoção de novos processos de produção e métodos de comercialização; além das economias devidas à redução dos custos com recrutamento e formação de mão-de-obra.

A diferença entre as economias de localização e as de urbanização, reside em que nas primeiras trata-se dos efeitos sobre uma indústria, enquanto nas segundas refere-se aos ganhos de produtividade decorrentes da aglomeração de indústrias de todo o tipo em áreas urbanas. As economias de urbanização correspondem às externalidades positivas que as indústrias propiciam, pelo simples fato de se localizarem em uma determinada cidade. Elas são internas à região urbana, mas externas às empresas ou indústrias que delas se beneficiam.

Os ganhos de produtividade decorrentes da produção de bens públicos constituem um elemento fundamental das economias de urbanização.



Por bens públicos entende-se os equipamentos ou os serviços cuja produção dificilmente pode ser assegurada de modo privado, devido ao peso das externalidades ou à importância das indivisibilidades ou outros custos fixos. Do lado dos **grandes equipamentos**, pode-se pensar nos **portos de mar, estradas, aquedutos, aeroportos, esgotos e redes de eletricidade**. Do lado dos **serviços**, pode-se mencionar **a administração pública, a educação, a saúde, a justiça e a ordem pública**, [grifo nosso]. (POLÈSE, 1998, p.95).

Os grandes equipamentos e os serviços que foram grifados na citação acima, compõem aspectos de infra-estruturação básica e turística, que integram a oferta técnica de um destino turístico, constituindo-se, inclusive, em elementos que podem ser trabalhados para incorporarem um maior nível de tecnologia e qualificação e funcionarem como motores de modernização de áreas urbanas, em municípios e cidades, transformando-as em dinâmicos, modernos e competitivos centros de recepção de turistas.

Isso acarretaria, pelas externalidades positivas decorrentes das economias de aglomeração, expressivos ganhos de produtividade difundidos e compartilhados pelos consumidores, os turistas, pelas empresas e indústrias direta e indiretamente vinculadas à atividade do turismo situadas entre os espaços de concretização do consumo turístico: espaço receptor, espaço de trânsito e espaço emissor, ou seja, na área de mercado ampliada que caracteriza o turismo, pelos municípios ou cidades qualificados como destinos turísticos e pela população residente no espaço receptor.

### 1.1.3 A região como objeto de análise: espaço e região

François Perroux (*Economic space: theory and applications*, 1950), distingue espaço geoeconômico de espaço econômico. Conforme Tolosa (1972), na distinção efetuada por Perroux, o espaço geoeconômico refere-se às relações e à distribuição das atividades econômicas no espaço geográfico, enquanto o espaço econômico “corresponde a uma noção

abstrata de espaço matemático, definido por um conjunto de propriedades e independente de qualquer sistema de coordenadas [...]” (TOLOSA, 1972, p.194).

O espaço econômico, na abordagem de Perroux, pode ser classificado em: espaço econômico definido por um **plano ou programa**; espaço econômico definido como espaço **polarizado**, um campo de forças ou de relações funcionais; espaço econômico definido como um espaço **ou agregado homogêneo**.

O espaço polarizado, segundo Perroux, citado por Tolosa, consiste:

naqueles centros (ou pólos, ou focos) dos quais emanam forças centrífugas e para os quais forças centrípetas são atraídas. Cada centro atuando como um centro de atração e repulsão tem um campo próprio, o qual é embutido nos campos de outros centros. Nesse sentido qualquer espaço geoeconômico ou banal é uma coleção de centros e lugar de passagem de forças. (PERROUX, 1950, *apud* TOLOSA, 1972, p. 194-195).

A respeito do termo espaço banal referido por Perroux, Dall’Acqua (2003) recorre a Milton Santos (Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal, 2001), para quem este conceito corresponderia ao “espaço de todos: empresas, instituições, pessoas, o espaço das vivências [...] espaços que sustentam e explicam um conjunto de produções localizadas, interdependentes” (SANTOS, 2001, *apud* DALL’ACQUA, 2003, p. 73).

O economista francês Jacques Boudeville (*Les espaces économiques*, 1970), seguindo François Perroux, do qual era discípulo, propôs uma similar caracterização das regiões: região polarizada, região homogênea e região-plano.

Conforme Hansen (1978), Perroux destaca mais na sua análise as relações econômicas, numa orientação que pode ser considerada como não geográfica, no que contrasta com a análise de Boudeville, que enfatiza a natureza regional do espaço econômico.

De acordo com o critério da **polaridade**, ou da “**nodalidade**”, as regiões são definidas como áreas de influência polarizadas por uma capital ou lugar central. Essas áreas de influência

podem ser entendidas como as áreas de mercado dos serviços públicos e privados que existem na capital ou lugar central.

Conforme o critério da **homogeneidade**, as regiões compartilham alguns traços característicos que se tornam o princípio do seu agrupamento (história, cultura, idioma, base econômica, etc.). Já segundo o critério relacionado com as fronteiras políticas ou administrativas, as regiões são entendidas como regiões-plano, ou seja, submetidas aos mesmos processos de tomada de decisão (o planejamento).

As características que distinguem uma região são a sua abertura econômica e a sua integração num espaço de maior amplitude. Cada vez mais as fronteiras nacionais estão deixando de significar barreiras à circulação de mercadorias, idéias e capitais, devido, sobretudo, às inovações tecnológicas nos meios de comunicação e transporte. Esses aspectos têm forte repercussão sobre as atividades econômicas em geral e sobre o turismo em particular, influenciando e determinando um dinamismo cada vez mais intenso desta atividade em todo o mundo, haja vista o incremento na mobilidade das pessoas, no número de viagens e nos conseqüentes fluxos físicos e monetários que se deslocam entre países e regiões, por razões e motivações cada vez mais diversificadas.

O espaço pode ser definido a partir de um conjunto de dados econômicos localizados, sendo que tais localizações podem ser dispersas, considerando que são as características e a natureza das relações de interdependência que dão unidade ao espaço. Já a região precisa ser definida de uma forma mais restrita, não em função de fatores relacionados à dimensão, mas referidos a razões de contiguidade, ou seja, os elementos que compõem uma região têm que se localizar de forma contígua.

Para efeito de classificação, de acordo com Lopes (2002), distinguem-se dois tipos básicos de regiões: **regiões formais** – áreas geográficas dotadas de relativa homogeneidade em função de um conjunto de atributos ou variáveis, físicos, econômicos, sociais e políticos; **regiões**

**funcionais** – áreas geográficas dotadas de coerência funcional, numa perspectiva sistêmica, que caracterizam-se por relações de interdependência.

Na base da definição de regiões funcionais estão preocupações associadas à natureza e intensidade das interações de ordem econômica, em regra identificáveis no espaço por **pólos** (industriais), **nós** (de comunicação) ou **centros** (de serviços), pontos de elevada intensidade de relações; na definição de regiões formais dominam preocupações de homogeneidade, indispensável para garantir validade à análise, [grifo nosso]. (LOPES, 2002, p.53).

No entanto, quando razões de intervenção determinam a formulação de políticas públicas e planejamento, o critério da funcionalidade será indispensável, mas o da homogeneidade não poderá ser ignorado. O planejamento não dispensa a análise e as unidades regionais deverão ter operacionalidade, a qual irá depender de estruturas não muito diferenciadas. Assim, aos critérios de homogeneidade (região formal) e de polarização (região funcional), junta-se o critério do planejamento (de política ou de programação) caracterizando um terceiro tipo de região, a região-plano, a qual deverá traduzir coerência frente a decisões de política econômica.

Uma região polarizada pode ser definida como uma área na qual as relações econômicas internas são mais intensas que as mantidas com regiões exteriores a ela. Ao conceito de polarização fica inerente o de dependência e, conseqüentemente, uma perspectiva de hierarquização. “Por isso se pode dizer que um espaço polarizado é um conjunto de unidades ou de pólos econômicos que mantêm com um pólo de ordem imediatamente superior mais trocas e ligações do que com outros pólos da mesma ordem [...]” (LOPES, 2002, p.56).

O planejamento visa transformações qualitativas, ou o controle da evolução do processo socioeconômico. Para tanto, torna-se necessário avaliar corretamente o funcionamento do sistema econômico sob a perspectiva espacial, para melhor aproveitar o seu potencial, ou para revê-lo, tendo em vista o efetivo alcance dos objetivos fixados. O apoio em regiões funcionais pode ser qualitativamente diferente de acordo com esses objetivos.

[...] se os fins da política regional a atingir forem de crescimento, pode justificar-se que as regiões-plano se baseiem em pólos industriais de crescimento (esquema de polarização propriamente dito); se os fins forem de desenvolvimento, isto é, promover que os bens e serviços encontrem uma rede de distribuição que crie condições para que toda a população tenha acesso a eles, então a polarização deve ser fundamentalmente influenciada pela centralidade, isto é, pelo objetivo de definir corretamente uma rede de centros (ou lugares centrais) que garanta uma distribuição dos bens e serviços eficaz e a acessibilidade a eles fique assegurada. (LOPES, 2002, p.58).

#### 1.1.4 A localização das atividades econômicas no espaço

Joahann Heinrich Von Thünen, contribuiu com idéias pioneiras para o desenvolvimento da análise econômica espacial, tendo o seu trabalho seminal “O estado isolado” (*Der isolierte staat in beziehung auf landwirtschaft und nationalokonomie*, 1826), influenciado uma expressiva quantidade de estudos, fundamentados na sua formulação teórica sobre a formação e a estruturação do espaço agrícola.

Outro autor pioneiro e de central importância na análise da localização da empresa industrial foi Albert Weber (*Über den standort des industrien*, 1909), sugerindo à época que três fatores determinariam tal localização: o custo de transporte, os custos do trabalho e as vantagens associadas à aglomeração (economias de aglomeração).

Para o objetivo deste trabalho, não se procederá uma análise detalhada dos contributos de Von Thünen e Weber. Será tomado como ponto de partida as primeiras observações empíricas de Walter Christaller, 1933, que começaram a formatar a idéia de que as atividades econômicas e as populações se distribuem no espaço de forma ordenada, dando origem a hierarquias, redes ou sistemas urbanos.

Uma empresa procura, normalmente, localizar-se no centro geográfico do seu mercado, em virtude do princípio da centralidade geográfica. As empresas que querem fornecer às mesmas populações, mesmo que sejam produtos diferentes, têm interesse em se agrupar. Desse modo,

as empresas que tenham áreas de mercado comparáveis, irão se agrupar no mesmo local, formando um determinado lugar central. Quanto maior for a população a ser abastecida e de mais longe vierem os clientes, maior importância terá o lugar central.

A decisão de centralizar ou não a produção num só lugar é, em grande parte, como já comentado, reflexo da comparação entre economias de escala e custos de transporte. Quanto mais relevantes forem as economias de escala e mais baixos os custos de transporte, maior será a probabilidade de se centralizar a produção em um só lugar.

No caso de produtos ou serviços de consumo final – no setor do comércio varejista e dos serviços pessoais, é, em geral, o consumidor que assume ou internaliza os custos de transporte envolvidos nos deslocamentos que realiza para se abastecer, o que determina e fixa um limite muito bem definido para as possíveis áreas de mercado. O custo real dos deslocamentos, incluindo o custo de oportunidade, será influenciado pela frequência do consumo e pela importância da despesa correspondente no orçamento do consumidor. O consumidor percorrerá distâncias maiores para adquirir determinados produtos e serviços que outros, decorre daí, que nem todos os produtos e serviços têm a mesma importância, sendo possível então, estabelecer-se uma hierarquia entre eles.

Christaller considera então, que os bens e serviços podem ser hierarquizados de acordo com a sua importância. Quanto menor for a velocidade ou o ritmo de repetição do consumo de determinados produtos mais elevados eles se situarão na hierarquia, e vice-versa. No caso do consumo ser frequente os produtores tendem a localizar-se próximos dos consumidores, conformando regiões complementares aos lugares centrais, de reduzida dimensão. No caso do consumo ser de carácter ocasional os produtores se localizarão a uma maior distância média dos consumidores, e entre eles, visando a rentabilidade de sua escala de produção, neste caso, se definirão regiões complementares que se apresentarão com uma maior dimensão.

Uma outra relevante colocação de Christaller refere-se a que, desde quando a produção de produtos e serviços é realizada em lugares centrais, a importância dos lugares será tão maior quanto maior for a importância dos produtos e serviços situados em elevada posição hierárquica e que sejam fornecidos a partir desses lugares centrais. Há, portanto, uma relação direta entre a relevância dos lugares centrais e a importância dos produtos e serviços por eles disponibilizados.

Outro ponto a destacar é o fato de que um lugar central de ordem superior está em condições de fornecer não apenas todos os bens que lhes correspondem na hierarquia dos produtos e serviços, mas também, todos os bens que são fornecidos por todos os centros de ordem inferior. Os consumidores que se deslocam até esses centros de ordem superior aproveitam para adquirir não só os bens de consumo menos frequente, de maior hierarquia, como os de consumo de maior ocorrência ou de ordem inferior, visando minimizar o esforço, o custo e o tempo dos seus deslocamentos.

Distinguem-se, deste modo, produtos e serviços superiores de produtos e serviços inferiores.

Um produto ou serviço de ordem superior caracteriza-se, sucintamente, por representar:

- ✓ economias de escala importantes, com o mínimo de mercado ou de produção situando-se em expressivo patamar;
- ✓ consumo pouco freqüente, representando um produto cujo custo de transporte é significativo em relação à renda do consumidor;
- ✓ custos de transporte baixos, o custo será tanto mais baixo quanto menor seja a necessidade de deslocamento frequente do consumidor;
- ✓ vontade do consumidor de se deslocar por grandes distâncias para adquirir o produto desejado, desde quando tenha condições orçamentárias para fazê-lo.

Para um produto ou serviço de ordem inferior, as relações se invertem: economias de escala pequenas, consumo freqüente ou produto barato, custos de transporte elevados e consumidores pouco dispostos a se deslocar.

Um outro expressivo estudioso dos aspectos relacionados com a localização das atividades econômicas no espaço foi August Lösch (*The economics of location*, 1967), edição original em alemão de 1939). Sua teoria dedica especial atenção à definição das áreas de mercado e o determinante da escolha da localização é a maximização do lucro dos produtores, divergindo neste ponto de Christaller, para quem o determinante é a minimização dos custos de deslocamento dos consumidores. Lösch entende que existem economias de aglomeração que tendem a agrupar as empresas produzindo bens para diferentes mercados, o mesmo sucedendo com os custos de transporte, por efeito da redução das distâncias a percorrer.

Enquanto Christaller privilegia o interesse dos consumidores, Lösch dá maior ênfase à eliminação dos lucros excedentes.

No que diz respeito às funções que são exercidas por cada centro, Christaller, ao procurar minimizar o esforço dispendido pelos consumidores privilegia o agrupamento dos fornecedores (**coincidência absoluta** dos fornecedores), mesmo que daí resulte algum sacrifício relativamente ao objetivo da eliminação dos lucros excedentes. Esta postura tem como consequência o desenvolvimento de um sistema urbano multipolar [...] implicando uma multiplicidade de lugares centrais da ordem mais elevada, ou seja, multiplicidade de metrópoles [...].

Lösch, ao dar maior importância à eliminação dos lucros excedentes, embora sem descurar a minimização do esforço dos consumidores, sacrifica-a, em relação à primeira preocupação (**coincidência máxima** dos fornecedores) daí resultando, em relação às características dos centros de uma determinada ordem, um sistema urbano mais flexível. Cada um dos centros não tem que ter disponíveis, necessariamente, funções totalmente idênticas às de um outro centro da mesma ordem, embora elas tendam a aproximar-se [...] havendo uma tendência à existência de uma única metrópole, logo tratando-se de um sistema urbano unipolar. Logo, o sistema de Christaller é mais descentralizado, ou menos hierarquizado que o de Lösch [...], [grifo nosso]. (ALVES, 2002, p. 136).

Segundo Polèse (1998), várias são as razões que fazem as hierarquias urbanas afastarem-se de um modelo desejado ou idealizado:

- ✓ os obstáculos institucionais entravam a integração do espaço económico do país;
- ✓ o poder de compra e as preferências do consumidor não são homogêneos em todo o território;



- ✓ a localização das atividades não comerciais obedece a uma lógica diferente da dos lugares centrais;
- ✓ o impacto das infra-estruturas sobre as decisões de localização;
- ✓ o impacto das economias ou deseconomias de aglomeração podem contrariar o modelo;
- ✓ a indústria de transformação não se integra necessariamente em modelos de localização do tipo dos lugares centrais.

A necessidade do consumidor ou do produtor se deslocar afeta setores e atividades como saúde, educação, turismo, cultura (bibliotecas, teatros, museus, etc.), serviços financeiros, restaurantes e o comércio atacadista.

O modelo dos lugares centrais não é aplicável quando os custos de produção, montagem ou extração excedem os custos de transporte do produto final. Uma atividade irá se instalar em um local em que os seus custos de produção sejam mais baixos, o qual não corresponderá, necessariamente, ao centro do seu mercado, como é o caso da indústria de transformação e da indústria extrativa.

No entanto, pode-se dizer que quanto mais uma indústria for sensível ao seu mercado, ou quanto maior importância tiver os custos de transporte no preço do produto final, mais o seu modelo de localização tende a se orientar segundo a teoria dos lugares centrais.

Polèse utiliza o termo “escritório” para identificar unidades de produção cujos modelos de localização podem diferir dos aplicáveis a fábricas ou lojas, limitando-se aos escritórios privados prestadores de serviços comercializáveis: consultoria de administração, agências de publicidade, bancos de investimento, companhias de seguros, sociedades de gestão de ativos financeiros, empresas de contabilidade, etc.

A comercialização desses serviços, denominados serviços superiores modernos, não exige o deslocamento do consumidor, esse aspecto dificulta a delimitação das áreas de mercado dos escritórios das empresas que prestam tais serviços. Para melhor caracterizar este setor da economia, dos serviços superiores, pode-se falar, em conformidade com Polèse (1998), em

serviços às empresas, serviços à produção ou serviços de intermediação, que são serviços destinados a outras empresas, no que distinguem-se dos serviços ao consumidor (terciário tradicional). Este setor, que envolve atividades que incorporam massa crítica e informação, pode ser chamado também de terciário superior ou terciário motor, cuja produção é exportável, representando um potencial de geração de efeito multiplicador local.

Um escritório, para produzir, tem que recolher os *inputs* e expedir os *outputs*, como faz uma fábrica, com a diferença que os seus *inputs* e *outputs* são de natureza intangível, podendo ser denominados de “informação”, ou seja, um escritório compra, transforma e vende informação, processo geral que também implica em custos de transporte que, neste caso, podem ser chamados de custos de comunicação – transporte ou distribuição da informação.

Uma cidade moderna caracteriza-se por sua diversidade de empresas, de consultores e, principalmente, de informações. Esta diversidade constitui uma das bases das economias de aglomeração, justificando porque a não padronização da procura é um fator de aglomeração.

Um outro nome de destaque para a presente análise corresponde ao de Walter Isard, que com seu trabalho seminal – *Location and space-economy: a general theory relating to industrial location* (1956), teve o mérito de integrar as aportações da escola dos geógrafos alemães à questão espacial com a análise microeconômica da minimização de custos ou da maximização do lucro.

Motivado por sua inconformidade com a economia neoclássica auto-confinada a “*a wonderland of no spacial dimensions*”, Isard criou a Ciência Regional (*Regional Science*), uma construção de caráter interdisciplinar que obteve uma considerável importância prática no âmbito do planejamento regional, [tradução livre nossa]. (MONCAYO JIMÉNEZ, 2001, p. 14).

Conforme Spinola (2003), Isard indica no prefácio do livro acima destacado que o seu objetivo “consiste em melhorar a estrutura espacial e regional das diferentes ciências sociais, especialmente a Economia, mediante o estabelecimento de uma teoria geral mais adequada da localização e do espaço econômico [...]” (SPINOLA, 2003, p. 37).

Isard, ainda segundo Spinola, realiza um grande trabalho ao

[...] introduzir os problemas de espaço na teoria econômica através do conceito de insumos de distância (o movimento de um peso unitário sobre uma unidade de distância). O preço de um insumo de distância é a taxa de transporte e, como no caso de insumos de capital, uma redução no preço causa um efeito de escala e de substituição. Para Isard, os insumos de distância são simplesmente considerados como um outro fator de produção, cujo preço é a taxa de transporte e cuja combinação ótima com outros fatores pode ser determinada pelos princípios de substituição.

Considerando que existem diferentes estruturas regionais de produção, o fator transporte poderá ser incluído nas diversas funções de custo como *input* com a consequente vantagem da sua consideração explícita. Assim, em virtude da sua própria natureza, condicionará a orientação locacional no marco da teoria convencional da produção. (SPINOLA, 2003, p. 37).

Spinola, mesmo alertando sobre o risco de imprecisão, informa que o debate teórico sobre a questão locacional pode ser dividido em dois períodos distintos. O primeiro, que termina em fins da década de 1960, compreende duas correntes teóricas. Uma que considerava os mercados, conforme Spinola (2003), como puntiformes – os consumidores se concentrariam em pontos discretos do espaço geográfico; e outra que considerava os consumidores dispersos em áreas de mercado de diversos tamanhos.

A primeira abordagem caracterizava-se por ser estática, não levar em conta a interdependência locacional e focar o mercado sob o regime de concorrência perfeita. Já a segunda vertente possuía um caráter dinâmico, considerava a interdependência locacional e abordava o mercado sob a ótica da concorrência imperfeita.

Spinola indica como principais expoentes na formulação dos contributos teóricos mais relevantes da primeira corrente os nomes de Johann Heinrich Von Thünen, Alfred Weber e Walter Christaller, e da segunda corrente os nomes de August Lösch, Harold Hotelling, Tord Palander e, de forma destacada, Walter Isard. Para os objetivos desta tese, as contribuições seminais desse grupo de estudiosos, considerados como fundadores da teoria locacional e

precursores da ciência regional, foram apresentadas com os limites de aprofundamento que se tomaram como adequados ao escopo do presente trabalho.

O segundo período, de acordo com Spinola, inicia-se na década de 1980, sendo movido, de um lado, “pela revolução tecnológica que se pronunciava e, de outro, pela ruptura, no mundo desenvolvido, com o modelo de produção taylorista/fordista, iniciando-se uma nova era, [...] denominada como da especialização flexível” (PIORE e SABEL, 1994, *apud* SPINOLA, 2003, p. 29). Este segundo período, com seus diferenciados desdobramentos teóricos e metodológicos, será objeto de análise ao longo desta tese.

#### 1.1.5 A formação dos sistemas urbanos

Conforme Alves (2002), tanto produtores como consumidores são avessos a percorrerem distâncias, o que implica incorrer em custos e dispendir tempo. Para os produtores o espaço a ser percorrido deve possuir uma densidade mínima de consumidores que permita viabilizar sua escala de produção. A questão a ser resolvida é onde os produtores e os consumidores irão se localizar, de forma que o esforço de superação das distâncias pelo conjunto de agentes do sistema econômico seja o mínimo possível, sem comprometer a rentabilidade dos empreendimentos.

A teoria da formação dos sistemas urbanos, na sua formulação mais estruturada, considera um mundo em que existem, de um lado produtores que procuram maximizar o seu lucro e do outro consumidores que procuram maximizar a sua satisfação. Todo o resto permanecendo constante, a valorização do espaço, tanto pelos consumidores, como pelos produtores, é feita pela importância, que uns atribuem ao esforço dispendido para se deslocarem no espaço isto é, para percorrerem distâncias, e que outros dão ao espaço, enquanto viabilizador das suas escalas de produção. (ALVES, 2002, p.123).

Os produtores procurarão concentrar espacialmente os seus estabelecimentos visando maximizar o aproveitamento de economias de escala e minimizar os custos da distância, tanto

os decorrentes da distribuição dos produtos e serviços aos consumidores, como os originados da necessidade de aquisição das matérias-primas e produtos e serviços intermediários.

No caso do turismo, analisando-se pelo lado dos produtores, para as empresas de prestação de serviços ao visitante que se situem no destino turístico, a exemplo das atividades hoteleiras e outras de natureza receptiva, predominaria a mesma lógica acima mencionada, que orienta a concentração espacial dos demais estabelecimentos produtores. Considerando, no entanto, os operadores turísticos, que elaboram, comercializam e distribuem “produtos turísticos” na forma dos pacotes de viagens, a lógica locacional parece ser distinta, desde quando os mesmos concentram-se, em geral, nos centros econômica e turisticamente mais desenvolvidos, de caráter prevalentemente emissor, situando-se fisicamente distantes do destino turístico, que se constitui no objeto de consumo dos seus clientes, “na ponta”, que são os próprios turistas, embora possam não lidar e negociar diretamente com eles.

Já os consumidores buscarão utilizar o espaço de forma a minimizar o custo da distância, este fato poderá levar a que alguns produtores se localizem numa mesma área central, de modo a possibilitar que os consumidores, efetuando um só deslocamento, realizem compras de natureza diversa.

Pela análise anterior, percebe-se que, a princípio, os interesses de produtores e compradores são contraditórios.

Enquanto que os produtores gostariam de poder concentrar a localização dos seus estabelecimentos, para maximizar economias de escala e minimizar custos de deslocamento (para o que se torna necessário a existência [conforme definição de Christaller] de um certo **limiar de procura**), os consumidores têm interesse, em que esses estabelecimentos estejam dispersos, de modo a poder maximizar a sua acessibilidade (ou seja, em disporem [também de acordo com definição de Christaller] de um certo **alcance do bem**), [grifo nosso]. (ALVES, 2002, p.125).

Porém, produtores e consumidores tendem a organizar-se em um sistema de lugares centrais que compatibilizem os interesses de ambos os grupos de agentes econômicos, constituindo as respectivas áreas de mercado.

O critério de **hierarquização** dos centros urbanos é, segundo Alves (2002), um critério de dimensão da área de mercado:

[...] Como a dimensão da área de mercado tende a ser maior quanto menor é a frequência da procura e quanto maior é a sofisticação tecnológica do processo de produção dos bens e serviços prestados, os centros urbanos mais importantes são os que estão em condições de poder prestar bens e serviços mais qualificados [...]. (ALVES, 2002, p.142).

A qualificação de um centro urbano encontra-se portanto, vinculada à sua dimensão, ou seja, para ser importante se precisa ser qualificado e para ser qualificado se precisa ser grande, em não sendo assim, o centro urbano não teria viabilidade econômica e social.

A colocação acima, quando referida ao turismo, torna-se bastante relativa em razão da intensa segmentação que caracteriza essa atividade, tanto pelo lado da demanda como pelo da oferta, aliada a uma tendência à especialização com vistas a um posicionamento eficaz em “nichos” de mercado, cabendo, sendo possível e às vezes necessário, no caso, ser pequeno e ao mesmo tempo qualificado e competitivo.

A concepção dos lugares centrais, de Christaller, supõe uma certa imobilidade de fatores, de produtos e serviços e dos consumidores. Com a evolução das estruturas urbanas a hipótese da imobilidade passou a se tornar cada vez mais relativa, pois passou a ocorrer uma maior mobilidade no deslocamento de fatores, produtos e serviços. Este aumento de mobilidade é consequência do progresso tecnológico que provocou um maior dinamismo e velocidade nos meios de transporte e comunicação à distância, bem como na natureza dos bens e serviços produzidos. Essa maior mobilidade acarretou a possibilidade de dissociar-se as características dimensional e da contiguidade.

O parâmetro da **contiguidade**, que era condição necessária para a viabilidade econômica das atividades produtivas tornou-se menos relevante, desde quando a viabilidade econômica passou a ser garantida por relacionamentos e parcerias entre agentes que podem estar espacialmente dissociados por grandes distâncias físicas.

A condição dimensional deixa de pressupor contiguidade. O dinamismo e a capacidade de um centro urbano de crescer e de se desenvolver deixam de estar condicionados pela dimensão física imediata, passando a depender da capacidade e qualidade dos relacionamentos com outros centros urbanos.

As redes urbanas são construídas então, por quem é capaz de escolher parceiros qualificados para produzir em conjunto produtos e serviços competitivos, ou estabelecer uma relação clientelar. Esta perspectiva contemporânea

ajuda a compreender porque é que Londres, Tóquio ou Frankfurt são cidades competitivas, ou exercem funções altamente qualificadas e outras cidades de idêntica ou superior dimensão, como México, Nova Deli ou o Cairo, não o são. (ALVES, 2002, p.144).

Na configuração de redes urbanas, as cidades tornam-se elementos dinâmicos de estruturação dos espaços. As vantagens de escala e de aglomeração possibilitam que elas se tornem centros de inovação, transformando-se em pólos dinamizadores de crescimento e desenvolvimento. As características físicas do território, o entorno cultural, social e econômico, irão determinar uma maior centralização ou descentralização da forma de organização e estruturação das redes urbanas. Nas sociedades com maior capacidade de iniciativa e de inovação, as redes urbanas tendem a ser mais descentralizadas, mais densas, mais qualificadas e mais próximas da população.

Desse modo, a hierarquia tradicional dos centros urbanos começa a ser substituída por uma hierarquia de rede, com vários níveis, caracterizada e definida pela capacidade de estabelecer relações e não mais pela dimensão ou pela funcionalidade.

No primeiro [nível] podem situar-se as “**idades mundiais**” exercendo funções de âmbito mundial (financeiras, diplomáticas, de informação e de controle); no segundo nível surgem as “**idades nacionais especializadas**” que procuram captar, a nível mundial, partes de mercado altamente especializadas e mantêm, entre si, relações de complementaridade; no último encontram-se as “**idades regionais especializadas**”, que estabelecem entre si, também, relações de complementaridade, aspirando a ocupar partes de mercados supra-regionais, mas não necessariamente mundiais, [grifo nosso]. (ALVES, 2002, p.145).

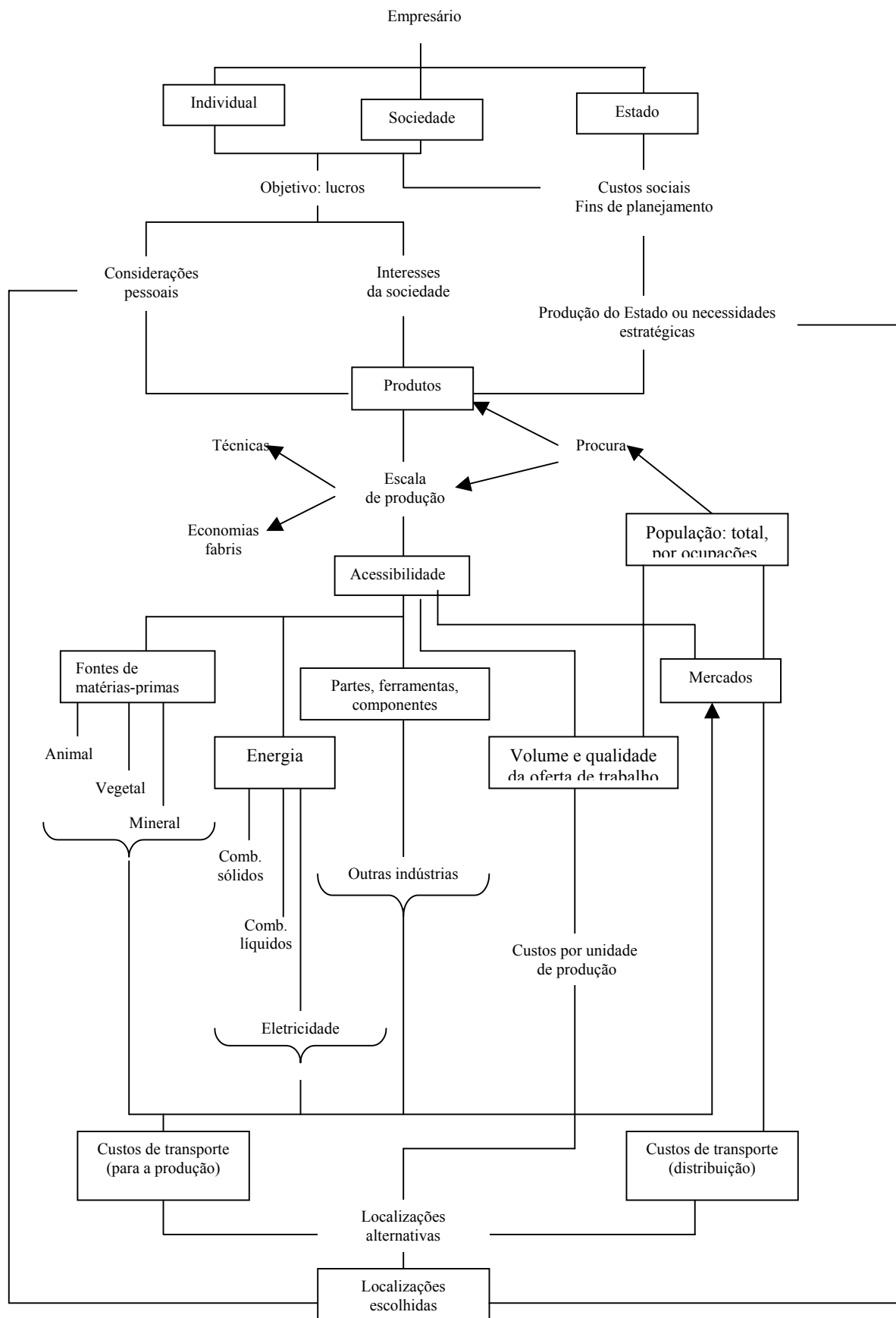
Acompanhando essa evolução, a escala de produção dos serviços alterou-se, com os mercados também deixando de ser necessariamente contíguos. Enquanto no passado os fatores de produção tinham uma base local, atualmente, com as possibilidades de transmissão instantânea de informação, conhecimentos e serviços, a produção de serviços se realiza senão de forma descontígua, pelo menos a partir de fatores de produção que se encontram espacialmente dispersos. Pode-se dizer, de acordo com Alves (2002) que a dimensão de contiguidade continua a ser uma alternativa para aquelas aglomerações que se tornaram incapazes (e pobres) de se qualificarem para formar parcerias, independente da distância, e oferecer serviços modernos e competitivos.

Há que se pensar de forma crítica sobre essa tendência em relação ao turismo, pois, a contiguidade entre localidades e municípios, conformando micro regiões ou pólos turísticos, atua, ao contrário do acima exposto, no sentido de destacar os atributos e ampliar o poder de atratividade sobre a demanda – pela diferenciação, reforçar a coesão e a formação de aglomerados produtivos, dinamizando a economia regional, especialmente diante da atual ênfase e intensidade do processo de segmentação da demanda e da oferta turísticas, aliada à especialização seletiva e qualificada que orienta esta última.

Apresenta-se na sequência um modelo básico contendo os elementos orientadores das decisões de localização de uma indústria (Figura 1.1, p. 50), ressaltando constituir este tema, basicamente, uma teoria de localização empresarial, a qual, por si só, não explica a estrutura espacial das regiões. No próximo ponto desta tese, se avançará na explicitação dessa estrutura



espacial através da análise de modelos de crescimento e desenvolvimento regional selecionados, que são considerados, para efeito dos objetivos deste trabalho, como as principais abordagens teóricas do tema.



**Figura 1.1 Problemática da Decisão de Localização**

Fonte: Hamilton, 1968, *apud* Lopes, 1995, p. 212.

## 1.2 Modelos de crescimento e de desenvolvimento regional

### 1.2.1 O modelo da base econômica: o multiplicador regional e as relações intersetoriais

A região, como um espaço aberto, sofre influências do exterior, seja através da procura externa pelos seus produtos, seja devido às políticas econômicas dos governos hierarquicamente superiores. As teorias de crescimento regional muitas vezes centram suas análises nas relações da região com o exterior, particularmente na sua capacidade de exportar, desde que, num contexto de abertura inter-regional, as atividades de exportação sirvam de suporte ao crescimento da região exportadora. Nesta condição reside a origem da teoria da base econômica ou da base de exportação. O trabalho de C. Tiebout, *The community economic base study* (1962), constitui uma das suas primeiras aplicações, de acordo com Polèse.

De uma forma muito simples, o modelo faz depender o nível de produção e o nível de emprego da região das suas atividades exportadoras, que dependem, por sua vez, da procura externa e das vantagens comparativas da região – variáveis que o modelo vai considerar “exógenas” (isto é, que a região não pode influenciar). A ideia de abertura é levada à sua conclusão lógica: a região vive da procura externa e a ela deve adaptar-se para sobreviver. O modelo da base econômica traça uma linha delimitadora entre as indústrias de base (atividades básicas) que permitem à região “ganhar a vida” e as atividades de suporte (atividades não básicas) que derivam da presença das atividades de base [...]. (POLÈSE, 1998, p.139).

A noção de atividade de base não se limita às indústrias “visíveis” de exportação, estendendo-se a todas as atividades que tragam recursos na forma de divisas para a região, o que contempla de forma incontestada a atividade do turismo.

“Um restaurante que atrai clientes do exterior é uma empresa exportadora, tal como o hotel ou o museu que vivem dos visitantes de outras regiões [...] [embora também tenham como

usuários / consumidores pessoas residentes no próprio local onde se situam]” (POLÈSE, 1998, p. 140).

O modelo da base econômica obriga a que se trace um quadro detalhado das inter-relações da economia regional, incluindo os fluxos monetários que se movimentam entre as empresas e entre as regiões. Deverá se procurar identificar a origem e o destino desses fluxos, visando distinguir para cada setor ou atividade, qual a parte da produção regional que direta ou indiretamente destina-se à satisfação da procura externa, da parte que direciona-se ao atendimento da procura interna, local ou regional.

Desse modo, se poderá avaliar o caminho percorrido por cada unidade monetária que entrou na economia local e o impacto final que provocou na região. Esse impacto será mais significativo, em termos de geração de renda e emprego, quanto maior for o tempo de permanência dos recursos na economia da região e nela tenham sido reutilizados em consumos de produtos e serviços dos diversos setores e atividades de suporte que integram a estrutura produtiva da economia regional.

O desenvolvimento anterior conduz ao conceito de multiplicador: cada nova unidade monetária que entrar em uma região, a partir de uma atividade de base (exportadora), irá dinamizar outras atividades, pela sua permanência e reutilização na economia dessa região. A dimensão do multiplicador irá refletir a capacidade da região de reter os novos recursos para utilização no seu próprio território - do seu nível de endogeneização.

O poder de retenção irá depender, conforme Polèse (1998), da **estrutura** econômica da região, ou seja do grau de diversificação da sua estrutura produtiva, do nível de **integração** econômica interna da região, isto é da intensidade das transações que ocorrem entre seus agentes econômicos e da **distância** entre a região e outras regiões que possuam estruturas econômicas também diversificadas.

Quanto mais diversificada e integrada for a economia de uma região, maior será o multiplicador. Os agentes econômicos (consumidores ou empresas) têm tanto mais

tendência para gastar o seu dinheiro na região quanto mais facilmente aí encontrarem os bens e serviços de que precisam. Além disso, têm tanto mais tendência a gastar o seu dinheiro no local quanto mais distantes estiverem as regiões [para] onde poderiam deslocar-se para adquirir esses bens. O grau de interação entre agentes econômicos é, *ceteris paribus*, uma função negativa da distância. (POLÈSE, 1998, p. 144).

Caso o dinheiro que entrou como “novo”, seja reempregado fora da região, em importações, por exemplo, ele não terá a utilidade de gerar renda e emprego na região, ocorrendo, por essa via, o que se denomina de “fugas” ou “vazamentos” da economia local. As atividades de base (exportadora) só provocarão um efeito multiplicador na região se conseguirem reter seus benefícios econômicos na própria região.

Visando possibilitar um melhor entendimento da ação do efeito multiplicador, se abordará a seguir a sua formulação sob a ótica da teoria econômica e o desenvolvimento de sua aplicação à análise regional e urbana.

R. F. Kahn (*The relation of home investment to unemployment*, 1931), citado por Keynes (1985), foi quem pela primeira vez introduziu o conceito de multiplicador na teoria econômica, relacionando a variação do volume de emprego à variação líquida do investimento, procurando, inclusive, formalizar critérios para o cálculo da relação real em termos quantitativos entre o incremento do investimento líquido e o conseqüente crescimento provocado no nível do emprego agregado. O multiplicador de Kahn poderia ser denominado de “multiplicador de emprego”.

Com base nesse desenvolvimento, Keynes (1985) elabora o “multiplicador de investimento”, tomando como ponto de partida a lei psicológica normal de que no caso de aumentos e diminuições da renda real da comunidade, o consumo tende também a aumentar e diminuir, porém em um menor ritmo e numa menor proporção, fenômeno que ele designa como “propensão marginal a consumir”.

Sendo  $C_w$  o consumo médio medido em unidades de salário e  $Y_w$  a renda média também representada em unidades de salário, teria-se que  $\Delta Y_w > \Delta C_w$ , e, portanto,  $dC_w / dY_w =$  propensão marginal a consumir. Esta quantidade informará como se repartirá o próximo incremento da produção entre o consumo e o investimento, desde quando, considerando  $I_w$  como o volume dos investimentos em unidades de salário, teria-se que  $\Delta Y_w = \Delta C_w + \Delta I_w$ , onde  $\Delta Y_w = k\Delta I_w$ , e, portanto,  $1 - 1/k =$  propensão marginal a consumir.

Chamemos a  $k$  o multiplicador de investimento. Ele nos indica que, quando se produz um acréscimo no investimento agregado, a renda sobe num montante igual a  $k$  vezes o acréscimo do investimento. (KEYNES, 1985, p. 88).

Uma das primeiras formulações do conceito de base econômica urbana, segundo Lane (1977), parece ter sido a de M. Auroousseau (*The distribution of population: a constructive problem*, 1921). Auroousseau argumentava que o crescimento de uma cidade deveria ser analisado pela divisão de seu emprego total em ocupações primárias e secundárias. As ocupações primárias se refeririam diretamente às funções da cidade, enquanto as ocupações secundárias se refeririam ao bem-estar das pessoas ocupadas nas funções primárias. As relações entre os dois tipos de ocupações constituiriam a base do crescimento urbano.

Conforme Lane, em 1936 ocorre a primeira tentativa de medição dos componentes básicos e não básicos das economias urbanas, levada a efeito por Richard Hartshorne (*A new map of the manufacturing belt of North América*, 1936).

Partindo do raciocínio de que a parte mais significativa da atividade manufatureira era a que produzia para o consumo não local, [Hartshorne] tentou medir a fração do emprego manufatureiro das cidades que produziam para mercados não locais. [Com isso] marcou [...] o esforço pioneiro para mensurar o emprego básico e não básico. (LANE, 1977, p. 242-243).

A concepção da base econômica urbana, em sua essência, tem permanecido inalterada, desde a formulação dos primeiros esforços realizados para sua conceituação e enquadramento metodológico. Esta concepção, conforme análise de Richard B. Andrews (*Mechanics of the*

*urban economic base: historical development of the base concept*, 1953), adaptada por Lane (1977), visualiza a economia de uma área urbana dividida em dois setores:

[...] um setor exportador e um setor local. O setor exportador produz bens e serviços vendidos ao resto do mundo. Ao fazer isto, o setor provoca um fluxo de renda para a área. Parte da renda assim gerada é gasta na compra de bens de consumo. Esta despesa local sustenta aqueles setores da economia da área que produzem itens não exportados. Conseqüentemente, se a balança comercial da comunidade se tornar negativa por um período de tempo considerável, ou se houver queda nas atividades exportadoras, é quase certo o aparecimento de um eventual ajustamento para baixo na população total da comunidade. (LANE, 1977, p. 244).

Lane (1977), levanta algumas críticas metodológicas a esta concepção da base econômica urbana:

- ✓ o conceito de base se apoia na racionalidade intuitiva da relação entre emprego no setor exportador e no setor não exportador, não havendo, *a priori*, nenhum corpo de análise do qual esta conclusão possa ser rigorosamente derivada;
- ✓ no estudo rotineiro da base, não se procede a nenhuma distinção entre os fluxos de emprego e os fluxos de renda, pressupondo-se que se uma área urbana exporta mais bens e serviços e com isso provoca um crescimento no fluxo de renda para a área, o emprego tenderá sempre a aumentar, o que pode não ocorrer; como conseqüência, a distinção entre um multiplicador de renda e um multiplicador de emprego não é realizada no estudo padrão da base;
- ✓ os estudos sobre a base urbana também não fazem distinção entre considerações de curto e longo prazo, com isso a análise deixa de tratar de mudanças na demanda agregada, se convertendo em uma análise da oferta de recursos naturais e humanos, de mudanças tecnológicas, numa perspectiva incremental, o que caracteriza a teoria da base urbana como uma mera teoria de crescimento.

Analisando a evolução e aplicação da teoria do multiplicador em áreas urbanas, a partir do desenvolvimento inicial do multiplicador de emprego formulado por Kahn, em 1931, e do aprofundamento realizado por Keynes com o multiplicador de investimento, em 1936, como visto anteriormente, Lane (1977) constata que no início dos anos 1940 já se encontrava bastante desenvolvida a aplicação da teoria do multiplicador à área do comércio.

Um aumento das exportações de uma área representa uma elevação autônoma da despesa agregada. Esta variação resulta num processo de novos gastos que produzem um aumento múltiplo na renda agregada da área exportadora. A magnitude exata do multiplicador depende de duas coisas [...]: a propensão marginal a consumir da área e sua propensão marginal a importar. A primeira delas é muito importante, uma vez que determina a proporção da renda total que será novamente gasta a cada giro sucessivo de criação de renda. A segunda mostra a proporção do gasto total a cada giro, que se desvia da área como resultado das importações e, por isso, não disponível para novos gastos dentro da área. Quanto menor a área geográfica, maior será o tamanho do seu setor comercial. Desta forma, quanto menor a área geográfica, maior será a importância do multiplicador de comércio como fonte de flutuações de renda e do emprego. Embora a estrutura institucional de qualquer área venha a afetar as magnitudes de suas propensões marginais a consumir e a importar, de uma maneira geral, o argumento permanece válido, quer se trate da análise de nações, regiões subnacionais ou áreas urbanas. (LANE, 1977, p. 247).

Em 1940, de acordo com Lane, surge um primeiro estudo visando aplicar a análise do multiplicador a áreas geográficas, realizado por M. C. Daly (*An approximation to a geographical multiplier*, 1940).

[Este estudo] procurou identificar os componentes diretos e indiretos do emprego local e demonstrar que a prosperidade [de uma região], e de suas áreas interiores, [resultaria] do crescimento das oportunidades indiretas de emprego, e não simplesmente do estabelecimento de novas indústrias. (LANE, 1977, p. 247).

Lane indica que por volta de 1950, se verifica a aplicação direta da análise do multiplicador a uma determinada área, Los Angeles (EUA), realizada por George Hildebrand e Arthur Mace (*The employment multiplier in an expanding industrial market*, 1950), “que procuraram correlacionar mudanças em empregos localizados na comunidade e assim derivar um multiplicador de emprego para o comércio de exportação em uma área local [...]”. (LANE, 1977, p. 248).

Na análise de Lane, o desenvolvimento e os avanços dos estudos e trabalhos acima descritos, resultou em um consenso quanto a alguns aspectos relacionados à aplicação e ao



funcionamento dos multiplicadores urbanos, os quais são abaixo apresentados em suas próprias palavras:

Inicialmente, podemos dividir a economia urbana em dois setores básicos: endógeno e exógeno. O nível da renda total (ou emprego) numa área urbana é a soma da renda (ou emprego) gerada nestes dois setores. A renda gerada no setor exógeno depende de eventos sobre os quais a comunidade urbana não tem controle a curto prazo. Tais eventos incluiriam o nível de investimentos dentro da área, o valor das exportações da área para o resto do mundo, o volume de gastos do governo não local na área e a propensão dos residentes da área urbana para se locomoverem a lugares de emprego fora da comunidade local. Todas estas atividades [...] provocam um fluxo de renda para dentro da área urbana. Como os residentes na área ganham esta renda, gastam parte dela dentro da comunidade local. A geração de renda (e emprego) que resulta da satisfação desta demanda local, identifica o setor endógeno. Uma vez que o nível da atividade do setor endógeno depende do nível de demanda gerada pelo setor exógeno, torna-se imediatamente evidente que as variações no nível total da atividade econômica devem ser iniciadas pelo setor exógeno da economia urbana. Neste sentido, seria apropriado chamar o setor exógeno (não apenas as exportações) o setor básico da economia (ou iniciante). (LANE, 1977, p. 249-250).

Lane chega à conclusão de que uma teoria completa de crescimento regional deve considerar as condições necessárias e suficientes para o aumento do produto total da região, destacando que a teoria do multiplicador da base urbana informa apenas sobre as condições necessárias.

[Portanto] para entendermos totalmente o processo de crescimento regional é necessário começar por onde finda a análise do multiplicador da base; com a investigação das condições que provoquem uma imigração de trabalho e capital para dentro de uma economia regional. (LANE, 1977, p. 252).

O modelo da base econômica centra-se, portanto, em dois elementos fundamentais: o dinheiro que entra na região graças às atividades básicas de exportação; e os efeitos de propagação, devido ao impacto multiplicador, desse dinheiro na região.

Desses dois aspectos centrais da análise, decorre que o modelo propicia e requer o conhecimento e o dimensionamento das relações intersetoriais, tendo em vista avaliar o impacto que o dinheiro “novo” causa na região.

As tabelas de relações interindustriais, denominadas tabelas *input-output*, tendem a substituir ou a dar suporte ao modelo da base econômica, nos estudos de impactos regionais. As tabelas *input-output*, fornecem um detalhado retrato das relações de produção e das trocas entre os vários setores de atividades de uma dada economia. As compras de um setor a outro constituem a chamada procura ou demanda intermediária. Se completas, elas deverão conter todas as informações necessárias para se calcular o efeito multiplicador de um aumento da procura final sobre os níveis de emprego e de renda. São muito úteis também, para se calcular os efeitos de propagação da procura a partir de uma despesa inicial. Esta despesa deverá corresponder à definição de atividade de base, ou seja, deverá efetivamente representar a entrada de dinheiro “novo” na economia, proveniente do exterior, caracterizando-se o impacto inicial de tal despesa como exógeno e autônomo.

Devido à insistência na procura externa, de natureza global, a teoria da base econômica restringe o espaço dos fatores endógenos de desenvolvimento regional. Mesmo aceitando que as atividades de exportação trazem dinheiro para uma região, será necessário avançar na compreensão do papel que até mesmo atividades de suporte de uma economia podem assumir como base do dinamismo local e do desenvolvimento regional, a exemplo de escolas, hospitais e universidades.

O grau de abertura de uma região está muito ligado ao seu tamanho. Quanto menor for uma região mais ela será aberta, ou seja, dependente do que ocorre no exterior. Para uma região deste tipo, de pequena dimensão, a teoria da base econômica é um modelo pertinente de explicação do nível de atividade econômica local. Quando se trata de uma região de maior dimensão e complexidade, o modelo da base econômica tem o seu valor teórico de explicação bastante reduzido e limitado. Isso também se verifica quando se pretende conhecer o impacto a longo prazo de um determinado acontecimento no potencial de desenvolvimento de uma região.

A abertura econômica traz vantagens para a região, ao possibilitar as trocas inter-regionais e através dos benefícios que a região pode obter da especialização. A teoria da base econômica, nesse sentido, é o complemento natural da teoria das vantagens comparativas. As vantagens comparativas de uma região, em função das quais ela exporta, baseiam-se em fatores de produção que podem ser facilmente deslocados, face à intensa mobilidade característica da realidade globalizada. A base econômica de uma região portanto, encontra-se duplamente ameaçada por eventuais choques provenientes do exterior.

A região como entidade aberta encontra-se em situação de concorrência com outras regiões, não apenas no plano das trocas comerciais (elemento retido pelo modelo da base econômica) mas também no plano da atração e da retenção dos fatores de produção que constituem a sua base econômica; é a isto que se chamará por vezes fatores “intangíveis” de produção. No espaço, as fábricas, as idéias e as populações deslocam-se. (POLÈSE, 1998, p. 157).

A região é um espaço aberto, cujo nível de atividade econômica depende diretamente, no curto prazo, da procura externa dos seus produtos e serviços e dos efeitos multiplicadores decorrentes. Por sua vez, a amplitude dos retornos dependerá em muito da estrutura econômica da região. Esse contexto corresponde à “realidade do momento”, cuja análise Polèse denomina de *estática*.

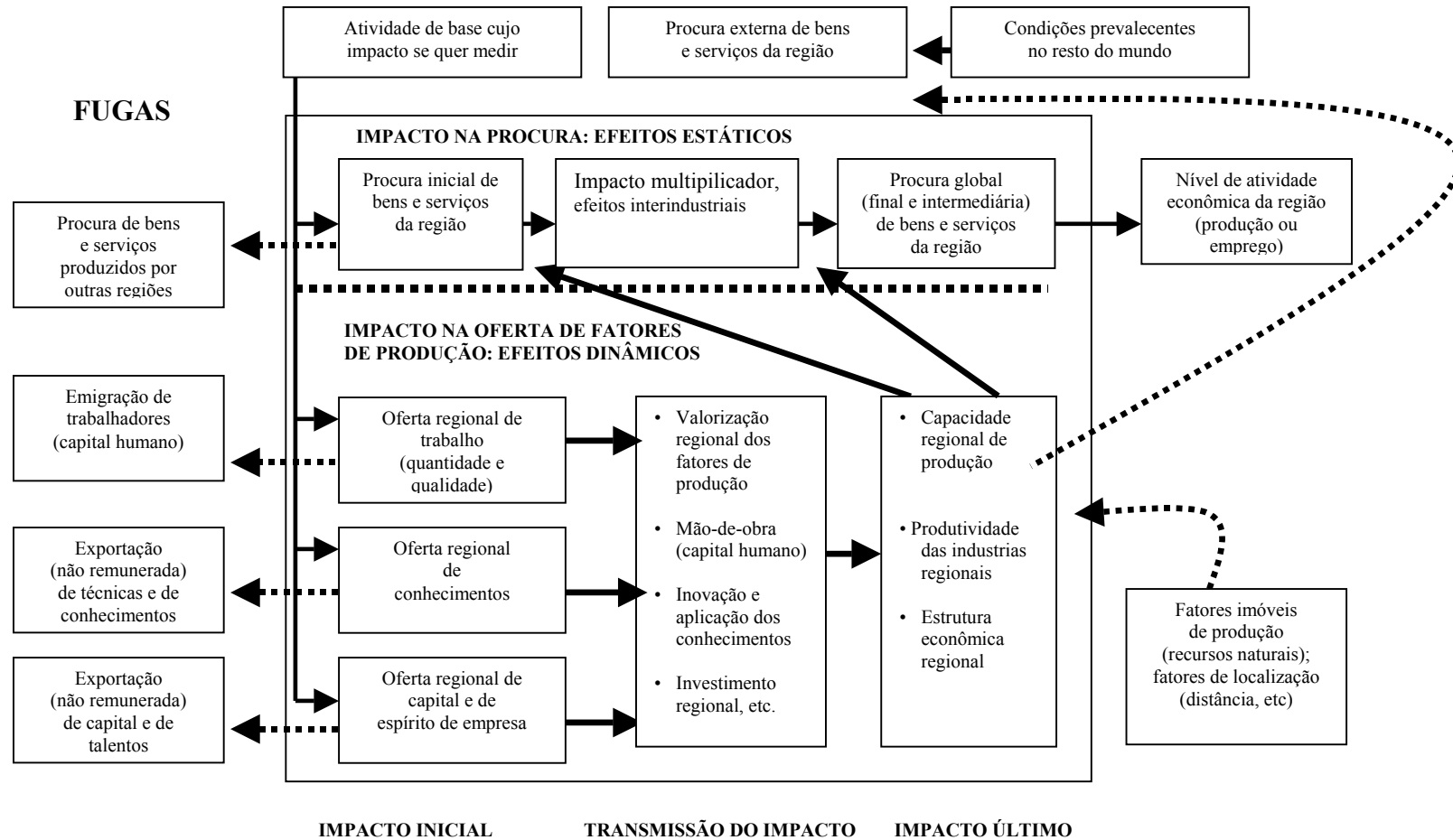
Já no longo prazo, o nível de atividade econômica da região irá depender, indiretamente, da sua capacidade de estar sempre renovando a oferta de fatores de produção - capital físico, capital humano, estoque de conhecimentos / *know how*; o que refletirá na produtividade da população ativa dessa região. Serão esses fatores dinâmicos, intangíveis, que atuarão como determinantes da capacidade futura de exportação da região em relação a outras regiões.

Os acontecimentos externos influenciam tanto a procura de bens e serviços como a oferta de fatores de produção. As trocas e as interações com o resto do sistema não se limitam aos fluxos comerciais; as entradas e as fugas ou vazamentos podem influenciar tanto a procura como a oferta de fatores de produção. (POLÈSE, 1998, p. 159).

A chegada de novos habitantes a uma região, vai modificar a estrutura da procura, notando-se o impacto sobretudo na construção residencial e na infra-estrutura (que também compõe a oferta para o turismo): escolas, hospitais, bares, restaurantes, locais para entretenimento, esgotamento sanitário, iluminação pública, segurança pública, vias de acesso, etc. É muito provável que a procura de produtos e serviços locais aumente em relação à procura de produtos importados, no caso de ocorrer a migração de pessoas que passem a fixar seu domicílio nessa localidade. Ocorrendo, no entanto, a chegada de turistas e com isto significando uma migração de residentes temporários, a mesma irá provocar o crescimento da procura local, inclusive de produtos e serviços de fora da região, ou até do país, a depender do padrão de consumo desses novos consumidores, seu nível de renda, bem como, do grau de diversificação da estrutura produtiva da economia local.

Uma transferência de população, no sentido imigratório, inclusive de turistas (residentes temporários), provoca uma transferência espacial dos fatores intangíveis ou dinâmicos de produção, considerando que: os **fatores intangíveis** fazem parte das pessoas (técnicas, espírito de empresa, conhecimentos, etc.); as **características da população** influenciam o ritmo de difusão e adoção de novas idéias e novas técnicas de produção (idade, procedência, escolaridade, etc.); e alguns fatores que estão na base dos **ganhos de produtividade** associam-se a populações maiores (economias de escala, economias de aglomeração).

A (Figura 1.2, p.61), apresenta os impactos regionais de uma atividade de base econômica (de exportação).



**Figura 1.2 Esquema do Impacto Regional de uma Atividade de Base**

Fonte: Polèse, 1998, p. 161.

### 1.2.2 O modelo de causação circular cumulativa e o modelo centro-periferia

Gunnar Myrdal, em sua obra *Economic theory and underdeveloped regions* (1957), é um dos autores centrais da formulação do modelo de causação circular cumulativa, cujo foco eram as relações estabelecidas entre espaços desequilibradamente desenvolvidos, que acarretariam uma trajetória de crescente agravamento das disparidades matriciais nos níveis de desenvolvimento.

Analisando comparativamente os níveis de desenvolvimento econômico entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, Myrdal (edição brasileira de 1972) constata três situações simultâneas:

- ✓ existe um pequeno número de países prósperos e uma grande quantidade de países extremamente pobres;
- ✓ os países prósperos encontram-se em processo de desenvolvimento contínuo, enquanto os países pobres defrontam-se com um nível médio e lento de desenvolvimento, quando não estão estagnados ou mesmo em retrocesso;
- ✓ em geral, as desigualdades econômicas entre os dois grupos de países tem aumentado.

Myrdal (1972) vai de encontro à assertiva liberal de que o equilíbrio estável da economia seria garantido pelos mecanismos de mercado e que nas relações de comércio entre países ou regiões de níveis de desenvolvimento diferentes haveria uma tendência à igualação dos custos e da produtividade dos fatores produtivos, propiciando que ambos os países avançassem em termos de desenvolvimento. Ele afirma que as forças de mercado em atuação, tendem a aumentar e não a diminuir as desigualdades regionais.

A base teórica de sua contestação parte da premissa de que existe um processo de causação circular cumulativo, cujos efeitos surgem de uma mudança social ou econômica primária, que está na essência da explicação do porque se verifica e se amplia as desigualdes entre países e regiões prósperos e pobres, e, conseqüentemente, da disparidade entre seus respectivos níveis

de desenvolvimento, se constituindo este processo como mais adequado para a análise de tão crucial questão, que a interseção das curvas de demanda e oferta a um preço de equilíbrio automaticamente determinado pelo mecanismo do mercado.

[...] o [...] poder de atração de um centro econômico se origina principalmente em um **fato histórico fortuito**, isto é, ter-se iniciado ali com êxito um movimento [...]. Daí por diante, as economias internas e externas sempre crescentes fortificaram e mantiveram seu crescimento contínuo às expensas de outras localidades e regiões, onde, ao contrário, a estagnação ou a regressão relativa se tornou a norma. (MYRDALL, 1972, p. 52).

Myrdal, citado por Santos (2002a), defendia, portanto, que o equilíbrio em um determinado espaço econômico muito improvavelmente seria conseguido através dos mecanismos do mercado.

[...] existe uma tendência inerente na livre atuação das forças de mercado para criarem assimetrias regionais, e esta tendência é tanto mais acentuada quanto mais pobre é o país; estas duas leis são das mais importantes para entender o desenvolvimento econômico e o subdesenvolvimento no quadro do *laissez-faire*. (MYRDAL, 1957, *apud* SANTOS, 2002a, p. 190).

A teoria neoclássica, conforme Santos, atribuía aos mecanismos de mercado uma função corretiva que seria automaticamente ativada sempre que o equilíbrio do sistema fosse comprometido e surgissem disfunções na distribuição e relação espacial dos fatores produtivos. Nesses momentos, a mobilidade dos fatores conduziria à equalização das produtividades marginais, tendendo a restaurar a situação de equilíbrio ameaçada por uma determinada distribuição espacial desigual. Os argumentos de Myrdal vêm contrariar o mecanismo do equilíbrio neoclássico, refutando a função corretiva da mobilidade dos fatores de produção, posicionando que essa mobilidade dos fatores conduziria a efeitos perversos de desenvolvimento, provocando impactos desequilibradores cumulativos.

Esses efeitos de causação cumulativa, ou desequilíbrios espaciais cumulativos, decorreriam de que, qualquer que fosse a área onde surgisse um investimento novo, este tenderia a auto

alimentar-se por via das economias internas e externas geradas à custa dos recursos das regiões consideradas periféricas, ou com repercussões negativas sobre o desempenho socioeconômico dessas regiões. Explicitando, quando se inicia um processo de industrialização num determinado centro, esse espaço regional se torna capacitado a originar um encadeamento de uma série de efeitos que se repercutem de modo favorável sobre o potencial competitivo dessa região. As regiões mais ricas, centrais, exercem um efeito polarizador sobre as regiões mais pobres, periféricas, correspondendo a acréscimos de remuneração obtidos pelos fatores trabalho e capital nas regiões centrais, que não são compensados pelo movimento de capitais dessas para as regiões periféricas.

Na sua análise, Myrdal (1972) considera que a expansão em uma localidade produz “efeitos regressivos” (*back-wash effects*) em outras, de modo que os movimentos migratórios de mão-de-obra, capital e bens e serviços, não conseguem evitar a tendência à desigualdade regional. Em oposição aos efeitos regressivos, Myrdal também considera a existência de “efeitos propulsores” (*spread effects*) centrífugos, os quais propagam-se do centro de expansão para outras localidades.

[...] quanto mais alto o nível do desenvolvimento que um país alcançar, tanto mais fortes tenderão a ser os efeitos propulsores. Um alto nível médio de desenvolvimento é acompanhado de melhores transportes e comunicações, padrões educacionais mais elevados e uma comunhão mais dinâmica de idéias e valores, todos propensos a robustecer as forças para a difusão centrífuga da expansão econômica ou a remover os obstáculos à sua atuação.

A neutralização dos efeitos regressivos, quando um país alcança alto nível de desenvolvimento – no qual os efeitos propulsores são fortes, refletir-se-á no desenvolvimento econômico e se tornará, assim, fator importante do processo acumulativo. Com a extinção, em grande escala, da miséria, ocorre utilização mais completa das potencialidades dos recursos humanos de uma nação.

Ao contrário, parte dos males de um baixo nível médio de desenvolvimento em país subdesenvolvido, reside no fato de serem fracos os efeitos propulsores. Isto quer dizer que, em regra, o livre jogo das forças do mercado em um país pobre funcionará mais poderosamente no sentido de criar desigualdades regionais e de ampliar as existentes. O fato de um baixo nível de desenvolvimento econômico ser



acompanhado, em geral, por grandes desigualdades econômicas representa, por si mesmo, grande obstáculo ao progresso. Esta é uma das relações interdependentes, por meio das quais, no processo cumulativo, a pobreza se torna sua própria causa. (MYRDAL, 1972, p. 62-63).

Portanto, nessa perspectiva,

os designados *spread effects* (significando o impacto positivo da área original sobre a sua periferia) esbater-se-iam por força dos *backwash effects* (significando o impacto negativo) e, em termos de análise espacial, os desequilíbrios tenderiam a agravar-se cumulativa e irreversivelmente [...]. (SANTOS, 2002a, p.192).

Esta desigual mobilidade dos fatores, faz-se acompanhar, sendo reforçada, pela germinação de economias internas e externas cumulativas e crescentes na região central, que aprofundam o processo de descolagem nos níveis de desenvolvimento entre os centros dinâmicos mais bem dotados de recursos humanos e infra-estruturais, e o seu *hinterland*. Os benefícios usufruídos pelas regiões mais ricas resultariam de uma apropriação cumulativa de recursos gerados nas regiões polarizadas, devido ao dinamismo socioeconômico emanado de um centro dotado de maior atratividade e pagamento dos fatores produtivos (“efeito de magneto”).

Deste modo, o processo de atração originaria, “por um lado, uma espiral ascendente de crescimento para as áreas de recepção dos fatores e, por outro, o caráter cumulativo da repulsão, ou refluxo, provocaria uma espiral descendente de crescimento nas áreas de doação” (ALVES *et al.*, 1989, *apud* SANTOS, 2002a, p.193).

Ciente da existência de perigos inerentes ao surgimento de um processo de desenvolvimento acarretador de disparidades regionais crescentes, devido aos *backwash effects*, Myrdal defendia a criação de políticas públicas de intervenção que pudessem contrariar esses potenciais efeitos negativos sobre as regiões menos desenvolvidas [...]. (SANTOS, 2002a, p.194).

Uma outra contribuição teórica relevante sobre os mecanismos de interação centro-periferia resultou das reflexões de John Friedmann, em seu trabalho *A general theory of polarized*

*development* (1972). Ele afirmava, segundo Santos (2002a), que o desenvolvimento ocorre através de mecanismos de transformação estrutural descontínuos, associados à inovação. De acordo com o seu modelo centro-periferia, as inovações são originadas no centro de sistemas espaciais que implicam relações de dominação com a periferia.

Em termos espaciais, o modelo de Friedmann sustenta-se na existência de interdependências entre determinadas atividades diversamente localizadas, que se dispõem conforme arranjos hierárquicos-funcionais, os eixos de desenvolvimento, polarizadas pelos centros, através dos quais disseminam-se as informações estratégicas e as inovações que conformam estímulos ao crescimento econômico

Friedmann sugeriu um quadro explicativo para justificar os bloqueios estruturais à difusão espacial de desenvolvimento entre o centro e a periferia, o qual se baseou nas dimensões que seguem, apresentadas por Philippe Aydalot, *Économie régionale et urbaine* (1985):

- as atividades avançadas concentram-se no centro;
- o ambiente cultural é mais favorável no centro;
- os rendimentos decrescentes que supostamente deveriam entravar o crescimento do centro tardam em aparecer;
- as oportunidades de negócio passam despercebidas e são mal utilizadas pelas periferias;
- as exportações emanadas do centro sofrem procuras crescentes;
- a periferia, drenada de capitais e de recursos humanos, tem dificuldade em proceder a adaptações estruturais. (AYDALOT, 1985, *apud* SANTOS, 2002a, p. 198).

Friedmann considerava, a exemplo de Myrdal, que as desiguais condições de remuneração e de reprodução dos fatores trabalho e capital estão na origem das desigualdades relacionais e de desenvolvimento entre um centro e sua periferia. Não só a concentração do investimento privado favorece esta situação. Também o Estado realiza uma intervenção que não é em si de todo neutra, pois potencia as lógicas de reprodução dos investimentos produtivos privados,

através da criação de infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento (instituições de ensino superior, centros de formação, laboratórios de [P&D - Pesquisa e

Desenvolvimento], equipamentos culturais, etc.), nos espaços centrais, assim contribuindo para reforçar as assimetrias regionais. (SANTOS, 2002a, p.199).

Como consequência, os fluxos de capital e tecnologia revertem em benefício das regiões centrais, de igual modo ocorrendo com a extensão de redes de transporte e de comunicações, implantados segundo uma lógica privilegiadora dos interesses das regiões mais dinâmicas em termos econômicos. Como resultado desse tipo de interações, consolida-se um modelo de interdependências espaciais onde a região dominada, periférica, está inserida numa lógica de divisão internacional do trabalho, ou nacional, ou ainda regional, que lhe é desfavorável nos termos de troca e numa hierarquia de espaços polarizados em decorrência de decisões político-institucionais emanadas da região central dominante.

### 1.2.3 O modelo dos pólos de crescimento

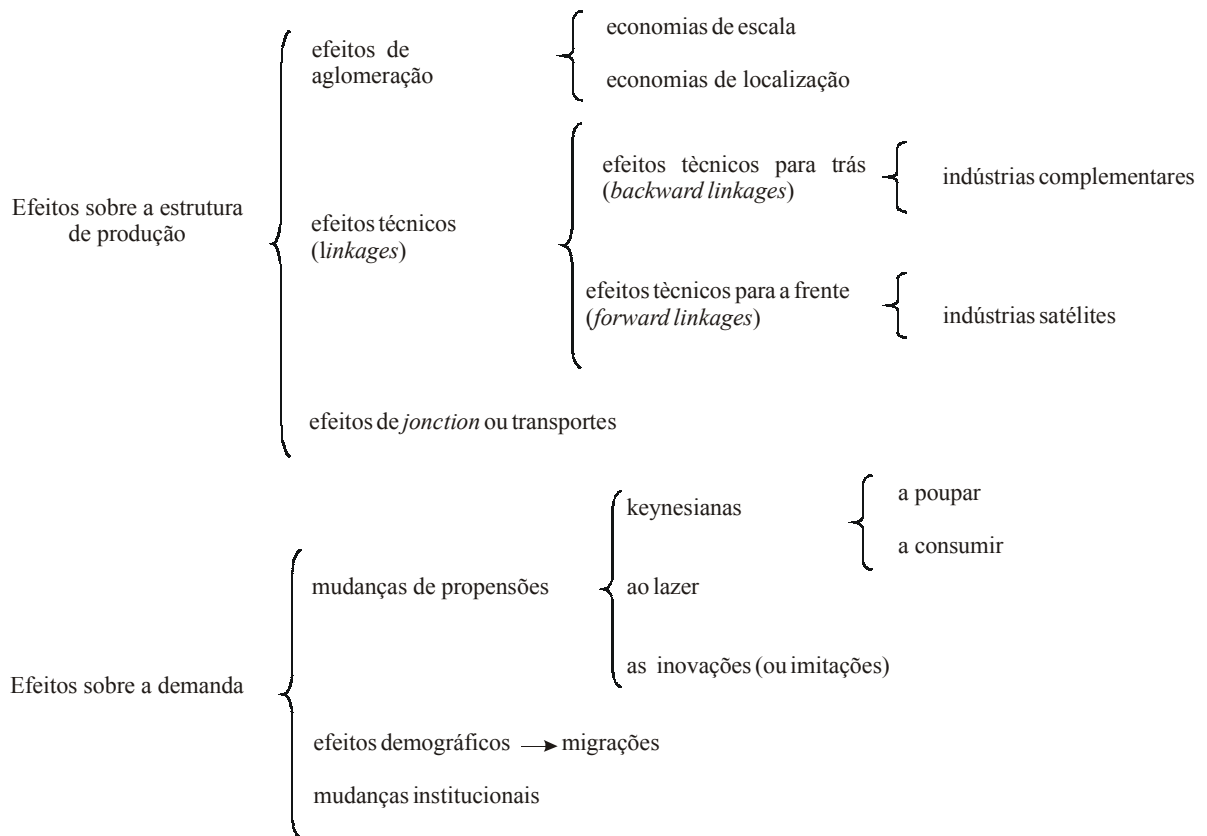
François Perroux, que teve reunidos os seus principais trabalhos numa coletânea denominada *L'Économie du XXème siècle* (1960), elaborou a Teoria da Unidade Econômica Dominante que, após anos de refinamentos e mudanças passou a ser conhecida como Teoria dos Pólos de Crescimento.

[O pólo de crescimento] surge devido ao aparecimento de uma indústria motriz, considerando como tal aquela indústria que, antes das demais, realiza a separação dos fatores da produção, provoca a concentração de capitais sob um mesmo poder e decompõe tecnicamente as tarefas e a mecanização. (ANDRADE, 1987, p.58).

A principal função da indústria motriz é gerar ou produzir economias externas, quer sejam tecnológicas, quer sejam pecuniárias. De acordo com Tolosa (1972), para Perroux, uma indústria motriz apresenta três características principais:

[...] em primeiro lugar possui grande porte, [...] deste modo, suas decisões tendem a causar um grande impacto na área. Segundo, a indústria motriz apresenta uma taxa de crescimento superior à média regional. [...] Finalmente, a indústria motriz caracteriza-se por uma forte interdependência técnica (*linkages*) com uma gama

diferenciada de outras indústrias, de modo a formar um complexo industrial. [...] A influência da indústria motriz pode ser basicamente dividida em efeitos sobre a estrutura de produção e efeitos sobre a demanda ou mercado. (TOLOSA, 1972, p. 196-197).



**Figura 1.3 Configuração de um Pólo de Crescimento. Efeitos da Indústria Motriz sobre a Estrutura de Produção e a Demanda / Mercado**

Fonte: Tolosa, 1972, p. 197.

A indústria motriz (Figura 1.3), atuando para obter matérias-primas, atrair mão-de-obra e produzir, funciona como agente de dinamização da vida regional, provocando a atração de outras indústrias, criando aglomeração populacional, o que estimulará o desenvolvimento de atividades primárias fornecedoras de alimentos e matérias-primas, e desenvolvendo a formação de atividades terciárias proporcionais às necessidades da população que se instala em seu entorno. Este complexo industrial apresenta como principais características: presença de uma indústria-chave; regime não concorrencial entre as várias indústrias existentes; aglomeração territorial.

Como indústria-chave, entende-se aquela que provoca no conjunto geral um crescimento das vendas de outros produtos superior ao crescimento de suas próprias vendas, sendo, quase sempre, uma indústria que produz matéria-prima, energia, transporte, etc.

Neste contexto, os efeitos técnicos para frente (*forward linkages*) são menos importantes que os efeitos técnicos para trás (*backward linkages*), pois, de acordo com Tolosa (1972), as indústrias satélites utilizam o produto da indústria motriz sem submetê-lo a grandes transformações estruturais via processo produtivo, ou seja o valor adicionado é mínimo. Há ainda os efeitos técnicos laterais, definidos por Boudeville em *Problems of regional economic planning* (1966), citado por Tolosa, como sendo aqueles associados a mudanças nos custos de mão-de-obra e na infra-estrutura, especialmente os investimentos públicos.

As inovações, no sentido de Joseph Alois Schumpeter, *The theory of economic development* (1934), desempenham relevante papel na Teoria dos Pólos de Crescimento, pois, segundo Perroux, a influência desestabilizante das indústrias motrizes gera ondas de inovações. Conforme Tolosa (1972, p. 199), “[...] as indústrias motrizes são comumente indústrias novas (*industries nouvelles*), porém nada impede que mudanças tecnológicas ou de demanda causem a aceleração do crescimento de setores já implantados, de modo a torná-los motrizes [...]”.

Mas, o conceito de inovação adotado por Perroux (1978), em sua análise sobre a formação dos complexos industriais, assume algumas nuances distintivas da abordagem de Schumpeter.

Este último [Schumpeter] fixou unilateralmente a sua atenção sobre o papel dos empresários privados e especialmente dos grandes empresários privados; mas os poderes públicos e as suas iniciativas, assim como as pequenas inovações de adaptação, não podem ser esquecidas. J. Schumpeter raciocina na base dum equilíbrio estacionário estável, cujo análogo na realidade seria fornecido pela contração cíclica num país de capitalismo; mas a análise a que se procede admite fundamentalmente que não existe situação real que traduza o equilíbrio estacionário estável e que não passa dum instrumento apto a assimilar e classificar as variações e instabilidades. Por fim, J. Schumpeter elabora a sua teoria para um regime de concorrência perfeita (ou aproximada); a presente análise engloba as numerosas formas de concorrência monopolística no mais alto sentido do termo (monopólios,

oligopólios e combinações de monopólios e oligopólios). (PERROUX, 1978, p. 105).

Perroux distingue os conceitos de crescimento e de desenvolvimento. Para ele, conforme Andrade (1987, p 59-60), “[...] o desenvolvimento é a combinação de mudanças sociais e mentais de uma população que a tornam apta a fazer crescer, cumulativamente e de forma durável seu produto real, global [...]”. Assim, em sua formulação teórica, o pólo de crescimento não se identifica com o pólo de desenvolvimento.

O pólo de crescimento é sempre um ponto ou uma área que influencia uma determinada região. Para que esta influência realmente seja exercida em toda sua dimensão, o pólo precisa dispor de canais que estabeleçam sua ligação com toda a região por ele influenciada. As estradas, os meios de transporte e de comunicação, desempenham esta função possibilitando o crescimento dos pólos principais, pela formação do que Perroux chama de “nós de tráfego” e de “zonas de desenvolvimento”.

Fundamentado nos enunciados de François Perroux e do seu aluno J. R. Boudeville, Andrade (1987) admite que, quanto à escala, existem três tipos de pólos: o pólo-nação, o pólo região e o pólo-cidade, com o primeiro tipo podendo ser relacionado à teoria da economia dominante. Perroux admite uma importância apenas relativa às fronteiras entre países, classificando-os quanto ao tamanho e dinamismo de suas economias em dois grupos: os países-foco (ou centro) e os países-satélites (ou periferia), caracterizando-se uma relação de dominação dos primeiros sobre os segundos.

Aos conceitos de pólo e de região polarizada, existem outros conceitos relacionados, dentro da formulação teórica de Perroux, que são: eixo de desenvolvimento, nós de tráfego, zonas e pontos de desenvolvimento. Para Perroux, conforme Andrade (1987, p. 65), “o pólo de desenvolvimento não existe como unidade isolada, mas [sim como unidade] ligada à sua região pelos canais por onde se propagam os preços, os fluxos e as antecipações de demanda”.

[...] o desenvolvimento de um conjunto de territórios e de sua população só é obtido pela propagação consciente dos efeitos dos pólos de desenvolvimento. Esta propagação feita por um caminho que liga dois pólos dá origem ao que ele [Perroux] chama de eixo de desenvolvimento, salientando porém que o eixo não é apenas uma estrada, um caminho e que, além disso, ligado à estrada, deve haver todo um conjunto de atividades complexas que indicam “orientações determinadas e duráveis de desenvolvimento territorial e dependem sobretudo da capacidade de investimento adicional”. Assim, os eixos pressupõem a presença de outros bens complementares, como energia, crédito e competência técnica. [...] Os nós de tráfego surgem nos pontos em que se cruzam dois eixos de desenvolvimento. [...] As zonas de desenvolvimento são o resultado da concentração geográfica das indústrias devido aos efeitos da complementação. [...] as zonas de desenvolvimento têm grande [...] influência sobre o país em que se situam, de vez que, como salienta Perroux, **as nações nada mais são que “pólos de desenvolvimento com seus meios de propagação”** [grifo nosso]. [...] Complementando essas noções, [...] a de pontos de desenvolvimento [corresponde ao] conjunto que engloba os pólos, simples ou complexos, as zonas de desenvolvimento e os eixos de desenvolvimento. Pólos, zonas e eixos em relação a área que os cerca. (ANDRADE, 1987, p. 65-67).

Chamamos a atenção para a semelhança entre o que Perroux concluiu no trecho acima (parte grifada em negrito), com a conclusão a que chegou Porter, cerca de 30 anos depois, em seu estudo sobre a competitividade das nações, de que são **“as empresas, não as nações, [que] competem em mercados internacionais”** [grifo nosso], (PORTER, 1993, p. 43), ou seja, a competitividade tende a ocorrer em “agrupamentos” regionais das redes de empresas e serviços situadas em um país, os quais Porter denomina de *clusters*. São esses “agrupamentos” econômicos, os *clusters*, que efetivamente competem a nível internacional e determinam a vantagem competitiva das nações. Este assunto será desenvolvido e analisado de forma detalhada no capítulo 2, sob a nomenclatura de Teoria dos Aglomerados – os *clusters* econômicos, e no capítulo 3, em sua específica aplicação ao turismo.

A área de influência de um pólo, a região polarizada, depende da intensidade de dois tipos opostos de forças, as que atuam no sentido de convergência para o pólo, as forças centrípetas, e as que agem no sentido de afastamento do pólo, as forças centrífugas. Assim, segundo Andrade,

[...] Para se formar e expandir a sua região, necessita o pólo de acelerar a sua força centrípeta, de atração, a fim de reduzir a ação das forças centrífugas. [...] o pólo terá a sua região mais ou menos extensa, conforme a quantidade e a qualidade dos equipamentos industriais e de serviços que possuir e a estrutura de transportes e comunicações de que dispuser. (ANDRADE, 1987, p.67).

Tolosa (1972), menciona que, desde um ponto de vista funcional, J. Paelinck, *La théorie du développement regional polarisé* (1965), distingue quatro aspectos do mecanismo de polarização: técnico, de rendas, psicosocial e geográfico.

Um pólo de crescimento consiste em uma ou mais indústrias que, pelos seus fluxos de produto e de renda, induzem o crescimento das demais indústrias a elas ligadas tecnologicamente (polarização técnica) [inclui efeitos técnicos, *linkages*, e economias externas geradas pelas indústrias motrizes]; determinam a expansão do setor terciário por intermédio da renda gerada (polarização de renda) [expressa pelo multiplicador keynesiano, podendo incluir mudanças demográficas e de mão-de-obra – efeito lateral de Boudeville]; e produzem um aumento da renda regional devido à progressiva concentração de novas atividades numa dada área, sob a hipótese de que esta área possua os necessários fatores de produção (polarização psicológica e geográfica). (PAELINCK, *apud* TOLOSA, 1972).

Andrade (1987) destaca que o espaço econômico de um país não está necessariamente contido em seu espaço geográfico, podendo se restringir a uma parte do mesmo, ou até ultrapassá-lo, avançando em espaços geográficos de países fronteiriços. Depreende-se então, que existe uma hierarquia entre os pólos, abrangendo seis tipos: internacionais, nacionais, macrorregionais, regionais, sub-regionais e locais.

Esta hierarquia demonstra que os pólos não são unidades isoladas, dominando posições bem delimitadas no espaço; ao contrário, como ocorre no universo com os astros, os pólos se organizam girando uns em torno dos outros, atraindo e sendo atraídos. Cada um tem em torno de si uma área de influência cujos limites estão ligados ao traçado das vias de transportes e de comunicações, exercendo maior força de atração nas áreas que lhes são próximas do que nas mais afastadas. Também cada pólo de maior categoria exerce influência na região polarizada tanto diretamente sobre suas várias partes, como indiretamente através dos seus pólos-satélites. (ANDRADE, 1987, p. 71).



Neste importante ponto de sua análise, Andrade destaca a classificação elaborada pelo geógrafo Michel Rochefort (*A concepção geográfica da polarização regional*, 1966), referente aos por ele denominados “centros de enquadramento terciário” ou “centros de polarização”, que leva em conta a importância e a área de influência dos mesmos, preocupando-se mais com a existência de determinados equipamentos que com a dinâmica, extensão e intensidade dos fluxos:

- a) **locais** – muito numerosos em cada região e dispo de área de atração confinada às suas imediações por estarem equipados apenas com comércio de gêneros alimentícios, escolas primárias, lojas de ferragens e armarinhos, médicos de clínica geral, farmácia, etc.;
- b) **sub-regionais** – apresentam um embrião de vida regional, estendendo sua área de atração sobre vários centros locais por estarem dotados de serviços de uso menos corrente, como médicos especializados e escolas secundárias;
- c) **de pequena região** – que constituem o “arcabouço de base da vida de relações” por estarem dotados de serviços bem diversificados, como comércio variado, equipamento bancário, consultores, equipamento cultural e artístico, etc.;
- d) **de grande região** – que, além dos serviços existentes nos centros precedentes, possuem Universidade, grande hospital dispo de todas as especialidades, teatro, consultorias, comércio de alto luxo, etc.;
- e) **nacionais** – que abrangem funções de direção com influência em todo o país, como a direção da administração dos serviços públicos, direção dos bancos de atuação nacional, etc., [grifo nosso]. (ROCHEFORT, 1966, *apud* ANDRADE, 1987, p. 71).

Considerando as diversas tipologias de pólos e de centros de polarização discriminadas acima, nas respectivas abordagens de Andrade e de Rocheford (citado por Andrade), compartilha-se das críticas de Paelinck (1964, referido por Hansen) e do próprio Hansen (1978), tomando-as como perfeitamente aplicáveis à similar situação da vasta abrangência tipológica que caracteriza o enquadramento teórico e metodológico do conceito de *cluster*.

O conceito de pólo de desenvolvimento tem sido freqüentemente mal compreendido. Ele tem sido confundido com as noções de indústria-chave, de indústria básica e de conjunto industrial; segue-se daí a concepção errônea segundo a qual o pólo de desenvolvimento seria um monumento industrial erigido à glória da futura industrialização regional, uma garantia de crescimento econômico certo. Ou ainda

alguns consideram como pólo de desenvolvimento qualquer estabelecimento ou empresa importante, de preferência industrial, que exerça efeitos benéficos sobre a área geográfica onde esteja localizada. (PAELINCK, 1965, apud HANSEN, 1978, p. 158-159).

Ocorre grande confusão semântica porque os mesmos conceitos nominais são, por vezes, empregados no contexto de determinado espaço abstrato, não geográfico, outras vezes no contexto de certas áreas geográficas bem definidas e, ainda outras vezes, de uma maneira que confunde indiscriminadamente o espaço abstrato e o geográfico, no mesmo contexto. É natural que os estudiosos devam estar livres para definir os termos de seu raciocínio, contanto que prossiga empregando-se de maneira coerente e sistemática. [Idênticas críticas podem ser aplicadas ao uso dos conceitos de cadeia produtiva e de agrupamento ou *cluster*]. (HANSEN, 1978, p. 159).

#### 1.2.4 Dispersão regional, concentração intra-regional e descentralização urbana

H. W. Richardson estudou em seu livro *Regional growth theory* (1973), a incidência espacial do processo de crescimento e desenvolvimento econômico dos países desenvolvidos após a Revolução Industrial, formulando algumas hipóteses sobre os padrões espaciais subjacentes a este processo. Esses padrões obedecem uma seqüência temporal correspondente aos diferenciados estágios de desenvolvimento socioeconômico, referindo-se a distintos níveis espaciais de análise. De acordo com Godinho (2002), Richardson caracterizou esses estágios da seguinte forma:

- numa primeira fase, o crescimento da economia nacional manifesta-se de forma muito polarizada, concentrando-se numa ou num número reduzido de regiões do país – concentração inicial;
- subseqüentemente, o crescimento sustentado da economia nacional vai estar associado à difusão da expansão econômica dessa(s) região(ões) central(is) para outras regiões do país, seja devido a fatores econômicos (e.g. alargamento do mercado interno), seja devido a fatores políticos (e.g. assegurar a coesão nacional), contribuindo para uma maior integração espacial da economia nacional. No entanto, este processo de difusão inter-regional do crescimento econômico nacional assume, no interior de cada região, a forma de concentração espacial num número restrito de centros urbanos, nos quais se

observa uma crescente aglomeração de população e de actividades económicas – dispersão concentrada:

- por último, e no interior das áreas metropolitanas ou de centros urbanos de grande dimensão, o processo de crescimento tende a ser acompanhado por descentralização de população e de actividades económicas do centro para a periferia – concentração descentralizada, [grifo da autora]. (GODINHO, 2002, p. 202).

Numa síntese, para Richardson, “o processo de desenvolvimento económico dos países desenvolvidos se caracteriza, ao nível da sua incidência espacial, como um processo de “dispersão concentrada descentralizada [...]” (GODINHO, 2002, p. 202).

A distribuição espacial das actividades económicas e da população reflete o impacto líquido de duas forças opostas: forças de aglomeração e forças de dispersão. Desse modo, a teoria espacial do crescimento regional terá que explicar as tendências que atuam no sentido da concentração e as que atuam no sentido da dispersão espacial dos agentes económicos. As variáveis relevantes para a teoria espacial do crescimento regional são as constantes de localização, as economias de aglomeração e as preferências de localização.

Para Richardson, conforme Godinho (2002), o quadro espacial de partida para uma teoria do crescimento regional que considere o espaço, resulta da consideração da estrutura espacial pré-existente ao processo de crescimento, que cristaliza as escolhas de localização dos agentes económicos realizadas no passado, contendo, por isso, um conjunto de lugares com capacidade real ou potencial de atração de população, de actividades industriais e de serviços, ou seja, a distribuição inter e intra-regional desses lugares é historicamente determinada.

As constantes de localização abrangem o conjunto de lugares já existentes, comportando três categorias principais: cidades que **existem há muito tempo**, cuja localização foi definida em função de fatores económicos, políticos, religiosos ou fortuitos; lugares com **significativa dotação de recursos** naturais imóveis; e lugares situados na **confluência de vias de transporte** ou com vantagens naturais em termos de acessibilidade.

As constantes de localização, conforme Godinho, entre outras, têm por função:

contribuir para explicar a incidência espacial do processo de difusão do crescimento econômico, seja aos níveis inter e intra-regional (processo de dispersão concentrada) seja ao nível intra-urbano (processo de concentração descentralizada). Sendo imóveis por definição, as constantes de localização atuam como restrição ao próprio processo de aglomeração espacial de atividades económicas e de população, condicionando portanto o processo de crescimento regional e a evolução da estrutura espacial das economias. (GODINHO, 2002, p. 204).

A localização conjunta de agentes econômicos é fonte de rendimentos crescentes, portanto, a concentração espacial constitui uma forma eficiente de se organizar e distribuir os recursos produtivos de uma economia. “As economias de aglomeração são um conceito multidimensional que exprime as vantagens económicas líquidas que induzem as atividades económicas e a população a concentrar-se no espaço [...]” (GODINHO, 2002, p. 204).

Se a concentração espacial proporciona aos agentes econômicos o acesso a economias externas, conduz também à produção de deseconomias externas. Estas duas dimensões, positiva e negativa, das economias de aglomeração agrupam-se em termos líquidos. Enquanto as economias de aglomeração forem, em termos líquidos, positivas, constituirão a principal força para a concentração dos agentes econômicos.

Continuando a análise, Godinho (2002), comenta que estando associadas às vantagens propiciadas pela concentração espacial, a consideração das economias de aglomeração em um modelo de crescimento regional evidencia o papel dos rendimentos crescentes no processo de crescimento, particularmente dos derivados da concentração urbana.

As economias de aglomeração, como já anteriormente referenciado, podem ser distinguidas em duas categorias: economias de localização e economias de urbanização. As economias de localização dizem respeito às vantagens derivadas da localização conjunta de empresas de um mesmo setor e de setores afins em uma mesma área geográfica; representam economias externas à empresa e internas à indústria localizada a que pertence. As economias de

urbanização, por sua vez, resultam da concentração espacial de diferentes atividades e de população em aglomerados urbanos. Destaca-se assim, no modelo de Richardson, a importância da dimensão urbana no crescimento regional, acentuando-se, particularmente, o papel

[...] das cidades de grande dimensão, enquanto motores do crescimento, seja pelo seu poder de retenção e atração de recursos produtivos móveis, seja pela sua capacidade de criar um ambiente favorável à alteração tecnológica, tanto pela via da inovação e progresso técnico endogenamente gerado, como pela via da adoção de inovações tecnológicas produzidas noutro lado. (GODINHO, 2002, p. 205).

As economias de aglomeração, no modelo formulado por Richardson, conforme Godinho, desempenham as seguintes funções:

- ✓ promovem a inovação e o progresso técnico;
- ✓ aumentam a produtividade dos fatores de produção;
- ✓ influenciam as decisões de localização dos agentes econômicos e o comportamento migratório da força de trabalho;
- ✓ afetam a eficiência da estrutura espacial da economia regional;
- ✓ explicam a concentração de população e atividades econômicas em algumas regiões da economia nacional e, no interior de cada região, em alguns dos seus centros urbanos.

No entanto, como o alcance espacial das economias de aglomeração varia, sua influência total é condicionada pela distância.

As preferências de localização referem-se a fatores não econômicos que influenciam as decisões de escolha de localização dos agentes econômicos, contribuindo para explicar as taxas de crescimento da população, da oferta de trabalho e do estoque de capital de uma determinada região. Elas são importantes para se compreender o processo de crescimento no espaço, principalmente porque:

[...] explicam a limitada mobilidade dos fatores de produção, influenciam a distribuição espacial dos agentes econômicos e condicionam o seu processo de redistribuição espacial, tanto ao nível inter-regional como intra-regional.

[Contribuindo] ainda para explicar porque é que a estrutura espacial de uma economia só muito lentamente reage a alterações estruturais nas condições da oferta e da procura de bens e serviços. (GODINHO, 2002, p. 206).

#### 1.2.5 Crescimento endógeno: o conhecimento, o capital humano e o capital social como motores do crescimento

O crescimento endógeno corresponde à endogeneização do progresso técnico, entendido como o aumento da eficiência na utilização dos fatores convencionais de produção, assentando sua base conceitual na consideração do aumento do estoque de conhecimentos como sendo o verdadeiro motor do crescimento *per capita*, prioritariamente à acumulação de capital físico ou humano.

O conhecimento é um bem público, portanto apresenta simultaneamente as características da não rivalidade – o seu consumo por um agente não afeta a quantidade disponível para os outros agentes, e da não exclusão – nenhum agente pode excluir os demais de consumi-lo ao mesmo tempo.

A característica da não rivalidade associada ao conhecimento, o torna uma potencial fonte de rendimentos crescentes à escala e de crescimento *per capita*.

Imagine-se que um dado produtor afeta uma dada quantidade de recursos à produção de conhecimento novo, tendo em vista a produção de um dado bem. Para produzir uma dada quantidade deste último, ele necessitará, para além dos recursos gastos a produzir o conhecimento novo, de dadas quantidades de outros *inputs* (trabalho, capital, etc.). Se agora considera-se que, num momento subsequente,  $N$  produtores terão acesso gratuito ao conhecimento criado pelo produtor pioneiro, então a produção poderá ser multiplicada por  $N$  apenas multiplicando por esse mesmo fator  $N$  as quantidades utilizadas de capital, trabalho, etc., mas sem necessidade de se afetar recursos adicionais a criar novos conhecimentos. Este resultado decorre potencialmente do **caráter não rival** do conhecimento mas exige ainda que ele, conhecimento, apresente tendencialmente a **característica da não exclusão**, a fim de poder ser utilizado por outros produtores que não o pioneiro, [grifo nosso]. (SILVA e SILVA, 2002, p. 178).

A explicação para a origem do aumento do estoque de conhecimento conduz à consideração que o conhecimento não é um bem público puro, apresentando em certa medida uma característica de exclusão parcial. Isso se deve a que as empresas privadas investem em pesquisa e desenvolvimento (P&D) tendo como incentivo a capacidade de se apropriarem com exclusividade, mesmo que temporariamente, dos benefícios decorrentes da geração e utilização do conhecimento novo. Assim, a explicação para o aumento do estoque de conhecimento passa pela consideração de algum grau de exclusão, a qual deverá ser temporária, pois, para o conhecimento de fato atuar como motor do desenvolvimento pressupõe-se a difusão e disseminação do seu domínio e uso.

Uma outra perspectiva é considerar que o aumento do estoque de conhecimento é um processo decorrente da existência de externalidades. Alfred Marshall (*Principles of economics*, 1890), cuja contribuição para a teoria econômica será abordada com maior detalhamento no capítulo 2 deste trabalho, item 2.1.1, enfatizou a idéia de que, embora cada produtor, isoladamente, tivesse a percepção da existência de rendimentos marginais decrescentes do seu investimento em fatores produtivos e pudesse ainda ignorar os efeitos positivos que o seu investimento poderia gerar para os outros produtores, em nível agregado e como resultado das ações simultâneas de todos os produtores, aconteceriam efeitos externos sobre a produtividade de cada produtor, de modo a superar os rendimentos marginais decrescentes. A natureza não rival do conhecimento aliada à sua difusão, o caracteriza como importante fonte de externalidades positivas.

Nos modelos de crescimento endógeno, o conhecimento é visto como objeto de uma difusão instantânea por todos os agentes de um sistema econômico, desde quando não existam barreiras jurídicas, a exemplo da propriedade intelectual e de patentes. Apesar de reconhecer-se o conhecimento como o motor do aumento da eficiência e do crescimento econômico, sua difusão, no entanto, ainda não é um processo automático e democrático, dessa forma, as

condições existentes que possibilitam uma efetiva apropriação de conhecimento novo por um número cada vez maior de agentes econômicos passam a ser uma parte relevante da explicação do diferenciado e desigual nível de crescimento econômico de países e regiões.

Dois desafios teóricos se colocam na formulação de um modelo de crescimento endógeno, o primeiro é a compatibilização de retornos crescentes com concorrência perfeita e o segundo é a formulação de modelos de crescimento endógeno com concorrência monopolística. Os recentes esforços de pesquisa, segundo Clemente e Higachi (2000), deram origem a três tipos de modelos:

- de *spillovers*, que explicam o crescimento por meio das externalidades positivas da acumulação de capital humano e conhecimento. A Teoria do Crescimento Endógeno, que emergiu a partir dos artigos de P. Romer (1986) [*Increasing returns and lon-run growth*] e R. E. Lucas Jr. (1988) [*On the mechanics of economic development*], introduz incentivos para firmas ou indivíduos investirem não apenas em capital físico, mas também em inovações e na acumulação de capital humano;
- lineares, conhecidos como AK, que preservaram a importância do processo de acumulação de capital para o crescimento, mas introduziram novos fatores endógenos, acumulação de capital humano e conhecimento;
- os que consideram a inovação tecnológica como a fonte básica do crescimento, tratando a inovação como resultado deliberado da busca de poder de monopólio temporário ou permanente. [...] estes modelos buscam capturar algumas das fontes mais profundas do crescimento econômico: as inovações de processo e de produto. (CLEMENTE e HIGACHI, 2000, p. 197).

O modelo de Romer fundamenta-se em externalidades positivas, *spillovers*, tomando como suposição que o conhecimento tecnológico é a única forma de capital (capital de pesquisa). À diferença do capital físico, o conhecimento tecnológico constitui-se em um bem público puro, não sujeito à rivalidade e à excludência em seu consumo. Assim, um conhecimento novo criado por uma empresa apresenta um efeito externo sobre as possibilidades de produção de outras empresas. Neste modelo, o pressuposto básico é que o crescimento econômico de longo



prazo origina-se nas externalidades positivas decorrentes da acumulação de conhecimento tecnológico.

Como analisa Clemente e Higachi (2000), o modelo de Lucas apresenta uma estrutura similar à do modelo de Romer. A diferença básica é que o investimento em capital humano proporciona as externalidades positivas, através de aumentos no nível tecnológico. Lucas considera o capital humano como um fator acumulável e como a fonte primária de crescimento. O capital humano pode ser definido como a soma de habilidades dos indivíduos. “A acumulação de capital humano é uma atividade social envolvendo grupos de pessoas em uma forma que não tem contrapartida na acumulação de capital físico. Desde que se incorpore aos indivíduos, o capital humano é apropriado por eles” (CLEMENTE e HIGACHI, 2000, p. 200).

Uma crítica que se faz aos modelos acima é que eles não conseguem, de acordo com Clemente e Higachi,

[...] capturar a idéia schumpeteriana de que a fonte do crescimento econômico é a inovação tecnológica endógena, endógena não por causa das externalidades positivas do capital de pesquisa ou humano, mas porque resulta da busca do lucro do monopólio [...]. (CLEMENTE e HIGACHI, 2000, p. 205).

Uma outra vertente de modelos de crescimento endógeno, os neoclássicos-schumpeterianos, inspiram-se na idéia de Schumpeter de que a principal fonte de crescimento econômico é a inovação introduzida pelas empresas. A inovação é considerada como resultado de esforços de P&D em que as empresas empenham recursos, razão pela qual os usuários deveriam pagar um preço suficiente para cobrir seu custo de produção e ter o direito de monopólio do uso da inovação.

Desse modo, o avanço tecnológico torna-se parcialmente apropriável, o que gera um incentivo a inovar, o que, aliado às externalidades positivas do processo de inovação e sua difusão, daria sustentação a um crescimento ilimitado.

Clemente e Higachi, distinguem dois tipos de modelos de crescimento endógeno baseados na inovação: o de crescente variedade de produtos e o de aumento da qualidade de produtos.

No primeiro tipo, novos produtos são agregados à função de produção ou de utilidade, ao mesmo tempo em que se supõe retornos crescentes dinâmicos de escala ou preferência pela variedade. [...] a fonte de crescimento se encontra em um aumento da divisão do trabalho na economia. [...] o aumento do estoque de capital usado na produção dos bens finais se manifesta por meio do crescimento do número de insumos intermediários, e não da quantidade ou da qualidade de cada insumo. Por sua vez, o aumento do número de bens intermediários é identificado com a maior divisão do trabalho em toda a economia e com o uso crescente de métodos de produção que aumentam a produtividade. [...]

No segundo tipo [...], os novos bens são de qualidade superior e substituem os antigos. O modelo [...] se propõe a captar aspectos de destruição criadora [conceito de Schumpeter]. Em contraste com o modelo [anterior], a mudança técnica não se manifestaria como aumento do número de bens intermediários, mas como uma elevação da produtividade que os bens intermediários permitem na produção dos bens finais. Cada inovação seria, assim, um aperfeiçoamento do setor intermediário. Em suma, a fonte do crescimento econômico consiste na melhoria da qualidade dos bens intermediários. (CLEMENTE e HIGACHI, 2000, p. 215).

A partir da abordagem evolucionária-schumpeteriana, as intervenções econômicas do governo podem ser justificadas não em função de buscar suprir as falhas de mercado, mas diante da possibilidade de dotar os sistemas econômicos de competitividade, atuando o governo, neste sentido, e face às economias externas de natureza tecnológica, na definição de políticas de desenvolvimento regional.

As características dos processos de aprendizagem tecnológica, decorrentes da natureza parcialmente apropriável, cumulativa, tácita e específica em termos espaciais das inovações, são razões sólidas para a adoção de políticas que promovam processos evolucionários ao nível regional [...]. (MELO, 2001, p. 70).

Sobre a formulação teórica original de Schumpeter a respeito do papel da inovação no processo de desenvolvimento econômico e o efeito de destruição criadora, esta será abordada de modo mais específico e detalhado no capítulo 2 desta tese, item 2.1.2.

Em desenvolvimento teórico mais recente, Tenani (2003), argumenta que não há outra maneira de um país crescer de forma sustentada, senão por meio da acumulação conjunta dos dois insumos de produção: capital físico, por meio de poupança e investimento, e capital humano, pela educação; em decorrência afirma que capital humano e investimento em educação não estão ligados apenas ao campo social, mas também ao campo econômico.

O crescimento baseado apenas na acumulação de capital físico enfrenta difícil restrição econômica: é sujeito a retornos decrescentes de escala e, por isso, tende a se extinguir, uma vez que não é possível alocar os mesmos insumos de produção, indefinidamente, de maneira cada vez mais eficiente. A médio prazo, a produtividade marginal desses insumos diminui, exaurindo-se o crescimento econômico, que pode tornar-se insuficiente até mesmo para compensar a depreciação do capital e o crescimento da população.

Daí que, reitera Tenani (2003), sem o acúmulo de capital humano, não existe crescimento econômico sustentado. A dinâmica que surge da interação entre poupança e educação tem por efeito a influência mútua entre a produtividade do capital humano e a do capital físico, resultando em que a lei dos rendimentos decrescentes deixa de ser um fator limitante para o processo de crescimento econômico. Portanto, países que possuem um sistema educacional mais produtivo, gerando mais capital humano e mais qualificado, tendem a crescer mais rapidamente, no médio e longo prazos.

Um paradigma emergente no campo dos estudos relacionados com as questões do crescimento e do desenvolvimento, que surge nos anos 1980, é representado pela teoria do capital social.

Segundo Kliksberg (1999), o Banco Mundial considera a existência de quatro formas básicas de capital:

- ✓ o **capital natural**, constituído pela dotação de recursos naturais de um país ou região;

- ✓ o **capital construído**, aquele gerado pelo ser humano, incluindo as infra-estruturas, os bens de capital, os capitais financeiro e comercial, etc.;
- ✓ o **capital humano**, determinado pelos níveis de nutrição, saúde e educação da população; e
- ✓ o **capital social**, recentemente “descoberto”, que pode vir a constituir-se em valiosa ferramenta de análise do crescimento e do desenvolvimento de base local ou regional.

Alguns estudiosos atribuem às duas última formas de capital [humano e social] uma participação majoritária no desenvolvimento econômico das nações verificado em fins do século XX, indicando que nelas existem chaves decisivas para o progresso tecnológico, a competitividade, o crescimento sustentado, o bom governo e a estabilidade democrática, [tradução livre nossa]. (KLIKSBERG, 1999, p. 87).

Não existe ainda, conforme Kliksberg, uma definição de consenso sobre o capital social, conceito de recente exploração que se encontra em um estágio de delimitação de sua identidade. Apesar das atuais imprecisões, é voz corrente entre os estudiosos das teorias do desenvolvimento, que ao investigar-se o capital social se estará incorporando ao espectro de conhecimentos dessas teorias, um ampliado número de importantes variáveis que até o momento não tinham sido objeto de enquadramento no âmbito convencional de tais teorias.

“Por capital social se entende o conjunto de normas, instituições e organizações que promovem a confiança e a cooperação entre as pessoas, nas comunidades e na sociedade em seu conjunto [...]” [tradução livre nossa], (DURSTON, 1999, p. 103).

Segundo John Durston (2000), o paradigma do capital social, e o neoinstitucionalismo econômico no qual se baseia em parte, coloca que:

as relações estáveis de confiança, reciprocidade e cooperação podem contribuir para três tipos de benefícios: reduzir os custos de transação, produzir bens públicos e facilitar a constituição de efetivas organizações de base local, de atores sociais e de sociedades civis saudáveis, [tradução livre nossa]. (DURSTON, 2000, p.7).

Durston (2000), refere-se às formulações fundadoras do conceito de capital social, se reportando a P. Bourdieu e James Coleman como sendo os que mais cedo expressaram-se

sobre tal conceito, as quais coincidem nos aspectos de que o capital social é um recurso, ou via de acesso a recursos que, quando combinado com outros fatores, permite para as pessoas que o possuem alcançar determinados benefícios; e que esta forma de capital se fundamenta nas relações sociais.

Capital social “... é o agregado dos recursos reais ou potenciais ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de reconhecimento mútuo” [tradução livre nossa], (BOURDIEU, 1985, *apud* DURSTON, 2000, p. 8). Compreende os

recursos sócio-estruturais que constituem um ativo de capital para o indivíduo e facilitam certas ações de indivíduos que se encontram no interior dessa estrutura. ... [o capital social] é produtivo, possibilitando o alcance de certos fins que não seriam alcançáveis na sua ausência, [tradução livre nossa]. (COLEMAN, 1990, *apud* DURSTON, 2000, p. 8).

John Durston (2000), destaca o economista neoinstitucionalista Douglas North como um dos inspiradores do conceito de capital social. Mesmo ele não falando explicitamente de capital social e sim de instituições, Durston analisa que quase todo o marco teórico do capital social se faz presente nas obras de North e, por isso, considera que ele deve figurar entre os principais fundadores do marco teórico do capital social. As instituições são “conjuntos de normas e valores que facilitam a confiança entre os atores” [tradução livre nossa], (NORTH, 1990, *apud* DURSTON, 2000, p. 8).

Em entrevista à Revista VEJA de 26 de novembro de 2003, o professor Douglas North, vencedor do Nobel de Economia em 1993, declarou que as nações prosperam quando seus governantes se guiam por duas preocupações fundamentais: garantir a competição entre as empresas e fortalecer as instituições. As nações que assim não procederem tenderão a permanecer em situação de atraso econômico e social. Neste sentido, competição e instituições constituem-se em fatores de desenvolvimento mais importantes que riquezas naturais, clima favorável ou agricultura.

Segundo North, nenhum país consegue crescer de forma consistente por um longo período de tempo sem que antes desenvolva de forma sólida suas instituições. Por instituição ele entende uma legislação clara que garanta os direitos de propriedade e impeça o não cumprimento dos contratos firmados, um sistema judiciário eficaz, agências regulatórias firmes e atuantes.

Nesse contexto, North comenta que o papel do governo deve se restringir a criar regras econômicas que garantam a estabilidade, e incentivar a competição para tornar a iniciativa privada mais eficiente. Ele refere-se ainda à questão dos custos de transação, entre os quais estão os gastos com impostos, seguros e operações no sistema financeiro. Esses custos fazem crescer o preço final dos produtos e serviços, mas, para North, são inevitáveis e decorrem do grau de profissionalização que caracteriza as trocas comerciais em uma nação moderna. Sua sentença conclusiva é que a nação que não possuir ou constituir instituições fortes não irá abandonar a condição de atraso e de pobreza.

Outro autor influente no desenvolvimento do conceito de capital social, indicado por Durston (2000), foi Mark Granovetter. Abordando o tema em uma perspectiva de sociologia econômica Granovetter, comentado por Durston, analisou que:

os atores econômicos não são átomos isolados, suas interações econômicas estão *embedded* (incrustadas, enraizadas, imersas, imbricadas) nas relações, redes e estruturas sociais. O conceito de *embeddedness* e suas diversas implicações faz parte atualmente do conceito de capital social, em relação à racionalidade dos objetivos não econômicos dos indivíduos e em relação à idéia central de que as relações sociais constituem ativos econômicos importantes dos indivíduos e dos grupos, [tradução livre nossa]. (DURSTON, 2000, p. 8).

Em sua síntese analítica da contribuição dos autores considerados precursores na introdução do conceito de capital social no escopo teórico dos estudos sobre o crescimento e o desenvolvimento, Durston (2000) menciona Robert Putnam como o autor mais citado no debate recente sobre capital social, o qual é considerado por outros autores como um revisionista que apenas prolonga o conceito original de capital social.

Conforme Albagli e Maciel (2003), foi Robert Putnam que, de fato, popularizou o conceito de capital social. “Em seu estudo seminal sobre a Itália, Putnam procurou explicar as diferenças de engajamento cívico e de governos regionais efetivos entre o Centro-Norte e o Sul italianos, a partir de seus diferentes estoques de capital social” (ALBAGLI e MACIEL, 2003, p. 425).

Putnam afirma que a superação dos dilemas da ação coletiva e do oportunismo contraproducente daí resultante depende do contexto social mais amplo em que determinado jogo é disputado. Para ele,

a cooperação voluntária é mais fácil numa comunidade que tenha herdado um bom estoque de capital social sob a forma de regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica. [...] Aqui o capital social diz respeito a características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas. (PUTNAM, 2002, p. 177).

Putnam relaciona várias das formas existentes de capital social, a exemplo da confiança, à qual Albert Hirschman denominou de recursos morais, ou seja, aqueles recursos cuja oferta aumenta com o uso, em vez de diminuir, e que, ao contrário, se esgotam se não forem utilizados.

Uma das características específicas do capital social, entendido como confiança, normas e cadeias de relações sociais, é que ele geralmente se constitui em um bem público, ao contrário do capital convencional que é tipicamente de caráter privado. Neste sentido, o capital social normalmente deve ser gerado como um subproduto de atividades sociais.

As normas, mesmo que não tenham força legal, constituem-se em regras que fortalecem a confiança social, sendo observadas e seguidas porque resultam na redução dos custos de transação, facilitando a cooperação.

Os sistemas de participação cívica, conforme Putnam, representam uma intensa interação horizontal, se revelando uma forma essencial de capital social: “quanto mais desenvolvidos

forem esses sistemas numa comunidade, maior será a probabilidade de que seus cidadãos sejam capazes de cooperar em benefício mútuo [...]” (PUTNAM, 2002, p. 183).

Se os sistemas horizontais de participação cívica ajudam os participantes a solucionar os dilemas da ação coletiva, então quanto mais horizontalizada for a estrutura de uma organização mais ela favorecerá o desempenho institucional na comunidade em geral. A afiliação a grupos horizontalmente organizados (como clubes desportivos, cooperativas, sociedades de mútua assistência, associações culturais e sindicatos) deve estar positivamente relacionada com o bom desempenho governamental. ... [O capital social portanto], corporificado em sistemas horizontais de participação cívica, favorece o desempenho do governo e da economia [e do turismo em particular], e não o oposto: sociedade forte, economia forte; sociedade forte, Estado forte. (PUTNAM, 2002, p. 185-186).

Putnam afirma que os estoques de capital social tendem a ser cumulativos e a reforçar-se mutuamente, resultando em equilíbrio social com elevados níveis de confiança, reciprocidade, participação, civismo e bem-estar coletivo, caracterizando a comunidade cívica. Além da comunidade, tanto o Estado quanto o mercado funcionam e interagem melhor em contextos cívicos. Tais contextos conformam as regiões cívicas, que apresentam como traços distintivos: densa rede de associações locais, ativa participação nos negócios comunitários, modelos de política igualitários, confiança e observância das leis.

A pesquisa realizada por Putnam (2002), deixou para ele duas lições e uma certeza. As lições de que: o contexto social e a história condicionam profundamente o desempenho das instituições; a história institucional costuma evoluir lentamente.

E a certeza de que “para a estabilidade política, para a boa governança e mesmo para o desenvolvimento econômico, o capital social pode ser mais importante até do que o capital físico ou humano [...]” (PUTNAM, 2002, p. 192).

Em relação à análise econômica, o conceito de capital social encontrou espaço não só no pensamento institucionalista, como já anteriormente abordado, no qual integra, em certa medida, o conceito de instituição, o qual não se restringe às



estruturas mais formalizadas, tais como governo, regime político e legislação de modo amplo, mas também as relações e estruturas informais, normas e valores inscrustados nos hábitos e costumes de uma população. (ALBAGLI e MACIEL, 2003, p. 429).

Também a corrente evolucionária, que enfatiza o papel da inovação e do aprendizado para a dinâmica econômica, já analisada neste trabalho, contempla questões de interface com o conceito de capital social, desde quando, a capacidade de inovar não se traduz apenas por um somatório de técnicas e produtos teoricamente disponíveis no mercado, mas sim:

[...] pela capacidade de uma sociedade, nas relações entre seus agentes, movimentos, organizações e instituições, de: (1) empenhar-se nas escolhas que lhe são mais adequadas dentre as disponíveis e acessíveis; e (2) aplicar os resultados de suas opções como e onde serão mais produtivos social e economicamente. (FREEMAN, 1991; NEWBY, 1992, *apud* ALBAGLI e MACIEL, 2003, p. 430).

Albagli e Maciel, listam alguns aspectos que podem ser considerados como benefícios econômicos do capital social:

- ✓ [...] maior facilidade de compartilhamento de informações e conhecimentos, devido a relações de confiança, espírito cooperativo, referências sócio-culturais e objetivos comuns;
- ✓ confirmação de ambientes propícios ao empreendedorismo, o que contribui para a promoção do dinamismo, da competitividade e da sobrevivência sustentada de países, regiões, organizações e indivíduos; a geração de trabalho e renda; e o “empoderamento” de segmentos sociais excluídos;
- ✓ melhor coordenação e coerência de ações, processos de tomada de decisão coletivos, bem como maior estabilidade organizacional, o que também contribui para diminuir custos;
- ✓ maior conhecimento mútuo, ampliando a previsibilidade sobre o comportamento dos agentes, reduzindo a possibilidade de comportamentos oportunistas e propiciando um maior compromisso em relação ao grupo [...]. (ALBAGLI e MACIEL, 2003, p. 430).

As autoras mencionam ainda, que existem evidências da existência de uma forte relação entre capital social e a formação de aglomerações territoriais produtivamente inovadoras. Isto ocorreria de modo mais especial nos chamados “arranjos produtivos locais”, por envolverem

não apenas empresas, mas outros tipos de atores, como organismos governamentais, associações, instituições de pesquisa, educação e treinamento, etc.

Comparando aglomerações produtivas italianas e brasileiras, as autoras demonstram, no entanto, que capital social e arranjos produtivos não se vinculam, ainda, de forma automática.

A capacidade de gerar empreendimentos sistematicamente articulados não depende simplesmente de confiança e interação, mas de um conjunto de fatores: por isso distinguem-se três itálias e vários brasis ... [Os] fatores mais relevantes são: nível educacional; densidade de relações de aprendizado interativo; sentimento de pertencimento; nível de inclusão ou de polarização social; identidade entre interesses individuais e coletivos; lideranças locais; relação Estado/sociedade. (ALBAGLI e MACIEL, 2003, p. 431-432).

Entretanto, o capital social, conforme as autoras, “... pode ser um fator de interação cooperativa para o desenvolvimento local e, portanto, deve ser considerado uma peça importante – mas não a única – na mobilização de arranjos produtivos locais” (ALBAGLI e MACIEL, 2003, p. 432).

Duas questões relevantes devem ser ainda explicitadas. Uma se refere à pertinência da intervenção governamental para estimular o capital social, outra trata do direcionamento dos rumos do desenvolvimento local, se com o predomínio de uma base endógena ou de uma base exógena.

A respeito da primeira questão, conforme as autoras, se argumenta, de um lado, que o capital social pode ter condições mais favoráveis ao seu desenvolvimento se houver a intervenção de políticas públicas que promovam processos decisórios participativos, encoragem atividades voluntária e comunitárias e proporcionem condições socioeconômicas igualitárias, em relação ao emprego, à renda e à inclusão social. Por outro lado, argumenta-se que tal intervenção pode caracterizar um movimento impositivo, de “cima para baixo”, contrário ao movimento de “baixo para cima”, mais condizente com um processo de formação e consolidação do

capital e da coesão sociais, fruto dos padrões históricos de construção da dinâmica sócio-cultural de um território e sua comunidade.

Quanto à segunda questão, citando Barquero (1999), as autoras analisam que:

a densidade das relações e instituições locais, que ao final expressam a densidade do capital social, contribui [...] para a capacidade de a comunidade dispor de estratégias próprias e exercer controle sobre os caminhos do desenvolvimento local, não atuando como receptora passiva de interesses externos, [o mesmo se aplica à escolha e utilização do modelo de inovações tecnológicas para o desenvolvimento]. (BARQUERO, 1999, *apud* ALBAGLI e MACIEL, 2003, p. 435).

#### 1.2.6 A abordagem territorialista: o papel das inovações tecnológicas e a formação de redes

Em meados dos anos 1970 começa a se estruturar uma nova abordagem do planejamento do desenvolvimento regional, com a noção de espaço configurando-se como variável estratégica de desenvolvimento, tendo por objetivo articular estreitamente a abordagem territorial às dinâmicas de desenvolvimento regional, cujas contribuições marcantes, abordadas por Santos (2002b), foram as de John Friedmann e Clyde Weaver (*Territory and function*, 1979), que adotaram a designação de territorialista e de Walter Stöhr e Fraser Taylor (*Development from above or below?* 1981), que o denominaram *from below* (ascendente), a partir da base (autocentrado ou endógeno).

Walter Stöhr e Franz Todtling (*Spatial equity – some antitheses to current regional development doctrine*, 1977), citados por Santos (2002b), chamavam a atenção para o fato de que as disparidades espaciais nos níveis de vida, num elevado número de países desenvolvidos, ao invés de diminuir, por via da aplicação de políticas regionais, aumentaram ou, pelo menos, estagnaram. Pouco tempo depois, reforçaram essa análise, sustentando que

a política de pólos de desenvolvimento ficou aquém do esperado na dinamização das periferias, gerando mesmo, freqüentemente, efeitos perversos, dado que os efeitos negativos induzidos (*polarization effects* ou *backwash effects*) se sobrepuseram aos efeitos positivos (*trickling down effects* ou *spread effects*). (SANTOS, 2002b, p. 219).

Com a crescente dificuldade em distribuir espacialmente o crescimento, dada sua inexistência ou insuficiência, “a questão fundamental para o desenvolvimento regional deixou de ser a capacidade da região para atrair novos projetos, para ser a das capacidades das regiões para gerar internamente as condições de transformação das suas estruturas produtivas” (BAPTISTA, 1985, *apud* SANTOS, 2002b, p. 220).

A questão central passou a ser a do desenvolvimento regional endógeno, que pressupõe o controle territorial das economias regionais visando o aumento da eficiência de todos os fatores produtivos, com sua estratégia baseando-se na utilização de pequenas e médias empresas (PME), as quais devem surgir por iniciativa de agentes locais, de modo a possibilitar a retenção dos valores adicionados no contexto da própria matriz econômica territorial.

Conforme Santos (2002b), a teoria do desenvolvimento de base territorial e endógena procurou responder ao paradigma funcional até então dominante, cujos pressupostos eram:

- ✓ a subalternização dos aspectos estruturais do desenvolvimento, como os políticos, sociais e ambientais;
- ✓ uma visão economicista do desenvolvimento, assentada em processos de acumulação concentrada de capital;
- ✓ a prioridade à mobilidade espacial de capitais;
- ✓ a preferência por investimentos em infra-estruturas pesadas, sem atender aos aspectos qualitativos dos mercados locais de emprego;
- ✓ uma grande aposta nos sistemas de grande escala e altamente consumidores de energia;
- ✓ o recurso a estratégias exógenas às economias locais para definição dos recursos a explorar;

- ✓ a imposição de mecanismos de decisão centralizados.

Já o novo paradigma conceitual do desenvolvimento regional, de base territorialista e endógena, pressupõe que o desenvolvimento só será alcançado pela mobilização integral dos recursos das diferentes regiões para a satisfação prioritária das necessidades das respectivas populações. Seu argumento central é que o poder econômico funcional, sem um controle de um ente territorial, tende a acentuar as disparidades sociais e econômicas características do desenvolvimento polarizado. A questão-chave colocada no centro do novo modelo de desenvolvimento regional é saber “**se a função deve prevalecer sobre o território ou o território sobre a função**” [grifo nosso], (FRIEDMANN e WEAVER, 1979, *apud* SANTOS, 2002b, p. 221).

Segundo Friedmann e Weaver (1981), atuando a doutrina dos centros ou pólos de crescimento como principal ferramenta do planejamento do desenvolvimento espacial, este se transformou em base de apoio para a expansão do capital transnacional, fato que inicialmente não foi percebido nitidamente, devido à dissimulação histórica entre integração funcional e territorial.

O planejamento foi uma função da forma de governar territorialmente e, provavelmente, seu componente espacial teria a missão de assegurar um modelo inter-regional equilibrado de produção e consumo. Se pretendia assim, que o planejamento espacial refletisse um objetivo público. Porém, falando praticamente, a eficácia se assentava quase sempre sobre a base de uma contabilidade de natureza privada. A questão mais freqüente a que se chegava era até que ponto o capital privado devia ser ajudado, [tradução livre nossa]. (FRIEDMANN e WEAVER, 1981, p. 271).

Nesse contexto, a questão acima era atendida sob a condição de um desenvolvimento desigual, tratando-se as relações eficácia e equidade, e produção e distribuição, como temas independentes entre si. Os planejadores espaciais, conforme Friedmann e Weaver, podiam até reter o conceito territorial de região, mas este configurava-se apenas como um rótulo para designar uma área integrada funcionalmente. O objetivo final era de integrar a economia

nacional sob uma forma espacialmente articulada, de modo a subordinar as economias locais ou regionais à razão do mercado nacional (e internacional).

[...] o planejamento do desenvolvimento espacial se converteu inconscientemente [ou conscientemente orientado pelas elites dirigentes?] no assistente ou criado do capital transnacional. **A doutrina dos centros [ou pólos] de crescimento está perfeitamente sintonizada com as reduções ideológicas e planificadoras das empresas multinacionais**, [grifo dos autores], [tradução livre nossa]. (FRIEDMANN e WEAVER, 1981, p.276-277).

Diante desta contestação, Friedmann e Weaver (1981), propõem uma solução “agropolitana”, conjugando as áreas agrícola e urbana, como uma estratégia de necessidades básicas a serem satisfeitas, conducentes ao desenvolvimento territorial. Nesta solução eles apontam quatro delineamentos fundamentais: as condições básicas para sua realização, o marco territorial, a expansão da produção e o papel do Estado.

São três as “condições básicas” por eles detetadas, a saber:

- ✓ **seletiva delimitação territorial**, que se refere a uma clara política de definição dos níveis relevantes de integração territorial: local, regional e nacional;
- ✓ **comunalização ou socialização da riqueza produtiva**, que se apresenta principalmente sob a forma de terra e água;
- ✓ **igualdade de oportunidades para o acesso às base de acumulação de poder social**, concebido como um recurso capaz de elevar o sentido individual de capacidade potencial.

O “marco territorial” proposto considera que as comunidades organizadas territorialmente podem conceber-se como a interseção de três espaços abstratos:

- ✓ **um espaço cultural comum** – deve existir uma tradição de significados compartilhados que propicie a formação e enraizamento de um juízo moral que sustente a base sócio-cultural local do desenvolvimento;
- ✓ **um espaço político comum** – a igualdade de oportunidades de acesso às bases do poder social requer negociações e acordos entre instituições políticas sólidas e representativas de todos os atores do tecido social local;

- ✓ **um espaço econômico comum** – deve existir um conjunto de atividades produtivas interdependentes e de níveis conhecidos no desenvolvimento das forças produtivas que justifique a articulação de políticas que visem integrar e potenciar a base econômica local do desenvolvimento.

A “expansão da produção” se orientaria pela aplicação do princípio de territorialidade aos problemas da organização econômica objetivando potencializar e dinamizar a economia territorial a todos os níveis relevantes, derivando-se do mesmo cinco princípios correlativos:

- ✓ a diversificação da economia territorial;
- ✓ o máximo desenvolvimento físico limitado pela necessidade de conservação, o que insere a perspectiva do desenvolvimento sustentável - as comunidades organizadas territorialmente tendem a valorizar o futuro muito mais que as comunidades integradas com base na função;
- ✓ a expansão dos mercados regionais e inter-regionais (domésticos), tornando-se importante ressaltar as diferenças entre as formas de aumentar os mercados domésticos sob a orientação do modelo de desenvolvimento desigual e sob a orientação do modelo agropolitano;
- ✓ orientação pelos princípios do autofinanciamento – estabelecer as condições que assegurem a formação de poupança;
- ✓ promoção e aprendizagem social – melhorar a prática real e ensinar o princípio geral de que o desenvolvimento não se “importa”, mas se produz através do próprio esforço, com o fortalecimento das instituições locais.

No modelo de desenvolvimento desigual a única forma de aumentar os mercados domésticos assemelha-se à seguinte sequência:

demanda estrangeira => exportação de produtos manufaturados => expansão do emprego secundário e terciário => crescimento da demanda de produtos agrícolas => crescimento da demanda de manufaturas domésticas => crescimento da produção e do emprego domésticos, [tradução livre nossa]. (PAAUW e FEI, 1973, *apud* FRIEDMANN e WEAVER, 1981, p. 298).

Para alavancar uma produção nacional de bens intensivos em capital, a produção em massa com tecnologia avançada, exógena, deve ser limitada. O sucesso da produção local de bens

intensivos em capital pode criar uma demanda por máquinas e equipamentos de fundamental e estratégica importância para o desenvolvimento em bases endógenas.

A nova sequência, derivada do modelo agropolitano, será semelhante à que segue:

aumento da produtividade agrícola + diversificação industrial em localizações descentralizadas (principalmente produção de bens simples) => aumento da ocupação de mão-de-obra => aumento da demanda de maquinaria e equipamento [...] => inovações tecnológicas e de produtos => aumento da capacidade de exportação de manufaturas domésticas para o mercado externo, [tradução livre nossa]. (FRIEDMANN e WEAVER, 1981, p. 299).

Com algum esforço de adaptação, pode-se perceber que as duas sequências acima podem explicar as diferenças entre os destinos turísticos que possuem forte dependência exógena, tanto no suprimento da oferta específica (característica e conexa) e não específica (não conexa) e o consequente atendimento da demanda turística, como pela predominância econômica da atividade ou mesmo pela presença da monocultura do turismo; e os destinos que dispõem de uma diversificada estrutura produtiva e podem suprir a oferta e atender à demanda com produtos e serviços de forte conteúdo endógeno de valor agregado. Esses dois contextos oferecem distintas perspectivas para o crescimento local ou regional e a sustentabilidade do desenvolvimento, sendo importante para o seu alcance, em bases endógenas, promover-se a utilização de mecanismos de autofinanciamento e a promoção do aprendizado social.

O modelo agropolitano constitui-se em uma solução territorial para o desenvolvimento regional, onde os interesses do território devem se impor aos interesses funcionais. Em sua abordagem, o planejamento do desenvolvimento deve privilegiar o foco no território em substituição à ênfase funcional ou espacial. “É o momento para a contenção do poder funcional e sua subordinação à vontade territorial” [tradução livre nossa], (FRIEDMANN e WEAVER, 1981, p.330).

O planejamento territorial é uma atividade endógena. Persegue continuidades históricas, busca uma melhoria geral na qualidade de vida para toda a população da



zona e exige o desenvolvimento completo do seu potencial produtivo. Seu método é holístico, multidisciplinar e complexo, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (FRIEDMANN e WEAVER, 1981, p.328).

Friedmann e Weaver, comentam que o planejamento funcional e territorial coexistem entre si, porém em um relacionamento marcadamente conflitivo. Eles recorrem a um exemplo, o qual, apesar de longo, se insere neste trabalho pela propriedade da transposição da análise que realizam, para a realidade do modelo de planejamento de desenvolvimento do turismo atualmente prevalecente no Brasil, fundamentado na implantação de centros ou pólos turísticos do tipo *resorts* e complexos integrados de entretenimento e turismo, cuja maioria pertencem a grupos de investidores nacionais e internacionais que detêm a propriedade do capital empregado nesses empreendimentos.

Em tal contexto, pode ocorrer um nível não adequado de envolvimento e integração dos atores sociais das localidades onde eles se implantam, fruto da dicotomia ou complementaridade disfuncional entre os fatores exógenos e os fatores endógenos implicados no crescimento do turismo, do papel desempenhado por cada grupo de fatores e da interação entre os dois grupos, influenciando e determinando o nível e a qualidade do desenvolvimento regional: com inclusão ou com exclusão social; retendo localmente ou exportando os resultados econômicos decorrentes da exploração da atividade turística; propiciando a conservação e preservação dos recursos ambientais de base, naturais e construídos, numa perspectiva de sustentabilidade, ou comprometendo tais recursos pela exploração massiva e imediatista do turismo, provocando a sua depredação e degradação.

Imagine-se uma planta de cimento que elege sua localização no ponto X, o ponto com menores custos totais de produção. [...] Nesta localização que é ótima desde o ponto de vista da empresa [ou da indústria], ela empregará, digamos, cem trabalhadores retirados da zona rural e arredores. Porém, antes de finalizar sua decisão, a empresa pode regatear para conseguir benefícios adicionais tais como isenção de impostos locais e outras ajudas, por exemplo investimentos públicos para as estradas de acesso e para as instalações da sua planta. Supondo que a empresa tenha obtido sucesso nestas negociações, que a planta já esteja construída e em

operação, serão impostos à comunidade custos adicionais na forma da poluição que a planta causará, deteriorando as condições higiênicas entre a população local, a destruição da vida aquática e das condições recreativas, além de danos materiais significativos. Estes custos serão quase que inteiramente suportados pela comunidade dentro da qual está situada a planta de cimento, mas para a qual sua única relação funcional é, por um lado, o emprego de homens e mulheres da localidade e, por outro, a mais valia que obtém mediante a destruição sistemática dos valores territoriais (recursos locais, tranquilidade, beleza). Porém, e já que a localização da planta de cimento é uma decisão exógena, a escolha não necessariamente deve estar reduzida a esta localidade particular. Se a comunidade tivesse regateado mais duramente, a planta estaria buscando uma localização em um entorno político mais favorável.

[...] O que se pode esperar é que o balanço de custos e benefícios se incline em alguma medida em favor da comunidade local, mas isto pode requerer uma ação adequada por parte do Estado. O Estado tem, sem dúvida nenhuma, o poder de modificar a incidência dos custos da comunidade para os produtos (e também para o consumidor do produto final), mas a extensão em que pode fazê-lo depende de variáveis tais como a natureza da atividade em questão, a existência de localizações alternativas, a propriedade do capital, as necessidades econômicas das localidades, a natureza e dimensão dos custos sociais gerados na produção e outras. Mais ainda, tal mudança pode piorar a taxa de crescimento econômico. A extensão em que isto representa uma consideração relevante, por que não dizer decisiva, só pode ser determinada desde uma perspectiva territorial.

A determinação dos custos sociais e sua incidência requerem o planejamento territorial. As necessidades territoriais devem ser articuladas cuidadosamente e deve-se considerar a base territorial dos recursos, [tradução livre nossa]. (FRIEDMANN e WEAVER, 1981, p. 328-330).

O modelo também pressupõe a promoção de soluções tecnológicas diferenciadas, com ênfase nas tecnologias intermediárias, trabalho intensivas, para uso em empresas de pequeno e médio porte, que são o motor da dinamização do sistema econômico e o reforço da diversificação da estrutura produtiva.

Em meados dos anos 1980, surge uma outra corrente desse enquadramento teórico que,

[...] não levantando obstáculo à crescente internacionalização da economia, elege como instrumento estratégico a inovação, nessa primeira fase ainda com uma vertente marcadamente tecnológica. Neste novo quadro competitivo argumenta-se que as regiões que estarão melhor colocadas na batalha pela sobrevivência, numa época em que as mudanças estruturais se processam a ritmos vertiginosos e são cada

vez mais imprevisíveis, serão as que puderem compensar a retração dos mercados tradicionais pela conquista de novos mercados devido quer à introdução de modificações tecnológicas nos respectivos processos produtivos, quer à fabricação de novas gamas de produtos. (SANTOS, 2002b, p. 223).

Clyde Weaver (*Concepts and theories of regional development planning: the state of the art*, 1988), citado por Santos (2002b), denomina esta via de planejamento regional de “Iniciativa Local” (*Regional Planning as Local Initiative*) que, à semelhança do modelo Agropolitano, possui uma contextualização analítica de base territorialista, porém, dela difere na justificação teórica e linhas estratégicas, principalmente quanto à ênfase ao papel da inovação tecnológica como instrumento primeiro de ação. Nesse contexto, a revolução tecnológica e a procura de inovação, no produto e no processo, se tornam o núcleo fundamental da política de desenvolvimento regional.

Sobre este aspecto, Walter Stöhr (*Changing external conditions and a paradigm shift in regional development strategies?* 1984), citado por Santos (2002b), refere-se a “[...] complexos regionais de inovação [...]”, resultantes do aprofundamento de uma base relacional e interativa entre unidades empresarias, instituições de educação e formação profissional, organizações de P&D, consultorias especializadas em tecnologia, gestão e marketing, sociedades de capital de risco e administrações locais e regionais.

[...] estes complexos de produção, integrados, flexíveis e internamente descentralizados, sustentam a sua dinâmica numa densa rede de fluxos, materiais e imateriais, mercantis e não mercantis, que potenciam intensos efeitos locais de sinergia. (SANTOS, 2002b, p. 224).

Análises realizadas a partir de 1985, cruzam o conceito de desenvolvimento territorial com a noção de “meio inovador” que surge no seio do *Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs (GREMI)*, orientando-se na direção original da procura da aptidão diferenciada dos meios para fazer nascer e difundir a inovação. Nesta linha emergem as noções de “Regiões Inteligentes” e de “Sistemas Regionais de Inovação”.

Aparecem nesse cenário, como instrumentos de planejamento regional, os tecnopolos, os parques de ciência e tecnologia, os centros de excelência, etc. Os objetivos principais referem-se ao fomento da inovação tecnológica através do reforço dos mecanismos de difusão da informação e à promoção da dinamização das áreas periféricas, pelo grande potencial empregador das indústrias de alta tecnologia e do seu entorno marcado pela ênfase nos serviços.

Vale ressaltar que as políticas regionais não deverão se voltar única e exclusivamente para o surgimento e dinamização de novas tecnologias mas, também, se direcionarem para uma atuação sobre as indústrias tradicionais no sentido de apoiar os seus processos de reestruturação operacional que visem renovar sua dotação de modernos fatores de competitividade.

Como sustenta Giocchino Garofoli (*Sviluppo regionale e ristrutturazione industriale: il modello italiano degli anni 70*, 1983), mencionado por Santos (2002b), as transformações dos contornos estruturais das economias locais dependem da capacidade de valorização dos respectivos recursos (capacidade de iniciativa e de acumulação, disponibilidade de capital fixo, etc.), caracterizando uma “nova articulação do sistema industrial que é produto do aparecimento da iniciativa local nos territórios de desenvolvimento e não da mobilidade inter-regional das empresas” (GAROFOLI, 1983, *apud* SANTOS, 2002b, p. 226).

Resumindo, sobre o modelo “Iniciativa Local”, que fundamenta-se em uma acentuada base territorialista, Santos (2002b), analisa que a mesma possui, contudo,

[...] uma faceta associada à inserção das economias regionais nos fluxos do comércio internacional, entendida como uma “janela de oportunidades” de que podem colher dividendos as estruturas produtivas, econômicas e sociais territoriais. Todavia, para que essa articulação local/regional-global se processe com sucesso, é imperativo modernizar e diversificar o perfil tradicional de especialização mediante a introdução sistemática de vetores de inovação e a incubação de PME de base tecnológica. Torna-se [necessário] também exercer algum grau de seletividade na captação do investimento móvel, em particular restringindo a atuação do capital

multiregional e multinacional a setores em que se verifiquem vantagens específicas e efeitos de fertilização da matriz produtiva local/regional. (SANTOS, 2002b, p. 226).

Santos, sugere que, no início dos anos 1990 o grande desafio no campo do desenvolvimento regional era encontrar um caminho que permitisse adequar e compatibilizar as duas abordagens territorialistas, os modelos “Agropolitano” e de “Iniciativa Local”, de modo a assentar as bases de um novo paradigma de desenvolvimento regional descentralizado. Esta nova fase da problemática do desenvolvimento regional teve como mérito colocar a “região” no centro do debate, consolidando a posição de que, “com uma concepção territorial do planejamento, o desenvolvimento regional torna-se definitivamente um projeto regional” (WEAVER, 1988, *apud* SANTOS, 2002b, p. 227).

Atualmente, os processos de inovação possuem reconhecidamente uma forte matriz social e territorial, como consequência ganham destaque na análise do crescimento regional aspectos relevantes na geração de conhecimento direcionado para as dinâmicas de inovação, como os contatos informais e as redes de fluxos de conhecimento tácito estabelecidas entre os diferentes atores, o seu capital relacional, o respectivo capital social, as regras e convenções vigentes. Os processos de inovação são vistos hoje como mecanismos socialmente construídos, que se baseiam na acumulação, difusão e utilização de conhecimento por via de um aprendizado contínuo e interativo. Nesse sentido, para Peter Maskell e Anders Malmberg (*The competitiveness of firms and regions: “ubiquitification” and the importance of localized learning*, 1999), a competitividade territorial depende, cada vez mais, “da capacidade de criar conhecimento e do estabelecimento de bases que promovam localmente processos coletivos de aprendizagem” (MASKELL e MALMBERG, 1999, *apud* SANTOS, 2002c, p. 286).

Um dos principais pontos de partida dessa abordagem territorialista, consistiu nas pesquisas sobre os “distritos industriais”. Os estudos sistemáticos sobre os “distritos industriais” centraram-se, originalmente, na análise da dinâmica regional italiana. Após a 2ª guerra mundial, a principal preocupação italiana em matéria de desenvolvimento econômico

consistia em minimizar as profundas assimetrias entre o Norte e o Sul do país. Assim, foi promovida no Mezzogiorno uma estratégia de pólos de crescimento com base em atividades industriais de siderurgia e petroquímica, esperando-se o desencadeamento de efeitos motrizes sobre os demais setores econômicos. Essa estratégia, que não obteve êxito, configurou-se como um modelo ortodoxo de política regional *from above*.

Passados mais de vinte anos, num contexto de contínuo aprofundamento das disparidades regionais Norte/Sul, os pesquisadores se depararam com uma nova realidade territorial que denominaram “Terceira Itália” (Itália do Meio ou Itália do Centro), despertando o seu interesse as elevadas taxas do emprego industrial e o excelente desempenho das exportações evidenciadas pelo tecido produtivo regional. Giacomo Becattini (*Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull’unità d’indagine dell’economia industriale*, 1979), citado por Santos (2002c), se concentrou no conteúdo econômico dessa estrutura, destacando a sua matriz produtiva baseada em uma forte presença de PME e no seu perfil de especialização industrial. Esses estudos convergiram na direção dos trabalhos de Alfred Marshall (1890), o que levou à denominação da configuração industrial da Terceira Itália como “distrito industrial marshalliano”.

Alfred Marshall (1890, 1919), *Principles of economics* e *Industry and trade*, respectivamente, foi o primeiro investigador a descrever e analisar o funcionamento das aglomerações econômicas inglesas do século XIX, com base em dois centros industriais, Manchester e Sheffield, os quais qualificou de distritos industriais, avançando com a formulação dos conceitos de economias externas, economias de aglomeração e atmosfera industrial. Marshall argumentou que a concentração industrial e a especialização setorial, induzindo à concentração de mão-de-obra qualificada e promovendo a circulação de informação e de *know-how* entre as empresas, germinaria economias portadoras de vantagens empresariais. Se retomará este tema com mais detalhes no capítulo 2 deste trabalho, item 2.1.1.

“[...] o distrito industrial é uma entidade sócio-territorial caracterizada pela co-presença ativa, numa área territorial circunscrita, natural e historicamente determinada, de uma comunidade de pessoas e de uma população de empresas industriais” (BECATTINI, 1989, *apud* SANTOS, 2002c, p. 287).

Avançando em sua análise, segundo Santos (2002c), Becattini permite perspectivar alguns elementos estruturantes do conceito, principalmente na sua vertente produtiva: a pequena escala empresarial, a especialização por fases da cadeia produtiva, a existência de reduzidas barreiras de entrada e o papel dinamizador dos serviços de apoio à produção.

[...] o distrito industrial marshalliano é constituído por uma população de pequenas e médias empresas independentes assentes num setor de especialização e num processo de divisão do trabalho industrial à escala local, apoiando-se numa miríade de unidades fornecedoras de serviços à produção e de trabalhadores ao domicílio, orientada, através do mercado de encomendas, por um grupo aberto de empresários puros (os *impannatori*). (BECATTINI, 1989, *apud* SANTOS, 2002c, p. 288).

Nos distritos industriais as empresas são partes integrantes do território, sendo também elas, de certo modo, território. Esta perspectiva marshalliana expressa a idéia de *embeddedness*, vista anteriormente em breve citação, conceito proposto por M. Granovetter (*Economic action and social structure: the problem of embeddedness*, 1985), citado por Santos (2002c), para explicar o funcionamento dos distritos industriais: um enraizamento na matriz sócio-cultural local que constitui a base de gestação e sustentação de economias de aglomeração propiciadoras de vantagens empresariais. Nesta consideração, um distrito industrial constitui uma grande concentração de pequenas e médias empresas, autônomas, integradas horizontalmente, altamente especializadas, atuando numa dada fase do processo produtivo e desenvolvendo vastas redes de subcontratação, com elevada capacidade dinâmica de adaptação às modificações da procura.

Na mesma linha de raciocínio, José Reis, (Os espaços da indústria. A regulação económica e o desenvolvimento local em Portugal, 1992), argumenta que:

para além de um indicador pertinente de identificação (a sua especialização) e de uma certa relevância quantitativa (uma rede industrial e uma quota apreciável de produção ou das exportações do setor de especialização), um **sistema produtivo local** [conceito assemelhado ao de distrito industrial, grifo nosso] supõe um processo longo de consolidação técnica – uma história industrial durante a qual se formou uma cultura produtiva local – e uma [organização] produtiva de base local criadora de sinergias: um sistema de interdependências industriais. (REIS, 1992, *apud* SANTOS, 2002c, p. 288).

A peculiaridade da organização produtiva dos distritos industriais, portanto, advém do progressivo enraizamento de atividades econômicas em um determinado território, e não da indução de fenômenos de polarização por empresas de grande porte.

Para Claude Courlet e Michel Dimou (*Les systèmes localisés de production: une approche de la dynamique longue*, 1995), de acordo com Santos (2002c), os distritos industriais resultam de um amplo conjunto de iniciativas, de relações de cooperação e de redes locais, o que lhes propiciam vantagens específicas através do surgimento de vários tipos de economias externas de aglomeração, a saber: “**economias de especialização**”, ligadas ao aprofundamento da divisão do trabalho; “**economias do trabalho**”, resultantes da formação e acumulação de saber-fazer específicos; e “**economias de informação**” e comunicação, provenientes da capacidade de inovação e de sua difusão.

Essas vantagens, em conjunto, exercem um efeito centrípeto e aglutinador da pequena e média empresa, em um contexto marcado pela socialização de processos industriais comuns e pelo aprofundamento da integração entre economia e sociedade.

Nos distritos industriais a inovação procede da mobilização territorial dos agentes que interagem sistematicamente. O seu desenvolvimento não se baseia na procura de saltos tecnológicos – adoção de tecnologias radicalmente diferentes dos conhecimentos técnico-profissionais acumulados ao nível local – e sim no saber e no saber-fazer tácito que caracteriza a região. A análise da inovação nos distritos industriais está, portanto, distante da abordagem neo-schumpeteriana que associa a dinâmica capitalista ao impacto de um conjunto



de inovações radicais e revoluções tecnológicas que aliam o avanço da produtividade e o crescimento da procura; corresponde, mais apropriadamente, a um padrão de tipo incremental, predominando uma eficiência estática, que implica em melhoramentos no âmbito de funções de produção já conhecidas, sobre uma eficiência dinâmica, refletida na capacidade do sistema produtivo local em inovar e absorver inovação.

Referenciado por Santos (2002c), João Paulo Barbosa de Melo (A região da Marinha Grande: um distrito industrial, 1995), coloca que:

nesse sentido, poder-se-á certamente afirmar que esse percurso contínuo de *upgrading* competitivo baseado na inovação depende menos de estruturas formais do que de canais informais, na medida em que remete para processos de “aprender fazendo”, processos de “aprender usando” ou, até, de “aprender falhando”. (BARBOSA DE MELO, 1995, *apud* SANTOS, 2002c, p. 290).

Segundo Fiorenza Belussi (*Local systems, industrial districts and institutional networks: towards a new evolutionary paradigm of industrial economics*, 1996), mencionada por Santos (2002c), a abordagem dos distritos industriais, na perspectiva marshalliana, estabelece uma análise econômica territorializada que se consolida nas externalidades associadas à proximidade e que depende do potencial de competências locais do qual as empresas extraem os seus recursos produtivos – a proximidade espacial das empresas e o “caldo cultural” comum aumentam as probabilidades de difusão de informação e de aprendizagem, o que lhes possibilita defender sua posição competitiva recorrendo à inovação contínua e incremental.

Os distritos industriais, portanto, desenvolvem uma capacidade tecnológica e inovadora endógena que permite às PME locais conseguir competir nos mercados internacionais com as grandes empresas verticalmente integradas.

Como já mencionado, os estudos do GREMI, têm trabalhado com base na hipótese de que meios inovadores regionais geram inovações, ou seja, o sucesso do desenvolvimento de certas regiões se deverá às suas capacidades intrínsecas de fabricar novos produtos, adotar novos processos produtivos, além de configurações organizacionais e institucionais inovadoras.

O conceito de “meio”, segundo Denis Maillat, Michel Quévit e Lanfranco Senn (*Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional*, 1993), citados por Santos (2002c), refere-se a um capital relacional que agrupa coerentemente um sistema de produção, uma cultura técnica e um conjunto de atores que não se constitui um universo fechado mas, pelo contrário, está em interação permanente com seu ambiente circundante, dando lugar a processos de aprendizagem coletiva. O “meio”, conforme Bruno Lecoq (*Organisation industrielle, organisation territoriale: une approche intégrée fondée sur le concept de réseau*, 1991), citado por Santos (2002c), é um:

conjunto sócio-territorial reticularmente integrado de recursos materiais e imateriais, dominado por uma cultura historicamente sedimentada, vetor de saber e de saber-fazer, que repousa sobre um sistema relacional do tipo cooperação-concorrência dos atores locais. (LECOQ, 1991, *apud* SANTOS, 2002c, p. 294).

O “meio” pode ser considerado como um ativo intangível para a empresa, de acordo com Denis Maillat (*Les relations des entreprises innovatrices avec leur milieu*, 1992), tomado por PÒLESE (1998). “Já que os territórios lhes fornecem o apoio logístico essencial para o seu desenvolvimento (externalidades, efeitos de proximidade, etc.), as empresas têm todo o interesse em participar no jogo da integração e do enriquecimento do seu “meio” (MAILLAT, 1992, *apud* POLÈSE, 1998, p. 233).

Conforme Santos (2002c), os elementos constitutivos do “meio”, apontados por Maillat, Quévit e Senn (1993), são:

- **uma envolvente espacial**, enquadrada por uma certa homogeneidade de comportamento dos atores sociais e uma mesma cultura técnica, não se confundindo, porém, com o conceito de região, nem possuindo fronteiras físicas pré-determinadas;
- **um conjunto de atores**, dotados de autonomia decisional e fortemente ancorados na realidade socioeconômica local (empresas, instituições de formação, centros de [P&D], etc.);
- **elementos materiais** (as empresas, os equipamentos, as infra-estruturas) e **elementos imateriais** (as normas e valores, os fluxos de informação, o saber-

fazer), bem como **elementos institucionais** (as formas de organização do poder público e da sociedade civil);

- **uma lógica de interação**, ou seja, um capital relacional regulador do comportamento dos atores e promotor de dinâmicas locais de valorização dos recursos existentes;
- **uma lógica de aprendizagem**, capacitando os atores para redefinirem e reconfigurarem os seus comportamentos, ajustando-os à medida que se transforma a envolvente externa, nomeadamente ao nível dos mercados e da tecnologia, [grifo nosso]. (MAILLAT, QUÉVIT e SENN, 1993, *apud* SANTOS, 2002c, p. 294).

Santos (2002c), destaca, de acordo com Claude Courlet (*Territoire et développement*, 1988), a diferença existente entre os conceitos de “meio” e de “sistema produtivo local”, fundamentando-se na dimensão-chave da intangibilidade: “o meio não é uma categoria particular de sistema produtivo local mas uma unidade cognitiva de que depende o funcionamento do próprio sistema” (COURLET, 1988, *apud* SANTOS, 2002c, p.294), constituindo, assim, uma matriz organizacional através da qual se projeta o potencial de autonomia e de iniciativa dos sistemas de produção localizados.

Com o objetivo então, de descrever os comportamentos inovadores no seio dos sistemas produtivos locais, os pesquisadores do GREMI cunharam o conceito de “meio inovador”. Um “meio”, de acordo com Santos (2002c), realidade sistêmica dotada de propriedades emergentes, pode evoluir para um patamar superior de organização, correspondente a um “meio inovador”, pela criação, gestão eficaz e constante renovação de recursos, principalmente de natureza imaterial (saber, saber-fazer, processos de aprendizagem coletiva, conexões reticulares de cooperação, canais informacionais, etc.). Nessas circunstâncias, segundo Bernard Planque e Nathalie Gaussier (*Millieux innovateurs et développement durable: des mésologies complémentaires*, 1988), citados por Santos (2002c), em certos meios podem gerar-se, sistematicamente,

[...] externalidades positivas específicas que asseguram uma vantagem comparativa aos atores locais na prossecução de um processo cumulativo de inovação

competitiva, [...] desenvolvendo uma convenção territorial de inovação [...] [correspondente ao estágio de “meio inovador”], (PLANQUE e GAUSSIER, 1998, *apud* SANTOS, 2002c, p.295).

Portanto, um “meio” constitui-se em “meio inovador”, conforme Andrée Matteaccioli (*Auto-organisation et émergence des milieux innovateurs*, 1998), mencionado por Santos (2002c),

quando desenvolve a capacidade de apreender as transformações do seu ambiente tecnológico e de mercado, bem como a evolução dos outros sistemas territoriais de produção, ligando-se às dinâmicas internacionais mais significativas, mas conservando a sua coerência global e a sua identidade. (MATTEACCIOLI, 1998, *apud* SANTOS, 2002c, p. 296).

Desse modo, consegue-se processar recombinações técnico-produtivas dos recursos endógenos existentes, de modo a garantir configurações produtivas inovadoras valorizadas pelos mercados.

Os “meios inovadores” são diferentes dos ambientes cognitivos próprios dos “distritos industriais”. Nos meios inovadores, a inovação decorre de um arranjo organizacional e de uma coordenação institucional *ex-ante*, já nos distritos industriais ela surge mais ligadas a aspectos casuais e menos formais.

Ao participar em redes de interação, uma empresa contribui para reforçar a sinergia do *meio*. Essas redes ultrapassam as transações mediadas pelo mercado, estendendo-se a uma ampla gama de relacionamentos envolvendo sistemas de formação e educação, administrações públicas, instituições financeiras, organizações sindicais, entre outros. Cria-se, dessa forma, um ambiente que maximiza as oportunidades de interação e de inovação dos agentes econômicos.

Existe uma clara e direta correspondência entre as capacidades de inovação e de desenvolvimento das empresas e as externalidades positivas que o ambiente lhes oferece, aumentando suas possibilidades de êxito. J. Perrin (*Réseaux d'innovation, milieux innovateurs et développement régional*, 1991), citado por Polèse (1998), faz menção a ambientes de

inovação, *milieu d'innovation*, ou a tecnopolos, *tecnópoles*. Num ambiente dinâmico desta natureza os custos de informação e de transação são mais baixos, há mais facilidade para as comunicações inter-pessoais e uma maior confiança entre os seus diversos atores.

Definido desta maneira, o conceito de *milieu* (que pode corresponder ao inglês *community*) inclui noções como “tecido social e sociedade”: é o conjunto dos valores e das relações que dão a um território uma cultura local, uma identidade, uma cultura de empresa e uma cultura técnica que lhe são próprias. (POLÈSE, 1998, p. 234).

Indaga Polèse, se o ativo intangível, o *milieu*, tem tanto valor, por que é que as empresas não investem nele de forma espontânea? Por que é que os poderes públicos têm que intervir? A mesma pergunta pode ser formulada em relação ao *cluster*. O ativo intangível, o *milieu* que funciona, é um bem público, que tem como característica a dificuldade de excluir os beneficiários. Seguindo a lógica privada, uma empresa só irá participar se puder privatizar ou internalizar uma parte dos ganhos. Por que participar no financiamento de um parque, de uma estrada ou de uma rede de informação, se outros agentes usufruem sem pagar ou se é possível se beneficiar sem contribuir? Logo, a participação das empresas no financiamento de bens públicos não se dá de forma espontânea. A decisão de participar de uma rede de interação implica um determinado custo de oportunidade e para que os agentes privados se empenhem e se integrem ao processo, os benefícios da cooperação, ou os custos da não cooperação, deverão ser explícitos e visíveis para as empresas.

Esta lógica de comportamento, que privilegia interesses setorializados, acaba por conformar uma teia de relações institucionais que conduz o poder público a ser o agente econômico motor de processos desta natureza, torna-se um fator estrutural subjacente a iniciativas que requerem um acentuado sentido de parceria, integração, coesão, associativismo e cooperativismo, a exemplo geral do “meio inovador”.

As redes de interação e de inovação, para ter condições de sucesso, precisam ter objetivos e mecanismos de ação vinculados à lógica de funcionamento dos empreendimentos privados:

- ✓ esquemas financeiros para partilhar e diversificar riscos;
- ✓ instituições comuns de formação profissional e técnica;
- ✓ organizações e associações profissionais para reduzir os custos de difusão da informação;
- ✓ projetos conjuntos de pesquisa e desenvolvimento contemplando a proteção dos direitos de exploração dos resultados;
- ✓ redes de compras, de distribuição e de colocação no mercado;
- ✓ infra-estruturas comuns como rede de distribuição de gás ou combustíveis, parques industriais, etc.;
- ✓ negociações em grupo, patronato-sindicatos, de contratos coletivos de trabalho ou outros acordos.

Na maioria dos exemplos acima, está se tratando da institucionalização das economias de escala próprias de uma indústria, ou das economias de localização. Quando se refere aos tecnopolos ou aos complexos industriais a participação motora dos poderes públicos está na base de seu deslanche e implementação, podendo envolver a disponibilização de uma área ou até mesmo de um parque tecnológico e, inclusive, atividades de promoção.

O conceito de “região inteligente” reforça e amplia o alcance da análise de teor organizacional-institucional que marca os estudos do GREMI, adequando o mesmo ao novo paradigma produtivo emergente fundamentado nas tecnologias de informação, telecomunicações e computação, bem como aos desafios da economia do conhecimento.

De acordo com Santos (2002c), foi Richard Florida (*Toward the learning region*, 1995), quem primeiro sugeriu o conceito de região inteligente para caracterizar aqueles territórios capazes de funcionarem como coletores e repositórios de conhecimentos e idéias, e de proporcionarem o ambiente a as infra-estruturas facilitadoras dos fluxos de conhecimento, idéias e práticas de aprendizagem. Essas regiões constituem contextos territoriais privilegiados de interação, aprendizagem e inovação, já que consubstanciam quadros aglomerativos e plataformas cognitivas favoráveis à existência de espaços relacionais entre atores que se interceptam e conectam por afinidades culturais e econômicas.

Este novo conceito, conforme João Ferrão (Meios inovadores em cidades de média dimensão: uma utopia razoável. O caso de Évora, 1997), (*apud* Santos, 2002c, p. 301), “[...] atribui uma centralidade ainda maior à capacidade coletiva e permanente de aprendizagem e adaptação (defensiva e ofensiva), como estratégia-chave de desenvolvimento regional [...]”.

De um lado, no entanto, existe uma percepção de que o conceito de região inteligente é ainda muito vago e abstrato, necessitando amadurecer o seu *corpus* conceitual e instrumental para se afirmar e se diferenciar de outros conceitos próximos, principalmente o de meio inovador, do qual se constitui uma evidente declinação semântica e linguística. De outro lado, se considera que o conceito de região inteligente se configura como um *upgrading* conceitual e normativo, desde quando oferece uma perspectiva de maior adequação ao novo paradigma teórico-produtivo baseado na utilização das modernas tecnologias de informação e na telemática, o qual condiciona toda a estrutura e funcionamento da nova economia, abrindo inéditas oportunidades para competir inovando.

As “regiões inteligentes” correspondem basicamente a um patamar superior de transformação dos “sistemas produtivos locais”, dotando-os de capacidades reforçadas para competir eficaz e sustentadamente à escala internacional.

A noção de “região inteligente” apresenta quatro aspectos relevantes para o aprofundamento da relação entre inovação e desenvolvimento territorial:

- centra o debate em torno das condições territoriais de desenvolvimento, complementando as visões que valorizam a ótica dos impactos territoriais;
- cria uma matriz que permite integrar grande parte do património recente das diversas ciências regionais, assegurando uma coerência e uma finalidade claras;
- defende uma análise preocupada em entender, de forma sistémica, as práticas dos diversos atores (individuais e coletivos) no quadro de comunidades territoriais específicas;
- fornece argumentos favoráveis ao reforço da importância das políticas de base territorial. (FERRÃO, 1996, *apud* SANTOS, 2002c, p. 303-304).

A competitividade e a sustentabilidade regionais de longo prazo têm menos a ver com a eficiência de custos e mais a ver com a capacidade das empresas e instituições para inovar, isto é, para incrementar a respectiva base de conhecimentos. Assim, a inovação é ditada pela boa gestão e eficiente utilização dos fluxos estratégicos de informação e criação de conhecimento.

Segundo Santos (2002c), a palavra-chave do conceito de sistema regional de inovação parece ser “interação” ou *networking* entre empresas, entre empresas e instituições da envolvente de apoio, entre estas próprias instituições. Subjacente à noção de sistema regional de inovação está a idéia de que a indução de padrões empresariais mais inovadores, qualificados e competitivos, é função dos arranjos organizacionais e institucionais que estruturam um determinado território numa entidade de coordenação policêntrica.

Distinguem-se, analítica e politicamente, dois tipos de “sistemas regionais de inovação”: um que é resultante da regionalização do sistema nacional de inovação, e outro que decorre da existência de uma abordagem mais endógena e territorializada da promoção de uma política de inovação regional. Neste sentido, Bjorn Asheim e Arne Isaksen (*Location, agglomeration and innovation: towards regional innovation systems in Norway*, 1997), sugerem que:

[...] por um lado, encontramos sistemas de inovação que são partes de um sistema nacional de inovação regionalizado, ou seja, partes da base produtiva e da infraestrutura institucional localizadas na região, mas funcionalmente integradas em, ou equivalentes a, sistemas nacionais (ou internacionais) de inovação, que são baseados numa abordagem centralista e no modelo linear de inovação; por outro lado, podemos identificar sistemas de inovação constituídos por partes do tecido produtivo e da esfera institucional que se encontram verdadeiramente ancorados e integrados numa determinada região, derivando, portanto, de uma abordagem territorialista de desenvolvimento e de um modelo interativo de fomento da inovação. cremos que, no âmbito terminológico, pelas razões já aduzidas, se pode passar a distinguir um do outro, denominando o primeiro de sistema regionalizado de inovação e o segundo de, esse sim, sistema regional de inovação ou sistema territorial de inovação. (ASHEIM e ISAKSEN, 1997, *apud* SANTOS, 2002c, p. 306-307).



Atualmente, e cada vez mais, o conceito de “sistema regional de inovação” assume um papel eminentemente instrumental, muito associado às políticas de inovação e à implementação de estratégias regionais de inovação, diferenciando-se, por essa dimensão operativa, das abordagens anteriores de modelos de crescimento e desenvolvimento regional. O objetivo principal deste modelo, segundo Santos (2002c), é reforçar os patamares territoriais de competitividade, tornando os “meios” mais “inovadores” e as “regiões” mais “inteligentes” – no âmbito do clássico *trade-off* entre a *curiosity* e a *utility*, com o modelo dos sistemas regionais de inovação tendendo nitidamente para a segunda.

O (Quadro 1.1, p. 114) apresenta uma comparação entre as principais características dos modelos de Distrito Industrial, Meio de Inovação / Região Inteligente e Sistema Regional de Inovação.

|  | <b>Distrito Industrial</b>  | <b>Meio Inovador / Região Inteligente</b>   | <b>Sistema Regional de Inovação</b>   |
|--|---|---|---|
| <b>Surgimento</b>  | Espontâneo; como sistema produtivo local.   | Espontâneo / induzido; como entidade cognitiva.   | Induzido; como entidade organizacional.   |
| <b>Clima predominante</b>  | Atmosfera industrial.   | Cultura empresarial.  | Cultura empresarial e científica.   |
| <b>Sistema produtivo</b>   | Industrial; especialização produtiva numa ótica de divisão setorial do trabalho; PME; verticalmente desintegrado; autocentrado.   | Industrial e terciário; diversificação produtiva numa ótica de divisão intra-setorial do trabalho; grandes e PME; integração quase-vertical; aberto.            | Industrial e terciário; diversificação produtiva numa ótica de divisão intra-setorial do trabalho; grandes e PME; integração quase-vertical; aberto.  |
| <b>Relações não mercantis entre as empresas</b>                                    | Intensidade das relações extra-produção; redes inter-pessoais informais de circulação de informação; forte mobilidade horizontal e vertical da mão-de-obra.                             | Intensidade das relações extra-produção; importância e diversidade das relações não-mercantis formalizadas (redes de cooperação, parcerias estratégicas, etc.). | Intensidade das relações extra-produção; importância e diversidade das relações não-mercantis formalizadas (redes de cooperação, parcerias estratégicas, etc.).                                   |
| <b>Relações das empresas com a envolvente institucional de apoio especializado</b> | Baixa intensidade de contatos; casuísticas.   | Elevada intensidade de contatos; estratégicas.  | Elevada intensidade de contatos; estratégicas.  |
| <b>Relações com o exterior</b>   | Abertura ao exterior via fornecedores e clientes.   | Forte abertura ao exterior; inserção nos circuitos internacionais de transferência de informação e conhecimento.  | Forte abertura ao exterior; inserção nos circuitos internacionais de transferência de informação e conhecimento.  |
| <b>Estruturas reticulares</b>  | Compactas; redes sem centro estratégico.  | Compactas, com empresa-líder ou com empresa- <i>pivot</i> .   | Com empresa- <i>pivot</i> ou instituição- <i>pivot</i> (universidade, centro tecnológico, etc.).  |
| <b>Lógica</b>  | Comunitária; de sobrevivência; evitar que as respectivas economias se restrinjam a meros locais de inscrição de movimentos exógenos de interação organizados completamente do exterior. | De parceria; criação de mecanismos coletivos de aprendizagem como motor da renovação competitiva da base produtiva; fomento do potencial de inovação.           | De parceria; arquitetura institucional como alavanca da competitividade empresarial e territorial; fomento do potencial de inovação; afirmação de uma estratégia regional de inovação             |
| <b>Formas dominantes de conhecimento</b>   | Tácito; contextual.   | Codificado; global.   | Codificado; global.   |
| <b>Formas dominantes de aprendizagem</b>   | <i>By doing, by using, by interacting.</i>  | <i>By doing,, by interacting,by networking.</i>   | By searching, by networking.  |
| <b>Modalidades dominantes de inovação</b>  | Incremental; adaptativa; do produto e do processo.  | Incremental e radical- <i>first of its kind</i> ; do produto, do processo e organizacionais.  | Incremental e radical- <i>first of its kind</i> ; do produto, do processo e organizacionais.  |
| <b>Dinâmica de crescimento</b>   | Concorrência-emulação-cooperação; assente numa mobilização social alargada; risco empresarial amparado socialmente.   | Concorrência-cooperação; induzida pela ativação dos circuitos de difusão de informação e conhecimento; risco empresarial amparado institucionalmente.           | Fertilização cruzada; fortemente induzida pelo universo institucional de apoio; ajustamento dinâmico entre as esferas empresarial e institucional; risco empresarial amparado institucionalmente. |
| <b>Riscos potenciais</b>   | <i>Lock-in</i> sócio-tecnológico; barreiras à entrada e à informação; crescimento dos fenómenos de hierarquização empresarial; comportamentos desviantes.                               | <i>Locks-in</i> relacional e tecnológico; barreiras à saída.  | <i>Locks-in</i> relacional e tecnológico; barreiras à saída; esclerose institucional; estatização das redes de cooperação.  |

**Quadro 1.1 Comparação Sinótica entre Distrito Industrial, Meio Inovador / Região Inteligente e Sistema Regional de Inovação**

Fonte: Santos, *in* Costa, 2002, p. 312-313.

## **2 A “TEORIA DOS AGLOMERADOS” – O *CLUSTER* ECONÔMICO: ANTECEDENTES E CONFIGURAÇÃO ATUAL**

No capítulo anterior, se descreveram e se analisaram conceitos e modelos relacionados ao crescimento e ao desenvolvimento regional, numa perspectiva evolutiva, em termos de cronologia e complexidade, permitindo constatar-se a presença de elementos centrais comuns aos diversos modelos apresentados, fundamentados nas economias externas decorrentes da aglomeração de indústrias e de atividades econômicas em determinada região. Em alguns modelos este aspecto foi mais destacado e considerado de maior relevância, em outros a ênfase foi menos acentuada e críticas foram levantadas, porém sua influência, de algum modo, sempre se fez citada e considerada.

Neste capítulo, pretende-se abordar com maior detalhamento, o modelo do “agrupamento econômico”, que se tornou popularizado na década de 1990, em função da divulgação massificada dos estudos de Michael Porter, sob a denominação de *cluster*, que também pode ser compreendido pela noção de conjunto, arranjo, feixe, ramallete ou cacho.

Para tanto, inicia-se pelos antecedentes conceituais formulados durante o desenvolvimento histórico das bases teóricas do pensamento econômico, e inclusive da geografia econômica, que vão sustentar a chamada “Teoria dos Aglomerados”, detendo-se com mais acuidade na abordagem de Michael Porter, posteriormente apresentando críticas à mesma, e fazendo-se menção a diferentes visões e abordagens teóricas e práticas do conceito de *cluster*, bem como contextualizando-se sua relação com o crescimento e o desenvolvimento regional.

### **2.1 Antecedentes conceituais da “Teoria dos Aglomerados”**

Não se tem a intenção, nem a pretensão, de abordar de forma exaustiva, todos os conceitos que apresentem alguma relação com a fundamentação da “Teoria dos Aglomerados”, pois, se

assim se procedesse, teria-se que percorrer todas as escolas do pensamento econômico e seus principais representantes, além das vertentes analíticas originadas da geografia econômica, o que, além de se situar fora do escopo desta tese, significaria uma tarefa bastante longa e complexa.

Neste sentido, as contribuições pioneiras de François Quesnay e o seu Quadro Econômico (*Tableau Économique*, 1758) - sobre o circuito dos fluxos da produção e repartição entre as classes sociais; de Adam Smith, David Ricardo e também de Karl Marx, referenciadas aos estudos sobre a especialização e divisão do trabalho, a produtividade, as vantagens absolutas e comparativas do comércio internacional, o equilíbrio do mercado, a teoria do valor trabalho e a acumulação do capital e a prosperidade econômica, dentre outros, se encontrarão neste capítulo do trabalho colocadas de forma implícita no desenvolvimento e posteriores avanços incorporados aos conceitos tradicionais pelas abordagens teóricas mais recentes e mais diretamente relacionadas à estrutura conceitual e metodológica sob a qual se assenta a “Teoria dos Aglomerados”.

Algumas das contribuições que serão abordadas neste capítulo já foram apresentadas no capítulo anterior, porém com ênfase aos aspectos espaciais e à sua vinculação aos modelos de crescimento e desenvolvimento regional, neste ponto elas serão retomadas e reforçadas em sua relevância, porém sendo apreendidas mais no sentido econômico de sua formulação teórica.

#### 2.1.1. Alfred Marshall – Economias internas e externas

Alfred Marshall (*Principles of Economics: An Introductory Volume* - 1ª edição em 1890 e 8ª e definitiva edição em 1920), é considerado o introdutor “oficial” do conceito de economias de aglomeração na teoria econômica. Analisando a organização industrial, ele percebia que, de

um lado, a crescente ênfase na subdivisão de funções, decorrente das vantagens do princípio da divisão do trabalho, ressaltadas por Adam Smith, acarretava uma diferenciação na indústria, caracterizada pela “[... própria] divisão do trabalho e o desenvolvimento da especialização da mão-de-obra, do conhecimento e da maquinaria [...]” (MARSHALL, 1985, p. 212). Por outro lado, numa perspectiva sistêmica, ele identificava um processo de integração,

ou seja, o aumento das relações e a firmeza das conexões entre as diferentes partes de um organismo industrial, se manifesta no aumento da estabilidade do crédito comercial, nos meios e hábitos de comunicação por terra e mar, por estrada de ferro e por telegráfo, correio e imprensa. (MARSHALL, 1985, p. 212).

Ele considerava que no mundo econômico, uma procura de uma organização industrial, motivada por um simples desejo, não iria, necessariamente, gerar uma oferta. A procura deveria traduzir uma concreta e real necessidade e ser eficiente no sentido de se dispor a pagar uma remuneração adequada aos agentes que tivessem condições e se motivassem, economicamente, a satisfazer tal necessidade. Esses agentes econômicos, em função da dimensão e eficiência da procura, do mercado, se estruturariam em unidades fabris de diferentes portes e tenderiam a se situar geograficamente próximos das fontes de matérias-primas e dos próprios mercados consumidores. No desenvolver de suas atividades industriais e comerciais, as fábricas individualmente e a indústria em seu conjunto, iriam orientar os seus negócios na busca de uma constante redução de custos e uma contínua maximização de lucros. Neste sentido Marshall considerava que:

Muitas das economias na utilização de mão-de-obra e maquinaria especializadas, comumente consideradas peculiares aos estabelecimentos muito grandes, não dependem do tamanho das fábricas individuais. Algumas dependem do volume total da produção do mesmo gênero de fábricas na vizinhança; enquanto outras, especialmente as relacionadas com o adiantamento da ciência e o progresso das artes, dependem principalmente do volume global de produção em todo o mundo civilizado. (MARSHALL, 1985, p. 229).

Marshall então, introduz dois termos técnicos na sua análise. Ele divide as economias derivadas de um aumento da escala de produção em duas categorias: as que dependem do desenvolvimento geral da indústria, que ele denomina de “economias externas”, e as que dependem dos recursos das empresas que a elas se dedicam individualmente, das suas organizações e eficiência de suas administrações, as quais ele chama de “economias internas”. Neste ponto, ele afirma que “as economias externas podem freqüentemente ser conseguidas pela concentração de muitas pequenas empresas similares em determinadas localidades, ou seja, como se diz comumente, pela localização da indústria [...]” (MARSHALL, 1985, p. 229).

A localização da indústria, de forma concentrada, possibilitou a gradativa implementação de aperfeiçoamentos e avanços da divisão do trabalho, tanto nos processos operacionais como nas práticas da administração empresarial. As principais razões influenciadoras da localização concentrada da indústria encontram-se nas condições físicas: disponibilidade e qualidade de recursos naturais, proximidade de fontes de matérias-primas e insumos de produção e fácil acessibilidade por vias alternativas de transporte. Marshall destacava ainda a importância da presença na localidade de uma demanda dotada de elevado poder aquisitivo e um padrão sofisticado de consumo, exigente de elevado nível de qualidade, e a conseqüente atração de trabalhadores especializados. Nas palavras de Marshall:

Outro fator importante foi o patrocínio de uma corte. O rico contingente lá reunido dá lugar a uma procura para as mercadorias de uma qualidade excepcionalmente alta, e isso atrai operários especializados, vindos de longe, ao mesmo tempo que educa os trabalhadores locais. (MARSHALL, 1985, p. 232).

Os avanços no estado das artes, de processos operacionais e administrativos, de máquinas e equipamentos e de produtos, refletem os benefícios do progresso técnico sustentado nas inovações tecnológicas, cuja rápida difusão para o conjunto da indústria concentrada constitui mais uma vantagem de se estabelecerem em uma vizinhança próxima as empresas e

os profissionais especializados, criando-se assim, uma atmosfera e condições favoráveis ao incremento das atividades econômicas e à introdução e desenvolvimento de novos negócios.

Os segredos da profissão deixam de ser segredos, e, por assim dizer, ficam soltos no ar, de modo que as crianças absorvem inconscientemente grande número deles. Aprecia-se devidamente um trabalho bem feito, discutem-se imediatamente os méritos de inventos e melhorias na maquinaria, nos métodos e na organização geral da empresa. Se um lança uma idéia nova, ela é imediatamente adotada por outros, que a combinam com sugestões próprias e, assim, essa idéia se torna uma fonte de outras idéias novas. Acabam por surgir, nas proximidades desse local, atividades subsidiárias que fornecem à indústria principal instrumentos e matérias primas, organizam seu comércio e, por muitos meios, lhe proporcionam economia de material. (MARSHALL, 1985, p. 234).

Pode perceber-se que o aproveitamento de economias externas acabaria por proporcionar ganhos de escala às empresas tomadas individualmente, ou seja, benefícios de economias internas, propiciando rendimentos crescentes a cada empresa e ao conjunto da indústria.

Como desvantagens da concentração geográfica da indústria, Marshall aponta os aspectos relacionados com a existência de poucas ocupações na região, especializadas e significativas de um elevado custo de mão-de-obra para as empresas e com o fato da região possuir exclusivamente uma única indústria, o que acarretaria uma condição de extrema vulnerabilidade à estabilidade e ao ciclo produtivo de vida da região nos casos de diminuir a procura pelo(s) produto(s) dessa indústria ou ocorrer uma interrupção no fornecimento da matéria-prima e dos insumos necessários ao funcionamento e continuidade de operacionalização da mesma.

A solução para esses problemas se daria pela introdução e crescimento na região de indústrias de caráter supletivo e empresas subsidiárias, que ao mesmo tempo se traduzisse na diversificação da tipologia das funções especializadas, da natureza dos postos de trabalho e dos requerimentos de qualificação exigidos pelas empresas para sua ocupação, da estrutura produtiva da região, ampliando-se e adensando-se suas cadeias de valor, e do próprio porte das empresas, integrando-se ao cenário econômico da região micro, pequenos e médios

empreendimentos que viessem cumprir a função de preencher as lacunas existentes na estrutura produtiva da região, fortalecer os vínculos intersetoriais e atuar como motor da dinamização do conjunto econômico em torno da indústria concentrada.

A argumentação geral de Marshall (1985) reside no fato de que um aumento no volume global da produção de determinado produto, provocaria o aumento do tamanho e das economias internas de uma empresa representativa, o que, resultaria sempre em aumento das economias externas às quais essa empresa tem acesso, capacitando-a a produzir a custos menores, ou seja, com maior produtividade, se beneficiando de rendimentos crescentes. Por empresa representativa ou típica (*representative firm*), Marshall refere-se a uma firma que represente uma média especial, ou um tipo particular de firma média, a qual, por suas características, permitiria se verificar até que ponto as economias internas e externas da produção estariam, por efeito de transbordamento ou espraçamento, se expandindo para o conjunto da indústria e para toda a economia do país onde se localiza, concretizando um acréscimo à eficiência coletiva do capital e do trabalho.

[...] enquanto a parte desempenhada pela Natureza na produção apresenta uma tendência ao rendimento decrescente, o papel do homem tem uma tendência ao rendimento crescente. A lei do rendimento crescente pode ser expressa assim: Um aumento de trabalho e capital leva geralmente a uma organização melhor, que aumenta a produtividade da ação do trabalho e do capital. (MARSHALL, 1985, p. 268).

#### 2.1.2. Joseph A. Schumpeter – O ciclo econômico e o processo de destruição criadora

A tradição neoclássica entendia o conjunto do sistema econômico e o relacionamento estabelecido entre seus agentes, na realização das transações e trocas, dentro de uma perspectiva de equilíbrio propiciado pelo eixo central de sua análise, que é o mercado. Nesse contexto, a vida econômica era concebida fluindo por canais que, interligando empresas e



unidades familiares, caracterizavam o chamado fluxo circular da renda, onde esses canais e os tipos de fluxos, ano após ano, não sofriam alterações substantivas e significativas.

Marshall (1890), por exemplo, conforme Iglioni, de modo análogo aos fenômenos da natureza, considerava que “[...] os fenômenos econômicos são configurados por processos lentos, contínuos e graduais, sem a ocorrência de grandes saltos (*Natura non facit saltum*) [...]” (IGLIORI, 2000, p.20).

Já para Joseph Alois Schumpeter (*The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, 1934 - a 1ª edição alemã data de 1911), a vida econômica experimenta mudanças não contínuas que alteram o limite e o próprio curso tradicional das relações entre os agentes do sistema econômico, de forma que tais mudanças não podem ser captadas por uma análise do fluxo circular da renda. A ocorrência de mudanças de tal natureza, às quais Schumpeter denominou de “revolucionárias”, consiste no problema central do processo de desenvolvimento econômico. “Entenderemos por desenvolvimento, portanto, apenas as mudanças da vida econômica que não lhe forem impostas de fora, mas que surjam de dentro, por sua própria iniciativa [...]” (SCHUMPETER, 1985, p. 47).

Schumpeter não considera o crescimento da economia derivado do crescimento populacional, da renda e da riqueza, como parte de um processo de desenvolvimento, desde quando a verificação desse crescimento não resulta em nenhum fenômeno qualitativamente novo, tais incrementos, portanto, são por ele considerados meras mudanças dos dados naturais.

O desenvolvimento, no sentido em que o tomamos, é um fenômeno distinto, inteiramente estranho ao que pode ser observado no fluxo circular ou na tendência para o equilíbrio. É uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente. [...] Essas mudanças espontâneas e descontínuas no canal do fluxo circular e essas perturbações do centro do equilíbrio aparecem na esfera da vida industrial e comercial, não na esfera das necessidades dos consumidores de produtos finais. (SCHUMPETER, 1985, p. 47-48).

Na teoria schumpeteriana do desenvolvimento, é o produtor que inicia a mudança econômica promovendo “novas combinações” de meios produtivos, que vão definir uma situação ou um processo de desenvolvimento. Elas consistem no emprego diferente dos recursos produtivos disponíveis no sistema econômico, estando vinculadas em sua realização a empresas novas, que não surgem das antigas, mas começam a produzir lado a lado e em simultâneo às mesmas. De acordo com Schumpeter (1985), o conceito de “novas combinações” se aplica aos 5 casos que seguem:

- ✓ introdução de um novo bem, ou de uma nova qualidade de um bem;
- ✓ introdução de um novo método de produção, ou uma nova maneira de comercializar uma mercadoria;
- ✓ abertura de um novo mercado;
- ✓ conquista de uma nova fonte de matérias-primas, ou de bens intermediários;
- ✓ estabelecimento de uma nova forma de organização de qualquer indústria.

Para que as novas combinações possam se concretizar, o modelo de Schumpeter (1985) destaca o relevante papel desempenhado pelo sistema de crédito, cujo fornecimento é atribuído aos indivíduos chamados de “capitalistas”, os capitalistas privados – proprietários de dinheiro, de direitos ao dinheiro ou de bens materiais. O banqueiro como produtor da mercadoria “poder de compra” substitui os capitalistas privados ou se torna o seu agente, na função de suprir o volume de crédito indispensável ao financiamento das novas empresas que vão introduzir as mudanças revolucionárias na vida econômica, as inovações. Desse modo, o banqueiro transforma-se no capitalista por excelência, se colocando entre os que desejam formar combinações novas e os que possuem os fatores de produção.

Ao lado dos elementos “nova combinação de meios de produção” e o crédito, a análise de Schumpeter (1985) contempla um terceiro elemento que ele considera como o fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico: o “empreendimento”, que consiste na realização de combinações novas, o qual é impulsionado pelos “empresários”, aqueles indivíduos cuja

função é realizar tais combinações. Esta atuação é de natureza especial, com o indivíduo assumindo a característica de empresário ao reunir e combinar de forma inédita os recursos produtivos, ou seja, apenas quando a nova combinação ocorre pela primeira vez. A partir daí, com a nova combinação perdendo o caráter inovador e se tornando rotina, não se teria mais a figura do empresário, na concepção de Schumpeter, e sim a de um mero administrador.

Colocadas as bases de análise da teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter, pode-se responder à pergunta por ele mesmo formulada: “por que é que o desenvolvimento econômico, como o definimos, não avança uniformemente como cresce uma árvore, mas, por assim dizer, espamodicamente; [apresentando os] altos e baixos que lhe são característicos? [...]” (SHUMPETER, 1985, p. 148).

A resposta não pode ser mais curta e precisa: exclusivamente porque as combinações novas não são, como se poderia esperar segundo os princípios gerais de probabilidade, distribuídas uniformemente através do tempo [...] - mas aparecem, se é que o fazem, descontinuamente, em grupos ou bandos. (SCHUMPETER, 1985, p. 148).

Se verifica o aparecimento em massa de novos empreendimentos, de empresários em grupos, pressionando as empresas antigas e a situação econômica estabelecida, causando um *boom*, que tem sobre o sistema econômico um efeito qualitativamente diferente se tal aparecimento ocorresse de forma contínua e uniformemente distribuído no tempo.

O sistema capitalista para Schumpeter (1985), traduz-se num método de transformação econômica, não podendo se esperar ou querer que se revestisse apenas de uma natureza estacionária.

O impulso fundamental que põe e mantém em funcionamento a máquina capitalista procede dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados e das novas formas de organização industrial criadas pela empresa capitalista. [...] trata-se de um] processo de mutação industrial [...] - que revoluciona incessantemente [**originando os ciclos econômicos**] a estrutura econômica a partir de dentro, destruindo incessantemente o antigo e criando elementos novos. Este **processo de destruição criadora** é básico para se entender o

capitalismo. É dele que se constitui o capitalismo e a ele deve se adaptar toda a empresa capitalista para sobreviver, [grifo nosso]. (SCHUMPETER, 1961, p.105-106).

### 2.1.3 John M. Keynes – Demanda efetiva, emprego, propensão a consumir e efeito multiplicador

John Maynard Keynes (*The general theory of employment, interest and money*, 1936), revolucionou a teoria macroeconômica de tradição neoclássica, propondo que o capitalismo é um sistema econômico instável, cujos desequilíbrios não poderiam ser resolvidos automaticamente pelos mecanismos do mercado. O comportamento individual dos agentes econômicos – produtores, consumidores e assalariados, não observava a harmonia preconizada pela operação da “mão invisível” de Adam Smith, pelo contrário, podia originar situações de crises provenientes de insuficiência de demanda efetiva.

Keynes (1985), defendia a intervenção governamental na economia quando a mesma se encontrasse na condição de elevado nível de desemprego involuntário e de insuficiência crônica de demanda efetiva, como forma de retomar uma nova etapa de crescimento, reaquecendo uma economia estagnada ou em recessão, o que não poderia acontecer como preconizado pela teoria neoclássica, através dos mecanismos auto reguladores do mercado.

[...] o emprego de certo número de homens em obras públicas produzirá [...] sobre o emprego agregado um efeito muito maior, quando o desemprego for severo, do que mais tarde, quando o pleno emprego estiver prestes a ser alcançado.

Quando existe desemprego involuntário, a desutilidade marginal do trabalho é, necessariamente, menor que a utilidade do produto marginal. Na realidade, pode ser muito menor, pois certa quantidade de trabalho, para um homem que esteve muito tempo desempregado, em vez de desutilidade, pode ter utilidade positiva. Admitindo isto, o raciocínio anterior demonstra como os gastos inúteis provenientes de empréstimos [gastos públicos] podem, apesar disso, enriquecer no fim de contas a comunidade. A construção de pirâmides, os terremotos e até as guerras podem contribuir para aumentar a riqueza, se a educação dos nossos estadistas nos princípios da economia clássica for um empecilho a uma solução melhor. (KEYNES, 1985, p. 95-96).

Os movimentos cíclicos do capitalismo decorreriam das flutuações do nível de investimento da economia, sendo o seu caráter instável explicado pelas incertezas e os riscos com que se defrontavam os investidores capitalistas ao tentar prever o comportamento futuro da economia, fatores que, por consequência, acarretavam instabilidade também no nível de emprego dos fatores produtivos dessa economia.

Keynes, analisando a estrutura de custos, renda e lucro do empresário, deduz que:

[...] o volume do emprego depende do nível de receita que os empresários esperam receber da correspondente produção. Os empresários, pois, esforçam-se por fixar o volume de emprego ao nível em que esperam maximizar a diferença entre a receita e o custo dos fatores. (KEYNES, 1985, p. 30).

Comparando a função da oferta agregada com a função da demanda agregada, Keynes afirma que o volume de emprego é determinado pelo ponto de interseção das duas funções, pois, neste ponto ocorrerá a maximização das expectativas de lucro dos empresários. O valor correspondente a este ponto de interseção constitui o que Keynes denomina de demanda efetiva. As grandes linhas da teoria keynesiana podem ser expressas como seguem, nas palavras do próprio autor:

Quando o emprego aumenta, aumenta, também, a renda real agregada. A psicologia da comunidade é tal que, quando a renda real da comunidade aumenta, o consumo agregado também aumenta, porém não tanto quanto a renda. Em consequência, os empresários sofreriam uma perda se o aumento total do emprego se destinasse a satisfazer a maior demanda para consumo imediato. Dessa maneira, para justificar qualquer volume de emprego, deve existir um volume de investimento suficiente para absorver o excesso da produção total sobre o que a comunidade deseja consumir quando o emprego se acha a determinado nível. A não ser que haja este volume de investimento, as receitas dos empresários serão menores que as necessárias para induzi-los a oferecer tal volume de emprego. Daqui se segue, portanto, que, dado o que chamaremos de propensão a consumir da comunidade, o nível de equilíbrio do emprego, isto é, o nível em que nada incita os empresários em conjunto a aumentar ou reduzir o emprego, dependerá do investimento corrente. O montante de investimento corrente dependerá, por sua vez, do que chamaremos de incentivo para investir, o qual, como se verificará, depende da relação entre a escala

da eficiência marginal do capital e o complexo das taxas de juros que incidem sobre os empréstimos de prazos e riscos diversos.

Assim sendo, dada a propensão a consumir e a taxa do novo investimento, haverá apenas um nível de emprego compatível com o equilíbrio, visto que qualquer outro levaria a uma desigualdade entre o preço da oferta agregada da produção em conjunto e o preço da demanda agregada. (KEYNES, 1985, p. 31).

Portanto, conforme Keynes, é a propensão a consumir e o nível do novo investimento que irão determinar, conjuntamente, o nível de emprego, e este, determinará o nível de salários reais.

Se a propensão marginal a consumir e o montante de novos investimentos resultam em uma insuficiência da demanda efetiva, o nível real do emprego se reduzirá até ficar abaixo da oferta de mão-de-obra potencialmente disponível ao salário real em vigor, e o salário real de equilíbrio será superior à desutilidade marginal do nível de emprego de equilíbrio [expressa em termos de salários reais].

Esta análise nos oferece uma explicação do paradoxo da pobreza em meio à abundância, pois a simples existência de uma demanda efetiva insuficiente pode paralisar, e freqüentemente paralisa, o aumento do emprego antes de haver ele alcançado o nível de pleno emprego. A insuficiência da demanda efetiva inibirá o processo de produção, a despeito do fato de que o valor do produto marginal do trabalho continue superior à desutilidade marginal do emprego. (KEYNES, 1985, p. 33).

A teoria geral keynesiana afirma que o emprego só pode aumentar paralelamente ao investimento, a não ser que ocorra uma mudança na propensão a consumir. Para aprofundar este aspecto Keynes estabelece uma relação entre a renda e o investimento, e, de modo simplificado, entre o emprego total e o emprego diretamente vinculado ao investimento – que ele denomina de “emprego primário”; a esta relação Keynes chama de “multiplicador”, o qual, dada a propensão a consumir, estabelece uma ligação entre o fluxo de investimento e os volumes agregados do emprego e da renda. O efeito multiplicador foi analisado detidamente no capítulo 1, item 1.2.1, desta tese.

#### 2.1.4 Tibor Scitovsky – Economias externas tecnológicas e economias externas pecuniárias

Em artigo originalmente publicado em 1954 (*Two concepts of external economies*), Scitovsky declara que o conceito de economias externas é um dos mais vagos da literatura econômica. Aqui se estará referindo à versão deste artigo publicada em Agarwala e Singh (1969).

De acordo com Scitovsky (1969), há uma concordância de que economias externas signifiquem serviços, e também desserviços, prestados livremente por um produtor a outro, ou seja, sem compensação. No entanto, quanto à natureza e forma desses serviços ou às razões dos mesmos serem prestados livremente, já não há concordância. Também se concorda que as economias externas são uma causa da divergência entre lucros privados e sociais e, conseqüentemente, para que a concorrência perfeita não conduza a uma situação ótima, porém, muitas são as razões que contribuem para que isto ocorra, não ficando claro como as economias externas inserem-se nas mesmas.

Scitovsky (1969) afirma que o conceito de economias externas atua em dois contextos completamente distintos, um corresponde à teoria do equilíbrio e o outro à teoria da industrialização nos países subdesenvolvidos. Em função disso, Scitovsky defende uma tese, segundo a qual há duas diferentes definições de economias externas, sendo que as economias externas definidas na teoria da industrialização incluem e ultrapassam as economias externas da teoria do equilíbrio.

Na teoria do equilíbrio geral, quando o equilíbrio não ocorre através do mecanismo de mercado, e sim em função da interdependência direta entre os agentes econômicos, esta interdependência, para Scitovsky, representa a causa do conflito entre o lucro privado e o social. Scitovsky (1969) distingue quatro tipos de interdependência direta, que não se verificam através do mercado:

- ✓ **interdependência da satisfação dos consumidores** - a satisfação de uma pessoa pode depender não só da quantidade de produtos e serviços que consome, mas

também da satisfação de outras pessoas, a renda e o consumo elevado de uns afetam outros;

- ✓ **influência direta do produtor sobre a satisfação pessoal** – a satisfação de uma pessoa pode ser influenciada pelas atividades dos produtores, por meios que não operam através do mercado, por exemplo, uma fábrica que prejudica os seus vizinhos poluindo o ambiente em que vivem;
- ✓ **a produção pode ser influenciada pela ação direta de certas pessoas, que propiciam o aparecimento de invenções** as quais geram facilidades para a produção e os produtores podem dispor das mesmas sem ter que pagar por elas;
- ✓ **interdependência direta entre os produtores** – a produção de uma empresa pode depender não apenas do emprego dos seus fatores produtivos, mas também das atividades de outras empresas, é o que constitui as economias e deseconomias externas.

Um quinto tipo de interdependência, que não se enquadra na classificação acima, é a que ocorre, conforme Scitovsky, **quando a sociedade em geral presta serviços sociais por meio de ação comunitária**, com esses serviços sendo disponibilizados de forma gratuita, tanto às pessoas como às empresas.

Segundo Meade (*External economies and diseconomies in a competitive situation*, 1952), Scitovsky apresenta uma definição rigorosa da interdependência direta entre os produtores, segundo a qual as economias externas existem sempre que a produção de uma empresa depende não só dos fatores de produção que ela utiliza, mas também do produto e da utilização de fatores produtivos de uma outra empresa ou de um grupo de empresas. As economias externas, portanto, são inerentes à função de produção e, por isso, Scitovsky crê ser conveniente denominá-las de “economias externas tecnológicas”, que “[...] são as únicas que podem surgir devido à interdependência direta entre produtores dentro do esquema teórico do equilíbrio geral [...]” (SCITOVSKY, 1969, p. 305).



Já a definição de economias externas no âmbito da teoria da industrialização nos países subdesenvolvidos, analisa Scitovsky, utiliza-se do conceito relacionando-o à questão específica da distribuição da poupança entre oportunidades alternativas de investimento.

Esta definição de economias externas inclui, [...] a interdependência direta (ou de fora do mercado) entre os produtores [...]. No entanto, é muito mais ampla que a definição [anterior], pois além da interdependência direta entre os produtores inclui também a interdependência entre os produtos através do mecanismo de mercado. Este último tipo de interdependência pode ser chamado de economias externas pecuniárias, a fim de distingui-lo das economias externas tecnológicas de interdependência direta.

O investimento numa indústria leva à expansão de sua capacidade e pode, assim, provocar diminuição dos preços de seus produtos, elevando os dos fatores empregados. A diminuição dos preços dos produtos beneficia os usuários dos mesmos. Quando estes benefícios vão ter às empresas, em forma de lucros, são economias externas pecuniárias; Marshall as chamava ou as teria chamado (assim como aos benefícios que vão ter às pessoas) de excedentes do consumidor e do produtor, respectivamente. (SCITOVSKY, 1969, p. 306-307).

#### 2.1.5 Paul N. Rosenstein-Rodan – Teoria do grande impulso (*big push*)

Contrapondo-se à abordagem gradualista e incrementalista da teoria tradicional e estática do equilíbrio, na condução de políticas de promoção do desenvolvimento econômico, surgiu entre as décadas de 1940 e de 1950, uma outra vertente analítica denominada teoria do desenvolvimento, cujo argumento central residia na consideração de que o desenvolvimento consiste em uma série de saltos descontínuos (*natura facit saltus*).

Um dos primeiros defensores desta nova teoria a destacar a importância das descontinuidades da vida econômica (economias externas) no processo de desenvolvimento foi Rosenstein-Rodan (*Theory of the “Big Push”*, 1957).

As relações funcionais entre os fatores causais no crescimento econômico estão repletas de indivisibilidades e descontinuidades, o que torna necessário um esforço mínimo ou um forte empurrão [*big push*] com o objetivo de superar a inércia inicial da economia estagnada e conseguir colocá-la em movimento visando alcançar níveis

mais elevados de produtividade e renda, [tradução livre nossa]. (HIGGINS, 1970, p. 378).

Segundo Souza (1999), Rosenstein-Rodan, era partidário da idéia de que para tirar uma economia da estagnação e promover o seu desenvolvimento era necessário

a realização de um conjunto de investimentos em uma gama variada de indústrias, promovendo-se verdadeiro ataque frontal, [visando provocar] um grande impulso na economia (*big push*), de sorte que os novos trabalhadores constituiriam mercado para as novas atividades. (SOUZA, 1999, p. 237).

Com diversas indústrias sendo criadas em simultâneo, cada uma delas encontraria mercado na própria região, por ocorrer uma expansão interna da massa salarial e pelo efeito-renda sobre o consumo. Neste contexto, verificaria-se a lei de Say, pois a demanda iria crescer em função do aumento da oferta.

Para Rosenstein-Rodan, as economias externas constituem o eixo de diferenciação entre a teoria estática e a teoria do crescimento, onde assumem extrema importância. Ele distingue três classes de indivisibilidades e economias externas:

- ✓ **indivisibilidades da função de produção (da oferta)**, especialmente as relacionadas à oferta de capital de utilidade pública – infra-estruturas (**indivisibilidade do capital**);
- ✓ **indivisibilidade da demanda** (complementariedade da demanda – reduzindo o risco de não haver mercado e incrementando o incentivo a investir, verificação da lei de Say);
- ✓ **indivisibilidade na oferta de poupança.**

Por tais motivos, o atuar pouco a pouco, passo a passo, não terá como efeito total a soma dos fragmentos ou das partes. Uma quantidade mínima de investimento é uma condição necessária (mas não suficiente) para o progresso. Tal é, em duas palavras, o argumento básico da teoria do forte empurrão ou impulso [*big push*], [tradução livre nossa]. (ROSENSTEIN-RODAN, 1957, *apud* HIGGINS, 1970, p. 379).

### 2.1.6 Albert O. Hirschman – Interdependência e efeitos de encadeamento

Uma determinada indústria só será criada se tiver capacidade para produzir e só terá sentido em existir se conseguir vender sua produção. Para que essas condições se verifiquem, a criação de uma indústria só será viável se resultar de uma demanda que lhe anteceda, já existente. Diante dessa análise, Albert O. Hirschman (*The strategy of economic development*, 1958), aqui sendo trabalhada a versão em português de 1961, levanta a questão sobre se uma indústria terá a condição ou capacidade de ser responsável pela indução de novas atividades e de procura.

Considerando a possibilidade da produção que motivaria a criação de uma indústria ser suprida pelo mercado externo à região ou ao país, pela via da importação, Hirschman (1961) destaca a vantagem de ocorrer a criação da indústria e se ter a disponibilidade interna de tal produção, em contraponto aos riscos e ameaças de se ter de importá-la.

[...] é de máxima importância o fato de determinado produto ser fabricado internamente resultar, provavelmente, em esforços da parte dos produtores para propagar-lhe usos adicionais e na participação financeira dos mesmos em tais empreendimentos. A disponibilidade interna de um produto dá, assim, vida a forças ativas que procuram ser utilizadas como *input* em novas atividades econômicas, que supram as necessidades acarretadas recentes. (HIRSCHMAN, 1961, p. 155).

Dessa forma, Hirschman analisa dois processos de incentivo atuantes no, por ele denominado, setor de Atividades Diretamente Produtivas (ADP), que, nas suas palavras são os que seguem:

- 1) O *input*-provisão procura derivada, ou efeito em cadeia retrospectiva, isto é, cada atividade econômica não primária induzirá tentativas para suprir, através da produção interna, os *inputs* indispensáveis àquela atividade.
- 2) A produção-utilizada, ou efeito em cadeia prospectiva, ou seja, toda atividade que, por sua natureza, não atenda exclusivamente às procuras finais, induzirá a tentativas de utilizar a produção como *inputs* em algumas atividades novas. (HIRSCHMAN, 1961, p. 155-156).

Analisando esses dois processos, em uma abordagem pioneira, Hirschman (1961) introduz os conceitos de encadeamentos para trás e para frente, que permitem a articulação dos elos entre as diversas atividades que integram a estrutura produtiva de determinada economia, conformando suas diversas cadeias produtivas ou cadeias de valor.

Do efeito em cadeia retrospectiva emerge o conceito de capacidade econômica mínima que refere-se à “capacidade que tem a firma do país, tanto para garantir lucros normais quanto para concorrer com fornecedores estrangeiros, já existentes, levando-se em conta as vantagens e desvantagens locais, bem como, talvez, certa proteção à indústria incipiente [...]” (HIRSCHMAN, 1961, p.157).

Do efeito em cadeia prospectiva, podendo também estabelecer-se pela cadeia retrospectiva, surge o conceito de indústria-satélite que, conforme Hirschman, apresenta as seguintes características: desfruta de grande vantagem de localização pela proximidade da indústria principal; emprega como *input* fundamental um produto ou subproduto da indústria principal, sem o submeter a uma transformação esmerada, ou a sua produção básica é um *input* – em geral menor, da indústria principal; e a sua capacidade econômica mínima é menor que a da indústria principal.

Segundo Hirschman, “o fato de os efeitos em cadeia de duas indústrias, vistos em conjunto, serem maiores do que a soma dos efeitos de cada indústria isoladamente, fala a favor do caráter cumulativo do desenvolvimento [...]” (HIRSCHMAN, 1961, p. 161). Pode se constatar nesta assertiva de Hirschman, a presença conjunta dos conceitos de causação circular cumulativa e de economias externas, conforme Myrdal e Marshall, respectivamente, além das etapas do desenvolvimento econômico de Rostow – capítulos 1 e 2, itens 1.2.2 e 2.1.1 e 2.1.7.

Quando a indústria A se estabelece primeiro, os seus satélites logo surgem; quando, porém, a indústria B é subsequentemente instalada, pode isto contribuir para a criação não só dos seus próprios satélites, como também de algumas firmas, que nem A nem B, isoladamente, poderiam ter provocado. E, com a entrada em cena de C, seguir-se-ão outras empresas, que requerem os estímulos conjugados, não só de B

e C, e sim de A, B e C. Esse processo pode-se estender no sentido de explicar a aceleração do crescimento industrial, que é tão relevante nas primeiras etapas do desenvolvimento de um país. (HIRSCHMAN, 1961, 161).

É possível perceber-se aqui, também, a extrema semelhança do processo acima descrito com o processo de formação de um agrupamento econômico ou *cluster*, o processo de “*clusterização*”, compreendendo as etapas de: *pré-cluster*, *cluster* emergente, *cluster* em expansão e decolagem do *cluster*, com cada etapa caracterizando-se por um diferente nível de dimensão, complexidade das interrelações e intensidade e consistência dos elos estabelecidos entre os diversos agentes componentes do *cluster*. O conceito de *cluster* será abordado de modo detalhado, mais à frente, no item 2.2 deste capítulo.

Hirschman (1961) comenta que os efeitos em cadeia retrospectiva são mais facilmente percebidos e identificados do que os efeitos em cadeia prospectiva, pelo fato de que esta não pode revelar-se sob uma forma pura, fazendo-se sempre acompanhar da cadeia retrospectiva, resultando da pressão da demanda, ou seja, a existência de uma previsão de demanda é fator condicionante para o aparecimento dos efeitos em cadeia prospectiva.

Hirschman (1961) caracteriza a cadeia retrospectiva como um processo de desenvolvimento. Como ela surge em função dos aumentos da demanda ele considera que o desenvolvimento autônomo resulta da formação de capital líquido, aumento da eficiência e elevação das exportações. Ele pressupõe também, que a cadeia retrospectiva acarreta a formação adicional de capital líquido, quando a importação de algumas mercadorias chega a ultrapassar a base liminar da capacidade econômica mínima. Neste processo pode-se obter um padrão de investimento induzido que poderá sofrer forte oscilação, mesmo na presença de um comportamento previsível e não acelerado do crescimento da demanda.

Pode-se conceber que esse padrão seja muito útil na consideração dos repentinos surtos de investimentos, em relação à renda – o ponto de decolagem [*take off*] de Rostow [ou a mudança primária de Myrdal, ou o *big push* de Rosenstein-Rodan] -, que serve para caracterizar o processo de desenvolvimento de uma quantidade de países. (HIRSCHMAN, 1961, p. 176).

### 2.1.7 W. W. Rostow – A decolagem ou arranco (*take off*) para o desenvolvimento econômico

Em início da década de 1960, W. W. Rostow (*The stages of economic growth*, 1959), sugeriu que os países passam por cinco etapas de desenvolvimento econômico, os quais, conforme sua análise, são:

- ✓ Etapa 1 – A sociedade tradicional (*traditional society*), caracteriza-se por uma estrutura que se expande dentro de funções de produção bastante limitadas, na qual predomina uma economia baseada em atividades de subsistência e onde uma proporção substancial de seus recursos é destinada à agricultura, a qual traduz-se na sua mais importante atividade econômica. A produção é caracterizada por ser intensiva em trabalho, verificando-se uma utilização de limitadas quantidades de capital, cuja forma de alocação é determinada majoritariamente pelos tradicionais métodos de produção, refletindo-se em um nível de produtividade também limitado.
- ✓ Etapa 2 – As condições para o arranco ou a decolagem (*transitional stage – the preconditions for takeoff*), abarca sociedades em pleno processo de transição, quando se estabelecem as pré-condições para o arranco, que objetivam afastar a fase dos rendimentos decrescentes característicos da sociedade tradicional. O incremento da especialização do trabalho gera excedentes na comercialização, emergindo uma infraestrutura de transporte como suporte ao mercado. Com o crescimento da renda, da poupança e do investimento surge uma incipiente atividade de natureza empreendedora. O comércio internacional passa a ocorrer com maior intensidade, porém concentrado sobre os produtos primários.

Toda essa atividade, porém, se processa em ritmo limitado dentro de uma economia e de uma sociedade ainda caracterizadas sobretudo pelos métodos tradicionais de baixa produtividade, pela estrutura social e pelos antigos valores, bem como pelas instituições políticas com bases regionais que evoluíram com aqueles [da sociedade tradicional].

Politicamente, a formação de um Estado nacional centralizado eficaz – baseada em coligações matizadas pelo novo nacionalismo, em oposição aos tradicionais interesses regionais agrários, à potência colonialista ou a ambos – foi um aspecto

decisivo do período das pré-condições. Isso também foi, quase universalmente, uma condição necessária para o arranco. (ROSTOW, 1961, p. 19).

- ✓ Etapa 3 – O arranco (*take off*), representa o intervalo em que as obstruções e resistências ao desenvolvimento são superadas. Incrementa-se a industrialização, ocorrendo a migração de trabalhadores do setor agrícola para o setor industrial, com o crescimento concentrando-se em um número reduzido de regiões do país e em poucas indústrias. As transformações da economia são acompanhadas pela evolução de novas instituições políticas e sociais que dão suporte ao processo de industrialização.

No caso mais geral, o arranco aguardou não só a acumulação de capital social fixo e um surto de evolução tecnológica da indústria e da agricultura, mas também o acesso ao poder político de um grupo preparado para encarar a modernização da economia como assunto sério e do mais elevado teor político. (ROSTOW, 1961, p. 20).

O crescimento torna-se auto sustentado por investimentos líderes que provocam o crescimento continuado da renda, gerando maiores volumes de poupança que são destinados ao financiamento de futuros investimentos.

No decurso do arranco, novas indústrias se expandem rapidamente, dando lucros dos quais grande parte é reinvestida em novas instalações, e estas novas indústrias, por sua vez, estimulam, graças à necessidade aceleradamente crescente de operários, de serviços para apoiá-las e de outros bens manufaturados, uma ulterior expansão de áreas urbanas e de outras instalações industriais modernas. Todo o processo de expansão no setor moderno produz um aumento de renda nas mãos daqueles que não só economizam a taxas mais elevadas, como também colocam suas economias à disposição dos que se acham empenhados em atividades no setor moderno. A nova classe empresarial se amplia e dirige os fluxos aumentados do investimento no setor privado. A economia explora recursos naturais e métodos de produção até então inaproveitados. (ROSTOW, 1961, p. 20-21).

- ✓ Etapa 4 – A marcha para a maturidade (*drive to maturity*), nesta etapa a economia em ascensão procura estender a tecnologia moderna a todo o *front* de sua atividade econômica. A economia se diversifica em uma série de novas áreas produtivas. As inovações tecnológicas provêm uma diversidade de opções e oportunidades de investimento, que refletem na ampliação e maior diversificação dos bens e serviços

produzidos na economia nacional e podem, inclusive, provocar a redução ou a seletividade estratégica das importações.

A contextura da economia se modifica incessantemente à medida que a técnica se aperfeiçoa, novas indústrias se aceleram e indústrias mais antigas se estabilizam. A economia encontra seu lugar no panorama internacional: bens anteriormente importados são produzidos localmente; aparecem novas necessidades de importação, assim como novos artigos de exportação para se contraporem.

Uns 60 anos após o início do arranco (digamos, 40 anos depois do seu término) geralmente se atinge o que se denomina maturidade. A economia, concentrada durante o arranco num complexo relativamente estreito de indústria e tecnologia, dilatou seu campo de ação para abranger processos mais apurados e tecnologicamente amiúde mais complexos [...].

Podemos definir essencialmente a maturidade como a etapa em que a economia demonstra capacidade de avançar para além das indústrias que inicialmente lhe impeliram o arranco e para absorver e aplicar eficazmente num campo bem amplo de seus recursos – se não a todos eles, os frutos mais adiantados da tecnologia (então) moderna. Esta é a etapa em que a economia demonstra que possui as aptidões técnicas e organizacionais para produzir não tudo, mas qualquer coisa que decida produzir. (ROSTOW, 1961, p. 22).

- ✓ Etapa 5 – A era do consumo de massa (*high mass consumption*), nesta etapa a economia direciona-se para o consumo de massa, florescem as indústrias produtoras de bens de consumo duráveis e o setor de serviços começa a assumir crescente relevância e preponderância dentro da estrutura setorial da economia do país.

Chegamos agora à era do consumo em massa, em que, no devido tempo, os setores líderes se transferem para os produtos duráveis de consumo e os serviços [...].

À proporção que as sociedades atingiram a maturidade no século XX [EUA, Europa Ocidental e Japão, na análise de ROSTOW], duas coisas aconteceram: a renda real por pessoa elevou-se a um ponto em que um maior número de pessoas conseguiu, como consumidores, ultrapassar as necessidades mínimas de alimentação, habitação e vestuário; e a estrutura da força do trabalho modificou-se de maneira tal que não só aumentou a produção da população urbana em relação à total, mas também a de trabalhadores em escritórios ou como operários especializados – conscientes e ansiosos por adquirir as benesses de consumo de uma economia amadurecida. (ROSTOW, 1961, p. 23).



A descrição anterior das etapas do desenvolvimento econômico formuladas por Rostow (1961), foi colocada, de forma sintética, visando uma homogeneização de informação, tendo em vista se pretender analisar em particular a dinâmica da formação dos setores líderes da etapa do arranco e estabelecer um vínculo direto com os efeitos de encadeamento analisados por Hirschman.

Segundo Rostow, os setores de uma economia podem ser agrupados em três categorias:

1 - **Setores de desenvolvimento primário**, em que as possibilidades de inovação, ou de aproveitamento de recursos que há pouco se tornaram lucrativos, ou que até então permaneciam inexplorados, ocasionam um elevado índice de desenvolvimento e, ao mesmo tempo, desencadeiam forças expansionistas em outras áreas da economia.

2 - **Setores de desenvolvimento suplementar**, em que ocorre progresso rápido como resposta direta a – ou exigência de, um progresso nos setores de desenvolvimento primário; por exemplo, carvão, ferro e engenharia em função das estradas de ferro. Estes setores talvez tenham de ser rastreados até fases muito anteriores da economia.

3 - **Setores de desenvolvimento derivado**, em que o progresso se dá numa relação razoavelmente constante com o crescimento da renda real total, população, produção industrial ou outra qualquer variável global, de crescimento modesto. A produção de alimentos em relação à população e a disponibilidade de habitação em relação à formação da família são relações derivadas clássicas dessa espécie, [grifo nosso]. (ROSTOW, 1961, p. 77).

Na categorização acima, pode-se perceber uma clara vinculação com o conceito de multiplicador de investimento de Keynes, em seus efeitos diretos, indiretos e induzidos sobre toda a estrutura produtiva de uma determinada economia, bem como com os conceitos de efeitos de cadeia retrospectiva e efeitos de cadeia prospectiva de Hirschman, configurando as relações de interdependência setorial dessa economia.

Parece que, analisa Rostow, “o impulso progressista [de uma economia] é sustentado como resultado da expansão rápida de um número reduzido de setores primários, cuja ampliação tem efeitos significativos nas economias externas e outros efeitos secundários [...]” (ROSTOW, 1961, p. 78). Originando-se daí, pode-se inferir, um efeito de transbordamento

em toda a economia, refletido no adensamento de suas cadeias produtivas e na ação multiplicadora do capital inicialmente aplicado.

O arranco, definido por Rostow à semelhança de uma revolução industrial diretamente vinculada a modificações radicais nos métodos de produção e exercendo cruciais e estratégicos efeitos num curto período de tempo sobre o ritmo do desenvolvimento, aproxima-se também da noção do processo de destruição criadora de Schumpeter.

[...] o rápido crescimento de um ou mais novos setores industriais é um poderoso e essencial propulsor da transformação econômica. Sua força se origina da multiplicidade de suas formas de impacto, quando a sociedade está preparada para reagir positivamente a este. O crescimento desses setores, com novas funções de produção de alta produtividade, por si mesmo tende a elevar o volume da produção per capita; coloca a renda nas mãos de homens que não se limitarão a amealhar uma grande percentagem da renda em crescimento, mas que a reinvestirão em atividades altamente produtivas; estabelece uma cadeia de procura efetiva de outros produtos manufaturados; origina a necessidade de áreas urbanas maiores, cujos custos em capital podem ser elevados mas cuja população e organização mercantil auxiliam a dotar a industrialização de impulsão própria; e, afinal, inaugura uma série de efeitos de economias externas que, no fim, ajudam a produzir novos setores líderes quando o impulso inicial dos que lideraram o arranco começar a esmaecer. (ROSTOW, 1961, p. 84-85)

Vale se ressaltar ainda, a possível convergência conceitual e funcional entre os setores líderes de Rostow, a indústria motriz de Perroux e as empresas líderes de Porter, considerando o papel a desempenhar no processo de desenvolvimento, dentro do enquadramento teórico correspondente a cada autor.

#### 2.1.8 Paul Krugman – Imperfeições de mercado, retornos crescentes de escala, acidentes históricos e distribuição geográfica da produção econômica

Até aqui, os antecedentes da Teoria dos Aglomerados que se julgou de maior relevância para o objeto analisado neste trabalho, referiram-se a formulações conceituais que integram o corpo da teoria econômica, ao se inserir agora a expressiva contribuição de Paul Krugman se

estará agregando à análise um importante conteúdo teórico da chamada “Nova Geografia Econômica”.

Paul Krugman pode ser apontado como o formulador inicial de uma série de modelos que em seu conjunto e reunindo as contribuições de diversos outros estudiosos, constituem uma nova teoria econômica do espaço. Seu relevante contributo teórico começou a tomar forma a partir da publicação de um primeiro trabalho em 1991 (*Geography and trade*), o qual se analisará em suas principais idéias relacionados com o tema desta tese com base na sua versão em espanhol datada de 1992.

Para Krugman, segundo Moncayo Jiménez (2001), o renovado interesse na geografia constitui a 4ª onda da revolução dos rendimentos crescentes/concorrência imperfeita, que fundamenta os modelos de crescimento endógeno, e que tem transformado a teoria econômica nas duas última décadas. Os três primeiros momentos desta revolução teriam sido:

[...] a **nova organização industrial** que criou um conjunto de modelos de concorrência imperfeitos; a **nova teoria comercial** que utilizou tal conjunto para construir modelos de comércio internacional na presença de rendimentos crescentes; e, de imediato, a **teoria do crescimento** que aplicou todo este instrumental à mudança tecnológica e ao crescimento econômico, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (KRUGMAN, *apud* MONCAYO JIMÉNEZ, 2001, p. 24).

Por geografia econômica Krugman (1992) entende a localização da produção no espaço, ou seja, é o ramo da economia que se preocupa com onde ocorrem as coisas. No sentido adotado por Krugman, a maior parte da economia regional e algumas questões da economia urbana, constituem a geografia econômica. A teoria do comércio internacional, segundo ele, é um caso especial da geografia econômica, onde as fronteiras e as ações dos governos das nações desempenham um relevante papel na determinação da localização e distribuição espacial das atividades produtivas.

Krugman (1992), considera que as teorias do comércio, o crescimento e os ciclos econômicos da década de 1980, oferecem uma visão mundial da economia bastante distinta da que se

derivava do corpo teórico antecedente: concorrência perfeita, crescimento equilibrado, convergência da produtividade entre países.

“Rendimentos crescentes de escala que se mantêm de forma permanente e concorrência imperfeita; equilíbrios múltiplos em todas as partes; e um papel cada vez mais decisivo para a história, os acidentes [...]: essas são as idéias que estão se tornando populares [...]” [tradução livre nossa], (KRUGMAN, 1992, p. 14).

A clara dependência da história, que caracteriza a localização da produção em todas as partes do mundo, é, para Krugman, a prova de que a economia está mais próxima da visão de Nicholas Kaldor (*The irrelevance of equilibrium economics*, 1972), a de um mundo dinâmico guiado por processos acumulativos, do que do modelo típico de rendimentos constantes de escala. Krugman quer demonstrar duas coisas:

que os rendimentos crescentes têm, de fato, uma influência permanente na economia e que, quando se estuda a distribuição geográfica da produção nas economias reais, se percebe que os acontecimentos históricos desempenharam um papel decisivo na sua concretização, [tradução livre nossa]. (KRUGMAN, 1992, p. 15-16).

A colocação de Krugman sobre a influência dos acontecimentos ou “acidentes” históricos na concentração de empresas, tem como antecedente o “fato histórico fortuito” de Myrdal, indicado por este autor como a origem do poder de atração de um centro econômico.

Os rendimentos crescentes, conforme Krugman, afetam a geografia econômica em vários âmbitos. No âmbito mais reduzido, a localização de setores específicos reflete algumas vantagens transitórias; em um âmbito maior, a própria existência de cidades constitui um fenômeno visível da existência de rendimentos crescentes de escala; no âmbito superior, o desenvolvimento desigual entre regiões pode ser consequência de processos cumulativos enraizados nos rendimentos crescentes. No modelo de Krugman, a interação entre a demanda, os rendimentos crescentes e os custos de transporte são a força motriz desses processos cumulativos que acentuam as desigualdades regionais.

No início do século XX, narra Krugman (1992), os geógrafos se deram conta de que a maior parte da indústria dos Estados Unidos estava concentrada em uma parte relativamente pequena da região Noroeste e da parte central do Meio Oeste, que se tornou conhecida como “Cinturão Industrial”, termo que, segundo Krugman, parece ter sido usado pela primeira vez por DeGeer (*The american manufacturing belt*, 1927).

Durante a fase de apogeu do Cinturão, a maior parte da indústria que se concentrava em seu exterior, conforme Krugman, correspondia ao processamento de matérias-primas ou à produção destinada ao mercado local.

Isto é, o Cinturão Industrial continha praticamente todas as indústrias “soltas”, ou seja, que não estavam ligadas a uma determinada localização nem pela necessidade de estar muito próximas do consumidor final, nem pela necessidade de utilizar os recursos naturais se situando muito perto de sua fonte [este fato tornava ainda mais expressiva a dimensão da concentração de empresas dentro e no entorno do Cinturão], [tradução livre nossa]. (KRUGMAN, 1992, p. 17).

Em meados do século XX, conta Krugman, a maior parte das matérias-primas utilizadas pelas indústrias situadas na área do Cinturão era importada de outras regiões. Krugman se questiona sobre o porque de, mesmo diante dessa situação, uma parte tão considerável da indústria dos Estados Unidos ter permanecido localizada nesta pequena área do território do país. A resposta, para ele óbvia, era devido às vantagens proporcionadas por se estar próximo das demais fábricas instaladas no Cinturão, ou seja, uma vez estabelecido o Cinturão, nenhum fabricante individual teria interesse em se distanciar do mesmo. Krugman atribui a uma questão central referenciada aos detalhes da história, a razão de se ter originado uma concentração geográfica dessa natureza. Nota-se na análise aqui efetuada por Krugman, fortes traços de similaridade à análise sobre a origem e existência dos *clusters* nos Estados Unidos e em outros países, levada a efeito por Michael Porter.

Segundo Krugman, as forças que incitam os empresários industriais a se agruparem residem nas externalidades da demanda. Em seu modelo, “a concentração geográfica nasce,

basicamente, da interação entre os rendimentos crescentes, os custos de transporte e a demanda [...]” [tradução livre nossa], (KRUGMAN, 1992, p. 20).

Se as economias de escala são suficientemente grandes, cada fabricante prefere abastecer o mercado nacional a partir de um único local. Para minimizar os custos de transporte, elege uma posição espacial que permita contar com uma demanda local grande. Mas a demanda local será grande, precisamente na área onde a maioria dos fabricantes elegem situar-se. Deste modo existe um argumento circular que tende a manter a existência do Cinturão Industrial [ou do *cluster*] uma vez que este tenha sido criado, [tradução livre nossa]. (KRUGMAN, 1992, p. 20).

Krugman ressalta ser importante que o surgimento do Cinturão Industrial remonte a meados do século XIX. Ele utiliza este fato para contrapor-se aos argumentos de que as economias externas e os processos cumulativos tenham assumido maior relevância nas décadas recentes por conta da crescente importância da tecnologia. A concentração geográfica da indústria nos Estados Unidos, pontua Krugman, tomou forma muito antes do advento da era da informação. Com isso ele conclui que, não somente não é certo que a economia na atualidade não se ajuste ao modelo convencional dos rendimentos constantes de escala, como também que nunca cumpriu tal função.

Reportando-se especificamente à análise econômica da localização industrial, Krugman (1992), se refere aos estudos de Marshall, citando três razões que ele havia identificado como favoráveis à concentração de uma atividade em um determinado local.

- ✓ graças à concentração de um elevado número de empresas de um ramo no mesmo local, um centro industrial cria um mercado conjunto para trabalhadores qualificados, que beneficia tanto aos trabalhadores como às empresas;
- ✓ um centro industrial permite a provisão, em maior variedade e a um menor custo, de fatores concretos necessários ao setor, que não são objeto de comércio;
- ✓ devido ao fato da informação fluir com mais facilidade em um âmbito mais restrito que ao longo de grandes distâncias, um centro industrial gera o que se pode chamar, nas palavras de Krugman, de *osmose tecnológica* (*technological spillovers*).

Reconhecendo a importância e propriedade dos conceitos formulados por Marshall, Krugman se propõe a reformular e atualizar o pensamento marshalliano, no que toca aos aspectos acima discriminados.

Nesse sentido, para Krugman, “é a interação entre rendimentos crescentes e incerteza o que dá sentido à argumentação de Marshall sobre a importância de um mercado de trabalho conjunto para a localização das atividades industriais [...]” [tradução livre nossa], (KRUGMAN, 1992, p. 47).

No que se refere à disponibilidade de fatores e serviços específicos de uma indústria, Krugman levanta duas questões referentes aos fatores intermediários, a primeira é que sua oferta dependerá da existência de economias de escala, pois, somente a presença de rendimentos crescentes permitirá a um grande centro de produção dispor de fornecedores mais eficientes e mais diversificados do que um centro pequeno. A segunda é que essa oferta não dependerá de nenhuma assimetria dos custos de transporte entre os bens intermediários e os bens finais.

Tratando dos efeitos externos mais ou menos puros que se produzem como resultado da osmose de conhecimentos entre empresas próximas, Krugman ressalta que a ênfase dada à alta tecnologia em grande parte das discussões políticas contribuiu para converter as externalidades tecnológicas nos determinantes mais óbvios da concentração. Ele se declara “seguro de que verdadeiros processos de osmose tecnológica desempenham um importante papel na concentração de alguns setores, mas nem por isso há que se supor que esta seja a razão principal – nem mesmo para a própria indústria de alta tecnologia [...]” [tradução livre nossa], (KRUGMAN, 1992, p. 62).

Levantando um outro importante ponto do seu modelo teórico, Krugman diferencia região de nação, sugerindo a conveniência de eliminar as nações da descrição do comércio inter-

regional, entre países, no âmbito internacional. Para ele uma nação não é uma região ou uma localização.

[...] quando nos referimos às economias externas que [...] promovem tanto a concentração industrial como o surgimento de sistemas centro-periferia, não há nenhuma razão para supor que as fronteiras políticas definam as unidades relevantes nas quais as economias externas entram em ação, [tradução livre nossa]. (KRUGMAN, 1992, p. 78).

No caso das grandes tendências aglomerativas que aparecem no modelo centro-periferia, Krugman afirma que a natureza das externalidades provêm dos efeitos do tamanho do mercado frente aos custos de transporte, ou seja, da existência de elos para frente e para trás, que estimulam os produtores a se concentrarem nas proximidades dos grandes mercados, além do que propiciam que os mercados importantes situem-se aonde se concentram os produtores, não existindo nenhuma razão para se pensar que as fronteiras nacionais irão definir as regiões relevantes.

As transações no espaço exigem alguns custos; existem economias de escala na produção. [...] Devido às economias de escala, os empresários têm um incentivo a concentrar a produção de cada bem ou serviço em um número limitado de lugares. Devido a que a realização de transações no espaço comporta alguns custos, os lugares preferidos por cada empresa individual são aqueles nos quais a demanda é grande ou a oferta de fatores é particularmente conveniente – que, em geral, são os lugares que outras empresas também irão eleger. Por este motivo, a concentração da indústria, uma vez criada, tende a autosustentar-se; isto se cumpre tanto no que se refere à concentração de setores individuais como no que cria aglomerações de [grande] magnitude [...], [tradução livre nossa]. (KRUGMAN, 1992, p. 108).

## **2.2 A “Teoria dos Aglomerados” na visão de Michael Porter: cadeias e agrupamentos ou *clusters***

Neste ponto, ao se inserir no objeto de análise desta tese a contribuição teórica de Michael Porter, se estará contemplando uma abordagem mais direcionada para os aspectos de estratégia, produtividade e competitividade, em um enfoque empresarial e de natureza



microeconômica. *The competitive advantage of nations* (1990) e *On competition* (1998), são os originais das duas obras de referência de Michael Porter que serão trabalhadas neste tópico. Em “A vantagem competitiva das nações”, Porter (1993, p.1) inicia sua análise com uma indagação “por que algumas nações têm êxito e outras fracassam na competição internacional?”, para logo em seguida dizer que, se o objetivo é mostrar as bases que sustentam a prosperidade econômica seja de empresas ou seja de nações, esta é uma indagação equivocada, que a indagação correta seria “por que uma nação se torna base para competidores internacionais bem sucedidos?”, ou “por que as empresas sediadas num determinado país são capazes de criar e manter uma vantagem competitiva em comparação com os melhores competidores do mundo num determinado campo?”, ou ainda, “por que uma só nação é, com frequência, sede de tantas empresas líderes mundiais de uma indústria?”. A explicação, segundo Porter (1993), reside no papel desempenhado pelo ambiente econômico, pelas intuições e pelas políticas nacionais, ou seja, são os atributos de uma nação que estimulam a vantagem competitiva em uma indústria.

Um conceito essencial na análise de Michael Porter é o conceito de competitividade. Até indicar o seu entendimento do que é competitividade, ele menciona diversas considerações sobre o termo que, ao seu ver, não constituem fundamentos de vantagem competitiva:

- ✓ fenômeno macroeconômico impulsionado por variáveis como taxa de câmbio, taxa de juros e déficit governamental;
- ✓ função da disponibilidade de mão-de-obra barata e abundante;
- ✓ existência de recursos naturais abundantes;
- ✓ influenciada por políticas governamentais;
- ✓ explicada pelas diferenças de práticas administrativas, incluindo as relações capital-trabalho.

Para Porter (1993, p. 6-7), “[...] o único conceito significativo de competitividade a nível nacional é a produtividade nacional. Um padrão de vida em elevação depende da capacidade das empresas do país de atingir altos níveis de produtividade e aumentá-la, com o tempo [...]”.

Neste sentido, Porter sugere que se deve abandonar toda a idéia de “nação competitiva” como expressão que tenha grande significado para a prosperidade econômica. A produtividade das empresas é o que realmente influencia e determina os níveis da prosperidade econômica de um país. Por outro lado, ele afirma que nenhuma nação pode ser competitiva em tudo, ou ser exportadora líquida de tudo, o que caracteriza o foco setorial de sua análise.

Explicar a “competitividade” a nível nacional é, portanto, responder à pergunta errada. O que devemos compreender, em lugar disso, são os determinantes da produtividade e o ritmo do crescimento dessa produtividade. Para encontrar as respostas, devemos focalizar não a economia como um todo, mas **indústrias específicas e segmentos da indústria**, [grifo do autor]. (PORTER, 1993, p. 9-10).

As características decisivas de uma nação que permitem às suas empresas criar e manter a vantagem competitiva em determinados campos constituem para Porter, a vantagem competitiva das nações. Porter analisa que a globalização das indústrias e a internacionalização de empresas resultam em um paradoxo, estaria a nação perdendo sua importância no sucesso internacional de suas empresas?, as empresas estariam transcendendo os países?

A vantagem competitiva é criada e mantida através de um processo altamente localizado. Diferenças nas estruturas econômicas, valores, culturas, instituições e histórias nacionais contribuem profundamente para o sucesso competitivo. O papel do país sede parece ser tão forte quanto sempre foi, mais ainda. Embora a globalização da competição possa, aparentemente, tornar a nação menos importante, em lugar disso parece fazê-la mais importante. Com menos impedimentos ao comércio para proteger as empresas e indústrias internas não competitivas, a nação sede adquire significação crescente, porque é fonte do conhecimento e da tecnologia que sustenta a vantagem competitiva. [...] Desde que a companhia local permaneça como a verdadeira sede, conservando o controle efetivo, estratégico, criativo e técnico, a nação continuará colhendo a maioria das vantagens para a sua economia, mesmo que a empresa seja de propriedade de investidores estrangeiros ou de uma firma estrangeira. Explicar porque um país é a sede de competidores bem sucedidos em segmentos e indústrias sofisticados é, portanto, de importância decisiva para o nível de produtividade do país e sua capacidade de melhorar a produtividade com o tempo. (PORTER, 1993, p. 20).

A citação acima suscita a necessidade de alguns comentários. As vantagens locacionais, que para Porter, em sua maioria, não constituem fatores de competitividade, representam, ao mesmo tempo, a base para a criação e manutenção de vantagem competitiva, os atributos do país sede das empresas e indústrias.

Os aspectos relacionados às estruturas econômicas, valores, culturas, instituições e histórias nacionais, já se encontram incorporados à teoria econômica e aos modelos de crescimento e desenvolvimento regional: com Marshall (1890) e a idéia de uma atmosfera positiva criada por uma vizinhança próxima onde os segredos da profissão deixam de ser segredos e ficam como que soltos no ar; com Douglas North (1990) e Robert Putnam (1993) com seus trabalhos sobre instituições e capital social; ou com Krugman (1991) e o papel desempenhado pelos acidentes históricos para a origem das concentrações geográficas e econômicas; além das contribuições de diversos outros autores, com diferenciados enfoques, já abordados neste trabalho no capítulo 1 e também no item 2.1 deste capítulo.

A questão do papel da nação ser central e decisivo diante da não existência de impedimentos ao comércio, deixa antever uma postura, por parte de Porter, implicitamente favorável a práticas protecionistas, que contradizem a intensificação do livre comércio no bojo do processo de globalização.

O papel da nação destacado por Porter, que ele deixa transparecer ser o que realmente importa na sua abordagem, é o de constituir-se na sede física das empresas e indústrias, sendo irrelevante que a propriedade do capital não pertença a agentes econômicos efetivamente nacionais. Neste contexto a vantagem da nação se traduzirá no montante de recursos que irão circular na sua economia, remunerando os custos dos fatores produtivos empregados e os impostos, não sendo importante que a maior parcela dos resultados econômicos gerados, os lucros, sejam remetidos para os países de domicílio dos investidores ou empresas estrangeiras.

Ao simplificar que o que importa, em essência, é o nível de produtividade do país e sua capacidade de melhorá-lo, Porter ao invés de negar o paradoxo que ele traz à tona na verdade o reforça, pois seguindo a lógica acima explicitada os próprios ganhos de produtividade alcançados no país serão apropriados e transferidos para os países onde estão estabelecidos os proprietários do capital empregado no país base da produção. Ele realiza a produção, participa da circulação, mas não retém a maior parcela da acumulação resultante. A abordagem de Porter reveste-se de um caráter ideológico típico do neoliberalismo econômico, reforçando as desigualdades regionais a nível internacional e a relação dominação-dependência no circuito mundializado de reprodução e acumulação do capital.

Para Porter, portanto, são as empresas e não as nações que competem em mercados internacionais, sendo que a unidade de análise básica para se compreender a competição é a indústria.

Em qualquer indústria, seja interna ou internacional, a natureza da competição está materializada em cinco forças competitivas: (1) a ameaça de novas empresas, (2) a ameaça de novos produtos, (3) o poder de barganha dos fornecedores, (4) o poder de barganha dos compradores e (5) a rivalidade entre competidores existentes. (PORTER, 1993, p. 45).

Ele afirma que a longo prazo as empresas obtêm êxito em relação aos seus competidores se dispuserem de vantagem competitiva sustentável, mencionando que existem dois tipos básicos de vantagem competitiva:

[...] “**menor custo**”, que traduz a “capacidade de uma empresa de projetar, produzir e comercializar um produto comparável com mais eficiência do que seus competidores” [...] e “**diferenciação**”, que é a “capacidade de proporcionar ao comprador um valor excepcional e superior, em termos de qualidade do produto, características especiais ou serviços de assistência [...] A vantagem competitiva de qualquer dos dois tipos se traduz em produtividade superior à dos concorrentes. (PORTER, 1993, p. 48).

Porter faz referências aos conceitos de cadeia de valores e sistema de valores, de uma determinada indústria. A cadeia de valores consiste das atividades desempenhadas por uma

indústria na competição, as quais contribuem para a formação do valor para o comprador. Essas atividades são de dois tipos, as primárias – que se relacionam com a produção, comercialização, entrega e assistência ao produto, e as de apoio – que proporcionam os insumos, tecnologia, recursos humanos ou funções de infra-estrutura geral que apoiam as atividades primárias. A cadeia de valores está inserida num contexto mais amplo de atividades, o sistema de valores, que inclui os fornecedores de insumos para as cadeias de valores de uma empresa, quer sejam matérias-primas, componentes, maquinaria ou serviços.

No entendimento de Porter (1993), as empresas criam vantagem competitiva percebendo ou descobrindo maneiras novas e melhores de competir numa indústria, e sendo capazes de levá-las ao mercado. A esta capacidade Porter denomina “inovação”, definida como uma maneira nova de fazer as coisas que são comercializadas, pois, no seu modo de ver, o processo de inovação não pode ser separado do contexto estratégico e competitivo de uma empresa. Para ele, a inovação inclui tanto melhorias na tecnologia como melhores métodos de fazer as coisas, ela pode estar presente em modificações de produtos, mudanças de processo, novas formas de comercialização e de distribuição, e novas concepções de âmbito, ou seja do alcance dos objetivos da empresa dentro da indústria – à semelhança da abordagem de Schumpeter (1934).

Porter (1993), faz referência ao termo de “indústria mult-doméstica”, caracterizando situações setoriais onde ocorrem grandes disparidades nacionais entre as necessidades do comprador e as condições locais de comércio, o que dificulta que o aprendizado de um país seja aplicado a um outro país. Para ele, a indústria de alojamento é um exemplo de indústria mult-doméstica, porque a maioria das atividades da cadeia de valores estão ligadas à localização do comprador e porque existem diferenças entre as necessidades e conjunturas nacionais que propiciam poucas vantagens na coordenação da estratégia e do aprendizado de um país para outro. Porém, segundo Porter, quando se trata de hotéis comerciais ou de luxo pertencentes a cadeias

internacionais, Hilton, Marriott e Sheraton, por exemplo, a estratégia e o aprendizado na competição destes segmentos da indústria de alojamento observada em um determinado país, em termos de marca, formato e padrão de serviços comuns, além de sistemas mundiais de reservas, podem ser coordenados e aplicados a um outro país onde essas cadeias também existam e se encontrem em competição.

Porter também admite que as empresas também podem obter vantagem competitiva através da formação de alianças, que propiciariam vantagens de vários tipos:

- ✓ economias de escala ou de aprendizado, unindo-se na comercialização, produção de componentes ou montagem de determinados modelos;
- ✓ acesso aos mercados locais, tecnologias necessárias ou atender a exigências governamentais de propriedade nacional;
- ✓ distribuição de riscos;
- ✓ condicionamento ou manipulação da natureza da concorrência numa determinada indústria.

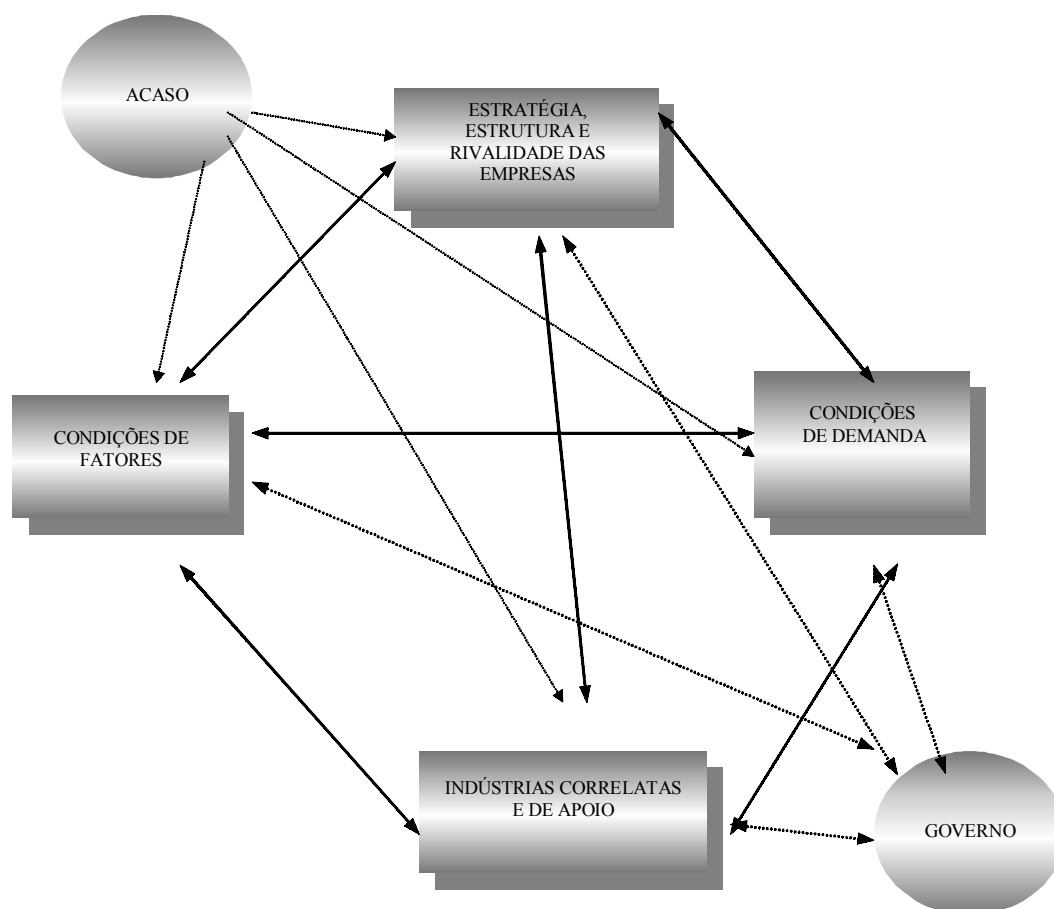
No contexto analisado até aqui, de acordo com a visão porteriana, um país obtém êxito na competição internacional em uma determinada indústria, em função dos atributos que lhes são inerentes, os quais modelam o ambiente no qual as empresas competem e que promoverão, ou impedirão, a criação de vantagem competitiva. A esses atributos, Porter (1993), denomina de “determinantes da vantagem nacional”:

- ✓ **Condições de fatores** – referem-se à posição do país nos fatores de produção, como trabalho especializado ou infra-estrutura, necessários à competição em determinada indústria;
- ✓ **Condições de demanda** – tratam da natureza da demanda interna para os produtos ou serviços da indústria;
- ✓ **Indústrias correlatas e de apoio** – análise da presença ou ausência, no país, de indústrias abastecedoras e indústrias correlatas que sejam internacionalmente competitivas (como indústrias correlatas Porter qualifica aquelas em que empresas podem compartilhar atividades na cadeia de valores através das indústrias – canais de

distribuição, desenvolvimento de tecnologia, ou transferir conhecimentos protegidos pelo direito de propriedade de uma indústria para outra);

- ✓ **Estratégia, estrutura e rivalidade das empresas** – dizem respeito às condições que, no país, regem e orientam a maneira pela qual as empresas são criadas, organizadas e dirigidas, mais a natureza da rivalidade interna.

As relações que Porter estabelece entre os determinantes da vantagem nacional configuram um modelo que se tornou generalizadamente conhecido como o “diamante competitivo”. Duas variáveis que podem influenciar o sistema nacional de forma relevante e afetando os determinantes da vantagem competitiva, são acrescentadas por Porter (1993), completando o seu modelo teórico, tratam-se do “acaso” – acontecimentos fora do controle das empresas (invenções puras, descobertas em tecnologias básicas, guerras, acontecimentos políticos externos, grandes mudanças na demanda do mercado externo, etc.) e do “governo” – que através de políticas diversas pode atuar para melhorar ou piorar a vantagem nacional. O modelo completo do Diamante da Competitividade de Porter é apresentado na (Figura 2.1, p. 152).



**Figura 2.1 O Sistema Completo do Diamante da Competitividade**

Fonte: Porter, 1993, p. 146.

Uma consequência do sistema de determinantes, segundo Porter, é que as indústrias competitivas de um país não se espalham de maneira uniforme por toda a economia, elas estão ligadas em agrupamentos, os *clusters*, constituídos de indústrias relacionadas por ligações de vários tipos. Desse modo, os países não obtêm êxito competitivo em indústrias isoladas, e sim em agrupamentos de indústrias ligadas por relações verticais (comprador/fornecedor) e horizontais (clientes, tecnologias, canais comuns, etc.). “A economia de um país contém uma mistura de grupos, cuja constituição e fontes de vantagem (desvantagem) competitiva, refletem o estado de desenvolvimento da economia [...]” (PORTER, 1993, p. 89-90).



A natureza sistêmica do diamante, portanto, promove o agrupamento das indústrias competitivas de um país. Em seus estudos, Porter observou que o fenômeno do agrupamento é tão generalizado que parece constituir o aspecto central das economias nacionais adiantadas. Ele cita a idéia de *filières* como precursora da idéia mais ampla dos seus *clusters*. O termo *filières*, de acordo com Porter, foi cunhado por autores franceses para referir-se a famílias de setores tecnologicamente interdependentes. As interdependências tecnológicas podem significar que o vigor tecnológico num setor depende do vigor em outro. De acordo com Porter, a idéia de *filières* focaliza uma razão pela qual os *clusters* podem ocorrer, porque as conexões técnicas são estreitas, e porque a sua presença em setores correlatos de um país poderia ser necessária para a sua vantagem mútua, dos *clusters* ou agrupamentos e do país. Ressalva-se, entretanto, que a essência da lógica de interdependência acima descrita na análise de Porter, também pode ser percebida nos conceitos de Hirschman (1958) referentes aos efeitos em cadeia retrospectiva e em cadeia prospectiva e de Perroux (1960) relativos aos efeitos e relações entre a indústria motriz e as indústrias movidas, dentro da teoria dos pólos de crescimento.

Segundo Porter (1993), quanto mais os agrupamentos se desenvolvem, mais os recursos da economia tendem a fluir para eles e a se afastar das indústrias isoladas que não podem empregá-los produtivamente. Este aspecto destaca a importância da proximidade geográfica entre as indústrias localizadas, muitas vezes, em uma única cidade ou região de um país. A concentração geográfica, no modelo teórico de Porter, integra o processo mais geral através do qual a vantagem competitiva é criada e mantida.

As condições que sublinham a vantagem competitiva estão, na verdade, localizadas dentro de um país, embora em diferentes pontos para diferentes indústrias. As razões pelas quais uma determinada cidade ou região tem êxito numa determinada indústria são abrangidas pelas mesmas considerações existentes no diamante; por exemplo, a localização dos compradores mais sofisticados, a posse de mecanismos excepcionais de criação de fatores e uma base de abastecimento local bem desenvolvida. [Desse

modo, ...] é a combinação das condições nacionais com as condições intensamente locais que estimula a vantagem competitiva. (PORTER, 1993, p. 189).

Para Porter, o seu sistema de determinantes de vantagem competitiva nacional, constitui, em essência, uma teoria de investimento e inovação. O desenvolvimento de uma economia decorre, em sua visão, da criação e manutenção de fontes mais sofisticadas de vantagem competitiva, refletindo no posicionamento estratégico em segmentos e indústrias de produtividade superior.

[...] A prosperidade econômica depende da produtividade com a qual os recursos nacionais são empregados. O nível e o crescimento da produtividade são em função da variedade de indústrias e de segmentos de indústria (nos quais as empresas de um país podem competir com êxito) e da natureza das vantagens competitivas nelas obtidas, com o tempo. As economias progridem aprimorando as posições competitivas, obtendo vantagens competitivas de ordem superior nas indústrias existentes e desenvolvendo a capacidade de competir com êxito em novas indústrias e segmentos de alta produtividade. [...] As economias nacionais evidenciam um certo desenvolvimento competitivo que reflete as fontes características de vantagem das empresas do país na competição internacional e a natureza e proporções das indústrias e grupos de indústrias [*clusters*] internacionalmente bem sucedidos. (PORTER, 1993, p. 612-613).

O crescimento da produtividade pode resultar de três fontes principais: a mudança tecnológica, a acumulação de capital e a melhoria da educação ou dos níveis de habilitação (qualificação). Porter considera a mudança tecnológica e a acumulação de capital como fatores endógenos e procura modelá-las como resultado do diamante, no qual o investimento em conhecimento desempenha um valioso papel.

O modelo teórico de Porter, sugere quatro etapas do desenvolvimento competitivo nacional: 1ª etapa – impulsionada por fatores; 2ª etapa – impulsionada pelo investimento; 3ª etapa – impulsionada pela inovação; e 4ª etapa – impulsionada pela riqueza.

“As três primeiras etapas envolvem o aprimoramento sucessivo das vantagens competitivas de um país e estarão normalmente associadas com a prosperidade econômica em progressiva ascensão. A quarta etapa é de paralisação e, por fim, declínio [...]” (PORTER, 1993, p. 614).

As três primeiras etapas ocorrem, porque as antecedem forças que criam o potencial para vantagens competitivas de ordem superior e pressionam a indústria para que busque e realize tais vantagens. Essas forças, segundo Porter, constituem as “pré-condições do avanço competitivo”: mecanismos de criação de fatores (mais avançados), motivação, rivalidade interna, aprimoramento da demanda, desvantagens seletivas de fatores (menos avançados), capacidade para formação de novos negócios.

Essas forças estão presentes, de forma ativa e dinâmica, em todas as quatro etapas. Quando elas deixam de ser vigorosas, atuantes e determinantes, os países que desfrutaram de grande prosperidade e se encontram na etapa impulsionada pela riqueza, passam a enfrentar um declínio de prosperidade, principalmente em função de decréscimos nos níveis de motivação e rivalidade, que podem reduzir os investimentos privados e sociais na criação de fatores avançados, redirecionando-os para formas não benéficas à indústria e aos agrupamentos. Porém, “... o declínio de uma economia impulsionada pela riqueza pode ser sustado através de modificações de políticas, grandes interrupções ou mudanças dos valores sociais [...]” (PORTER, 1993, p. 634).

Percebe-se, e o próprio Porter reconhece, uma semelhança das suas etapas do desenvolvimento competitivo com as etapas do desenvolvimento econômico de Rostow, embora ele comente que o modelo de Rostow refere-se apenas às etapas iniciais do desenvolvimento. Outro relevante eixo teórico presente de forma essencial no modelo analítico de Porter, por ele mesmo chamado de “uma teoria de investimento e inovação”, é a abordagem de Schumpeter (1911) sobre os ciclos econômicos e o papel da inovação tecnológica no processo de destruição criadora.

Na sua teoria sobre a competitividade nacional, Porter (1999), como visto, atribui um papel de destaque aos agrupamentos, aos *clusters*, que são, em suas palavras,

[...] concentrações geográficas de empresas inter-relacionadas, fornecedores especializados, prestadores de serviços, empresas em setores correlatos e outras

instituições específicas (universidades, órgãos de normatização e associações comerciais), que competem mas também cooperam entre si. [...] Um aglomerado é um **agrupamento geograficamente concentrado** de empresas inter-relacionadas e instituições correlatas **numa determinada área**, vinculadas por elementos comuns e complementares. O escopo geográfico varia de uma única cidade ou estado para todo um país ou mesmo uma rede de países vizinhos, [grifo nosso]. (PORTER, 1999, p. 209-211).

É possível perceber-se, nitidamente, a ampliação e a maior ênfase do conceito de agrupamento ou *cluster*, entre a publicação de *The competitive advantage of nations* (1990) e de *On competition* (1998). Essa ampliação se faz acompanhar de uma contradição e de um acentuado nível de abstração. Como pode o agrupamento ser geograficamente concentrado, nos âmbitos espacial e setorial, e ao mesmo tempo seu escopo geográfico variar de uma determinada localidade até uma vasta rede de países?

É provável que o escopo geográfico variado se refira à rede de relações que a indústria é levada a estabelecer para não ser ultrapassada na competição de caráter globalizado. Se assim não for, o conceito se torna aplicável a qualquer tipo de agrupamento, real, virtual ou imaginário, caracterizando-se por um elevado nível de abstração que lhe tira qualquer condição de aplicação concreta a realidades econômicas e regionais, assumindo uma natureza meramente de cunho didático.

Porter (1999), destaca que a presença dos agrupamentos sugere que boa parte da vantagem competitiva se situa fora da empresa ou do setor, residindo na localização das unidades de negócios, ou seja, na concentração geográfica das indústrias. Sua presença também leva o governo a assumir um papel diferente, desde quando, segundo Porter, as políticas macroeconômicas são condições necessárias mas não suficientes para fomentar a competitividade, tornando-se necessário, portanto, que o governo passe a exercer uma maior função ao nível microeconômico, no sentido de remover obstáculos ao crescimento e à melhoria dos agrupamentos existentes e emergentes. Depreende-se desta colocação que a

teoria de Michael Porter se preocupa centralmente com a gestão empresarial, a estratégia e a competitividade das empresas, privilegiando o foco microeconômico.

Os agrupamentos, conforme Porter (1999), têm suas raízes vinculadas a fatores de diversos matizes:

- ✓ circunstâncias históricas;
- ✓ disponibilidade de qualificações especializadas, proficiência da pesquisa universitária, conveniência da localização física e infra-estrutura apropriada;
- ✓ existência de uma demanda local incomum, sofisticada ou rigorosa;
- ✓ existência anterior de setores fornecedores, setores correlatos ou de todo um agrupamento relacionado;
- ✓ existência de uma ou duas empresas inovadoras que estimulam o crescimento de muitas outras;
- ✓ eventos aleatórios.

Segundo Porter (1999), para se identificar os elementos que constituem um agrupamento deve-se partir de uma grande empresa ou de uma concentração de empresas semelhantes, se analisando, a montante e a jusante, a cadeia vertical de empresas e instituições. Em seguida, deve se realizar uma análise horizontal, procurando se identificar setores que utilizam distribuidores comuns ou que fornecem produtos ou serviços complementares. Com base no uso de insumos ou tecnologias especializadas semelhantes, ou através de outros elos com fornecedores, identificam-se assim, as cadeias horizontais de setores. Cabe aqui uma indagação que se procurará elucidar em análise mais à frente, nos itens 2.3 e 2.4 deste capítulo: um agrupamento ou um *cluster* pode ser entendido como um conjunto das cadeias produtivas inerentes às atividades da indústria ou do agrupamento de indústrias correlatas que lhe deram origem?

Continuando na identificação dos elementos constituintes de um agrupamento, conforme Porter (1999), o próximo passo é se isolar as instituições que oferecem qualificações especializadas, tecnologias, informações, capital ou infra-estrutura e os organismos coletivos

que envolvam os participantes do agrupamento, para, por fim, se localizar os órgãos e agências governamentais e reguladoras que venham a exercer influências significativas sobre o agrupamento e seus participantes.

As fronteiras de um agrupamento fundamentam-se na compreensão dos elos e das complementaridades entre os setores de maior significado para a competição. Elas devem abranger todas as empresas, setores e instituições com fortes elos verticais, horizontais e institucionais; quando esses elos forem fracos ou inexistentes, a entidade não integra o agrupamento. “A força desses extravazamentos (ou efeitos colaterais) e sua importância para a produtividade e para a inovação determinam, em última instância, as fronteiras mais remotas [do agrupamento] [...]” (PORTER, 1999, p. 214).

Os agrupamentos, de acordo com Porter, representam uma face do diamante competitivo – os setores correlatos e de apoio, mas são melhor interpretados como manifestação das interações entre todas as suas quatro faces. Eles influenciam a competitividade de três modos: pelo **aumento da produtividade** das empresas ou setores componentes; pelo **fortalecimento da capacidade de inovação** e, conseqüentemente, pela elevação da produtividade; e pelo **estímulo à formação de novas empresas**, que reforçam a inovação e ampliam o agrupamento.

Porter (1999, p. 225), afirma que “[...] muitas das vantagens dos agrupamentos decorrem de economias externas às empresas ou dos extravazamentos ou efeitos colaterais de vários tipos entre empresas e setores [...]”. Conforme já observado, diz Porter,

[...] os acadêmicos procuram explicar as concentrações de empresas em termos de economias de aglomeração. Normalmente, considera-se que essas economias ocorrem no nível setorial ou no ambiente urbano diversificado. Muitas análises sobre as economias de aglomeração destacam a minimização dos custos resultantes da proximidade das fontes de insumos e de mercados. No entanto, essas explicações ficaram comprometidas pela globalização dos mercados, da tecnologia e das fontes de suprimento, pelo aumento da mobilidade e pela redução dos custos dos transportes e das comunicações. Hoje, as economias de aglomeração mudaram de

natureza, tornando-se de crescente importância no nível dos aglomerados e não apenas em setores estreitos. (PORTER, 1999, p. 226).

Algumas contradições no que acima foi citado merecem ser destacadas. Passagens anteriores da abordagem porteriana sugerem que as concentrações geográficas em que se constituem os seus agrupamentos, são geradas em função de atributos do país que criaram as condições de atração e fixação de empresas e indústrias, o que representam esses atributos senão fontes de economias de aglomeração? Modificadas em seus conteúdos, mas economias de aglomeração. Os agrupamentos de empresas e indústrias não são formados em torno de uma atividade central ou um conjunto de atividades correlatas? Isto não corresponde a um enfoque setorial? Custos menores que os concorrentes, ao lado da diferenciação, não são os elementos centrais da produtividade que conduz à maior competitividade no mercado, segundo o próprio Porter? Ele mesmo não levanta um paradoxo pelo qual diante da globalização a nação não perde relevo, pelo contrário os recursos de base local ganham em importância? O agrupamento, continua Porter (1999), representa uma forma de organização espacial capaz de se tornar um meio intrinsecamente mais eficiente e eficaz de reunir insumos – desde que existam fornecedores locais. Caso esses não existam, o abastecimento fora do agrupamento torna-se necessário, embora não represente a solução ideal.

A obtenção de insumos junto aos próprios participantes do aglomerado (“abastecimento” local) geralmente resulta em custos de transação mais baixos do que no caso de fornecedores afastados (“abastecimento” distante). O abastecimento local minimiza a necessidade de estoques e elimina os custos e tempos de espera vinculados às importações. [...] Assim, permanecendo iguais os demais fatores, o abastecimento local geralmente supera o abastecimento distante, sobretudo no caso de insumos avançados e especializados envolvendo conteúdo tecnológico, de informação ou de serviços (observe que “local” se refere a empresas com investimentos substanciais no aglomerado, inclusive recursos técnicos, mesmo que a matriz esteja sediada em outro lugar). (PORTER, 1999, p. 227).

Sobre esta última questão, envolvendo a propriedade exógena do capital, já se comentou anteriormente.

Não é apenas pela via da obtenção mais eficiente e eficaz de insumos que o agrupamento contribui para o aumento da produtividade, mas também pelas relações de complementaridades entre as atividades dos participantes do agrupamento, incluindo a complementaridade entre os produtos.

No turismo, por exemplo, a qualidade da experiência do visitante depende não só do apelo da principal atração (como praias ou localidades históricas), mas também do conforto e do serviço dos hotéis, restaurantes, lojas de souvenirs, aeroportos, outros meios de transporte e assim por diante. Como ilustra o exemplo, as partes do aglomerado são, em geral, efetivamente dependentes entre si. O mau desempenho de uma delas compromete o êxito das demais [e do agrupamento como um todo]. (PORTER, 1999, p. 230).

Associando o seu modelo teórico dos aglomerados à geografia econômica, Porter comenta que um número relativamente pequeno de agrupamentos geralmente é responsável por uma grande parte da economia dentro de uma determinada área geográfica, bem como por uma parcela significativa da atividade econômica que é orientada para fora, ou seja exportações e investimentos realizados por empresas locais em áreas exteriores ao âmbito interno do agrupamento.

Os aglomerados com orientação externa se justapõem a dois outros tipos de negócios: os setores e aglomerados localizados que não competem com outras localidades (por exemplo, restaurantes, entretenimento, serviços de logística, imóveis e construção civil) **[ressalva-se que essas atividades também se caracterizam por terem uma orientação externa, desde quando situem-se em destinos turísticos e sejam consumidas por visitantes, haja vista a condição do turismo de ser uma atividade de base exportadora]** e as subsidiárias locais de empresas competitivas situadas em outros lugares que atendem sobretudo ao mercado local (por exemplo, escritórios de vendas, centros de apoio ao cliente, escritórios regionais e instalações de montagem). Os aglomerados com orientação externa situados em determinada área geográfica representam a principal fonte de crescimento de longo prazo e de prosperidade econômica da área. Esses aglomerados são capazes de crescer bem além do tamanho do mercado local, absorvendo trabalhadores de empresas de setores menos produtivos. Em contraste, a demanda para os setores locais é intrinsecamente limitada e resulta, sobretudo, de forma direta ou indireta, do êxito dos aglomerados com orientação externa, [grifo nosso]. (PORTER, 1999, p. 241-242).



A análise que Porter realiza no trecho acima, deixa transparecer, de modo não tão implícito, uma revisitação à teoria da base econômica, de exportação.

Relacionando a presença e o grau de coesão institucional dos agrupamentos com o nível de desenvolvimento econômico, Porter (1999), comenta que no caso dos países em desenvolvimento a escassez de agrupamentos não implica que eles não tenham condições de competir, mas impedem o aumento da produtividade e o aprimoramento dos agrupamentos e da economia, portanto eles irão competir em desvantagem com os países dotados de agrupamentos avançados e mais competitivos.

A via do crescimento das exportações é restritiva, pois, embora as exportações tenham condições de crescer durante algum tempo, isto ocorrerá com base no baixo custo da mão-de-obra local e na exploração de recursos naturais mediante a utilização de tecnologia importada e defasada, que não se traduzem em fatores determinantes de competitividade. O desafio dos países em desenvolvimento é elevar a produtividade e aumentar o valor dos produtos, o que, a médio e longo prazo, resultará na melhoria de lucros, salários e padrão de vida.

Para que tal ocorra, de acordo com Porter, é necessário que os agrupamentos se desenvolvam, gradualmente, tornando a localidade mais produtiva, desenvolvendo a capacidade local de melhorar produtos e processos e promovendo a inovação. Desse modo será possível contrabalançar a tendência de aumento dos custos locais, evitando que outras localidades dotadas de menores custos de fatores ou maiores subsídios assumam a dianteira da competição. Portanto, “[...] a ampliação e o aprofundamento bem sucedidos dos agrupamentos são essenciais para o êxito do processo de desenvolvimento econômico [...]” (PORTER, 1999, p. 248).

A transição de uma economia concentrada para uma economia dispersa, com setores e agrupamentos especializados configura, segundo Porter, outro desafio essencial do desenvolvimento econômico. Citando como exemplo o turismo, Porter (1999, p. 249), diz que

“ [...] a constituição de agrupamentos de turismo nas economias em desenvolvimento às vezes representa uma força positiva na melhoria da infra-estrutura nas áreas afastadas e na dispersão da atividade econômica [...]”.

Em artigo publicado na RAE – Revista de Administração de Empresas, da Fundação Getúlio Vargas / Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV/EAESP), o Prof. Omar Aktouf, professor titular da HEC Montreal, Hautes Études Commerciales de Montreal, afiliada da UM – Université de Montreal, levanta uma série de críticas ao que ele denomina de “Porterismo”, as quais se considerou relevantes para inserir nesta parte do trabalho, após a apresentação e análise do modelo teórico de Michael Porter, com o intuito de se estabelecer um contapronto ao mesmo.

Aktouf (2002), na introdução do seu artigo, refere-se ao estágio de difusão dos estudos de Michael Porter, a ponto de seu modelo teórico ter se transformado quase que em um novo paradigma da gestão de negócios e da economia. Seguem alguns aspectos levantados por Aktouf:

A infinita maximização econômica tornou-se, acompanhada da crença na corrida pela “vantagem competitiva”, uma espécie de dogma, de padrão de pensamento, e de ação, em quase todos os domínios [...] Tudo parece voltado a ser estratégico e competitivo. O porterismo tornou-se mais que uma simples teoria [...] Seu modelo analítico passou a ser um molde generalizado de concepção e de análise, uma visão de mundo, uma ideologia plena e inteira. [...] O modo porteriano de concepção do mundo e da economia espalha-se por todo o planeta e se enraiza nas consciências e no ensino. (AKTOUF, 2002, p. 44).

Foi no final da década de 1970 e início dos anos 1980, conforme Aktouf, que o pensamento porteriano começou a exercer influência nos escritos, no ensino, nas práticas e nas consultorias em administração. Segundo o autor, a linha de frente do porterismo se constitui das suas famosas estratégias genéricas: o posicionamento por liderança em custos e o posicionamento pela diferenciação, que resumem-se, de acordo com Aktouf, em políticas de redução massiva de mão-de-obra.

Para Aktouf, um limite histórico e teórico do porterismo diz respeito a duas grandes tradições das vantagens comparativas, a smithiana e a ricardiana. Essas questões parecem ter sido totalmente rejeitadas por Porter, conforme Aktouf, pois, em 20 páginas do seu livro *Competitive advantage of nations* (1990), ele não dá razão a ninguém. Porter adota, diante de complexas teorias, um posicionamento sintético, breve e distanciado.

Aktouf reconhece que pouco caso é feito de numerosas passagens nas quais algumas das tomadas de posição de Porter seriam suscetíveis de importunar o triunfo do pensamento econômico e gerencial dominantes. Por outro lado, não parece que se faça grande caso de algumas advertências epistemológicas indicadas por Porter, como em relação a não existir um consenso sobre o conceito de competitividade e não haver nenhuma teoria amplamente aceita para explicá-la.

O porterismo, segundo Aktouf, preconiza uma competitividade generalizada e uma corrida às vantagens competitivas, de natureza egoísta e imediatista, com um estado de espírito belicoso, falando de afrontamentos, mesmo nas zonas de livre comércio.

Além disso, indaga Aktouf, seria indiferente que este florão do mundo econômico-administrativo contemporâneo fosse um produto típico de casamentos incestuosos entre universidades e grandes escritórios de contabilidade da região de Boston (berço fecundo das mais célebres consultorias dos EUA)?

Porter postula, implicitamente, como todos os economistas ortodoxos, que a acumulação e a produção de riquezas podem ser infinitas, e que a organização da sociedade que a acompanha – capitalista, definitivamente dominada pelas finanças, industrializada e neoliberal – é um constante progresso que cabe ser generalizado a todos, para a felicidade de todos. (AKTOUF, 2002, p. 46)

Para Aktouf, o fato é que Porter ignora tudo soberbamente, o que é grave para qualquer um que aborde a questão do futuro das nações e suas economias. Ignora as contribuições de um movimento tão importante da historiografia contemporânea, como os *Annales*, do qual é exemplo Fernand Braudel, que mostra como as vantagens adquiridas pelas nações ocidentais

modernas sempre aconteceram em detrimento das regiões do sul. Ignora também e não faz nenhuma menção a Karl Marx e ao materialismo histórico, em uma obra que pretende explicar ou prescrever o desenvolvimento histórico das nações, o que torna-se difícil de admitir. Ao ler Porter, trata-se, primeiramente,

[...] de induzir para depois deduzir, a partir de situações limitadas e estreitamente situadas no espaço (espaço em geral americano), no tempo (pós-guerra e ascensão da economia financeira da administração), na ideologia (aquela do mercado neoliberal e dos detentores de interesses financeiros, à exclusão de qualquer outro); de regras e leis com pretensões universais para a tomada de decisão e a conduta das instituições e organizações. Tudo isso indo além dos espaços, das fronteiras, das nações, das histórias, das culturas, e atualmente, indo também para além do Estado e dos serviços públicos. (AKTOUF, 2002, p. 48).

De acordo com Aktouf, Porter parece utilizar as regras da influência a partir de observações empíricas bastante limitadas e à validade de generalização nula e nulamente provada:

[...] a amostragem de países selecionados para estabelecer a teoria geral da vantagem competitiva das nações incluía dez países, sobre os quais foram impostas as categorias deduzidas a partir de realidades ainda mais limitadas: as empresas de setores industriais previamente estudados. De seu próprio consentimento, Porter transpôs, sem outra forma de processo, no nível das nações, aquilo que ele deduziu e escreveu a partir de simples casos de empresas dez anos antes. (AKTOUF, 2002, p. 48).

Com base nesta crítica, Aktouf indaga, entre outras coisas, se, como prescrito por Porter, é possível assim transformar os estados em comitês de gestão de interesses financeiros transnacionais e as nações em espaços voltados à competição entre gigantes do *business*?

Aktouf (2002), levanta alguns pontos, dentre os mais discutíveis e mais intelectualmente duvidosos, no seu entendimento, que caracterizam posições adotadas por Porter, dos quais se apresenta a seguir aqueles que mais interessam ao objeto desta tese:

- ✓ o simplismo caricatural do modelo do “losango a quatro variáveis”, o diamante competitivo, pode dar conta da enorme complexidade de fatos e processos reais a exemplo dos que se tem levantado aqui? Se não, porque continuar a fazer como se

pudesse assegurar previsões, formulações, planificações e decisões estratégicas com conhecimento de causa, a partir da aplicação desse modelo?

- ✓ a noção de “*clusters* industriais”, espécie de epicentro do modelo porteriano, parece estranha a certos conceitos como o de “pólos de desenvolvimento”, elaborado por François Perroux, ou o de complexos de “indústrias-industrializantes”, levado adiante por Estanne De Bernis? Sem falar da analogia com as redes da indústria japonesa. Tudo isso, sustentaria infinitamente mais cooperação do que competição, mais intervencionismo e de presença do Estado do que de *laisser-faire*, mais diálogo do que concorrência, mais colaboração mútua do que lutas de enfrentamento entre firmas e nações. Tudo, absolutamente tudo, desde o papel do Estado e o contexto intra e inter-empresas, opõe, por exemplo, as redes inter-organizacionais do tipo japonês ao que Porter apresenta como os *clusters*. Como uns e outros podem preencher o mesmo ofício competitivo para as respectivas nações?

Algumas falhas científicas e epistemológicas, constatadas por Aktouf (2002), na obra porteriana, são listadas no artigo referenciado. Se indica a seguir as que mais se aproximam da área de interesse deste trabalho:

- ✓ uma projeção sistemática do modelo de Harvard, construído pela tradicional interação desta Universidade com os grandes escritórios de consultoria da região de Boston, na pretendida teorização dos mecanismos da estratégia das vantagens competitivas;
- ✓ uma simbiose entre a arquitetura de sua teoria e os serviços que podem entregar os escritórios de consultoria aos quais Porter e a Harvard sempre estiveram em parte ligados. A única escolha é recorrer aos porterianos como consultores, uma vez que se admite sua teoria. O que pode legitimamente levar a pensar que essa teoria foi montada oportunamente e sustentada para servir a esses fins;
- ✓ uma omissão, com consequências incalculáveis, da seguinte evidência: se as empresas aplicassem efetivamente os princípios das vantagens competitivas e estivessem obtendo sucesso, mais ninguém poderia pretender recorrer a tais vantagens; a teoria chegaria a uma auto-destruição em decorrência de sua generalização.

Finalizando as críticas à abordagem porteriana levadas a efeito por Aktouf, se transcreve a seguir os seus comentário finais:

Fazendo do planeta um vasto campo de batalha pela infinita competitividade, sob a única obrigação de maximização de lucros e dividendos de firmas colocadas como a finalidade histórica das nações, Porter simplesmente nos conduz a submeter a macroeconomia a uma dependência da microeconomia e as políticas nacionais das decisões empresariais! O tratamento da economia é concebido somente em curto prazo e em agravamento exponencial de desequilíbrios, já desastrosos, entre norte e sul e entre os próprios fatores de produção (capital, trabalho e natureza).

Submetamos, finalmente, a lógica porteriana a seus limites: uma vez nosso planeta tornado competitivo pela graça dos losangos e diamantes porterianos, teremos direito a uma *teoria da competitividade interplanetária ou intergaláctica*? A uma *teoria das vantagens competitivas das galáxias*? [A um **cluster galáctico**?], [grifo nosso]. (AKTOUF, 2002, p. 52).

### 2.3. Outras abordagens para o conceito de cadeias

Para explicitar o conceito de cadeia produtiva, Dantas, Kertsnetzky e Prochnik (2002), partem da noção de indústria, que no entender dos autores é definida

[...] pelos grupos de empresas voltadas para a produção de mercadorias que são substitutas próximas entre si e, desta forma, fornecidas a um mesmo mercado. [...] para uma empresa diversificada a indústria pode representar um conjunto de atividades que guardam algum grau de correlação técnico-produtiva, constituindo um conjunto de empresas que operam métodos produtivos semelhantes, incluindo-se em uma mesma base tecnológica [...]. (DANTAS, KERTSNETZKY e PROCHNIK, 2002, p. 35).

Em geral, conforme Dantas, Kertsnetzky e Prochnik, mercado e indústria representam espaços de concorrência cuja delimitação não é estanque, nem no que se refere à definição do produto, nem quanto aos objetivos concorrenciais e de expansão. Para os autores, a questão metodológica é a definição do corte analítico – qual é efetivamente o grupo de produtos que compõem o mercado e que conjunto de empresas integra a concorrência. O desenvolvimento dos conceitos de cadeia produtiva e complexos industriais, como extensões da noção de setor econômico, decorrentes da crescente interdependência econômica e social entre os agentes, representa uma tentativa na direção dessa definição.

Segundo Dantas, Kertsnetzky e Prochnik, na medida em que a competitividade das empresas depende do seu meio ambiente ou entorno, amplia-se o âmbito concorrencial, deixando de referir-se apenas aos mercados imediatos de vendas de mercadorias e serviços e compras de insumos, para incorporar mercados acima e abaixo da cadeia relacionada à atuação da empresa.

As cadeias produtivas resultam da crescente divisão do trabalho e maior interdependência entre os agentes econômicos. Por um lado, as cadeias são criadas pelo processo de desintegração vertical e especialização técnica e social, Por outro lado, as pressões competitivas por maior integração e coordenação entre as atividades, ao longo das cadeias, ampliam a articulação entre os agentes. [...] Cadeia produtiva é um conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos. (DANTAS, KERTSNETZKY e PROCHNIK, 2002, p. 36-37).

Os autores destacam dois tipos principais de cadeias:

- ✓ **Cadeia produtiva empresarial**, onde cada etapa representa uma empresa, ou um conjunto de poucas empresas que participam de um acordo de produção. Este tipo de cadeia é útil para a realização de análises empresariais, estudos de tecnologia e planejamento de políticas locais de desenvolvimento;
- ✓ **Cadeia produtiva setorial**, onde as etapas são setores econômicos e os intervalos são mercados entre setores consecutivos.

De acordo com Dantas, Kertsnetzky e Prochnik, duas cadeias concorrem entre si quando seus produtos finais atendem a um mesmo mercado e elas são relativamente independentes. Cadeias concorrentes fabricam produtos substitutos, por exemplo: cadeia de calçados de couro e cadeia de calçados de materiais sintéticos, manilhas de concreto e manilhas de cerâmica.

O entrelaçamento de cadeias é comum. Muitas cadeias se repartem e outras se juntam. Mas não há porque presumir que a teia de cadeias produtivas se espalhe, de maneira uniforme, sobre a estrutura econômica. Ao contrário, as cadeias de uma economia nacional podem ser agregadas em conjuntos, ou blocos, de forma que o valor médio das compras e vendas entre os setores constituintes de um bloco seja maior do que o valor médio das compras e vendas destes mesmos setores com os

setores de outros blocos. Os blocos assim formados são denominados **complexos industriais**, [grifo nosso]. (DANTAS, KERTSNETZKY e PROCHNIK, 2002, p. 37).

Dantas, Kertsnetzky e Prochnik, mencionam a existência de três formas de concorrência entre cadeias:

- ✓ 1ª - concorrência entre empresas de uma mesma indústria;
- ✓ 2ª - concorrência entre indústrias de uma cadeia – em cada cadeia, as empresas de uma indústria competem contra as empresas das demais por uma maior parcela do valor adicionado;
- ✓ 3ª - concorrência entre diferentes cadeias – envolve duas ou mais cadeias, implicando na análise da disputa entre diferentes indústrias motrizes, onde as empresas das demais indústrias passam a depender dos resultados da competição entre as indústrias finais, ocorrendo o confronto entre as cadeias produtivas.

Nota-se, segundo os autores, a coexistência de competição e cooperação.

As empresas de uma indústria competem entre si, mas têm interesses comuns frente às empresas das outras indústrias. As indústrias de uma cadeia, por sua vez, apesar de competirem entre si, são solidárias na disputa com outras cadeias, como mostra o debate sobre o uso do cimento ou do aço na construção civil. (DANTAS, KERTSNETZKY E PROCHNIK, 2002, p. 39).

A metodologia de delimitação de cadeias produtivas e complexos industriais utilizada por Haguenauer e Prochnik (2000), em seu trabalho sobre a “Identificação de cadeias produtivas e oportunidades de investimento no Nordeste”, compartilha uma estrutura conceitual similar à da abordagem de Dantas, Kertsnetzky e Prochnik (2002), integrando uma outra vertente da análise econômica, o estudo de *clusters* ou agrupamentos de empresas. À diferença da abordagem que tem como foco de análise a concorrência entre empresas de um setor econômico, o estudo de agrupamentos, segundo os autores, visa estudar as formas de concorrência e cooperação que ocorrem em um conjunto de setores.

A análise de uma cadeia produtiva possibilita uma visão integrada de setores que trabalham de forma interrelacionada. Ao trabalhar em um nível intersetorial, a



análise de agrupamentos dá especial relevância às diferentes formas de interdependência entre os setores. (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 21).

Da citação anterior, se pode depreender, que para os autores os agrupamentos contém uma determinada quantidade de cadeias produtivas, de distinta tipologia e diferenciados padrões de qualidade.

Neste sentido, Prochnik afirma que “[...] em um nível mais agregado e geograficamente localizado, distritos industriais e pólos industriais são, na prática, aglomerações urbanas e conjuntos de instituições em torno de uma cadeia produtiva [...]” (PROCHNIK, 2001, p.6).

Originada nos trabalhos franceses de *filière*, a exemplo do de B. Bellon (*La filière de production: um concept de crise*, 1983), a pesquisa sobre cadeias produtivas e agrupamentos de empresas experimentou um expressivo impulso nos anos 1990. Embora comentando sobre uma forte sobreposição de metodologias, Haguenauer e Prochnik (2000) distinguem duas fontes distintas para esse novo dinamismo da investigação científica sobre o tema: os estudos sobre os distritos industriais da Itália e a abordagem dos sistemas nacionais de inovação, citando ainda o que eles consideram uma metodologia relativamente simples de análise intersetorial, o modelo do diamante de Michael Porter. Resultou deste esforço de pesquisa, segundo os autores, uma série de técnicas de análise voltadas para o entendimento da estrutura e do comportamento de grupos de empresas e setores, as quais podem ser resumidas conforme a classificação apresentada no (Quadro 2.1).

| NÍVEL DE ANÁLISE                | CONCEITO DE AGRUPAMENTO  | FOCO DA ANÁLISE   |
|---------------------------------|--|---|
| Nível nacional (macro)          | Ligações de grupos de indústrias na economia como um todo  | Padrões de especialização de uma economia nacional/regional   |
| Nível do setor econômico (meso) | Ligações intra e interindústrias em diferentes estágios da cadeia de produção de produtos finais similares | Benchmark de indústrias<br>Análise de competitividade<br>Oportunidade de investimentos<br>Geração de inovações, difusão e transferência de tecnologia |
| Nível de empresa (micro)        | Fornecedores especializados em volta de uma ou mais empresas-chave (ligações entre firmas)                 | Desenvolvimento estratégico de negócios<br>Análise e gerência de cadeias<br>Desenvolvimento de projetos de inovação colaborativos                     |

**Quadro 2.1 Técnicas de Estudo de Agrupamentos em Diferentes Níveis de Análise**

Fonte: Roetlandt e Hertog, 1999, *apud* Haguenauer e Prochnik, 2000, p. 22.

Em uma primeira aproximação, Haguenauer e Prochnik conceituam cadeia produtiva como sendo

[...] uma seqüência de setores econômicos, unidos entre si por relações significativas de compra e venda. Há uma divisão do trabalho entre estes setores, cada um realizando uma etapa do processo de transformação. [...] Um complexo industrial, por sua vez, é um conjunto de cadeias. Assim, **as cadeias produtivas são partes dos complexos industriais** [agrupamentos ou clusters], [grifo nosso]. (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 22-23).

Diante deste posicionamento, se pode inferir que, para Haguenauer e Prochnik, o conceito de complexo industrial é equivalente ao conceito de *cluster*, pois ele é constituído por uma série de cadeias produtivas, do mesmo modo que os agrupamentos (*clusters*). Seguindo com a análise de Haguenauer e Prochnik, os mesmos comentam que na prática, mesmo que marginalmente,

[...] todos os setores fazem algum tipo de transação econômica com todos os setores existentes (incluindo as transações intrasetoriais). Assim, qualquer método de delimitação de *clusters*, em geral, ou cadeias e complexos industriais, em particular, **tem algum grau de arbitrariedade, na decisão de qual é o ponto de corte, isto é, na definição do que são relações significativas, fortes e fracas, entre setores**, [grifo nosso]. (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 23).

A noção de cadeia produtiva, continuam os autores, é utilizada sem muito rigor. “No âmbito industrial, uma cadeia tem o significado de uma seqüência de etapas sucessivas pela qual passam e vão sendo transformados os diversos materiais [...]” (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 25).

Em uma cadeia produtiva, entre cada dois mercados pode estar uma indústria, ou parte de uma indústria. Indústria aqui, conforme os autores, entendida como um conjunto de estabelecimentos produtivos que produz o mesmo bem ou bens similares entre si, estabelecimentos esses que concorrem uns com os outros. Em um conceito mais restrito, uma indústria pode ser considerada como o conjunto de produtores que atendem o mesmo mercado. “Duas ou mais indústrias são concorrentes quando suas fábricas produzem para o

mesmo mercado e usam [...] insumos substancialmente diferentes ou em proporções desiguais [...]” (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 25).

Esta definição dos autores, estabelece uma correspondência entre indústrias e cadeias produtivas, desde que, produtos substitutos, fabricados com tecnologias diferentes, originam-se de indústrias diversas.

Embora a noção de indústrias concorrentes auxilie a precisar as cadeias produtivas, persiste, na visão dos autores, o problema de especificação das cadeias.

Estas, em geral, entre seu início, na extração de matérias-primas, até o seu final, em setores cujo destino preponderante das vendas é a demanda final, freqüentemente se unem a outras [cadeias] ou se bifurcam abrindo o leque de percursos possíveis. [...] Devido a estas frequentes uniões e bifurcações relevantes, é mais apropriado usar o termo para designar segmentos de cadeias produtivas. [...] A segmentação pode ser vertical ou ao longo da cadeia [neste caso] marca-se um início ou um fim arbitrários para a cadeia. [...] Também se pode fazer uma segmentação longitudinal [quando subdividi-se uma cadeia principal em várias cadeias paralelas]. [...] o que interessa para a delimitação empírica das cadeias produtivas é o grau de agregação dos dados. A delimitação depende dos dados disponíveis – matrizes de transações intersetoriais mais desagregadas ou menos – e dos objetivos da análise que se pretende realizar. (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 26).

A definição anterior de indústria, de acordo com Haguenauer e Prochnik, permite a inclusão do mercado como elo de articulação entre as indústrias. “A intensidade da relação entre duas indústrias, uma como vendedora e outra como compradora, é medida pelo volume de negócios realizado no mercado entre as duas [...]” (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 27).

Já a noção de cadeia produtiva associa-se à noção de processo produtivo, formando uma rede de interligações complexas. Algumas cadeias se unem enquanto outras se subdividem, com seus ramos indo em diversas direções.

Não há porque supor que esta trama de relacionamentos se espalha uniformemente por toda a economia. Ao contrário, observa-se a existência de conjuntos de indústrias fortemente articuladas entre si e que mantêm fraca ligação com as demais indústrias. Estes conjuntos são definidos como as cadeias produtivas ou complexos

industriais. Eles surgem a partir do reatamento dos segmentos que compõem cadeias produtivas interligadas. (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 28).

Neste sentido, a articulação do mercado define um espaço novo – mais amplo do que a indústria, mais amplo mesmo que a cadeia produtiva. O complexo industrial é exatamente este espaço novo, criado a partir da articulação do mercado. [... Assim,] um complexo industrial [caracteriza-se] como um conjunto de indústrias que se articulam de forma direta ou mediatizada, a partir de relações significativas de compra e venda de mercadorias a serem posteriormente reincorporadas e transformadas no processo de produção. (HAGUENAUER *et al*, 1984, *apud* HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 28-29).

A análise de cadeias e complexos, de acordo com os autores, destaca os vínculos de interdependência entre empresas de setores diferentes. Neste sentido, se pode constatar que o conceito de cadeia produtiva apresenta estreita relação com a propensão ao investimento.

Em um mesmo espaço econômico, ou região, as indústrias existentes formam mercados para a possível instalação de empresas fornecedoras de matérias-primas. Assim como este ‘efeito para trás’, também é relevante o ‘efeito para frente’, isto é, os produtos das indústrias existentes constituem as matérias-primas para o investimento de empresas situadas à jusante das cadeias produtivas. [...] A disponibilidade de mercado e/ou matérias-primas é apenas uma parte da questão. Tão ou mais importantes são os vínculos técnicos e econômicos entre os setores e os impulsos que decisões em uma indústria ou expectativas sobre comportamento futuro acarretam sobre as demais. (HAGUENAUER e PROCHNIK, 2000, p. 30-31).

Na ótica adotada pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC, no seu programa Fórum de Competitividade, cadeia produtiva é “o conjunto de atividades que se articulam progressivamente desde os insumos básicos até o produto final, incluindo distribuição e comercialização, constituindo-se em elos de uma corrente [...]” (MDIC, 2002, p.2).

Para o MDIC, entre outras possibilidades, o uso do conceito de cadeia produtiva permite:

- ✓ visualizar a cadeia de modo integral;
- ✓ identificar debilidades e potencialidades nos elos;
- ✓ motivar articulação solidária dos elos;
- ✓ identificar gargalos, elos faltantes e estrangulamentos;

- ✓ identificar os elos dinâmicos, em adição à compreensão dos mercados, que trazem movimento às transações na cadeia produtiva.

No âmbito da economia nacional, as possibilidades acima revestem-se de estratégica importância para o planejamento das articulações intersetoriais, tendo em vista o nível de competitividade do país no contexto mundial, desde quando, conforme o MDIC, a competição internacional se faz entre cadeias.

Há uma série de outras questões econômicas relevantes que, segundo Prochnik (2001), estão diretamente associadas à composição e estruturação das cadeias produtivas, por exemplo: formação de preços, custos de transação e coordenação de investimentos.

Já para Albagli e Brito (2003), cadeia produtiva é

o encadeamento de atividades econômicas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos, incluindo desde as matérias-primas, máquinas e equipamentos, produtos intermediários até os finais, sua distribuição e comercialização. Resulta de e implica em crescente divisão de trabalho, na qual cada agente ou conjunto de agentes especializa-se em etapas distintas do processo produtivo. Uma cadeia produtiva pode ser de âmbito local, regional, nacional ou mundial. (ALBAGLI e BRITTO, 2003, p. 8).

As cadeias produtivas, segundo Albagli e Britto, podem ser identificadas a partir da análise de relações interindustriais expressas em matrizes insumo-produto, a partir da análise das transações de compra e venda entre fornecedores e compradores de um determinado ramo industrial.

Para Albagli e Britto (2003), “um arranjo produtivo local” (conceito que será explicitado no item 2.4 deste capítulo) pode conter uma cadeia produtiva estruturada localmente ou fazer parte de uma cadeia produtiva de maior abrangência espacial, de âmbito nacional ou mundial, desde quando, com a globalização, identifica-se uma maior dispersão espacial das cadeias produtivas.

Cadeia de valor, cadeias de suprimentos e cadeias produtivas globais, são conceitos similares ou distintos? Referem-se a configurações semelhantes de processos e sistemas produtivos? Carvalho e Laurindo (2003), indicam como uma fonte de confusão conceitual sobre esses termos o fato de estudiosos e autores pertencentes a diferentes áreas do conhecimento abordarem o mesmo tema: a ligação dos vários elos de uma cadeia, desde os insumos de produção até a comercialização final em mercados globais.

O conceito de cadeia de valor referenciado por Carvalho e Laurindo, é tomado de acordo com a formulação de Michael Porter, a qual já foi apresentada no item 2.2 deste capítulo. Resumidamente, a “cadeia de valor” (*value chain*) compreende o conjunto das atividades tecnológicas e economicamente distintas que a empresa utiliza na realização dos seus negócios, com cada uma dessas atividades se constituindo em uma atividade de valor. Uma ampliação deste conceito corresponderia à noção de “sistema de valor”, ou seja, contemplando as cadeias de valor de uma indústria, desde os fornecedores até o consumidor final. Para Carvalho e Laurindo, o conceito de cadeia de valor, na abordagem porteriana, está contido nas fronteiras da organização, enquanto que o conceito de sistema de valor é o que mais se aproxima dos conceitos de cadeias de suprimentos e cadeias produtivas.

O conceito de cadeia de suprimentos, mais utilizado por pesquisadores da área de logística, consiste no “conjunto de todas as atividades relativas ao fluxo físico e ao processo de transformação de produtos, desde o estágio original da matéria-prima (natureza) até o usuário final (consumidor), assim como o fluxo das informações relativas” (BOWERSOX e CLOSS, 2001, *apud* CARVALHO e LAURINDO, 2003, p. 112).

Segundo Carvalho e Laurindo, embora este conceito tenha alguma semelhança com o de sistema de valor, na cadeia de suprimentos não existe uma preocupação em diferenciar a atividade-meio e a atividade-fim, pois o que se enfatiza é o processo logístico.

Já o conceito de cadeias produtivas globais caracteriza-se pela “produção e comercialização de mercadorias, envolvendo a tomada de decisões estratégicas e a formação de cadeias internacionais de suprimentos” (GEREFFI, 1994, *apud* CARVALHO e LAURINDO, 2003, p. 114).

As cadeias produtivas globais, de acordo com Gereffi, citado por Carvalho e Laurindo (2003), apresentam-se em dois formatos básicos: as **dirigidas pelo produtor (*producer-driven chain*)**, nas quais os ativos-chave são de caráter produtivo, permitindo a grandes indústrias coordenarem redes internacionais e utilizarem intensivamente capital e tecnologia, a exemplo da indústria automotiva e da aviação; e as **dirigidas pelo comprador (*buyer-driven chain*)**, onde os ativos-chave são de natureza comercial, como marcas ou canais de comercialização e distribuição.

Os coordenadores desse tipo de cadeia são grandes varejistas, *designers* e redes de exportadores (*trading networks*), que controlam como, quando e aonde a produção irá acontecer e qual parcela de lucro deve ser auferida a cada estágio da cadeia, apesar de não possuírem nenhum aparato produtivo. Essas cadeias geralmente envolvem fornecedores do Terceiro Mundo, tais como [os de] calçados e brinquedos. (GEREFFI, 1999, *apud* CARVALHO e LAURINDO, 2003, p. 114).

Carvalho e Laurindo, citando ainda Gereffi, comentam sobre o aparecimento de uma nova configuração de cadeia, denominada de *internet-oriented chain*, ou, cadeias produtivas dirigidas pela **Internet**.

Na década de 1990, a economia mundial, segundo Dall’Acqua, se caracterizou por substanciais mudanças na natureza das atividades industriais, com a demanda por produtos passando a ser atendida no cenário de uma economia mundial integrada. Nesse contexto, as cadeias produtivas também passaram por mudanças conceituais.

Cadeias produtivas são, assim, formadas pelas ligações intersetoriais; e, a maior importância de seu efeito será função da riqueza do conjunto dessas relações. Maior distribuição de renda e maior desenvolvimento serão resultados do maior adensamento das cadeias [que pode ser propiciado pela introdução da demanda por

turismo], com multiplicação e diversificação das atividades e estrutura de consumo. Diferentes tipos de cadeias produtivas geram diferentes efeitos multiplicadores no circuito regional [...]. (DALL'ACQUA, 2003, p. 82).

As cadeias podem ser entendidas, conforme Dall'Acqua, como a síntese da atividade econômica, correspondendo ao conjunto de distribuição de insumos, processo, produtos e comercialização de produtos.

Referindo-se à abordagem de Porter sobre as cadeias produtivas a autora a qualifica como sendo de natureza “[micro]econômica, empresarial e de caráter estratégico” (DALL'ACQUA, 2003, p.90).

Mais recentemente, a formação de cadeias produtivas tem sido abordada, de acordo com Dall'Acqua, a partir de três principais enfoques conceituais: uma **abordagem técnico-organizacional** centrada na idéia do *Just-in-Time*; uma **análise de caráter microeconômico** baseada nos **custos de transação**; e uma análise envolvendo as **questões de poder**.

[...] as cadeias globais de produção têm as seguintes dimensões: a) **uma estrutura de input-output**, isto é, um conjunto de produtos e serviços ligados numa seqüência de atividades, que adicionam valor econômico; b) **territorialidade**, isto é, a dispersão ou concentração espacial da produção e de redes de marketing, compreendendo empresas de diferentes tamanhos e tipos; e c) **estrutura de comando**, isto é, as relações de poder e autoridade que determinam como os recursos financeiros, materiais e humanos são alocados num fluxo dentro de uma cadeia, [grifo nosso]. (GEREFFI, 1997, *apud* DALL'ACQUA, 2003, p. 94).

A dimensão de territorialidade das cadeias globais assume destaque na análise de Dall'Acqua, com a autora tomando como referência o conceito de território explicitado por Milton Santos, para quem,

[...] a noção de território, na atualidade, transcende a idéia apenas geográfica de espaços contíguos vizinhos que caracterizam uma região, para a noção de rede, formada por pontos distantes uns dos outros, ligados por todas as formas e processos sociais; o espaço econômico, nesse sentido, é organizado hierarquicamente, como resultado da tendência à racionalização das atividades e se faz sob um comando que tende a ser concentrado em cidades mundiais (onde a tecnologia da informação



desempenha um papel relevante) e por suas bases em territórios globais diversos. (SANTOS, 1994, apud DALL'ACQUA, 2003, p. 81).

Cadeia produtiva ou *filière*, na abordagem de Pires (2001, p. 75), corresponde a “[...] um conjunto articulado de atividades econômicas integradas como consequência da relação em termos de mercados, tecnologia, organização e capitais [...]”.

Uma cadeia produtiva, segundo Pires, pode ser visualizada sob três enfoque complementares:

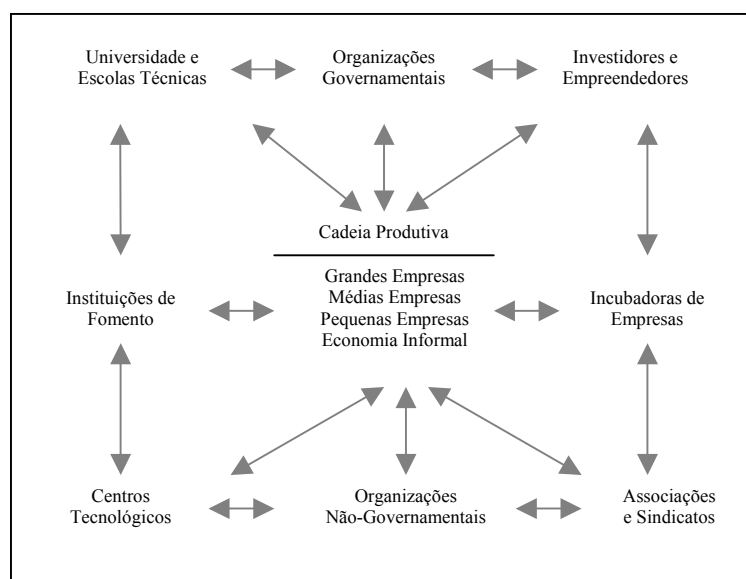
- ✓ como uma sucessão de operações de transformação dissociáveis, capazes de serem separadas ou ligadas entre si por um encadeamento técnico;
- ✓ como um conjunto de relações comerciais e financeiras que estabelecem um fluxo de trocas, de montante a jusante, entre todos os estados de transformação e entre fornecedores e clientes; e
- ✓ como um conjunto de ações econômicas que regulam a valorização dos meios de produção e asseguram a articulação das operações.

Para o conhecimento da estrutura de uma cadeia produtiva deve-se, conforme Pires, partir da identificação do produto acabado e seguir o encadeamento, de jusante a montante, das operações técnicas, comerciais e logísticas necessárias à sua obtenção, ou seja, se vai do mercado final do produto acabado em direção aos insumos que lhe deram origem. Este tipo de análise corresponde ao estudo dos efeitos de encadeamento para trás, segundo formulação pioneira de Albert Hirschman.

A análise de uma cadeia produtiva, de acordo com Pires, caracteriza-se por ser de natureza meso competitiva, desde quando aborda os diferentes elos do tecido institucional regional que apresentam algum tipo de vinculação com a cadeia analisada, como pode ser visualizado na (Figura 2.2, p. 178).

Justificando sua afirmação, Pires indica que a mesoanálise visa preencher a lacuna existente entre a análise microeconômica e a análise macroeconômica. Enquanto a primeira estuda o comportamento individual dos agentes econômicos, unidades familiares e empresas, abstraindo um modelo explicativo do comportamento do todo e a segunda busca explicar o

funcionamento das partes com base no funcionamento do todo, nos grandes agregados econômicos, a abordagem mesoanalítica possibilita equacionar-se tanto os problemas referenciados ao processo de concorrência e às opções estratégicas das empresas como os que dizem respeito ao processo distributivo entre os agentes econômicos.



**Figura 2.2 Composição Típica do Tecido Institucional**

Fonte: Pires, 2001, p. 77.

A análise de cadeias produtivas propicia, portanto, conforme Pires, a criação de um espaço mesoanalítico que favorece a compreensão da dinâmica dos segmentos econômicos, numa perspectiva sistêmica relacionada com o desenvolvimento regional (Quadro 2.2, p. 179).

Pires (2001), distingue dois níveis de cadeias, a cadeia principal, onde as atividades são diretamente vinculadas ao objetivo central da cadeia e as cadeias auxiliares, que realizam atividades de suporte e são indiretamente ligadas ao objetivo central da cadeia principal.

Pires também comenta que existem dois tipos de leitura das inter-relações de uma cadeia produtiva regional, a leitura técnica e a leitura econômica. A leitura técnica permite identificar as operações elementares de produção, ou de transformação de insumos, e suas seqüências lógicas de encadeamento, do início ao fim da cadeia. Já a leitura econômica analisa as relações que se originam da inserção de transformações intermediárias de natureza comercial

na estrutura técnica da cadeia, devido à existência de produtos com valores de troca, em cada estágio do processo de transformação de insumos, que são negociados em mercados específicos.

[...] o maior benefício do estudo de uma cadeia produtiva é a possibilidade de ampliação da compreensão do contexto onde as empresas estão inseridas, fazendo com que as mesmas caminhem no sentido de ter uma visão sistêmica de sua competitividade. No momento em que os atores regionais começam a perceber as inter-relações existentes entre os diferentes elos da cadeia produtiva, os seus “gargalos” começam a ficar mais claros, isto é, os pontos de estrangulamento da competitividade regional e das próprias empresas, onde esforços conjuntos podem produzir ganhos para todos os envolvidos. (PIRES, 2001, p. 80).

|   |  |
|---|--|
| × | <b>Nível Macro Competitivo</b>                                 |
| × | Mercado  |
| × | População  |
| × | Infra-estrutura  |
| × | Investimentos  |
| × | Governo  |
| × | <b>Nível Meso Competitivo</b>                                  |
| × | Relação entre empresas da cadeia produtiva                     |
| × | Relação entre empresas da cadeia e a estrutura de fornecimento |
| × | Relação entre empresas da cadeia e o mercado                   |
| × | Relação entre empresas da cadeia e as instituições de apoio    |
| × | Competitividade da cadeia                                      |
| × | <b>Nível Micro Competitivo</b>                                 |
| × | Gestão   |
| × | Recursos Humanos   |
| × | Capital e Informação   |
| × | Tecnologia   |
| × | Operações  |

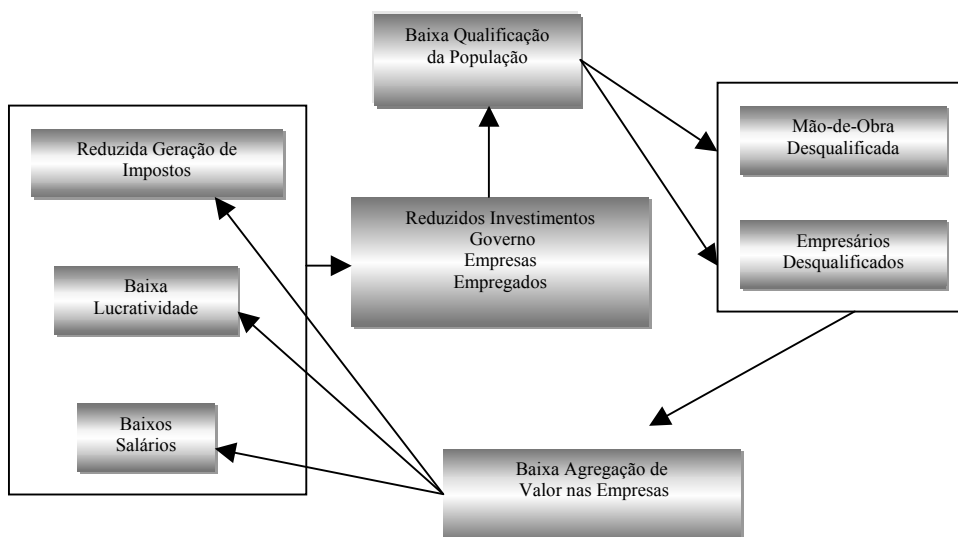
**Quadro 2.2 Níveis e Critérios de Análise do Perfil Competitivo Regional**

Fonte: Pires, 2001, p. 106.

Dentro dessa concepção sistêmica da competitividade regional, configura-se um ciclo de causalidade, o qual, no caso de ser negativo e não havendo uma ação conjunta dos atores envolvidos que possibilite sua ruptura, refletirá na conformação de regiões atrasadas e não competitivas.

A este respeito, Pires coloca que o sistema como um todo é um problema a ser compartilhado por toda a comunidade regional, porém, nas regiões que não conseguem romper o ciclo de

causalidade, a percepção dos atores ocorre de forma particularizada, corporativa e não integrada. Apresenta-se na (Figura 2.3) o esquema do ciclo de causalidade, na visão do autor.



**Figura 2.3 Ciclo de Causalidade**

Fonte: Pires, 2001, p. 26

Os empresários percebem apenas um dos ângulos deste sistema, a questão da qualificação da mão-de-obra, mas como não possuem um mercado exigente e capital disponível (baixa lucratividade), não realizam os investimentos necessários para a sua qualificação. Já o governo percebe o sistema do prisma das deficiências de formação e qualificação de sua população. Tenta melhorar a infra-estrutura de educação e as instituições de apoio competitivo, no entanto, não possui recursos para investimentos em virtude da baixa arrecadação. Desta forma, o problema é comum [e circular], mas cada grupo de atores tenta resolvê-lo através de uma ação limitada e isolada, partindo de uma percepção fragmentada do mesmo, quando a ação conjunta poderia ser muito mais efetiva. (PIRES, 2001, p. 27).

O ciclo de causalidade acima abordado por Pires, encontra sua base conceitual na teoria sobre o “círculo vicioso da pobreza”, conforme formulação de Ragnar Nurkse em sua obra *Some aspects of capital accumulation in under-developed countries* (1952). Para as referências que se efetua em seguida sobre esta teoria, se recorreu à edição brasileira do livro de Nurkse, de 1957.

Implica ele [o círculo vicioso da pobreza] numa constelação circular de forças, tendendo a agir e reagir uma sobre a outra de tal modo a conservar um país pobre em estado de pobreza. Não é difícil imaginar exemplos típicos destas constelações

circulares: um homem pobre não tem o bastante para comer; sendo subalimentado, sua saúde é fraca; sendo fisicamente fraco, sua capacidade de trabalho é baixa, o que significa que ele é pobre, o que, por sua vez, quer dizer que não tem o bastante para comer; e assim por diante. Tal situação, transposta para o plano mais largo de um país, pode ser resumida nesta proposição simplória: um país é pobre porque é pobre. (NURKSE, 1957, p. 7-8).

As mais importantes destas relações circulares para Nurkse, são as que dificultam a acumulação de capital em países economicamente atrasados. As relações circulares determinantes de problemas de acumulação de capital nos países pobres existem tanto do lado da oferta quanto do lado da procura, haja vista que a oferta de capital é determinada pela habilidade e propensão a poupar, e sua demanda pelos incentivos a investir, aspectos esses pouco dinâmicos e estruturalmente comprometidos nesses países. Essas relações circulares podem ser descritas conforme as seqüências abaixo, nas palavras do próprio Nurkse:

Do lado da oferta, há pequena capacidade de poupar, resultante do baixo nível da renda real. A renda real baixa é o reflexo da baixa produtividade, que, por sua vez, é devida em grande parte à falta de capital. A falta de capital é o resultado da pequena capacidade de poupar e, assim, o círculo se completa.

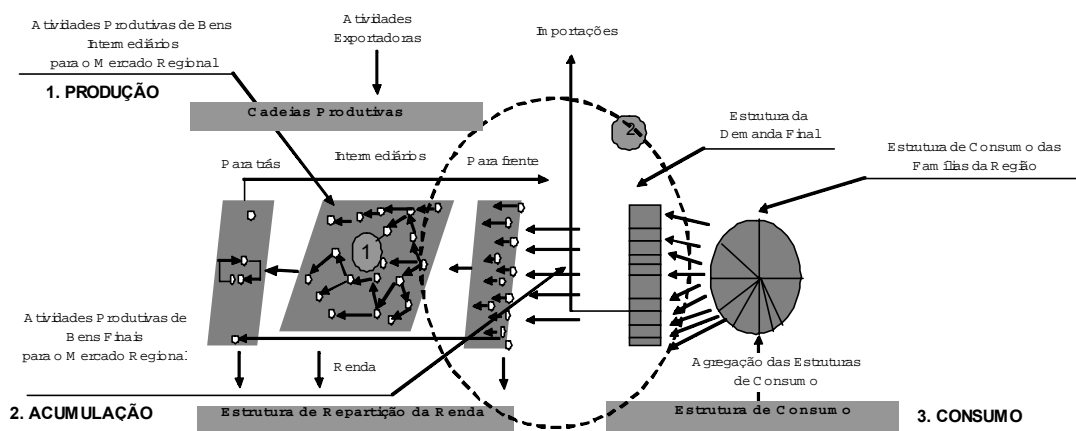
Do lado da procura, pode o estímulo para investir ser baixo em virtude do pequeno poder de compra da população, conseqüência de reduzida renda real, o que também ocorre por causa de baixa produtividade. Entretanto, o baixo nível de produtividade é conseqüência do modesto montante de capital aplicado na produção, que pode ser, por sua vez, causado, ao menos parcialmente, pelo pequeno estímulo para investir.

O ponto comum em ambos os círculos é o baixo nível de renda, refletindo baixa produtividade. (NURKSE, 1957, p. 8).

Com base nas abordagens de Pires e Nurkse, constata-se que a verificação dessas relações circulares em países em desenvolvimento, afeta o desempenho de todas as atividades que integram a economia desses países, embora não com a mesma intensidade e de forma linear. Baixos investimentos em qualificação de recursos humanos e em inovações tecnológicas resultam em ineficiência no suprimento de capital humano e social e na falta de conhecimentos e habilidades que possibilitem a capacidade de absorção ou adequação de novas tecnologias, o que irá influir na condição de competitividade desses países.

## 2.4. Outras abordagens para o conceito de agrupamentos ou *clusters*

A teoria clássica, segundo Dall'Acqua (2003), explica o êxito dos países em setores específicos, com base nos fatores de produção tradicionais – terra, mão-de-obra e recursos naturais, através dos quais eles conquistam vantagens comparativas nesses setores, utilizando de modo intensivo aqueles fatores que possuem em abundância. As vantagens comparativas, portanto, referem-se aos custos e à disponibilidade de insumos, cujo esquema original de Perrin (*Le développement regional*, 1974), reproduzido por Dall'Acqua, (Figuras 2.4 e 2.5, p. 183) demonstra as transações econômicas de produção, consumo e acumulação e os respectivos fluxos que são gerados: o fluxo formado pelas **ligações intersetoriais** no cerne das cadeias produtivas; o fluxo formado pela **estrutura de consumo** das famílias na região; e o fluxo formado em função da **distribuição de renda** na região.



**Figura 2.4 Diagrama Estrutural de um Circuito Regional de Produção**

Fonte: Perrin, 1974, *apud* Dall'Acqua, p. 69.

Notas:

→ Indicam as ligações (expressas em termos de renda monetária).

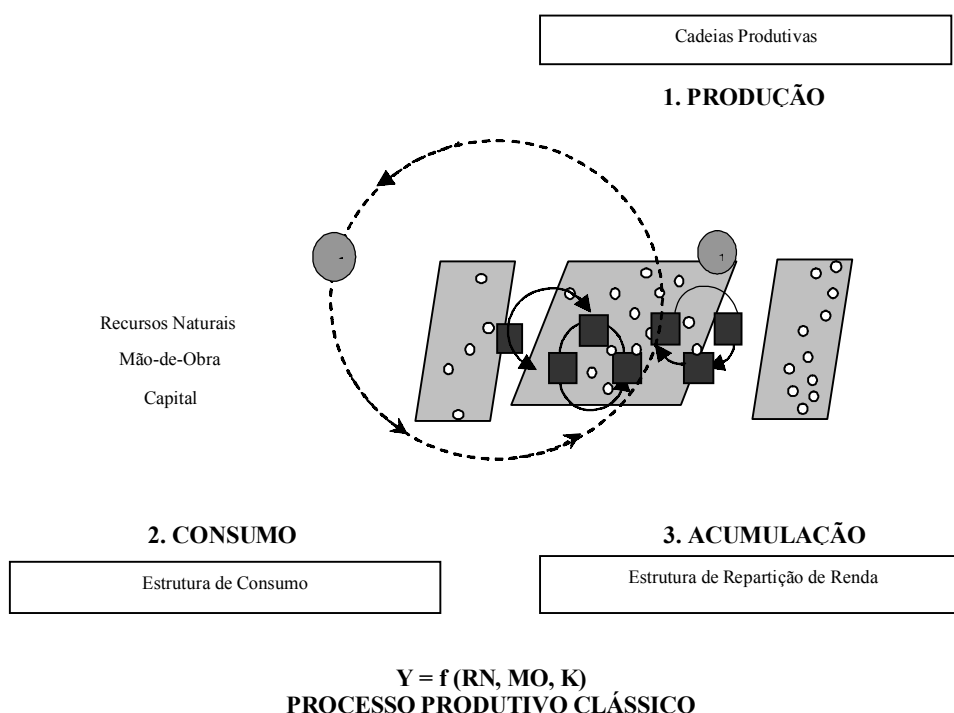
○ Indicam os estabelecimentos (ou grupos de estabelecimentos).

A estrutura global fechada do encadeamento das ligações (com exceção das importações e exportações) é a expressão do fenômeno de circuito regional.

1. Fluxo formado pelas ligações intersetoriais e a importância de seu efeito será função da riqueza do conjunto dessas ligações.
2. Fluxo formado pela estrutura de consumo das famílias na região, em ligação com a distribuição de renda na região, chamado *circuito regional*.

Assim, registra-se o conceito de circuito regional, constituído pelas estruturas de consumo das famílias na região ligadas com a estrutura de distribuição da renda, que por sua vez deriva do aparelho produtor de bens finais para o mercado regional. [...] No centro do aparelho produtor estão presentes os diferentes tipos de cadeias de

produção e seus efeitos, para frente e para trás – ou a jusante e a montante, da atividade produtiva. [...] Sendo o consumo função da renda, maior renda, maior disponibilidade de poupança/investimento, implicando em maior diversificação da estrutura de consumo. Diferentes tipos de cadeias produtivas geram diferentes efeitos multiplicadores no circuito regional. [...] A força e a intensidade do desenvolvimento regional estão [...] nas ligações intermediárias, pelo adensamento das atividades produtivas de bens intermediários para o Mercado Regional, cujo fluxo é formado pelas ligações intersetoriais [...]. (DALL'ACQUA, 2003, p. 68).



**Figura 2.5 A Estrutura Básica dos Circuitos de Produção: Vantagens Comparativas referem-se aos Custos e à Disponibilidade de Insumos**

Fonte: Perrin, 1974, *apud* Dall'Acqua, 2003, p. 49.

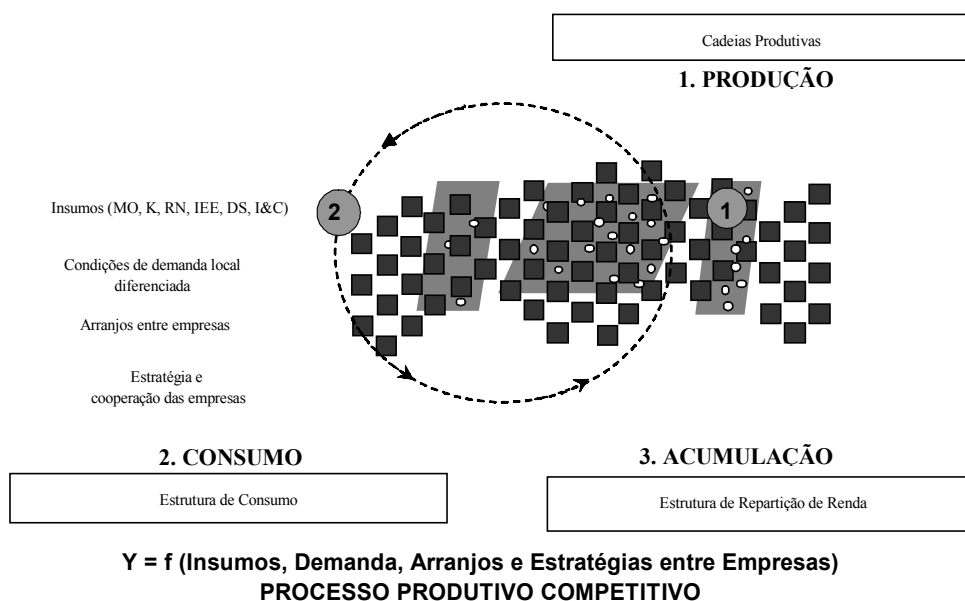
A autora considera que vantagem comparativa não é vantagem competitiva, analisando que,

[...] países com baixos custos de mão-de-obra possuem vantagem comparativa. Mas, muitos desses países, na realidade, mantiveram suas nações em ciclos de pobreza e desenvolvimento lento. Suas vantagens não constituíram força motora suficiente para o crescimento. Muito embora a vantagem comparativa não conduza à vantagem competitiva, ela pode ser a base na qual se constrói a vantagem competitiva. Competitividade é um processo contínuo de inovação, crescimento e agregação de valor às atividades [envolvendo a criação de capacidade e qualidade distintivas da concorrência, implicando um menor custo de produção]. (DALL'ACQUA, 2003, p. 50).

Nessa perspectiva, Dall'Acqua alarga o conceito de fatores de produção utilizado na noção de circuito regional elaborada por Perrin, incorporando as idéias emanadas da concepção do diamante e das forças competitivas de Michael Porter, resultando na substituição de fatores de produção tradutores de vantagens comparativas, por novos fatores significativos de vantagens competitivas, como pode ser visto na (Figura 2.6, p. 185), transportando as relações entre os diferentes tipos de cadeias produtivas, no modelo de Perrin, para o contexto mais ampliado das relações nos e entre os agrupamentos econômicos ou *clusters*, no modelo por ela modificado, inspirado nos preceitos porterianos.

Os *insumos de fatores* abrangem os ativos tangíveis (como a infra-estrutura física), a informação, os sistemas legais e institucionais; o contexto para a *estratégia e a rivalidade das empresas*, regras, incentivos e costumes que determinam o tipo e a intensidade da rivalidade local, ou seja, o dinamismo do mercado; as *condições de demanda* no mercado: o progresso exige o desenvolvimento de mercados internos cada vez mais exigentes, com a presença ou a emergência de clientes locais sofisticados; e, por fim, os diferentes *arranjos entre empresas*, tais como os aglomerados ou *clusters*, unindo setores correlatos e de apoio, influenciando a competição de três maneiras amplas: primeiro, pelo aumento da produtividade das empresas ou setores componentes; segundo, pela elevação da produtividade [do aglomerado]; terceiro, pelo estímulo à formação de novas empresas, que reforçam a inovação e ampliam o aglomerado [grifo da autora], (DALL'ACQUA, 2003, p. 79).





**Figura 2. 6 Novos Fatores que Condiçãoam Circuitos Regionais e Competitivos**

Fonte: Dall'Acqua, 2003, p. 78. (Adaptado da estrutura proposta por Perrin, 1974, com alteração dos fatores).

A escolha de uma composição adequada de indústrias possíveis de serem implementadas em uma determinada área é um dos problemas cruciais no âmbito da economia regional, sendo um dos principais critérios utilizados a magnitude dos multiplicadores das atividades a serem geradas localmente. Segundo Ablas e Czamanski (1982), os investimentos que se destinarem a gerar novas atividades devem ser canalizados para pontos-chave na estrutura produtiva, onde os efeitos secundários sejam significativos.

Os multiplicadores gerados numa economia regional pela introdução de novas atividades estão intimamente relacionados com a existência de vazamentos, ou com a extensão de que esta economia é fechada em termos de magnitude e caráter dos fluxos inter-regionais. Assim, sob alguns pontos de vista pode parecer preferível promover a introdução de um “agrupamento” de indústrias intimamente relacionadas em regiões subdesenvolvidas ou em depressão, ao invés de atividades heterogêneas sem ligações entre elas. Além do mais, pode-se esperar [...] que um “agrupamento” ou complexo de atividades traga consigo algumas externalidades positivas, cuja ausência é traço típico de regiões deprimidas, sendo freqüentemente considerada como um importante obstáculo para o progresso. (ABLAS e CZAMANSKI, 1982, p. 209-210).

Considerando-se a heterogeneidade da composição dos agrupamentos industriais existentes, Ablas e Czamanski comentam sobre o questionamento da validade e utilidade dos verdadeiros conceitos de agrupamentos e complexos industriais como instrumento de pesquisa para a economia regional. Eles afirmam também que as várias noções envolvidas neste contexto, além de não serem uniformes causam uma grande confusão, a saber: complexo industrial, pólo de crescimento, centro de crescimento, lugar central e agrupamento industrial. Como se pode depreender dessa observação, a confusão conceitual na matéria não é um privilégio do presente, vem de longa data.

A expressão “agrupamento” é utilizada pelos autores como tradução do termo inglês *cluster*.

De forma mais específica, nas palavras dos próprios autores:

[...] **agrupamento** significa um subconjunto de indústrias presentes na economia, ligadas entre si por fluxos de bens e serviços mais fortes que aqueles que as ligam aos outros setores da economia nacional. Dessa forma, **o conceito é destituído de qualquer conotação espacial** [grifo nosso].

Um **complexo**, por outro lado, se define como um grupo de indústrias ligadas por importantes fluxos de bens e serviços, apresentando, em adição, uma similaridade significativa em seus padrões locais. Desse modo, **ênfatiza-se o aspecto espacial da concentração industrial**, [grifo nosso]. (ABLAS e CZAMANSKI, 1982, p. 212-213).

No agrupamento as indústrias são “ligadas por fortes fluxos de bens e serviços, **sem qualquer referência a sua localização espacial**” [grifo nosso], (ABLAS e CZAMANSKI, 1982, p.251).

É possível se inferir que, ao incorporar o aspecto da concentração geográfica no seu conceito de *cluster*, Michael Porter “mixou” o conceito de agrupamento com o conceito de complexo industrial, sendo este mais um aspecto que reforça o caráter abrangente e universalista da concepção porteriana da teoria dos aglomerados e das vantagens competitivas.

Anos antes de Michael Porter, Ablas e Szamanski (1982), identificaram uma forte aproximação entre o conceito de *filière* e os conceitos de agrupamento e complexo. Os autores

informam que essa abordagem foi desenvolvida na Universidade Aix-Marseille sob a direção de Perrin (1974), com os subconjuntos de indústrias pertencentes à *filière* tendo sido identificados com base nas características técnicas e com o auxílio do quadro insumo-produto nacional da França. Tendo se iniciado com uma indústria orientada para o consumidor, se identificou os setores intermediários fornecedores de insumos para esta indústria, depois os fornecedores dos fornecedores, e assim sucessivamente.

Se reportando a novas estratégias de desenvolvimento regional e local, Amaral Filho (2001), compara três conceitos, ou estratégias, que postulam a condição de ser um novo paradigma de desenvolvimento regional endógeno, que vêm sendo analisados no corpo deste trabalho: o distrito industrial, o *milieu innovateur* (ambiente inovador) e o *cluster*. Para Amaral Filho, as diferenças entre as três estratégias são muito sutis, o que dificulta sua distinção.

Uma política de investimento em capital físico ou em infra-estrutura, segundo Amaral Filho, é importante para uma economia ou região pelo fato de criar condições favoráveis à formação de aglomerações de atividades mercantis, criando externalidades para o capital privado, a exemplo de redução dos custos de transação, de produção e de transporte, de acesso a mercados, etc. Entretanto, por si só, na análise do autor, ela não é suficiente para criar um processo dinâmico de endogeneização do excedente econômico local e para atrair excedentes de outras regiões, dessa forma gerando a ampliação das atividades econômicas, da renda e do emprego.

Para que produza efeitos multiplicadores crescentes e virtuosos sobre o produto e a renda, a referida política deve estar no contexto de uma estratégia global de desenvolvimento da região, cujos mecanismos estejam administrativa, econômica e politicamente fundamentados, com o objetivo de evitar a formação de “enclaves” ou a aglomeração de indústrias desprovidas de coerência interna nas suas conexões. (AMARAL FILHO, 2001, p. 271).

As três estratégias anteriormente citadas, para se constituírem em um novo paradigma de desenvolvimento regional endógeno, devem possuir coesão, potencial e dinamismo que conduzam à realização das condicionantes acima destacadas por Amaral Filho.

Integrando a abordagem de Ablas e Czamanski (1982) com a de Amaral Filho (2001), se constata que os agrupamentos de indústrias ou de atividades econômicas, na perspectiva da teoria econômica e da teoria do desenvolvimento regional, propiciariam:

- ✓ maior aproveitamento de economias externas e criação de novas e melhoradas externalidades;
- ✓ favorecimento de economias internas com rendimentos crescentes à escala;
- ✓ direcionamento de investimentos para setores básicos e estratégicos da estrutura produtiva, alavancadores de expressivos efeitos multiplicadores;
- ✓ minimização do grau de vazamento existente na economia, ampliando a base local na utilização dos fatores de produção e na propriedade do capital;
- ✓ atração de excedentes gerados em outras regiões, pela extensão e intensificação dos fluxos inter-regionais, visando reter localmente os ganhos de produtividade da economia local;
- ✓ dinamização do desenvolvimento econômico, a nível regional e local, fomentando a prosperidade por meio da elevação da renda, da ampliação dos empregos incluindo a criação de novos e mais qualificados postos de trabalho e da melhoria do bem-estar e condições de vida da população residente.

Diferente de abordagens anteriormente analisadas neste trabalho, nas quais todo e qualquer tipo de agrupamento de indústrias e de negócios estaria inserido no “guarda-chuva” conceitual do agrupamento ou *cluster* porteriano, Amaral Filho (2001), utiliza o termo, ao lado dos conceitos de distrito industrial e ambiente inovador, qualificando-o como uma estratégia diferenciada tendo em vista o desenvolvimento regional e local.

O *cluster*, segundo Amaral Filho, é um conceito mais abrangente, não só porque incorpora vários aspectos das outras duas estratégias, mas também porque não se restringe às pequenas e médias empresas. Citando S. A. Rosenfeld (*États-Unis: les agglomérations d'entreprises*,

1996), Amaral Filho apresenta uma definição para o termo *cluster*, dada por um grupo de especialistas americanos em 1995:

[...] uma aglomeração de empresas (*cluster*) é uma concentração sobre um território geográfico delimitado de empresas interdependentes, ligadas entre si por meios ativos de transações comerciais, de diálogo e de comunicações que se beneficiam das mesmas oportunidades e enfrentam os mesmos problemas. (ROSENFELD, 1996, *apud* AMARAL FILHO, 2001, p. 275).

Amaral Filho, comentando sobre Michael Porter ter sido o autor de maior influência na composição estrutural do conceito de *cluster*, menciona um interessante fato, o de este termo só aparecer nos títulos dos seus artigos em 1998 (*Clusters and the new economics of competition*). Em *The competitive advantage of nations* (1990), Porter utiliza o termo “grupo” de empresas ou de indústrias, porém, como já dito, sem a ampliação, generalismo e ênfase da sua posterior publicação, *On competition* (1998). Isto deve se explicar, pelo sucesso por ele obtido durante a década de 1990, que o levou, ao final da mesma, a uma espécie de consolidação acadêmica e profissional de uma marca registrada, *cluster* = Michael Porter, ou seja, uma patente ideológica e de imagem no mundo competitivo dos negócios.

O conceito de *cluster*, em Porter, de certa forma, conforme Amaral Filho (2001), procura recuperar conceitos tradicionais como “pólo de crescimento” de Perroux e “efeitos concatenados” de Hirschman, notadamente na idéia de indústria-chave ou indústria-motriz, conjugada com uma cadeia de produção e adicionando o máximo de valor possível. Para Amaral Filho, a estratégia de *cluster* está mais próxima da grande produção flexível do que propriamente da pequena produção flexível.

[...] a abordagem associada ao *cluster* consegue se diferenciar tanto da visão fordista tradicional – identificada com a grande indústria de produção de massa, quanto da visão distritalista – identificada com a pequena produção flexível. Além disso, o *cluster* está mais [...] próximo da **idéia de um “modelo”**, dado assumir um **caráter mais normativo**, enquanto aqueles são mais intuitivos. O indicador claro desse aspecto é o fato de se encontrar, com frequência, na literatura sobre *cluster*, a **solução do “diamante”** proposta por Porter; uma solução forte e até certo ponto

convincente. Desse modo, o *cluster* tem a vantagem de assumir uma forma menos difusa do que outros conceitos e estratégias de desenvolvimento regional, [grifo nosso]. (AMARAL FILHO, 2001, p. 276-277).

Pelo que aqui se expôs até o momento, os indícios são de que o conceito de *cluster*, na elaboração do modelo teórico de Michael Porter, deixa margem a muita confusão quanto ao que é de fato um *cluster*, sendo recorrente a solução do diamante competitivo, de generalizada e difusa aplicação. Com o seu caráter analítico-normativo-prescritivo, o modelo do diamante se assemelha e pode ser substituído pelo da matriz de diagnóstico DAFO (*SWOT analysis*), que se presta a estudos de cenários – debilidades, ameaças, fortalezas e oportunidades.

Corroborando o pensamento que se expressa acima, Meyer-Stamer, indica que o argumento de Porter elabora os fatores determinantes de competitividade e “tem como produto o “diamante”, **instrumento extremamente útil para o diagnóstico de um determinado território [...]**” [grifo nosso], (MEYER-STAMER, 2001, p. 17).

Além do mais, pela sua visão nitidamente empresarial e microeconômica, o conceito de *cluster* não pode ser tomado como uma estratégia de desenvolvimento regional, não na amplitude preconizada por Porter.

A exemplo de outros autores, Amaral Filho (2001), reconhece que esses três conceitos ou estratégias (aqui também uma confusão, são conceitos ou são estratégias?) se fundamentam, em alguma medida, na noção de economias externas, que têm na aglomeração industrial sua fonte principal. A concentração geográfica de empresas concorrentes resulta em vantagens advindas

[...] da concentração convergente de atividades produtivas, de um fluxo de informações, da notoriedade e da reputação alcançadas pelo local ou região, pela localização concentrada de fornecedores e de clientes; pela circulação do conhecimento científico e tecnológico; etc. (AMARAL FILHO, 2001, p. 277).

Os modelos teóricos de desenvolvimento regional mais recentes consideram, conforme Amaral Filho, além das economias externas dinâmicas ou incidentais, aquelas que resultam da ação conjunta, consciente e deliberada, da comunidade local.

Uma estratégia de desenvolvimento com base nos novos paradigmas tem por objetivo munir um determinado local, ou região, de fatores locais sistêmicos capazes de criar um pólo dinâmico de crescimento com variados efeitos multiplicadores, os quais se auto-reforçam e se propagam de maneira cumulativa, transformando a região num atrator de fatores e de novas atividades econômicas. Para isso, recomenda-se a implantação ou o desenvolvimento de projetos econômicos de caráter estruturante, que envolva uma cadeia de atividades interligadas. (AMARAL FILHO, 2001, p. 278).

Amaral Filho sugere, que o turismo pode ser uma das opções que se aproximam do desenvolvimento endógeno sustentado, pelo fato de conjugar diversos elementos que são relevantes para o desenvolvimento local ou regional:

- ✓ forças socioeconômicas, institucionais e culturais locais;
- ✓ grande número de pequenas e médias empresas locais, ramificadas por diversos setores e subsetores;
- ✓ indústria limpa;
- ✓ globalização da economia local por meio do fluxo de valores e de informações nacionais e estrangeiras, sem que essa globalização crie um efeito de *trade-off* em relação ao crescimento da economia local, pelo contrário.

A atividade do turismo apresenta ainda uma outra vantagem, no entender de Amaral Filho (2001), que é a de possibilitar a transformação de “fatores dados” em “fatores dinâmicos”, diminuindo substancialmente os custos de criação e de implantação que envolvem projetos de desenvolvimento, considerando que tais projetos podem estar vinculados a uma vocação regional, a exemplo de atrativos e atividades típicas e históricas.

Se, de um lado, a concentração geográfica de atividades econômicas, concorrentes mas afins, é importante para construir um pólo econômico atrator; de outro, essa concentração deve também ser suficientemente importante para formar um sistema produtivo e transformar as empresas, as indústrias ou os setores ali localizados, ou para ali atraídos, em estruturas competitivas nacional e internacionalmente. [...] não

basta uma estratégia de desenvolvimento local buscar a criação de fatores locacionais, e com isso provocar uma aglomeração de empresas; é preciso mais, ou seja, é preciso que se crie um sistema produtivo sustentável no tempo. [...] A assimilação, por empresas locais, de normas de consumo e de produção internacionais, ao mesmo tempo em que mantém a reprodução ampliada do sistema produtivo local provoca um processo endógeno de contaminação dinâmica sobre inúmeros segmentos (concorrentes, parceiros, fornecedores, etc.) do próprio espaço geográfico. (AMARAL FILHO, 2001, p. 279).

A questão da competitividade pode ser considerada como a nova e central contribuição dos novos paradigmas de desenvolvimento regional endógeno, particularmente do modelo de *cluster*, de acordo com análise de Amaral Filho, sendo fator determinante da sustentabilidade desse desenvolvimento. O conceito de competitividade deixou de pertencer ao mundo das empresas para se incorporar ao mundo das regiões. As teorias e políticas de desenvolvimento regional requerem hoje “uma síntese que integre dois componentes: a organização econômica associada à organização setorial (principalmente o sistema industrial) e a organização territorial (principalmente o sistema regional)” (PERRIN, 1986, *apud* AMARAL FILHO, 2001, p. 280).

O ponto central do casamento entre economia espacial ou territorial e economia industrial está exatamente na questão de os fatores componentes da escala da produção de uma empresa não se encontrarem necessariamente na própria empresa, mas sim fora dela, isto é, em outras empresas – cooperadas ou subcontratadas, em outras instituições e organizações, e no próprio ambiente territorial. [...] Mais do que nunca a dependência entre rendimentos crescentes das empresas e externalidades (intrafirma, inter-firmas e territoriais) fica ainda mais reforçada. (AMARAL FILHO, 2001, p. 280).

Para Haddad, 1999, o que se busca com o desenvolvimento regional é a competitividade dinâmica, de empresas e de regiões. “É, em síntese, o melhor equilíbrio no desenvolvimento interno. [...] uma das condições necessárias ao desenvolvimento é a construção de redes, isto é, a integração de diferentes atores e atividades formando grandes agrupamentos interativos [...]” (HADDAD, 1999, p.7-8).



Haddad distingue o processo de crescimento econômico do processo de desenvolvimento regional. O primeiro processo caracteriza-se pelo fato de a localização e a implantação de novas atividades econômicas numa determinada região causar uma elevação dos seus níveis de produção, renda e emprego, num ritmo mais intenso que o do crescimento da população, o que não significará, entretanto, a ocorrência de um processo de desenvolvimento econômico, e sim, que, estará havendo, na média, um aumento na quantidade de bens e serviços para satisfazer as necessidades dos habitantes da região em questão.

Já o desenvolvimento regional, que pressupõe o crescimento econômico, dependerá, conforme Haddad (1999), seguindo formulação de Boisier, da capacidade de organização social da região, que se associa à ocorrência dos seguintes vetores endógenos e exógenos:

- um crescente processo de autonomia decisória;
- uma crescente capacidade regional de captação e reinversão do excedente econômico;
- um crescente processo de inclusão social;
- uma crescente consciência e ação ambientalista;
- uma crescente sincronia intersetorial e territorial do crescimento;
- uma crescente percepção coletiva de pertencer à região. (HADDAD, 1999, p.10).

Haddad chama a atenção para a necessária distinção a ser feita entre as chamadas vantagens comparativas espúrias e as vantagens competitivas dinâmicas de uma região. As vantagens comparativas espúrias não se sustentam no longo prazo, por se fundamentarem em incentivos fiscais e financeiros, no uso predatório dos recursos naturais do ecossistema, na sobre-exploração da força de trabalho ou na informalidade e na clandestinidade de suas operações.

Já as vantagens competitivas dinâmicas, na abordagem de Haddad (1999), são aquelas que resistem aos processos de globalização e de integração da economia nacional e dependem da dotação de recursos da região e de sua posição em relação a outras regiões do próprio país e do exterior.

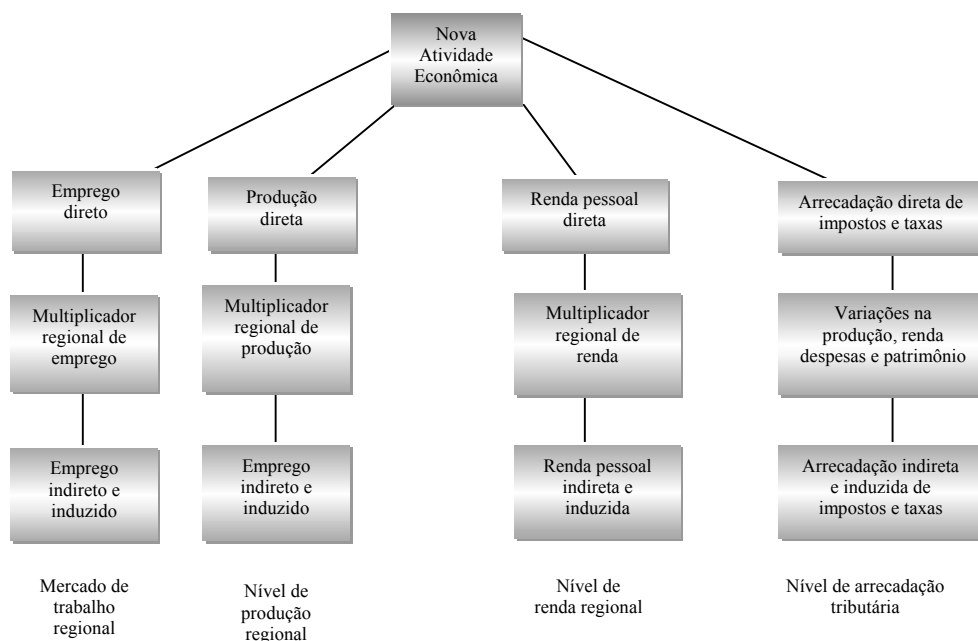
A exploração da base de recursos de uma região pode permitir o crescimento do seu mercado interno e abrir oportunidades de investimentos.

O **mercado interno de uma região** é, em geral, função de **três vetores** principais: o **tamanho da população regional**; o seu **nível geral de produtividade**; o **grau de concentração na sua distribuição pessoal e familiar de renda e de riqueza**. Quanto maior a população, maior o nível de produtividade (quanto maior a capacidade de produzir, maior a capacidade de consumir) e mais bem distribuída a renda de uma região, maior será a dimensão de seu mercado interno, [grifo nosso]. (HADDAD, 1999, p. 11).

Haddad alerta que, quando se pretende definir quais as potencialidades de crescimento econômico de uma região a partir de sua dotação de recursos, deve-se estar atento que o conceito de potencialidade de recursos é econômico e não físico.

Haddad (1999), indica e analisa os efeitos que novas atividades econômicas podem gerar na economia de uma região (Figura 2.7, p. 195):

- ✓ **efeitos de dispersão ou de encadeamentos para trás** – dada a estrutura tecnológica da nova atividade econômica, esta necessitará de certas quantidades de insumos para produzir determinadas quantidades de produtos;
- ✓ **efeitos de dispersão ou de encadeamentos para frente** – trata-se de beneficiamentos que podem ser realizados com os produtos da nova atividade econômica na própria economia da região, através de efeitos causados em atividades que utilizam estes produtos como insumos;
- ✓ **efeitos induzidos** – são os provocados pela demanda final de bens de consumo ou de bens de capital em função do crescimento da renda regional;
- ✓ **efeitos fiscais** – dadas as características do sistema fiscal do País, o desenvolvimento de uma nova atividade econômica, com suas repercussões em atividades satélites ou complementares e sobre o processo de urbanização na região, sempre irá conduzir ao crescimento das receitas tributárias da região (próprias ou de transferências), por causa do aumento da circulação de mercadorias, da expansão dos setores terciários e dos acréscimos nos valores patrimoniais privados.



**Figura 2.7 Impactos Hipotéticos de uma Nova Atividade Econômica sobre o Desenvolvimento da Região em que se Localiza**

Fonte: Haddad, 1999, p. 13.

Desta sequência de impactos derivam-se os multiplicadores regionais.

Quanto maior o grau de interdependência produtiva e quanto menor o grau de ‘vazamentos’ nos fluxos de produção e de renda da região para outras regiões, maiores serão os valores dos efeitos multiplicadores. Assim, por exemplo, a ocorrência de importação de matérias-primas, importação de bens de consumo, pagamentos extra-regionais de dividendos, de serviços de assistência técnica, de custos financeiros, isto faz com que os impactos econômicos sobre a região sejam bem menores. (HADDAD, 1999, p. 15).

Haddad (2001), concorda com Michael Porter quanto a ser um equívoco se acreditar que, o desenvolvimento das modernas tecnologias de transporte e comunicação, aliado à redução de barreiras regulatórias entre as nações, tenha retirado a importância econômica da localização das empresas. Continuando em sua referência à teoria porteriana, Haddad menciona o destaque que ela concede a fatores como: a eficiência das organizações empresariais em termos de custos de implantação e operação (dimensão da empresa); o dinamismo das cadeias produtivas em que se inserem (dimensão da cadeia produtiva); e as condições de desenvolvimento das regiões em que se localizam (dimensão da região). Estas três dimensões,

conforme Haddad, configuram o conceito de *clusters* produtivos concebido por Michael Porter.

Segundo Haddad, as economias regionais não são meras reproduções das economias nacionais, em uma menor dimensão, elas apresentam características específicas que suscitam a necessidade de se ter um referencial teórico diferenciado e mais apropriado à explicação do seu desenvolvimento. Algumas especificidades das regiões são a seguir apresentadas, nas próprias palavras de Haddad:

- a) em geral, devido a contatos mais estreitos e alterações mais intensas entre as regiões de um mesmo país do que entre nações soberanas, é de se esperar que os efeitos de transbordamento do crescimento e de polarização sejam mais fortes nas relações econômicas inter-regionais do que nas relações internacionais;
- b) os países concorrem nos mercados internacionais com base nas vantagens comparativas e as regiões de um mesmo país concorrem, entre si, com base nas vantagens absolutas;
- c) a ausência de soberania econômica de certos instrumentos de política de desenvolvimento e questões macroeconômicas (emissão de moeda, determinação da taxa de câmbio, etc.) podem constituir uma considerável desvantagem para o desenvolvimento de uma região;
- d) as forças políticas que contribuem para a transmissão inter-regional de crescimento são, provavelmente, mais poderosas que as que contribuem para a transmissão internacional. (HADDAD, 2001, p. 47).

A competitividade de uma região, em seus produtos e serviços, será função, de acordo com Haddad, de fatores vinculados aos custos operacionais de suas unidades produtivas, aos custos de transferência de insumos e produtos a partir da região e em direção à região, e à estrutura e dinâmica dos mercados em que compete. Neste sentido, as transformações produtivas que buscam a reestruturação do sistema produtivo regional e a implantação de projetos de investimentos devem fundamentar-se nas vantagens competitivas dinâmicas.

A competitividade dinâmica consiste, segundo Haddad, na busca do nível de excelência que permita ampliar o efeito diferencial de uma organização, de um setor produtivo e de uma

região, independente de se estar operando com atividades de crescimento mais lento ou mais dinâmico, no âmbito nacional ou internacional.

Para Haddad (2001), os fundamentos da competitividade moderna residem no desenvolvimento científico e tecnológico incorporado nas organizações públicas e privadas.

Neste sentido, a sustentabilidade de um *cluster* produtivo tem muito mais a ver com a qualidade do capital humano e intelectual que comanda cada uma das suas atividades, do que com eventos efêmeros de natureza macroeconômica (apreciação ou desvalorização cambial) ou de políticas regionais (sistemas de incentivos em regime de guerra fiscal) que podem gerar competitividades espúrias. (HADDAD, 2001, p. 50).

Haddad analisa que o desenvolvimento regional deve envolver os conceitos de “endogenia regional” e de “sustentabilidade ambiental”.

A endogenia é um componente básico da formação da capacidade de organização social da região e nasce como uma reação aos modelos de desenvolvimento regional que colocam ênfase maior na atração e na negociação de recursos externos como condição suficiente para a promoção do crescimento econômico de áreas específicas. Em um processo de desenvolvimento endógeno, a ênfase maior está na mobilização de recursos latentes na região, privilegiando-se o esforço, de dentro para fora, na promoção do desenvolvimento da região. (HADDAD, 2001, p. 49).

No processo de desenvolvimento em bases endógenas, continuando com a análise de Haddad, as empresas incentivadas são de pequeno e médio porte, conformando um espaço – os arranjos produtivos locais ou *clusters*, onde novos empreendedores passam a ter condições de, agrupados, se inserir de modo competitivo na moderna economia de mercado.

Por outro lado, o conceito de desenvolvimento sustentável, além do aspecto global de sua manutenção no tempo, apresenta quatro dimensões mais relevantes: a) **econômica** (relativa à capacidade de sustentação econômica dos empreendimentos); b) **social** (relativa à capacidade de incorporação das populações marginalizadas); c) **ambiental** (relativa à necessidade de conservação dos recursos naturais e da capacidade produtiva da base física); e d) **política** (relativa à estabilidade dos processos decisórios e às políticas de desenvolvimento), [grifo nosso]. (HADDAD, 2001, p. 51).

Tomando aportação de Boisier, Haddad (2001) menciona que a idéia central e a força do processo de desenvolvimento regional, reside na capacidade de organização social e política da região, que constitui-se no fator endógeno por excelência e no elemento crucial para transformar o crescimento econômico em “estados” de desenvolvimento. Esta interpretação remete à noção de capital social, de capitais intangíveis em geral, como pode ser visto no (Quadro 2.3).

| Algumas Formas de Capitais Intangíveis | Especificação  |
|--|--|
| 1. Capital Institucional               | As instituições ou organizações públicas e privadas existentes na região: o seu número, o clima de relações interinstitucionais (cooperação, conflito, neutralidade), o seu grau de modernidade. |
| 2. Capital Humano                      | O estoque de conhecimentos e habilidades que possuem os indivíduos que residem na região e sua capacidade para exercitá-los.   |
| 3. Capital Cívico                      | A tradução de práticas de políticas democráticas, de confiança nas instituições, de preocupação pessoal com os assuntos públicos, de associatividade entre as esferas públicas e privadas, etc.  |
| 4. Capital Social                      | O que permite aos membros de uma comunidade confiar um no outro e cooperar na formação de novos grupos ou em realizar ações em comum.  |
| 5. Capital Sinérgico                   | Consiste na capacidade real ou latente de toda a comunidade para articular de forma democrática as diversas formas de capital intangível disponíveis nessa comunidade.                           |

**Quadro 2.3 Formas de Capitais Intangíveis Determinantes do Processo de Desenvolvimento Regional**

Fonte: Boisier, 2000, *apud* Haddad, 2001, p. 53.

Nota: Boisier menciona, ainda, como capitais intangíveis: o capital cultural, o capital cognitivo e o capital simbólico.

Danilo Camargo Iglori, em sua dissertação de mestrado “Economia dos *clusters* industriais e desenvolvimento”, 2000, examina várias contribuições teóricas que envolvem a concentração geográfica de atividades produtivas, se detendo nos chamados sistemas produtivos locais ou *clusters* de atividade econômica, observando que não existe uma definição consensual sobre o termo e que alguns autores que estudam assuntos correlacionados não adotam tal denominação.

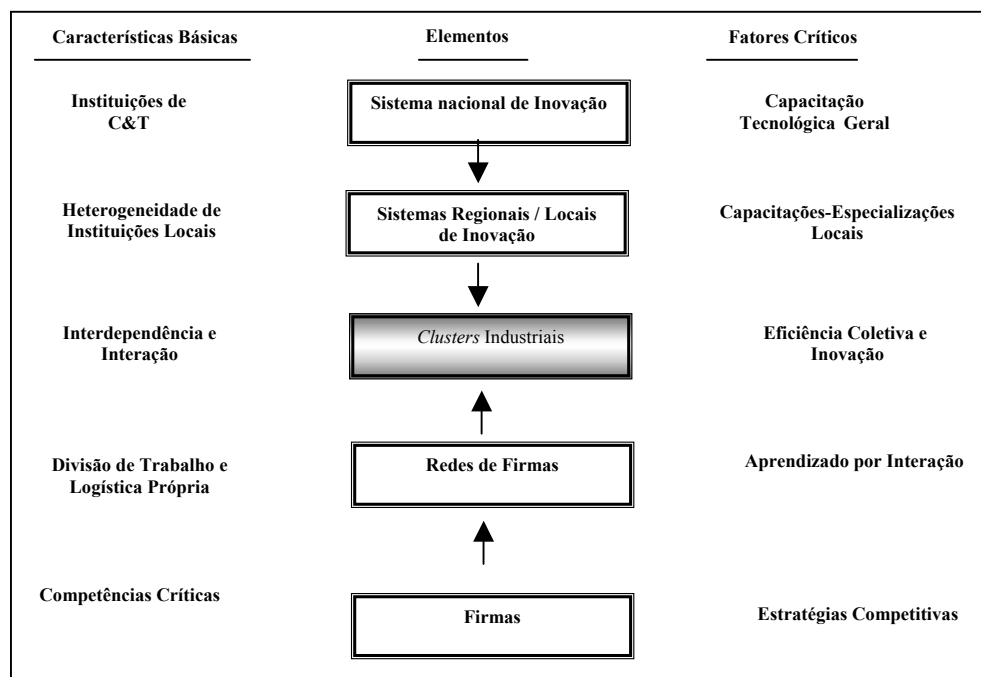
Iglori se utiliza, principalmente, da abordagem realizada por H. Schmitz em seus relevantes trabalhos sobre o tema: *Collective efficiency and increasing returns* (1997) e *Global competition and local cooperation: success and failure in the Sinos Valley, Brazil* (1999). De

acordo com Schmitz, Iglioni (2000), apresenta uma classificação das contribuições estudadas, em função da fonte de inspiração teórica e metodológica, todas elas originadas ou com forte base analítica nas teorias seminais, já analisadas nesta tese, de Marshall e de Schumpeter:

- 1) **Teoria econômica ortodoxa:** trabalhos que procuram desenvolver modelos formalizados que incluam retornos crescentes e que abordam os *clusters* industriais juntamente com o comércio exterior e a geografia econômica [destaque para as contribuições de **Paul Krugman**];
- 2) **Economia da mudança tecnológica e sistemas de inovação:** trabalhos focalizando o desenvolvimento tecnológico e a formação de sistemas de inovação, decorrentes da interação das firmas e de outras organizações [destaque para as contribuições de **C. Freeman**];
- 3) **Economia de empresas:** trabalhos que enfatizam que as vantagens competitivas em um mundo globalizado derivam de um conjunto de fatores locais que sustentam o dinamismo das firmas líderes [destaque para as contribuições de **Michael Porter**];
- 4) **Debate sobre os “distritos industriais”:** estudos sobre o desenvolvimento dos distritos industriais recentes, em especial da Itália e de outros países europeus, destacando a importância de arranjos socioeconômicos específicos e do papel das pequenas e médias empresas [destaque para as contribuições de **Becattini**], [grifo nosso]. (IGLIORI, 2000, p. 6).

Destaca Iglioni, que apesar dessa classificação, existem muitas e importantes dificuldades para se identificar com clareza os *clusters*, acrescentando-se que muitas das variáveis analisadas são de natureza qualitativa, o que dificulta o esforço de mensuração e de comparação entre os seus diversos tipos ou modelos.

Britto (2000), considera que o conceito de *cluster* pode ser elaborado a partir de duas abordagens: a primeira, de “baixo para cima”, a partir das firmas e de suas redes de interação; a segunda, de “cima para baixo”, a partir de recortes regionais ou locais do ambiente institucional no interior do qual interagem os agentes. Essas duas abordagens correspondem a dois processos simultâneos que são fundamentais, segundo o autor, para uma compreensão mais abrangente do processo de formação de *clusters* industriais, os quais se apresenta na (Figura 2.8, p. 200).



**Figura 2.8 Elementos para Compreensão do Processo de Formação dos Clusters Industriais**

Fonte: Britto, 2000, p. 11.

Conforme Kotler, Jatusripitak e Maesincee (1997), um *cluster* industrial é

[...] um grupo de segmentos industriais que compartilham encadeamentos verticais e horizontais positivos. Se uma indústria se diversifica em áreas que fornecem matérias-primas ou consomem produtos daquela indústria, a direção da diversificação é vertical. Há dois tipos de encadeamentos verticais: *encadeamentos à frente* e *encadeamentos retrógrados*. Encadeamentos à frente são os relacionamentos entre a “**indústria focalizada**” e as indústrias a seguir na cadeia produtiva, enquanto os encadeamentos retrógrados são aqueles entre a “**indústria enfocada**” e as indústrias anteriores na cadeia produtiva. [...] Do ponto de vista da indústria focalizada, todas as indústrias integradas verticalmente são denominadas “**indústrias de apoio**”.

[...] se uma indústria não se diversifica por meio de relações matéria-prima – produto, a direção é “horizontal”. Os encadeamentos horizontais conectam uma indústria com outras indústrias complementares em tecnologia e/ou marketing. Todas essas indústrias envolvidas em encadeamentos horizontais são denominadas “**indústrias relacionadas**”, [grifo nosso]. (KOTLER, JATUSRIPITAK e MAESINCEE, 1997, p. 190-191).

Como boa parte dos *clusters* enquadrados nas classificações acima, já foram objeto de análise neste trabalho, se procurará explorar com mais detalhe neste ponto a relação entre os *clusters*



e os países em desenvolvimento, tomando por base o estudo efetuado, com muita propriedade, por Iglioni (2000).

A análise dos *clusters* industriais nos países em desenvolvimento, relata Iglioni, também destaca a importância da concentração espacial e setorial como base para a formação de economias externas e complementariedades estratégicas ressaltando, porém, três aspectos peculiares: não se enfatiza a capacidade dos *clusters* em desencadear processos de desenvolvimento que se espalhem para outras partes da economia de um país, os *spread effects*, com o enfoque sendo essencialmente regional; focaliza-se as perspectivas para o aumento da competitividade de pequenas e médias empresas; e atribui-se grande importância aos relacionamentos cooperativos sistemáticos entre as empresas para a obtenção de menores custos e a geração de fluxos de inovação.

Para uma reunião de empresas configurada em uma estrutura de agrupamento ou *cluster*, abre-se a possibilidade de ganhos de eficiência que a nível individual raramente essas empresas conseguiriam obter. Esses ganhos são capturados no conceito de “eficiência coletiva”, definido como a vantagem competitiva derivada das economias externas locais e da ação conjunta das empresas reunidas no *cluster*.

O conceito de eficiência coletiva identifica [portanto] duas fontes de vantagens competitivas. A primeira delas decorre das economias externas locais [...]. De acordo com Schmitz, a existência de economias externas não depende das ações deliberadas das empresas, mas apenas da concentração espacial e setorial das mesmas. Por isso, Nadvi e Schmitz (1999) a batizaram de **economia coletiva passiva**. A segunda fonte de vantagem competitiva, ao contrário, está diretamente ligada às ações cooperadas que as empresas realizam de forma deliberada. Estas, analogamente, receberam o nome de **eficiência coletiva ativa**. [...] embora a eficiência coletiva passiva seja importante, não é suficiente para explicar o sucesso dos *clusters*. [...] é fundamental que as empresas “invistam” nas formas de eficiência coletiva ativa, agindo cooperativamente, [grifo nosso]. (IGLIORI, 2000, p. 93-94).

A reunião de empresas na forma de *clusters*, permite o surgimento de determinadas características que possibilitam o aparecimento de ganhos econômicos. Tais características, apontadas por Schmitz, são listadas no trabalho de Iglori, a saber:

- ✓ divisão do trabalho e especialização entre empresas;
- ✓ surgimento de fornecedores de matérias-primas, equipamentos e peças de reposição;
- ✓ surgimento de agentes comerciais que levam os produtos para mercados distantes (nacionais e internacionais);
- ✓ surgimento de trabalhadores com habilidades específicas para o setor;
- ✓ surgimento de ações conjuntas entre os produtores locais de dois tipos: cooperação entre firmas individuais ou cooperação entre grupos de firmas por meio de associações e consórcios.

Mesmo a presença de tais características não garante a competitividade do *cluster* a médio e longo prazo, pois, “o sucesso de um *cluster* não é um **estado**, mas sim, um **processo** de obter vantagens competitivas e enfrentar crises [...]”, [grifo nosso]. (IGLIORI, 2000, p. 94).

Para Nadvi e Schmitz (*Clustering and Industrialization: Introduction*, 1999), conforme Iglori, os *clusters* assumem maior importância nos estágios iniciais de industrialização, quando torna-se necessário mobilizar eficientemente recursos produtivos que não estejam em utilização, facilitando, deste modo, uma trajetória “evolucionária” de crescimento de pequenas e médias empresas. Em tal contexto, “o crescimento das firmas seria estimulado por três fontes distintas: **redução nos custos, especialização e condições mais favoráveis de acesso ao conhecimento (*knowledge facilities*)** [...]” [grifo nosso], (IGLIORI, 2000, p. 95).

Segundo Iglori, Schmitz afirma ser um equívoco considerar os *clusters* como conjuntos de pequenas empresas ganhando das grandes no mercado internacional, em função de, na atualidade, as grandes corporações terem se tornado expressivamente flexíveis em termos de estruturação, organização e gestão, sendo dotadas de uma elevada capacidade de adaptação às mudanças de cenários competitivos, deste modo, é positivo o fato de existir em um *cluster*

empresas de diferenciados tamanhos, notadamente quando essas empresas buscam sua inserção em mercados internacionais.

Nadvi e Schmitz concluem, de acordo com Iglori, que para um *cluster* conseguir promover o crescimento industrial, além do aparecimento da eficiência coletiva, em suas formas ativa e passiva, torna-se necessário “a existência de redes de comércio que conectem o *cluster* a mercados distantes de maior porte e a existência de confiança suficiente para sustentar as relações cooperativas entre as firmas [...]” (IGLIORI, 2000, p. 96).

Já Altemburg e Meyer-Stamer (*How to Promote Clusters: Policy Experiences from Latin América*, 1999), segundo Iglori, também estudando a realidade de países em desenvolvimento, distinguem três tipos de *clusters* industriais: *clusters* de sobrevivência ou de subsistência de pequenas e médias empresas, *clusters* avançados com produção em grande escala e *clusters* transnacionais.

Os ***clusters* de sobrevivência ou de subsistência (*survival clusters*)**, produzem bens de consumo de baixo padrão de qualidade voltados para o mercado local, apresentando ainda as seguintes características:

- ✓ pertencem ao setor informal da economia;
- ✓ o capital social é modesto;
- ✓ existe grande desconfiança entre as empresas;
- ✓ a concorrência é nociva e predatória, com ênfase na prática de preços baixos;
- ✓ apresentam insuficientes competências técnicas e comerciais;
- ✓ há, portanto, um reduzido grau de especialização e cooperação;
- ✓ a capacidade de inovação é mínima, todas as empresas produzem praticamente a mesma coisa, existindo o hábito de copiarem os sucessos lançados pelos concorrentes;
- ✓ o baixo nível de qualificação geral dos empresários (analfabetismo funcional, *know-how* técnico deficiente);
- ✓ registram-se, por consequência, baixos níveis de produtividade.

Os ***clusters* avançados (fordistas)** são formados por empresas heterogêneas, que se estruturam em um processo de substituição de importações.

A maioria desses *clusters* concentra-se em produtos padronizados, com tecnologias consolidadas e voltados para grandes mercados [...]. Alguns [deles] estão integrados em cadeais internacionais, mas normalmente envolvendo mercados bastante sensíveis a preços, o que os deixa mais vulneráveis nos mercados externos. (IGLIORI, 2000, p. 97).

Tomando como modelo os distritos industriais italianos, constituídos em grande parte por Médias e Pequenas Empresas (MPEs), Meyer-Stamer analisa que

os *clusters* de países em desenvolvimento apresentam um paradoxo: aqueles formados por micro-empresas são, na maioria, *clusters* de sobrevivência, com potencial de desenvolvimento limitado – pelo menos a curto e médio prazo, enquanto os *clusters* com alto potencial de desenvolvimento são dominados por grandes empresas. Estes últimos, criados para substituir importações na fase da industrialização, tendem a passar por uma lenta adaptação ao modelo da especialização flexível (perfil nítido de especialização de uma empresa, baixo grau de integração vertical, estreitas relações de fornecimento entre empresas locais). Nesses *clusters*, ainda predomina o modelo de produção fordista em grande escala [*Cluster fordista*]. (MEYER-STAMER, 2001, p. 10).

Os ***clusters* transnacionais** envolvem grandes corporações que produzem bens com o uso de tecnologias avançadas, direcionados para mercados internacionais, assemelhando-se ao modelo porteriano de *cluster*.

Os *clusters* transnacionais resultam de modificação de estratégias de empresas transnacionais e é um tipo de *cluster* cada vez mais presente nos países em desenvolvimento. Conforme Meyer-Stamer, em décadas passadas, por exigência do país “hospedeiro”, esses *clusters* desenvolveram uma rede de fornecedores, como forma de investimento nos países em industrialização.

Ao mesmo tempo, as empresas transnacionais iniciaram um processo de reorganização de sua estrutura de fornecedores também nos países industrializados, ocorrendo uma brusca redução do número de fornecedores diretos, particularmente, nas indústrias automobilística e

eletrônica. Alguns dos fabricantes que continuaram a abastecer essas empresas, passaram à condição de “fornecedores de sistemas”, se responsabilizando pela produção de módulos integrais. Esses fornecedores passaram a ter o *status* de *globally preferred suppliers*, se fazendo presentes em grande parte do mundo.

A combinação desses dois fatores – *local content* e *globally preferred suppliers* – fez nascer, nos países em desenvolvimento, *clusters* formados por empresas transnacionais, que reúnem não apenas os fabricantes dos produtos finais, como também a maioria dos fornecedores. Nesse contexto, tornou-se pequena a possibilidade de uma empresa local virar um fornecedor de sistemas, por dois motivos: empresas com perfil para assumir esse papel não existem (e ter atuação exclusivamente local já não funciona mais); ou quando há fornecedores nacionais eficientes, surgidos na fase de substituição de importações, acabam sendo absorvidos pelos *globally preferred suppliers*, visto que a aquisição de uma empresa produtiva é sempre mais fácil do que a instalação de uma filial própria.

Existe aqui, entretanto, um ponto de inserção para as indústrias locais: medidas comuns de promoção das MPEs podem ser combinadas com atividades que visam estabelecer contatos diretos e iniciar processos de aprendizagem entre fornecedores transnacionais e empresas locais. [MEYER-STAMER, 2001, p. 12).

O autor acrescenta ainda, o fato das filiais de grandes empresas, em particular as estrangeiras, não se enquadrarem com facilidade nas estratégias delineadas pelos *clusters* dos quais participam.

O complexo da Ford instalado no município de Camaçari e os complexos turísticos integrados, os resorts, construídos e em implantação no litoral norte da Bahia, parecem obedecer aos parâmetros e às condições que conformam a presença dos *clusters* transnacionais nos países em desenvolvimento, explicitados por Meyer-Stamer, além de transportar para o âmbito local a lógica da especialização e da divisão do trabalho que vigora no cenário globalizado da economia mundial.

Nas políticas de promoção do desenvolvimento através da *clusterização*, Meyer-Stamer (2001), afirma que a integração nas cadeias internacionais de valor, notadamente com a atração de empresas externas, representa uma “faca de dois gumes”, dado que estruturas

globais de governança podem inibir e restringir iniciativas locais e regionais. Dois tipos de fatores limitam a articulação de estratégias de localização local e regional: a **posição de poder de empresas locais** – de um lado, MPEs com fortes raízes locais, matrizes de grandes empresas, ou unidades de negócios estratégicos; e do outro, fábricas e montadoras sem poder de decisão; e a **posição da indústria local no “ciclo de vida” da indústria global** e dos respectivos negócios.

Altemburg e Meyer-Stamer apontam, de acordo com Iglioni (2000), três deficiências básicas nos *clusters* da América Latina: grande heterogeneidade no nível de desenvolvimento das firmas e baixa competitividade das pequenas e médias empresas; falta de capacidade de inovação; e baixo grau de especialização e cooperação entre as firmas.

Para aumentar a capacidade competitiva das pequenas e médias empresas, [Altemburg e Meyer-Stamer] sugerem que os formuladores de política assumam o papel de agentes catalizadores na promoção de transferência tecnológica das empresas grandes para as menores, potencializando os processos de aprendizagem pela interação (*learning-by-interacting*). (IGLIORI, 2000, p. 98).

No campo das políticas públicas locais, direcionadas para o fomento de *clusters* de pequenas e médias empresas, Humphrey e Schmitz (*The Triple C Approach to Local Industrial Policy*, 1996), em conformidade com Iglioni, formularam uma receita denominada de **Triple C** (*customer-oriented, collective and cumulative*). Para esses autores, tais políticas devem ser orientadas para os clientes e simultaneamente satisfazer aos interesses coletivos das empresas, com isso, ampliam-se as possibilidades de um determinado *cluster* obter melhorias cumulativas de competitividade.

Na conclusão do seu trabalho, Iglioni (2000) comenta sobre a existência em países em desenvolvimento de diversos casos de aglomeração econômica que podem ser classificados como *clusters*, no entanto, esses *clusters* têm nos baixos salários a fonte mais importante para

a redução de custos e o consequente aumento de competitividade. Ele observa ainda que, na maioria dos casos,

os *clusters* de países em desenvolvimento apresentam maiores deficiências relativas à capacidade inovativa, à competitividade de pequenas e médias empresas e à cooperação entre as firmas. Tal constatação pode sugerir que existam maiores dificuldades para o aumento da competitividade em *clusters* presentes nessas regiões. No entanto, é verificada pequena participação das autoridades públicas no auxílio ao fortalecimento desses arranjos produtivos e pouca utilização de centros de pesquisa e associações já existentes. [...] No entanto, existem restrições para a eficácia de políticas públicas voltadas para a formação e o fortalecimento dos *clusters* [...] É necessário levar em conta que as iniciativas de cooperação precisam partir do interesse dos próprios agentes para que sejam sustentadas. Deve-se considerar ainda que o fortalecimento de relações de interdependência exige períodos de tempo que não são previsíveis *a priori*. Finalmente, é fundamental que essas políticas articulem-se com políticas de âmbito nacional para evitar o aparecimento de conflitos entre regiões ou grupos de interesse. (IGLIORI, 2000, p. 134-135).

Ressalta-se que os trabalhos examinados por Iglori possuem um forte viés para atividades industriais, não ficando claro quais seriam as restrições para a formação e consolidação de *clusters* de atividades primárias ou de serviços, situação que se pode considerar similar para *clusters* de turismo.

Um aspecto crucial apontado por Amorim (1998), como um dos sérios problemas que dificultam a competitividade das pequenas empresas, é o fato das mesmas, em geral, operarem plantas aquém do tamanho ótimo, o que as colocam em pontos altos das curvas de custo médio e as tornam ineficientes face os padrões da indústria da qual fazem parte. Segundo a autora, o conceito de *cluster* de pequenas empresas vem modificar esta situação.

Sabe-se hoje, [...] que o problema das pequenas empresas reside não [apenas] na sua reduzida escala de produção, mas no seu isolamento. Através da ação coletiva, formação de *clusters*, as pequenas empresas podem alcançar as vantagens e benefícios que as grandes empresas auferem em razão de sua volumosa escala de produção, ou seja, “economias de escala”. (AMORIM, 1998, p. 24).

Chamando a atenção para o fato de alguns autores designarem os *clusters* de pequenas empresas como “distritos industriais”, ou *networks* de firmas de pequeno e médio porte, Amorim explicita o conceito de *cluster* por ela adotado:

[...] um conjunto numeroso de empresas, em geral pequenas e médias, operando em regime de intensa cooperação, onde cada uma das firmas executa um estágio do processo de produção. Essas empresas participam de um mesmo negócio [...] embora cada uma das firmas seja uma entidade autônoma. [...] As firmas integrantes de um *cluster* se concentram em uma certa área geográfica definida. Em um *cluster* típico, vários estágios de produção e serviços produtivos relacionados são desenvolvidos por um **número expressivo de pequenas e médias empresas**, [grifo nosso]. (AMORIM, 1998, p. 24).

Pelo conceito acima, pode se perceber que o entendimento de *cluster* manifestado na abordagem de Amorim, tem por foco a presença predominante da pequena empresa, com este conceito sendo equivalente ao de distrito industrial ou ao de uma rede de pequenas e médias empresas, remetendo à noção de arranjo produtivo local, onde a pequena e a média empresa desempenham um papel central no processo de desenvolvimento local.

As pequena empresas organizadas em *clusters*, em muito se distanciam de propostas ultrapassadas que idealizavam esse segmento apenas como instrumento de promoção de assistência social, tais como geração de emprego e renda para comunidades carentes. Muito ao contrário, os *clusters* de pequenas empresas constituem formas eficientes e viáveis de encaminhamento de objetivos econômicos com vistas ao desenvolvimento de regiões. Conforme se sabe hoje, as pequenas empresas podem constituir, em circunstâncias adequadas, não uma *proxy* de *status* inferior para a grande empresa, mas um instrumento eficaz na luta contra o subdesenvolvimento. [...] O caráter do desenvolvimento estimulado pelos *clusters* de pequenas empresas tende a ser mais integrador, contrastando assim com a tendência excludente do desenvolvimento desencadeado por grandes empresas. Na verdade, os *clusters* de pequenas empresas têm-se destacado por sua capacidade de criar coesão social. (AMORIM, 1998, p.41).

No que se refere à escolha dos setores de atividades para a promoção de *clusters*, Amorim indica que os caso de intervenção pública foram mais exitosos quando apoiaram iniciativas já existentes e tradicionais nas comunidades envolvidas. Ou seja, “certas atividades produtivas



ou ingredientes necessários à concretização dessas já se encontravam em franco desenvolvimento nas localidades [...]” (AMORIM, 1998, p. 47). As intervenções públicas se direcionaram então para o fornecimento de um ou outro “ingrediente” que proporcionasse uma maior eficiência no funcionamento do *cluster*, numa ação tipicamente “minimalista” visando prover a “gota d’água” necessária para alavancar o desenvolvimento dos negócios.

De acordo com Amorim, a sustentabilidade e solidez de um *cluster* depende dos níveis de entrosamento, coesão e de cooperação que se desenvolvem entre seus componentes, ou seja, da “ação coletiva”, da convergência dos interesses, bem como “[...] das relações de confiança que se estabelecem entre os diversos integrantes de um *cluster*, sejam essas firmas, agentes produtivos isolados ou instituições [...]” (AMORIM, 1998, p. 49).

A ocorrência de fricções constitui fato natural e decorre da própria essência dos *clusters*, pois esses nascem e se desenvolvem em meio a tensões inerentes a relações simultâneas de competição e cooperação. Daí a necessidade desse “espaço social” ser permeado de instituições que possam funcionar como colchões de amortecimento de tensões. Em termos ideais, o entrelaçamento das firmas (*networks*) que compõem um *cluster* deve ser “costurado” e “calcificado” pelas instituições que o cercam e o permeiam. Assim, da força e da influência dessas instituições sobre as firmas que o compõe, resultam a solidez e a auto-sustentação de um *cluster*. (AMORIM, 1998, p. 51).

Com base na consulta a pesquisas internacionais, Almeida (2002), comenta sobre o relativismo da importância dada à condição da criação de *clusters* com ênfase nas MPes, como fato gerador de um grande número de empregos por parte da pequena empresa, por três razões: na realidade as pequenas empresas criam menos empregos do que o que se divulga; grande parte das novas ocupações nas pequenas empresas são provenientes do deslocamento do emprego da indústria para os serviços; e as ocupações nas pequenas empresas tendem a ser mais instáveis e mal remuneradas.

Face às razões acima, o emprego no mercado do turismo, onde predomina uma oferta caracterizada por um expressivo número de pequenas empresas - em seus diversos segmentos:

meios de hospedagem, agenciamento, restaurantes, locadoras, guias, transportadoras, comércio de artesanato, etc., é marcado ainda por certos agravantes: um grande número das ocupações são exercidas numa condição de informalidade; e embora seja considerada como uma atividade trabalho intensiva, o turismo defronta-se com os problemas decorrentes da sazonalidade, que acarreta forte oscilação na quantidade de pessoas efetivamente ocupadas, em caráter fixo e regular. Nesse contexto, o propalado potencial de geração de empregos desta atividade econômica deve ser mais qualificado na literatura sobre o tema.

Um outro mito que Almeida (2002) questiona, refere-se às relações “harmoniosas”, de cooperação, entre grandes e pequenas empresas no seio das cadeias de subcontratação (redes *top down*) ou de terceirização (redes verticais), bem como nos *clusters* regionais, distritos industriais, consórcios de exportação (redes flexíveis ou horizontais) e nos tecnopolos.

O *clustering*, isto é, o desenvolvimento de alianças estratégicas entre grandes e pequenas firmas, é desejável e deve ser estimulado, mas sem ilusões. Tais alianças exigem quase sempre liderança (**empresas líderes**) e relações de subordinação [**hierarquia**]. Decorre da própria natureza destas alianças a coexistência, num mesmo ambiente, de cooperação, competição e conflito. [...] mesmo no interior de conjuntos de empresas de pequeno ou médio porte continuam existindo firmas com vantagens tecnológicas, financeiras ou relacionais, que podem controlar os pontos estratégicos das cadeias de valor, [grifo nosso]. (ALMEIDA, 2002, p. 252).

Para Almeida (2002), a maioria dos atores que atuam no campo do desenvolvimento econômico ainda comungam uma visão de desenvolvimento, para ele ultrapassada, que gira em torno de dois conceitos: o “pólo” e a “cadeia de valor”. Sob esta ótica, a expansão das pequenas empresas e suas redes seria uma consequência do crescimento das grandes corporações associadas a estes “pólos” e aos seus “sistemas” e “cadeias de valor”.

A versão tradicional do desenvolvimento regional baseado em “pólos” era uma vulgarização da teoria do pólo de crescimento de François Perroux (1955), para quem o desenvolvimento não ocorreria de forma uniforme numa economia, mas tenderia a se concentrar num número limitado de núcleos ou focos industriais. O desenvolvimento econômico foi definido por Perroux como a mudança estrutural provocada no espaço econômico pela expansão destes núcleos de indústrias

dinâmicas. Os pólos de crescimento industrial iniciariam o processo que seria, em seguida, difundido ao resto da economia por efeitos multiplicadores e de aglomeração sobre o investimento, a renda e o emprego, incluindo a multiplicação de pequenas empresas. A teoria de Perroux se completava assim com a idéia de encadeamentos para frente e para trás de Hirschman (1958). As indústrias “motrizes” eram ainda associadas, como lembra Pecquer (1989), à indústria pesada (siderurgia, metal-mecânica, química) [...]. (ALMEIDA, 2002, p. 255).

Segundo Almeida, a versão corrente do modelo de pólos representa a vulgarização da versão vulgar em moda nos anos 1970 e 1980.

Mas hoje fala-se de “pólos” mesmo quando se trata de indústrias leves de bens finais, de natureza *footloose* e, até por isso, *dispersas* num vasto *território* que, dado o seu *limitado poder de “impulsão”*, não pretendem e nem podem mudar. Fala-se também, como Sicsú e Lima (1997), de “pólos econômicos de *base local*”, fundados em agroindústrias e indústrias extrativas de baixíssimo dinamismo. E quando os grandes e tradicionais ‘pólos’ e os novos pequenos pseudo “pólos” fracassam como motores do desenvolvimento regional, exatamente porque não provocam os efeitos de encadeamento esperados, propõe-se o “adensamento das suas *cadeias de valor*”, [grifo do autor]. (ALMEIDA, 2002, p. 255).

Por *cadeia de valor*, Almeida entende a

seqüência de atividades (elos) de produção, distribuição ou promoção, interdependente e realizada intrafirma e/ou entre firmas, que agregam valor a um bem ou serviço do início de sua elaboração ao seu destino final – outras empresas ou consumidores [...]. (ALMEIDA, 2002, p. 255-256).

A crítica realizada por Almeida quanto à vulgarização da aplicação do conceito de pólo de crescimento de Perroux, pode ser transferida para a análise dos pólos turísticos, que constituem o eixo orientador dos planos e projetos de desenvolvimento turístico que vêm sendo elaborados desde meados da década de 1990 pelos estados da Região Nordeste do Brasil.

Andrade (1987, p. 62) menciona que “[...] à primeira vista pode parecer inadmissível que se fale em pólos turísticos, de vez que é estranho possa o turismo funcionar como atividade motriz [...]”, corroborando com a essência da crítica de Almeida (2002).

Sabemos no entanto, continua Andrade, que algumas regiões podem ter no turismo um importante vetor de crescimento econômico, pois, mesmo não se constituindo uma atividade motriz, é uma atividade estimuladora de dinamismo econômico, possuindo um relevante caráter de transversalidade e complementaridade com diversas atividades econômicas dos setores primário, secundário e terciário, o que lhe proporciona a condição de fomentar o adensamento das cadeias produtivas que integram a estrutura produtiva das economias de tais regiões. Apesar da justificativa, acredita-se que a crítica de Almeida reforça-se em sua pertinência ao se considerar a noção de “pólos” turísticos, não concernente com a concepção original de Perroux.

Uma outra questão levantada por Almeida (2002) trata de saber se o conceito de “cadeia” pode ser adaptado a uma realidade empresarial em que o valor se desloca para os serviços, fato que caracteriza a atividade do turismo, onde a produção se realiza com enlaces mais complexos e as organizações praticam o *global sourcing* e a co-produção.

Abandonando parcialmente as tradicionais análises baseadas nos conceitos de “pólo” e da “cadeia de valor”, uma minoria emergente de acadêmicos e técnicos de governo tem se interessado crescentemente pelas fórmulas dos novos sistemas ou distritos industriais flexíveis e, particularmente, pela idéia de *cluster*, num contexto de defesa de uma nova via de desenvolvimento “endógeno”, “de baixo para cima” e fundado em médias e pequenas empresas locais. O problema [...], é que **os clusters, na maior parte dos casos, não se inventam**, [grifo nosso]. (ALMEIDA, 2002, p. 256).

Existe, para Almeida, uma certa dificuldade para encontrar ou criar *clusters*, devido às seguintes razões: a maior parte dos *clusters* industriais tem origens históricas pouco reproduzíveis; para ser bem-sucedido, o *clustering* (agrupamento) supõe ações continuadas por uma década ou mais; o *clustering* de médias e pequenas empresas exige forte intervenção governamental; e o surgimento de determinados clusters depende de elevado volume de investimentos de grandes empresas ou agências estatais.

Quanto à dificuldade de se caracterizar um *cluster*, Neto (2000), destaca que os

[...] *clusters* são formados apenas quando ambos os aspectos setorial e geográfico estão concentrados. De outra forma, o que se tem são apenas organização de produção em setores e geografia dispersa, não formando, portanto, um *cluster*. [...] O que se observa na prática, [...] é que há uma grande dificuldade de caracterização de um *cluster*, já que os sistemas produtivos nem sempre podem ser claramente separados nas categorias “disperso” ou “aglomerado” (*clustered*). Os limites entre essas categorias nem sempre são nítidos, e, em alguns casos, pode haver um *mix* das duas formas de organização. [Além disso, o] fato de que os *clusters* combinam concentração setorial e geográfica pode levar determinada cidade ou região a um estado de certa vulnerabilidade, em face das mudanças de paradigmas nos produtos e nas tecnologias empregadas. Esse é o principal argumento contra a concentração de *clusters*. Contudo, o que se observa é que os *clusters* têm maior capacidade de sobreviver aos choques e à instabilidade do meio ambiente do que as empresas isoladas, em virtude da ação em conjunto e de sua alta capacidade de auto-reestruturação, capacidades intrínsecas à própria forma organizacional em rede. (NETO, 2000, p. 53-55).

Nesta linha de análise, Almeida, considera que se o conceito genérico de *cluster* já tem uma aplicabilidade limitada, o conceito de *cluster* de base geográfica enfrenta uma restrição a mais,

[...] na medida em que se torna cada vez mais difícil sustentar-se numa base territorial local, em um mundo de suprimento globalizado, em que o “lugar de mercado” (*market place*) dá lugar ao “espaço de mercado” (*market space*), vale dizer, em que **o mercado**, como queria Adam Smith, **verdadeiramente se “desterritorializa”**. [...] Do mesmo tipo de problema padece a mais recente teorização a respeito das “redes” de médias e pequenas empresas. [...] Os *network approaches* têm se revelado uma metodologia útil para a compreensão das conexões e estruturas de setores econômicos ou indústrias de bases regionais. Mas essas abordagens vêm, na prática, se confundindo com o estudo de *clusters regionais ou locais* [...] e, além disso, têm demonstrado pouca capacidade de analisar a *dinâmica* dos novos ramos industriais. Por que manter uma ferramenta poderosa como o *networking* prisioneira do contexto regional, quando o seu espaço potencial, a sua verdadeira vocação, é a análise da economia planetária, incluídos aí os *market spaces* virtuais? [grifo do autor]. (ALMEIDA, 2003, p. 257).

Além disso, na visão de Almeida, se o *clustering* de setores realmente existentes é difícil, mais complicado ainda é o agrupamento de empresas de setores de “alta tecnologia”. Tratar um tecnopolo como uma variante de *cluster* esbarra em uma série de dificuldades. Os

tecnopolos, considerados como “sistemas regionais de inovação de base neo-schumpeteriana”, raramente são encontrados em países subdesenvolvidos, pois requerem centros urbanos que concentrem uma massa crítica necessária, não muito comuns ou frequentes nesses países, como seja, empresas inovadoras, grandes centros de pesquisa, além de forte integração universidade-empresa. Concordando com Howells, Almeida destaca ainda que,

a idéia de tecnopolo (“parques tecnológicos”, “regiões criativas”, “sistemas regionais de inovação” e outras variantes) tem se firmado como uma nova versão reciclada ou “recondicionada” do antigo conceito de “pólo de crescimento” de Perroux, com todos os problemas da versão original. A única diferença é que as grandes indústrias verticalizadas são substituídas (no campo da imaginação) por agrupamentos de indústrias de alta tecnologia que geram (na teoria) os novos efeitos multiplicadores e de aglomeração, agora sob a forma de “densas redes de cooperação inter-firmas”, [grifo do autor]. (ALMEIDA, 2002, p. 257).

Diante dessas considerações, vale destacar que nos últimos anos, têm se acentuado os estudos sobre os agrupamentos econômicos e sobre a questão do “local” como fonte de vantagens competitivas. Segundo Cassiolato e Lastres (2002) a ênfase convergente no “local” tem se manifestado, na literatura especializada, em quatro linhas de pesquisa:

- ✓ 1ª - “**economia neoclássica tradicional**” – desde meados dos anos 1980, os economistas neoclássicos têm modelado retornos crescentes, o que levou à denominada nova teoria do crescimento (**Paul Krugman**, 1995);
- ✓ 2ª - “**economia e gestão de empresas**” – as vantagens competitivas na economia global derivam de uma constelação de fatores locais que sustentam o dinamismo das empresas líderes (**Michael Porter**, 1998);
- ✓ 3ª - “**economia e ciência regional**” – interesse da geografia econômica e da economia regional em razão dos recentes trabalhos sobre os distritos industriais italianos, que colocam uma nova ênfase na região como um nexo de interdependências que não são “comercializáveis” (**Becattini**, 1990; **Brusco**, 1990; **Markusen**, 1996; **Pike e Sengenberger**, 1992);
- ✓ 4ª - “**economia neo-schumpeteriana sobre sistemas de inovação**” – lança e desenvolve o conceito de sistemas nacionais de inovação, se fazendo presente uma preocupação com o desenvolvimento tecnológico, levando a enfatizar-se o caráter

localizado do processo inovativo associado a processos de aprendizado específicos e da importância do conhecimento tácito em tais processos, ressaltando-se a importância das instituições, de suas políticas, de todo o ambiente sócio-cultural onde se inserem os agentes econômicos, além da ênfase às economias e ao aprendizado por interação em sistemas que envolvem as empresas, as instituições de ensino e pesquisa e as próprias regiões (Freeman, 1995; Cooke e Morgan, 1998).

Percebe-se aqui, a relação de convergência dessas linhas de pesquisa sobre a questão do “local” como fonte de vantagem competitiva indicadas por Cassiolato e Lastres, com a classificação das contribuições teóricas sobre a importância das concentrações geográficas e setoriais de empresas apresentada por Iglioni (2000), sintetizada na página 196. Para efeito de comparação entre as diversas abordagens veja-se o (Quadro 2.4).

| Abordagens   | Ênfase   | Papel do Estado  |
|--|--|--|
| <b>Distritos industriais</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Alto grau de economias externas</li> <li>Redução de custos de transação</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Neutro</li> </ul>   |
| <b>Distritos industriais recentes</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Eficiência coletiva – baseada em economias externas e em ação conjunta</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Promotor e, eventualmente, estruturador</li> </ul>        |
| <b>Manufatura flexível</b>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tradições artesanais e especialização</li> <li>Economias externas de escala e escopo</li> <li>Redução de custos de transação</li> <li>Redução de incertezas</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indutor e promotor</li> </ul>                             |
| <b>Milieu inovativo</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacidade inovativa local</li> <li>Aprendizado coletivo e sinergia</li> <li>Identidade social, cultural e psicológica</li> <li>Redução de incertezas</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Promotor</li> </ul>                                       |
| <b>Parques científicos e tecnológicos e tecnópolis</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Property-based</i></li> <li>Setores de tecnologia avançada</li> <li>Intensa relação instituições de ensino e pesquisa/empresas</li> <li>Hospedagem e incubação de empresas</li> <li>Fomento à transferência de tecnologia</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Indutor, promotor e, eventualmente estruturado</li> </ul> |
| <b>Redes locais</b>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema intensivo em informação</li> <li>Complementaridade tecnológica</li> <li>Identidade social e cultural</li> <li>Aprendizado coletivo</li> <li>Redução de incertezas</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Promotor</li> </ul>                                       |

**Quadro 2.4 Principais Ênfases das Abordagens Usuais de Agrupamentos Locais**

Fonte: Lemos, 1997, *apud* Cassiolato e Szapiro, 2003, p. 39.

De acordo com Cassiolato e Szapiro, as fontes locais de competitividade são importantes, tanto para o crescimento das empresas quanto para o aumento da sua capacidade de inovação, com a noção de aglomerações tornando-se diretamente associada ao conceito de

competitividade. Assim, distritos industriais, *clusters*, arranjos produtivos, crescem de importância tanto como unidade de análise como objeto de políticas industriais.

O próprio conceito de aglomeração, segundo os autores, a partir do início da década de 1990, tornou-se mais articulado, particularmente com a sua vinculação à idéia de “redes”, no contexto de cadeias de fornecimento e ao redor de empresas “âncoras”. Neste contexto, a cooperação entre os agentes ao longo da cadeia produtiva passou a ser um elemento central na competitividade, embora, abordagens teóricas sobre *clusters*, a exemplo da desenvolvida por Michael Porter, tenham enfatizado a questão concorrencial, da rivalidade entre as empresas como fator de estímulo à competitividade.

A importância das aglomerações de empresas para a competitividade tem sido foco de estudos nos países em desenvolvimento, nos quais se utiliza uma definição de *cluster* bastante simples e operacional: “uma concentração setorial e espacial de firmas com ênfase em uma visão de empresas como entidades conectadas nos fatores locais para a competição nos mercados globais” (SCHMITZ e NADVI, 1999, *apud* CASSIOLATO e SZAPIRO, 2003, p. 36).

Storper, comentado por Cassiolato e Szapiro, introduz na discussão sobre a caracterização de sistemas produtivos a questão da territorialização de atividades econômicas. Nesta perspectiva, na visão de Storper,

[...] a territorialização está ligada a interdependências específicas da vida econômica e não pode ser definida meramente como localização da atividade econômica. É muito mais, no sentido de que está ligada à dependência da atividade econômica em relação a recursos territorialmente específicos. As relações de proximidade geográfica constituem-se, assim, em ativos específicos valiosos na medida em que são necessárias para a geração de *spillovers* e externalidades positivas num sistema econômico. **Uma atividade é totalmente territorializada quando sua viabilidade econômica está enraizada em ativos (incluindo práticas e relações) que não estão disponíveis em outros lugares e que não podem ser facilmente ou rapidamente criadas ou imitadas em lugares que não as têm, [grifo nosso].** (CASSIOLATO e SZAPIRO, 2003, p. 40).



O conteúdo da citação acima vai de encontro ao argumento de Almeida (2002), favorável à “verdadeira desterritorialização do mercado” face à realidade e alcance virtuais das *networks* e dos *market spaces*, que limitam e dificultam a aplicabilidade do conceito de *cluster* de base local ou regional.

Por outro lado, de acordo com Cassiolato e Szapiro (2003), a única maneira de as aglomerações localizadas em países menos desenvolvidos de transformarem em arranjos e sistemas produtivos locais (*clusters*) é via exportação e integração em cadeias globais.

Esta única via parece, a princípio, reforçar a condição de dependência dos países menos desenvolvidos, pois confirma as condições vigentes no sistema de relações de trocas internacionais, ainda marcado pela lógica da especialização do trabalho e suas correspondentes vantagens comparativas, o que tende a manter a transferência, acumulação e concentração dos ganhos de produtividade alcançados pelos países mais atrasados, nos países mais desenvolvidos.

Para romper esta lógica secular, revertendo-a em benefício dos países menos desenvolvidos, o grau de territorialização das atividades produtivas e inovativas nesses países, incluindo a propriedade do capital, é fator essencial a ser considerado e trabalhado. Conforme Cassiolato e Szapiro (2003, p. 44), a pergunta-chave é “[...] até que ponto estão enraizadas localmente as capacitações necessárias ao estabelecimento de atividades inovativas”.

Considerando o aspecto da governança nos arranjos produtivos, (Quadro 2.5, p. 218), os autores acrescentam que:

[...] a partir da abertura comercial, os casos [de arranjos produtivos ou *clusters*] em que a **coordenação é feita por filiais de multinacionais** são aqueles onde o **grau de territorialização diminuiu** e os processos de capacitação e aprendizado foram reduzidos [além da possibilidade de terem ocorrido vazamentos da economia local]. Inversamente, naqueles casos em que a coordenação local é dada majoritariamente **por empresas de controle local**, observou-se [nos estudos empíricos efetuados pela RedeSist] **um aumento no grau de territorialização**. [...] Pode-se [ainda] concluir desta análise que os arranjos governados por grandes firmas **cujas produção é**

destinada ao mercado nacional têm maior propensão a maiores graus de territorialidade, [grifo nosso]. (CASSIOLATO e SZAPIRO, 2003, p. 45).

| Governança/Mercado destino da produção | Hierarquias           |                                      |                        |
|--|-----------------------|--------------------------------------|------------------------|
|  | Alta territorialidade | Média territorialidade               | Baixa territorialidade |
| <b>Mercado Local</b>                   |                       | ▪ Metal mecânica (ES)                |                        |
| <b>Mercado Nacional</b>                |                       | ▪ Automobilístico (MG)<br>▪ Aço (ES) |                        |
| <b>Mercado Internacional</b>           | ▪ Aeronáutico (SP)    | ▪ Fumo (RS)<br>▪ Cacau (BA)          |                        |

| Governança/Mercado destino da produção | Redes  |  |                         |
|--|--|--|-------------------------|
|  | Alta territorialidade  | Média territorialidade   | Baixa territorialidade  |
| <b>Mercado Local</b>                   |  | Couros e calçados (PB)   | Rochas Ornamentais (RJ) |
| <b>Mercado Nacional</b>                | ▪ Biotecnologia (MG)<br>▪ <i>Software</i> (RJ, SC)<br>▪ Móveis (SP)<br>▪ Soja (PR)<br>▪ Vinho (RS)<br>▪ Materiais Avançados (São Carlos) | ▪ Têxtil e vestuário (SC)<br>▪ Móveis (ES, MG, RS)<br>▪ Telecomunicações (Campinas, PR)<br>▪ Têxtil e Vestuário (RJ) |                         |
| <b>Mercado Internacional</b>           | ▪ Frutas Tropicais (NE)<br>▪ Cerâmica (SC)   | ▪ Couros e Calçados (RS)<br>▪ Mármore e Granito (ES)   |                         |

**Quadro 2.5 Arranjos Produtivos Locais por Tipo de Governança, Grau de Territorialidade e Mercados de Destino da Produção**

Fonte: Cassiolato e Szapiro, 2003, p. 47.

Cassiolato e Szapiro chamam a atenção e destacam que

[...] a ocorrência da produção voltada para a exportação (ou seja, direcionada para o mercado internacional) juntamente com a integração em cadeias globais de *commodities* apresenta limites significativos ao grau de territorialidade das atividades dos arranjos. As análises [...] contradizem [aqueles, inclusive Michael Porter] que argumentam que a participação nestas redes globais de produção levam a um aumento das capacitações locais e auxiliam as [médias e pequenas empresas] dos países em desenvolvimento a aumentar sua capacidade tecnológica. Nestes casos o aumento de capacitações limita-se à esfera da produção propriamente dita. (CASSIOLATO e SZAPIRO, 2003, p. 46).

Para se transformar aglomerações geográficas em arranjos e sistemas produtivos locais, Cassiolato e Szapiro descrevem dois tipos de estratégia, a primeira consistiria do aprofundamento e gradual *upgrading* da produção, a segunda seria a diversificação para diferentes produtos.

[Na primeira estratégia], as empresas visarão a um aumento na qualidade do produto (isto é, aumento do valor adicionado por unidade produzida). Em caso de sucesso,

ocorrerá um aumento na especialização e as estratégias empresariais perseguidas se concentrarão principalmente em nichos de mercado onde existirão importantes limites tanto à agregação de valor quanto à própria competitividade a longo prazo. [A segunda estratégia] envolve a reorganização da produção e o estabelecimento de novas relações com firmas, instituições locais, etc. Ocorre uma transformação de um aglomerado industrial monoproduto para um aglomerado industrial organizado ao longo de uma *filière*. Isto é, a evolução do aglomerado se dá através de mudanças verticais em direção a capacitações complementares, para frente e para trás. As ligações inter-firmas (verticais e horizontais) se tornam mais intensas e surgirá o desenvolvimento de um “sistema” de firmas e instituições mais completo.

As empresas, individual e coletivamente, avançam em direção à produção de bens mais complexos tecnologicamente em função do estabelecimento da rede de relações técnicas e econômicas. A implicação mais importante deste processo refere-se à necessidade de uma coordenação multi-organizacional da formação de capacitações que evidentemente adquirem importância crítica. É neste caso que o grau de territorialidade aumenta significativamente. Tecnologia e trabalho qualificado tornam-se intrínsecos ao sistema local. (CASSIOLATO e SZAPIRO, 2003, p. 48-49).

O termo *cluster*, genericamente, de acordo com Albagli e Britto (2003), refere-se a agrupamentos territoriais de agentes econômicos que desenvolvem atividades similares. Os autores não exploram de modo mais aprofundado o conceito de *cluster*, pois, para eles, este constitui uma abordagem análoga ao conceito de “arranjo produtivo local”, a exemplo dos conceitos de cadeia produtiva, distrito industrial, meio ou ambiente inovador, pólos e parques científicos e tecnológicos, e rede de empresas.

O conceito e a abordagem metodológica de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais (ASPL), resultaram, no Brasil, dos estudos da Rede de Sistemas Produtivos e Inovativos Locais – RedeSist, que é uma rede de pesquisa interdisciplinar formalizada desde 1997 e sediada no Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ.

Conforme Albagli e Britto (2003, p.3), que também integram a RedeSist, arranjos produtivos locais “[...] são aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais, com foco em um conjunto específico de atividades econômicas e que apresentam vínculos e interdependências”.

Por sua vez, sistemas produtivos e inovativos locais são

[...] aqueles arranjos produtivos cuja interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em interação, cooperação e aprendizagem, possibilitando inovações de produtos, processos e formatos organizacionais e gerando maior competitividade empresarial e capacitação social. (ALBAGLI e BRITTO, 2003, p.3).

Na abordagem dos ASPL, segundo Albagli e Britto, a dimensão territorial

[...] constitui recorte específico de análise e de ação política, definindo o espaço onde processos produtivos, inovativos e cooperativos têm lugar, tais como: **município ou área de um município; conjunto de municípios; micro-região; conjunto de micro-regiões**, entre outros. A proximidade ou concentração geográfica, levando ao compartilhamento de visões e valores econômicos, sociais e culturais, constitui fonte de dinamismo local, bem como de diversidade e de vantagens competitivas em relação a outras regiões, [grifo nosso]. (ALBAGLI e BRITTO, 2003, p. 3).

As especificidades que se pode perceber no conceito e abordagem metodológica dos ASPL, consistem no maior rigor quanto ao âmbito territorial, a proximidade geográfica, na ênfase nas micro, pequenas e médias empresas, na concretude da proposição de intervenção no espaço local e na efetiva concepção e utilização da abordagem como um modelo de desenvolvimento regional de base endógena. Esses elementos inseridos em conjunto no seu corpo teórico, tornam esta abordagem distintiva das demais, embora, tomando-se isoladamente cada um desses elementos e no que diz respeito ao conteúdo mais genérico e abstrato do seu embasamento conceitual e metodológico, há de fato vários pontos de semelhança com as outras abordagens, que a própria RedeSist indica como análogas.

As divergências espaciais entre os distintos modelos de desenvolvimento regional tudo indica que advêm, segundo Veiga (1999), do fenômeno de *clustering*. De acordo com uma das definições mais aceitas,

[...] *cluster* é uma concentração geograficamente delimitada de negócios independentes que se comunicam, dialogam e transacionam para partilhar coletivamente tanto oportunidades quanto ameaças, gerando novos conhecimentos,

concorrência inovadora, chances de cooperação, adequada infra-estrutura, além de freqüentemente também atraírem os correspondentes serviços especializados e outros negócios correlatos. E os estudos sobre a relação existente entre a formação desses feixes e o “empreendedorismo” acabam sempre por enfatizar os fatores culturais que às vezes são compactados na sedutora noção de “capital social”: um complexo de instituições, costumes e relações de confiança que geram a “atmosfera” necessária a seu estímulo. (VEIGA, 1999, p.1306).

Também referenciando-se aos distritos marshallianos da terceira Itália, Veiga considera enriquecedora a redescoberta da noção de Marshall de distritos industriais, mas acredita que ela não pode dar conta da atual complexidade e diversidade dos sistemas locais, e que, ao mesmo tempo, tem que se ter cuidado quanto ao risco de serem criados tantos novos conceitos quantas forem as situações diferenciadas. Daí a vantagem da noção de “sistemas produtivos locais” (*local productive systems*), mais ampla que a noção limitada de distritos.

Nos Estados Unidos, comenta Veiga (1999), 60% das atividades econômicas puderam ser atribuídas a um total de 380 *clusters* em diversas fases de amadurecimento, classificados em apenas quatro tipos de origens:

- ✓ recursos naturais estratégicos (ex. Chicago – agroalimentar);
- ✓ fontes de novas tecnologias (ex. Vale do Silício – microeletrônica);
- ✓ mercados de trabalho especializado (ex. Dalton, Geórgia – tapetes; Tupelo, Mississippi – móveis);
- ✓ oportunidades mercadológicas (ex. Buffalo, New York – meio ambiente; New York City – jóias).

Fica o entendimento de que Veiga considera os diversos clusters como exemplos, eles próprios diferenciados, de sistemas produtivos locais (SPL). Ele constata que as políticas públicas, com bastante atraso, começaram a tratar com seriedade proposições sobre desenvolvimento endógeno, desenvolvimento de baixo para cima e ecodesenvolvimento, passando a admitir que as iniciativas locais podem desempenhar um crucial papel no

desenvolvimento, tornando-se um relevante fator de competitividade ao transformarem os territórios em ambientes inovadores.

Evidentemente não demoraram tanto a aparecer as limitações inerentes às resultantes políticas do “desenvolvimento local”, o que acabou por estimular debates dos mais bizantinos sobre as relações entre o “local” e o “global” no processo de desenvolvimento, nos quais costumam até a se levar a sério ridículas disputas entre o “glocalismo” e o “lobalismo”... (VEIGA, 1999, p. 1309).

Enfocando os novos modelos e processos de desenvolvimento em espaços localizados, Hansen (2001) comenta sobre a importância atribuída por vários autores aos *clusters* regionais, que corresponderiam a grupos de empresas na mesma indústria, ou indústrias relacionadas geograficamente próximas, podendo incluir os distritos industriais. O autor ressalta que os *clusters* são mais evidentes nas economias dos países desenvolvidos (ex. Hollywood e Wall Street nos Estados Unidos).

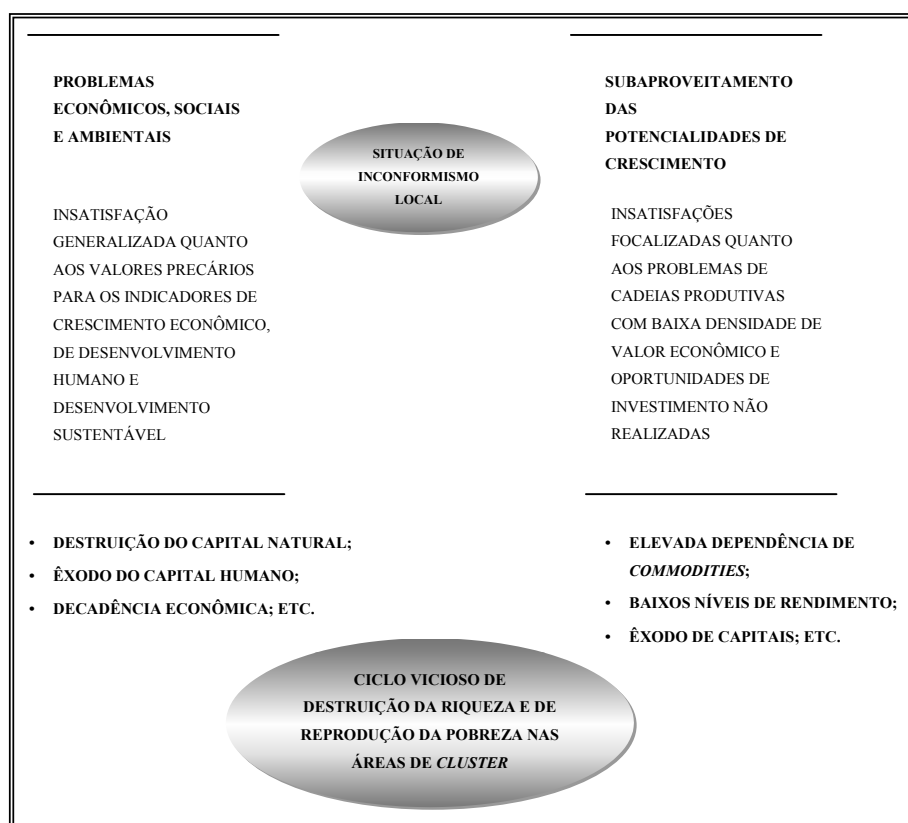
Em muitos casos, menciona Hansen (2001), a origem de um *cluster* está vinculada a alguma especificidade local, demanda local ou indústria relacionada. Para Michael Enright (*Regional clusters and firm strategy*, 1998), citado por Hansen, nem todos os *clusters* regionais se desenvolveram a partir de uma vantagem local inicial.

[...] a criação de um conhecimento industrial específico através de redes de troca de idéias e inovações, o desenvolvimento de redes de insumo-produto-consumo e pressões competitivas locais que forçaram empresas a inovarem ou melhorarem, são fatores que explicam, também, o crescimento de *clusters* [note-se que não se faz menção à iniciativa governamental como fator de criação de um *cluster*]. São as pressões, incentivos e capacidades de inovar que permitem aos *clusters* regionais competirem contra concorrentes dispersados. Efeitos de *spinoff*, que ocorrem quando trabalhadores de uma empresa saem e desenvolvem outras empresas na localidade [...], explicam, por sua vez, a multiplicação de empresas similares. (ENRIGHT, 1998, *apud* HANSEN, 2001, p. 91-92).

Haddad (2002), por seu turno, introduz na análise uma apreciação distintiva, afirmando que não há desenvolvimento local onde não há inconformismo social e político com relação ao

mau desempenho dos indicadores econômicos, sociais e de sustentabilidade ambiental (Figura 2.9).

A estruturação do inconformismo, em geral, envolve reflexões quanto ao baixo desempenho dos indicadores econômicos (taxa de crescimento do produto territorial, índice de valor agregado, diversificação da base produtiva, adensamento da cadeia de valor econômico, etc.), dos indicadores sociais (taxa de analfabetismo, esperança de vida ao nascer, taxa combinada de matrícula nos três níveis de ensino, concentração da renda e da riqueza, etc.) e dos indicadores de sustentabilidade ambiental (qualidade das micro-bacias hidrográficas, tratamento do lixo urbano, uso de defensivos agrícolas, etc.), como quanto ao reduzido nível de aproveitamento das oportunidades de investimentos disponíveis. (HADDAD, 2002, p. 41-42).



**Figura 2.9 Características da Situação de Inconformismo Local**

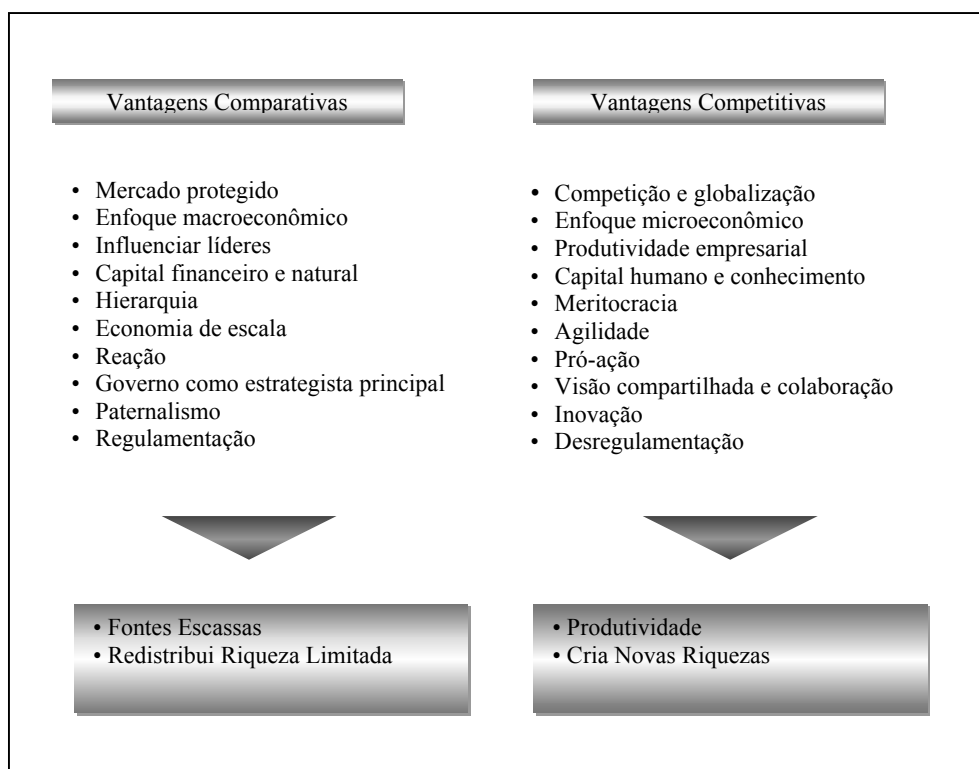
Fonte: Haddad, 2002, p. 41.

De acordo com a abordagem porteriana, adotada por Haddad (2002, p. 42), as economias dos países ou regiões incapazes de gerar uma competitividade sustentável e de melhorar a qualidade de vida dos seus habitantes, caracterizam-se por:

- ✓ apresentarem um ciclo vicioso de destruição da riqueza;
- ✓ sofrerem um processo de deterioração nas suas relações de troca;

- ✓ se destacarem pelos baixos valores de seus indicadores sociais;
- ✓ verem se ampliar a quantidade de seus concorrentes em escala global, devido às facilidades de entrada nos mercados de bens e serviços onde atuam;
- ✓ não apresentarem ou possuírem condições de sustentar no longo prazo o seu processo de crescimento.

A competitividade, de acordo com MUSA (2001), também seguindo o modelo de Porter, não significa simplesmente possuir fatores básicos do tipo: subsídio governamental, mão-de-obra barata, taxa de câmbio favorável, balança comercial positiva, ou baixa taxa de inflação. A competitividade traduz-se na produtividade com a qual os recursos são desenvolvidos, refletindo a existência de fatores avançados como: recursos humanos qualificados, capital social e ativos físicos (Figura 2.10).



**Figura 2.10 A Economia Global: O Novo Foco da Vantagem Competitiva**

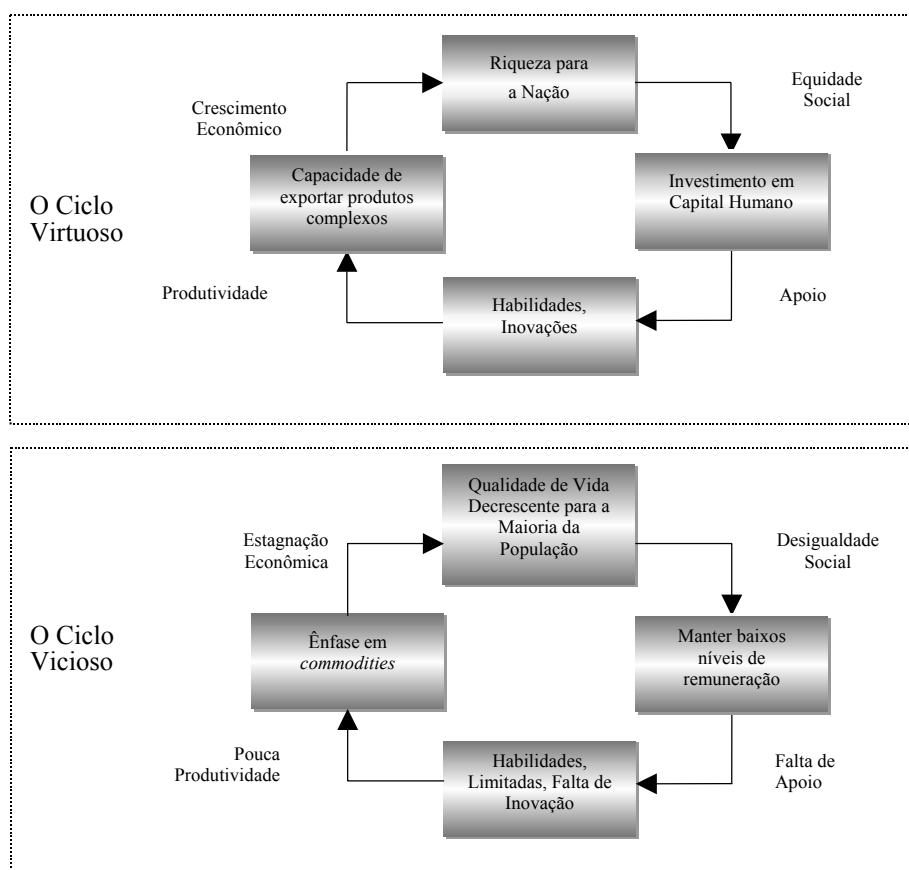
Fonte: Musa, Monitor Group, 2001, p. 196.



Para o autor, a competitividade consiste na busca de criação de riquezas, existindo duas formas de alcançá-la, que historicamente vêm sendo utilizadas pelos países (Figura 2.11).

A primeira forma pode ser descrita como um “ciclo virtuoso”, marcado pela estratégia que objetiva a exportação de produtos complexos, sofisticados e com alto conteúdo tecnológico.

Esses produtos de alto valor agregado normalmente geram grande riqueza para a nação, levando os países a investir de forma significativa no desenvolvimento de capital humano e social. Com esse novo capital social, as organizações e instituições podem desenvolver novas habilidades e, com isso, gerar inovações que vão realimentar a criação e o desenvolvimento de novos produtos cada vez mais sofisticados. Entra-se assim num **ciclo virtuoso de desenvolvimento contínuo de riqueza para o país**, [grifo nosso]. (MUSA, 2001, p. 198).



**Figura 2.11 Processo de Criação da Riqueza: Base Teórica do Crescimento por meio da Equidade**

Fonte: Musa, *Monitor Group*, 2001, p. 198.

A segunda forma corresponde a um “ciclo vicioso”, que caracteriza-se pela ênfase à exportação e à venda de produtos “comoditizados”, ou seja,

produtos cuja grande batalha passa a ser pelo preço, o que em geral exige que empresas concorrentes forcem uma redução da remuneração média dos seus empregados. Neste caso, uma das formas de melhorar a competitividade é empobrecer os empregados via redução dos salários pagos. Com isso, entra-se num **ciclo de qualidade de vida decrescente para a maioria da população e, portanto, de incapacidade de gerar novas habilidades e inovação**, [grifo nosso]. (MUSA, 2001, p. 198).

Torna-se necessário, para romper com o ciclo vicioso de destruição da riqueza - uma nova denominação porteriana para o modelo teórico, já apresentado nesta tese, do círculo vicioso da pobreza, formulado por Ragnar Nurkse (1952), diagnosticar a economia de um país ou região com essas características para identificar os seus fatores determinantes que se deverá superar para possibilitar a dinamização dos potenciais *clusters* produtivos, até então inibidos. Para tanto, concordando com Haddad (2002), deve-se mapear os pontos de estrangulamento e as oportunidades perdidas, de forma a levar os principais atores do *cluster* a assumirem um comportamento pró-ativo e atitude de cooperação e integração aos interesses locais.

Os *clusters* consistem de indústrias e instituições que têm ligações particularmente fortes entre si, tanto horizontal quanto verticalmente, e, usualmente, incluem: empresas de produção especializadas; empresas fornecedoras; empresas prestadoras de serviços; instituições de pesquisas; instituições públicas e privadas de suporte fundamental. A análise de *clusters* focaliza os insumos críticos, num sentido geral, que as empresas geradoras de renda e de riqueza necessitam para serem dinamicamente competitivas. A essência do desenvolvimento de *clusters* é a criação de capacidades produtivas especializadas dentro de regiões para a promoção de seu desenvolvimento econômico, ambiental e social. (HADDAD, 1999, p. 24).

Para Haddad (2001), não faz sentido se falar de um *cluster* sem contextualizá-lo espacialmente, pela influência de diversos fatores: o nível organizacional dos produtos, a qualidade da mão-de-obra, da logística de transporte, dos indicadores de desenvolvimento sustentável, dos insumos de conhecimentos científicos e tecnológicos, etc. Neste sentido,

um *cluster* produtivo não será competitivo se a região onde opera não for igualmente competitiva em termos da qualidade de sua infra-estrutura econômica, social e político-institucional. [...] as empresas-núcleo de um *cluster* [também] não serão competitivas se todo o conjunto também não o for. O sucesso de um *cluster*

[portanto] depende de uma boa gestão das externalidades e das economias de aglomeração. (HADDAD, 2001, p. 50).

Para caracterizar um contexto favorável à competitividade de um cluster, apresenta-se o (Quadro 2.6) no qual compara-se os fundamentos da competitividade entre uma economia tradicional e uma economia moderna, cujas características são as mais apropriadas e adequadas à difusão e consolidação das práticas de *cluster*.

| FUNDAMENTOS DA COMPETITIVIDADE   |   |
|--|---|
| ECONOMIA TRADICIONAL   | ECONOMIA MODERNA  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Excesso de confiança em fatores básicos; o sucesso baseado em vantagens comparativas, tais como: recursos naturais abundantes, posição geográfica, mão-de-obra de baixo custo, etc., não é sustentável; essas vantagens são facilmente replicáveis e, por isso, insuficientes para criar um padrão de vida elevado para a maioria da população local;</li> <li>▪ Reduzida cooperação inter-firmas; ausência de relações estreitas de parceria nos processos de inovação e de aperfeiçoamento;</li> <li>▪ Limitado conhecimento sobre os clientes; ausência de pesquisa de mercado, sem identificar as demandas que podem atender;</li> <li>▪ Fracasso na integração à montante; distância em relação aos usuários finais;</li> <li>▪ Paternalismo governamental; transferência para o governo do poder de tomar decisões complexas sobre o futuro das empresas;</li> <li>▪ Limitado conhecimento sobre a posição relativa; incapacidade de determinar o nível de competitividade em relação aos concorrentes;</li> <li>▪ Atitude defensiva; quando uma indústria ou setor apresenta resultados negativos, os líderes dos setores públicos e privados tendem a culpar uns aos outros pelo fracasso.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ações estratégicas são indispensáveis para o sucesso das empresas;</li> <li>▪ Custos e diferenciação; custos baixos e produtos diferenciados permitem comandar um prêmio sobre os preços dos produtos;</li> <li>▪ Escolha de escopo: 1. vertical em termos de sistemas de distribuição que criam valor econômico para os produtos; 2. Segmentos mais sofisticados de mercado; 3. espaços geográficos mais amplos;</li> <li>▪ Escolha de tecnologia e vantagem competitiva sustentável; a tecnologia somente é desejável para uma empresa se: 1. cria uma vantagem competitiva sustentável; 2. desloca custos a seu favor; 3. traz vantagens de pioneirismo; 4. melhora o conjunto da estrutura industrial.</li> <li>▪ Modelos mentais e aprendizado ao nível da firma; sistemas de crenças que contribuem para melhor criar e distribuir a riqueza.</li> </ul> |

**Quadro 2.6 Características de uma Economia Tradicional Contrapostas às de uma Economia Moderna – Fundamentos da Competitividade**

Fonte: Fairbanks e Lindsay, 1997, *apud* Haddad, 2002, p. 43.

A essência da criação de *clusters* e de sua sustentabilidade, de acordo com Dall'Acqua, é a criação de capacidades especializadas dentro de regiões para a promoção de seu desenvolvimento econômico, ambiental e social.

[...] Não há sustentabilidade de um *cluster* se a forma como se relaciona com a natureza [...] levar a um uso da base de recursos renováveis e não-renováveis que venha a comprometer os níveis de produtividade econômica e de bem-estar social das futuras gerações. [...] Bem como] se criar deseconomias sociais de aglomeração (poluição, congestionamento) que afetem adversamente as condições de vida dos habitantes em seu entorno de influência direta e indireta. Nesse sentido, um *cluster* poderá se tornar autofágico se não souber lidar [...] com as relações comunitárias e [...] ambientais em sua área de influência. (DALL'ACQUA, 2003, p.102).

Para que se possa definir o grupo de interesses de cada *cluster*, deve-se partir da delimitação da sua área geográfica relevante, o que pode ser feito, segundo Haddad (2002, p. 44), utilizando-se três critérios de regionalização, seguindo conceituação de François Perroux e do seu aluno Jacques Boudeville, já detalhada no capítulo 1 deste trabalho:

- ✓ **área homogênea:** um espaço caracterizado pela homogeneidade física, econômica, cultural, social, etc.;
- ✓ **área polarizada:** um espaço caracterizado por um núcleo de atividades que polariza uma área de influência;
- ✓ **área programa:** um espaço caracterizado por definição político-institucional de intervenção programática; este tipo de área pode se caracterizar atualmente como uma região virtual estruturada a partir do *e-commerce*.

No processo de mudanças de países ou regiões para o alcance e consolidação de uma configuração econômico-organizacional de *clusters* produtivos, a construção da cadeia de valor é um aspecto vital e estratégico para se vislumbrar as condições do desenvolvimento local de natureza endógena.

Conforme Haddad (2002), a cadeia de valor de um *cluster* constitui-se por múltiplos setores e indústrias da economia, conectados entre si por fluxos de bens e serviços de intensidade bem maior que os fluxos que os interligam com outros setores e indústrias da economia nacional, incluindo produtores orientados para o mercado final, bem como fornecedores de diversos níveis que efetuam operações ou transações dos encadeamentos para frente e para trás da cadeia produtiva.

**O conceito de *cluster* é mais amplo do que o de cadeia de valor.** Um *cluster* é constituído pelas indústrias exportadoras inter-regionais e internacionais que compõem o núcleo do *cluster*, e assim o caracterizam, além das indústrias e atividades de serviços correlatas e integradas à cadeia produtiva. [...] o complexo produtivo de cada *cluster* é a base inicial para se organizar o seu processo de melhorias de competitividade, [grifo nosso]. (HADDAD, 2002, p. 45).

Na abordagem de Haddad (2002), percebe-se ou um problema de semântica ou uma contradição, desde quando “a cadeia de valor de um *cluster* constitui-se por múltiplos setores e indústrias da economia, ...”, ou seja, um *cluster* tem uma cadeia de valor. Por outro lado, “o conceito de *cluster* é mais amplo do que o de cadeia de valor. ...”, ou seja parece abranger diversas cadeias de valor. Em ambos os enunciados fica evidenciado que o “núcleo” do *cluster* é constituído por uma cadeia produtiva, quer dizer o cluster seria passível de ser bem delimitado. Aqui, ressalta-se adicionalmente a contradição entre a especificidade a amplitude do conceito de *cluster*, quer espacial ou territorial (geográfica), quer setorial (econômica), aspecto recorrente na própria abordagem original de Michael Porter.

Haddad (2002), adiciona à sua análise o fato de existir três campos distintos nos quais se concentram os problemas para o desenvolvimento de um *cluster*: a) o campo das decisões privadas; b) o campo das decisões governamentais; c) o campo das decisões comunitárias.

Nesta vertente que destaca o aspecto institucional, Haddad acrescenta que:

Não cabe ao comitê gestor de um *cluster* substituir as funções de governo e se transformar numa entidade para-estatal de planejamento e desenvolvimento local. Assim como não lhe cabe substituir o empresário nas suas decisões microeconômicas (o que produzir, quanto produzir, onde produzir), particularmente naquelas em que há riscos e incertezas, pois como afirmou François Perroux “garantir o lucro é destruir o capitalismo”. (HADDAD, 2002, p. 45).

A aplicação da metodologia dos *clusters* consiste, segundo Romão (1998), na identificação desses agrupamentos, na elaboração de diagnóstico de suas atividades e interações, e na preparação e implementação de um plano estratégico para o seu desenvolvimento sistêmico. No (Quadro 2.7, p. 230) insere-se um comparativo entre as metodologias convencionais e a

metodologia dos *clusters*, na visão de Romão, destacando-se aspectos relacionados com a questão regional.

A metodologia pressupõe a análise de todos os segmentos e processos que interagem nas cadeias produtivas (aquisição e fornecimento de insumos, produção, industrialização, comercialização, mercado, mão-de-obra, serviços, infra-estrutura, etc.), e que integram e viabilizam competitivamente uma determinada atividade econômica [...]. (ROMÃO, 1998, p. 16).

| Fatores                | Metodologias Convencionais  | Metodologia dos <i>Clusters</i>   |
|------------------------|---|---|
| • Agente               | - Governo   | - Sociedade, iniciativa privada, governo.   |
| • Motivação            | - Aproveitamento de recursos e fatores disponíveis  | - Aproveitamento de oportunidades de mercado  |
| • Fatores Locais       | - Vantagens comparativas tradicionais (dotação de recursos naturais e mão-de-obra abundante)                                    | - Vantagens competitivas dinâmicas (serviços terciários e quaternários, recursos humanos qualificados, ambiente de pesquisa, infra-estrutura, etc.).    |
| • Competitividade      | - Localizada, baseada em custos de produção   | - Sistêmica, baseada em custos de transação e gestão e utilização de fatores com inovação tecnológica.  |
| • Abordagem Industrial | - Vertical ou setorial  | - Estratégica (promoção de atividades competitivas baseadas em <i>Clusters</i> )  |
| • Unidade de Análise   | - A firma individual  | - Conglomerados de atividades econômicas afins ( <i>Clusters</i> )  |
| • Mercados             | - Internos (substituição de importações); reserva de mercado.   | - Estratégicos (internos e, principalmente, externos).  |
| • Abrangência          | - Um projeto  | - Cadeia produtiva e atividades interligadas ( <i>Cluster</i> )   |
| • Objetivo             | - Avaliar a viabilidade de projeto novo ou de ampliação, do ponto de vista técnico, de disponibilidade de fatores e de mercado. | - Avaliar pontos fortes e fracos de toda a cadeia produtiva e atividades interligadas ( <i>Cluster</i> ), com vistas a otimizar o ambiente de negócios. |
| • Elaboração           | - Órgãos oficiais de promoção de investimentos e/ou consultorias  | - Criação coletiva (governo, empresários, consultorias).  |
| • Credibilidade        | - Baixa   | - Alta  |

**Quadro 2.7 Diferenças entre as Metodologias Convencionais e a Metodologia dos *Clusters* quanto à Promoção de Investimentos e de Tratamento da Questão Regional**

Fonte: Romão, 1998, p. 17.

O conceito de *cluster*, cujo termo traduzido, para Carvalho e Laurindo (2003), significa o mesmo que agrupamento, sistema produtivo, entre outras denominações, é entendido por esses autores como

[...] uma concentração geográfica e setorial de empresas, oriunda de economias externas (externalidades) e de ações conjuntas de colaboração, permitindo a obtenção de ganhos de eficiência de cunho coletivo, pelo qual se atingem vantagens competitivas e a inserção nos mercados globais, algo que as empresas não conseguem alcançar individualmente.

As economias externas incidentais envolvem a existência de mão-de-obra qualificada, a presença de fornecedores especializados de bens e serviços e o transbordamento de conhecimento e tecnologia.

Já as ações conjuntas (*join actions*), obtidas por meio de esforço deliberado e consciente, podem ser de dois tipos: cooperação entre empresas [...] e grupos de empresas organizadas por associações ou consórcios [...] Essas ações conjuntas de cooperação podem ser horizontais (entre competidores) e verticais (entre elos da cadeia). (CARVALHO e LAURINDO, 2003, p. 116).

O conceito acima, apesar do jogo de palavras, não caracteriza uma abordagem distinta da matriz que lhe inspirou, ou seja, a matriz porteriana, com acréscimos provenientes da definição de Schmitz. Carvalho e Laurindo mencionam duas desvantagens da configuração do *cluster*: **efeitos de trancamento e assimetrias**.

Os efeitos de trancamento, pelo excesso de economias externas, passam a desestimular a concentração das empresas, gerando, por exemplo, elevados custos de transporte e de aluguel de imóveis, anulando parte das vantagens elencadas. As assimetrias surgem quando empresas líderes passam a exercer forte influência nas estratégias das demais empresas do *cluster*, inibindo as ações conjuntas de cooperação. (CARVALHO e LAURINDO, 2003, p. 117).

Para Carvalho e Laurindo, a competência coletiva seria a capacidade de obtenção de vantagens competitivas compartilhadas pelas empresas inseridas em complexos geograficamente concentrados ou *clusters*, que uma empresa, isoladamente, não teria condições de obter. Nesse contexto, ressaltam que “os **aglomerados tecnológicos**, nas suas mais diversas denominações, como *clusters*, pólos, tecnópolis, meios inovadores, foram fundamentais no desenvolvimento econômico das nações mais competitivas” (grifo nosso), (CARVALHO e LAURINDO, 2003, p. 125).

Na citação acima, se torna evidente uma inversão da ordem de importância dos termos, o termo dominante ou determinante passou a ser aglomerados tecnológicos e não *clusters*, se pode notar também, uma certa confusão de base conceitual, pois aqui clusters = pólos = tecnópolis = meios inovadores = ..., e o conceito de *cluster* enunciado pelos autores conforme

anteriormente citado? Se percebe que, nas duas passagens da análise, não se está dizendo a mesma coisa.

Para Galvão (1989), o conceito de *cluster* é um conceito mais amplo que o de distrito industrial, capaz de abranger todo tipo de aglomeração de atividades geograficamente concentradas e setorialmente especializadas, “não importando o tamanho das unidades produtivas, nem a natureza da atividade econômica desenvolvida, podendo ser da indústria de transformação, do setor de serviços e até da agricultura [...]” (GALVÃO, 1989, p. 8).

O fenômeno associado à idéia de *cluster* [...] passou a ser considerado como um instrumento poderoso, seja para a revitalização de áreas geográficas deprimidas com forte tradição industrial em países desenvolvidos, seja para o desenvolvimento de nações economicamente atrasadas. [...] de um fenômeno descoberto, na forma de distritos industriais, passa-se a um novo conceito, o de *clusters*, que vem se desdobrando, em anos recentes, por meio de estudos de natureza metodológica para a concepção de formas mais eficientes e eficazes de intervenção pública no espaço. (GALVÃO, 1989, p. 8).

Nesse contexto, de acordo com Neto (2000), os

[...] *clusters* podem não ser geralmente formados por apenas um tipo de indústria; contudo, geralmente, concentram somente um ramo industrial, sendo por isso alvo de críticas relativas à sua vulnerabilidade na economia regional, tendo em vista os desafios impostos pela necessidade de permanente atualização em face das constantes inovações tecnológicas, fenômeno não característico de regiões mais diversificadas. [...] Por outro lado, [...] os *clusters* podem responder a crises e oportunidades de forma mais dinâmica, uma vez que suas especialidades podem ser reorganizadas em novos processos. (NETO, 2000, p. 57).

As redes têm um papel cada vez mais importante na geração de crescimento econômico. Este é um pressuposto fundamental no estudo desenvolvido por Berg, Braun e Winden (2002), relacionando crescimento urbano, redes e *clusters*. Os autores colocam que as cooperações em redes com outras empresas e organizações têm distintas dimensões espaciais.

As redes se podem estender por todo o mundo, como acontece com as redes globais das bolsas de valores e os mercados financeiros. Mas, muitas outras relações em rede podem situar-se em uma área, uma região ou uma cidade específica. O termo *cluster* se relaciona principalmente com esta **dimensão local ou regional de redes**.



[...] a maioria das definições compartilham esta **noção de *cluster* como redes localizadas de organizações especializadas**, cujos processos de produção estão estreitamente ligados por meio do intercâmbio de bens, serviços e/ou conhecimento [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (BERG, BRAUN e WINDEN, 2002, p. 113).

Os autores informam que são escassos os estudos empíricos e comparativos de *clusters* em regiões urbanas, lacuna que eles se propõem a preencher partindo da idéia de que os *clusters* estão imersos nas estruturas espaciais e econômicas, culturais e político-administrativas das regiões urbanas, idéia que se aplica plenamente aos *clusters* relacionados à atividade do turismo.

No marco analítico do seu estudo, Berg, Braun e Winden assumem a influência da inter-relação dos seguintes elementos no crescimento de um *cluster*: a) condições espaciais e econômicas; b) condições específicas do *cluster*; c) capacidade organizativa do *cluster*.

Dentro das **condições espaciais e econômicas** os autores destacam as condições de demanda, a acessibilidade interna e externa da região urbana, a qualidade de vida da área urbana como um fator de localização da maior relevância, acrescentando um elemento que também integra o contexto espacial e econômico e, ao mesmo tempo, atua como uma variável institucional, o qual eles denominam de *cultware*, que tem a ver com a atitude das pessoas e das empresas diante da inovação e da disponibilidade para a colaboração.

Nas **condições específicas do *cluster***, um primeiro aspecto a considerar, segundo Berg, Braun e Winden (2002), é o tamanho e o nível de desenvolvimento inicial do *cluster*. Em segundo lugar a presença de um ou mais “motores” em uma região – grandes multinacionais ou outro tipo de atores, é um determinante do funcionamento do *cluster*. Um terceiro aspecto, decisivo no rendimento de um *cluster*, diz respeito ao grau de interação estratégica, implicando relações duradouras entre as organizações. Um último elemento, que determina a evolução do *cluster*, é o nível de criação de novas empresas, pois elas são dinâmicas e inovadoras, e geram empregos.

Já com referência ao **grau de capacidade de organização** que há no *cluster*, esta pode ser definida como a habilidade da região urbana para obter o apoio de todos os participantes implicados no crescimento do *cluster*, no sentido de criar condições para o seu desenvolvimento sustentado, aspecto que, face à tipologia multifacetada da conformação organizacional do turismo, assume elevado nível de relevância.

[...] a ausência de uma visão regional e de estratégia não obstaculiza o desenvolvimento favorável do *cluster*. Não obstante, para o máximo aproveitamento do potencial de crescimento, no longo prazo, é conveniente uma estratégia específica. Realmente **há lugar para a liderança pública no desenvolvimento do cluster para estabelecer os vínculos inexistentes, para promover nova tecnologia ou criar incentivos para a cooperação**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (BERG, BRAUN e WINDEN, 2002, p. 136).

*Clustering*, como visto, é a política de promoção de *clusters*. Segundo Barros,

apesar de se reconhecer que há uma tendência para que os *clusters* se formem naturalmente, há ganhos na sua formação e integração que não são facilmente perceptíveis e apropriados pelos agentes que se incorporam a eles [...]. Quando um novo agente se insere e se integra a um *cluster*, ele gera ganhos que são de fato apropriados por outros membros. Dessa forma, o seu estímulo a se integrar é menor do que o ganho para todo o *cluster*. Isso é verdadeiro não só para a introdução de um novo agente, mas também para a inserção de novas atividades e relações que antes não eram travadas dentro do *cluster*. Esse fato faz com que os sinais de mercado não sejam eficientes na formação e integração de *clusters* e, portanto, haja espaço para políticas ativas de formação e integração de *clusters*, que são denominadas “políticas de *clustering*”. (BARROS, 2002, p. 133).

As políticas de *clustering*, de acordo com Barros, objetivam a promoção da eficiência dos *clusters*, para torná-los mais competitivos, possibilitando assim o seu crescimento.

No processo de formulação das políticas de *clustering*, comenta Barros, o setor público deve adotar uma postura e atitude de cooperação com o setor privado, não o tratando como inimigo do bem coletivo, e sim sendo seu parceiro, buscando a promoção de sua eficiência.

Esse setor privado, contudo, deve ser constituído de *clusters* amplos, não apenas de pequenos grupos privilegiados específicos, que possam se tornar *rent seekers*. O governo não pode se tornar refém de pequenos grupos que venham a se beneficiar

das benesses públicas em detrimento do interesse coletivo [...]. (BARROS, 2002, p. 145).

Segundo Amaral Filho (2002),

O apoio do poder público a qualquer agrupamento de micro, pequenas e médias empresas deve ser orientado pela modéstia, suficiente para evitar que as organizações públicas saiam pelos quatro cantos do país construindo *clusters*, arranjos e sistemas produtivos locais. Não se trata de construir estruturas físicas estáticas, a exemplo do que aconteceu no Brasil na década de 1970 com a multiplicação de “distritos industriais” ao redor das cidades. O saldo dessa experiência foi o surgimento de carcaças de prédios industriais vazios, quando não empreendimentos imobiliários compostos por empresas de diversos ramos de atividades, impossibilitados de gerar a sinergia e as externalidades a que se referiu Marshall.

As redes e agrupamentos localizados de MPME's [Micro, Pequenas e Médias Empresas] com produção especializada são, antes de tudo, manifestações espontâneas, auto-organizadas, surgidas em torno de um ponto onde se forma um núcleo produtivo. As razões para esse surgimento são inúmeras: fonte de matéria-prima; presença de fornecedores; disponibilidade de recursos naturais específicos ou de boa qualidade; proximidade de mercados; presença de universidades e centros de pesquisa; bifurcações causadas por estratégias de sobrevivência de pequenos produtores submetidos à grande produção comercial agrícola; produção artesanal; etc. (AMARAL FILHO, 2002, p. 15-16).

Conforme Meyer-Stamer (2001), nos últimos dez anos duas escolas em muito contribuíram para as discussões sobre a política de desenvolvimento. Do ponto de vista conceitual ele destaca o Institute for Development Studies – IDS e do ponto de vista prático ressalta Michael Porter e sua empresa Monitor Consulting. No entanto, para o autor, essas escolas pecam

por reduzir o desenvolvimento econômico local e regional à simples promoção de *clusters*. Mesmo sendo um fenômeno onipresente também em países em desenvolvimento, o *cluster* não é o único modelo estrutural de desenvolvimento local e, por isso, não satisfaz muitas das localizações e regiões. (MEYER-STAMER, 2001, p. 8).

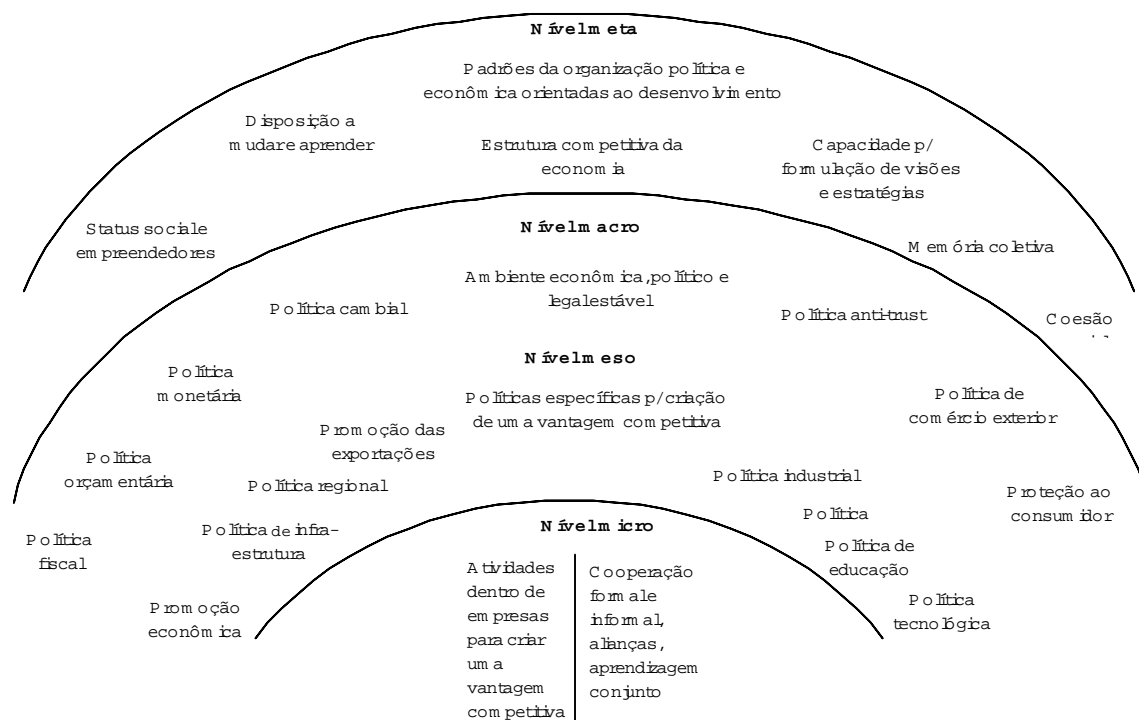
Segundo Meyer-Stamer, a promoção de *clusters* como concepção de desenvolvimento local e regional da economia parte da observação de que um *cluster* oferece grande potencial para a

criação de vantagem competitiva. Porém, nem todo agrupamento de empresas do mesmo ramo é obrigatoriamente um *cluster*.

O conceito de competitividade sistêmica, de acordo com Meyer-Stamer, possibilita uma visão mais abrangente quanto à adequação de instrumentos selecionados para a promoção do desenvolvimento local e regional, a exemplo de políticas de *clusterização*. Trata-se de um conceito aberto o suficiente para abranger os principais pontos fortes e fracos que determinam o potencial de desenvolvimento local e regional.

A principal afirmação do conceito de competitividade sistêmica é: o desenvolvimento industrial bem sucedido não se cria apenas com fatores do **nível micro de empresas** e do **nível macro das condições macroeconômicas em geral**, mas também com **medidas específicas de governos e de ONGs** [Organizações não Governamentais] **para fortalecer a competitividade de empresas (nível meso)** – em que a **capacidade de articular macro e meso política de promoção** depende tanto de **estruturas fundamentais políticas e econômicas**, como de **constelações de atores (nível meta)**. [...] Esse conceito, aplicável a economias nacionais, também ajuda na compreensão de importantes elementos da economia local ou global, [grifo nosso]. (MEYER-STAMER, 2001, p. 20).

Para melhor visualizar e se entender as diferenças de abrangência entre os níveis micro, meso, macro e meta na abordagem da competitividade sistêmica desenvolvida por Meyer-Stamer, insere-se a (Figura 2.12 e o Quadro 2.8, p. 237).



**Figura 2. 12 Níveis Analíticos do Conceito da Competitividade Sistêmica**

Fonte: Meyer-Stamer, 2001, p. 19.

| NÍVEL | SUPRANACIONAL   | NACIONAL   | REGIONAL  | LOCAL   |
|-------|---|--|---|---|
| Meta  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Concorrência de modelos diferentes de economia de mercado</li> </ul> <p>1</p>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Modelo nacional de desenvolvimento</li> <li>Sistema nacional de inovação</li> </ul> <p>2</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identidade regional</li> <li>Capacidade estratégica de atores regionais</li> </ul> <p>3</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacidade de cooperação de atores locais</li> <li>Confiança</li> <li>Ambiente criativo</li> </ul> <p>4</p>  |
| Macro | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mercado internacional de capital</li> </ul> <p>5</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Condições básicas macroeconômicas (p.ex., sistema tributário, opções de financiamento)</li> </ul> <p>6</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Política orçamentária sólida</li> <li>Capacidade de governo para investimentos</li> </ul> <p>7</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Política orçamentária sólida</li> <li>Capacidade de governo para investimentos</li> <li>Ambiente atraente</li> <li>Qualidade de vida</li> </ul> <p>8</p>   |
| Meso  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Política industrial e de tecnologia da União Européia</li> <li>Protocolo de Montreal</li> </ul> <p>9</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Promoção de novas tecnologias</li> <li>Promoção de exportação</li> <li>Instituições específicas de financiamento</li> <li>Política ambiental voltada aos setores</li> </ul> <p>10</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Promoção econômica regional</li> <li>Centro de demonstração de tecnologia</li> <li>Institutos de pesquisa e desenvolvimento</li> <li>Institutos de formação</li> <li>Política ambiental</li> </ul> <p>11</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Promoção da economia local e do mercado de trabalho</li> <li>Instituições de formação</li> <li>Centros de tecnologia e de novos empreendedores</li> <li>Associações competentes</li> </ul> <p>12</p> |
| Micro | <ul style="list-style-type: none"> <li>Empresas internacionais</li> <li>Global commodity chain</li> </ul> <p>13</p>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Empresas de médio e grande porte</li> <li>Redes dispersas</li> </ul> <p>14</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>MPEs</li> <li>Clusters regionais</li> </ul> <p>15</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Clusters locais/Industrial Districts</li> <li>Contatos locais com os fornecedores</li> </ul> <p>16</p>   |

**Quadro 2.8 Alguns Fatores de Determinação de Competitividade Sistêmica em Níveis Diferentes de Agregação da Política**

Fonte: Meyer-Stamer, 2001, p. 20.

Pires (2001), considera o conceito de *cluster* como característico do nível meso competitivo, diretamente relacionado com o conceito de cadeia produtiva. Pires cita o conceito de *cluster* adotado pela CNI (Confederação Nacional das Indústrias), que reforça o papel de coordenação da cadeia produtiva:

Conceitua-se um agrupamento (*cluster*), numa referência geográfica, a aglomeração de empresas ali localizadas que desenvolvem suas atividades de forma articulada e com uma lógica econômica comum, a partir, por exemplo, de uma dada dotação de recursos naturais, da existência de capacidade laboral, tecnológica ou empresarial local, e da afinidade setorial dos seus produtos. A interação e a sinergia, decorrentes da atuação articulada, proporcionam ao conjunto de empresas vantagens competitivas que se refletem em um desempenho diferenciado superior em relação à atuação isolada de cada empresa. (CNI, 1998, *apud* PIRES, 2001, p. 81).

Sob o enfoque que orienta o seu trabalho, fica evidenciado que, a exemplo de outras colocações já vistas nesta tese, também para Pires, os conceitos de distritos e sistemas industriais e de sistemas produtivos locais equivalem ao conceito de *cluster*, assim como o conceito de cadeia produtiva está vinculado ao de *cluster*.

Muitas vezes os conceitos se confundem, sendo que **clusters são concentrações geográficas de elos da cadeia produtiva**. Quanto mais avançado o nível de desenvolvimento do *cluster*, maior a quantidade de elos da cadeia com concentração geográfica restrita. Isto é o que se chama de **adensamento regional da cadeia produtiva**, uma das características dos clusters mais desenvolvidos [grifo nosso], (PIRES, 2001, p. 82).

O adensamento da cadeia produtiva ocorre porque **o suprimento de itens intermediários da cadeia produtiva visa a ser realizado por fornecedores locais**. O desdobramento da cadeia produtiva tende a alcançar até os serviços de comercialização do produto, o fornecimento de insumos e serviços produtivos e a produção de bens de capital, [grifo nosso]. (CNI, 1998, *apud* PIRES, 2001, p. 83).

Acrescenta-se com Meyer-Stamer, Maggi e Seibel (2001), que as cadeias privilegiam os elementos verticais de comando e estão ligadas a atividades em que existem economias de escala apropriáveis. Já os *clusters* têm por base mecanismos horizontais de coordenação, caracterizando-se pela presença de economias externas dificilmente apropriáveis.

Para Bianchi (*Nuevo enfoque en el diseño de políticas para las pymes: aprendiendo de la experiencia europea*, 1996), mencionado por Pires, os sistemas produtivos locais ou *clusters*, podem ser classificados em:

- ✓ **embrionários** – limitam-se quase que totalmente ao mercado local, caracterizando-se pela presença de empresas que atuam como subcontratadas de grandes empresas, as quais, em geral, localizam-se fora do contexto local;
- ✓ **consolidados** – têm capacidade de conquistar um mercado mais ampliado, contando com empresas mais especializadas e passando a ter uma identidade e uma efetiva imagem de um *cluster*;
- ✓ **maduros** – desenvolvem e sedimentam uma habilidade de inovar com sucesso, passando a gerar uma produção dotada de maior valor agregado e alcançando um âmbito internacional de atuação e competitividade.

Para caracterizar a distinção entre agrupamentos menos e mais avançados, bem como os fatores de competitividade para as PMEs em uma configuração de *cluster*, seguem-se os (Quadros 2.9 e 2.10, p. 240).

| AGRUPAMENTOS   | X | AGRUPAMENTOS AVANÇADOS  |
|--|---|---|
| <b>Características</b>   |   |   |
| Aglomeração de empresas com determinado grau de articulação e que apresentam afinidade setorial ou temática. |   | Aglomeração de empresas industriais e de serviços com alto grau de interação, e com a cadeia produtiva adensada e verticalizada (bens de capital, serviços produtivos, etc.). |
| <b>Morfologia</b>  |   |   |
| Em forma de rede ou radial.  |   | Em forma de rede ou radial.   |
| <b>Eficiência Coletiva Baseada em</b>  |   |   |
| Vantagem competitiva estática (escala de comercialização de insumos, transporte de produtos, etc.).          |   | Vantagens competitivas dinâmicas (inovação tecnológica de produto e processo).  |
| <b>Confiança</b>   |   |   |
| Fundamentada na tradição e pouco exercitada.   |   | Consolidada e exercitada cotidianamente nas transações locais e internacionais.   |
| <b>Interatividade</b>  |   |   |
| Pouco freqüente, dos agentes econômicos entre si e com o sistema nacional de inovação.                       |   | Freqüente, dos agentes econômicos entre si e com o sistema nacional de inovação.  |

**Quadro 2.9 Tipos de Agrupamentos**

Fonte: CNI, 1998, *apud* Pires, 2001, p. 87.

| Fatores                | Efeitos   | Resultados                              |
|------------------------|---|---|
| Economias externas     | Redução de custos                                       | Competitividade                         |
| Bens coletivos         | Efetividade   |   |
| Rivalidade Local       | Eficiência<br>Desejo de vencer<br>Seleção natural       |   |
| Complementaridade      | Especialização  |   |
| Conhecimento acumulado | Inovação  |   |
| Confiança              | Baixo risco de investimento                             | Altos níveis de emprego<br>Prosperidade |
| Oportunidades locais   | Grande capacidade de recuperação<br>Grande participação |   |

**Quadro 2.10 Fatores que Geram Competitividade para as PMEs em *Clusters***

Fonte: Bertini, 1998, *apud* Pires, 2001, p. 89.

Na medida que um *cluster* vai se tornando mais avançado, suas vantagens competitivas vão se ampliando.

Comparativamente, pode-se dizer que as vantagens competitivas presentes no agrupamento [menos avançado] são de caráter predominantemente estático (por exemplo, as economias de escala obtidas em compras conjuntas de insumos ou no transporte de insumos e produtos acabados), enquanto que no agrupamento avançado estas vantagens são dinâmicas, porque envolvem inovações tecnológicas de produtos e de processos e mudanças na própria estrutura da oferta. Neste sentido, se diz que **em um agrupamento o crescimento é endógeno, autodeterminado**, [grifo nosso]. (CNI, 1998, *apud* PIRES, 2001, p. 89).

Desse modo, enfatiza-se, concordando com Pires, que as iniciativas de *cluster* não podem ser copiadas de regiões de sucesso, pois elas dependem de aspectos históricos, culturais e territoriais de base local. “[...] o formato de um *cluster* não pode ser pré definido, pois é fruto do comportamento endógeno do próprio sistema [produtivo] local [...]” (PIRES, 2001, p. 90). Entretanto, apesar das características do *cluster* resultarem de elementos próprios de um contexto regional específico – identidade regional, pacto territorial e capital social, há a possibilidade de se induzir iniciativas de *clusters*, criando-se um ambiente propício ao seu desenvolvimento.

Um distrito industrial [*cluster*], na concepção que aqui se quer considerar (inserido na dinâmica de um ambiente histórico, social e cultural), **não pode ser promovido [diretamente] pelo Estado ou por instituições governamentais**. No entanto, uma



vez que um distrito [*cluster*] esteja em funcionamento, a ajuda daqueles torna-se fundamental, pois **auxílios como parques tecnológicos ou incubadoras de negócios, promoção de feiras e outros**, podem tornar-se um impulso essencial. Assim, as instituições públicas ou privadas que queiram promover a industrialização [ou outras atividades econômicas, o turismo por exemplo], devem fazê-lo nas regiões onde um *cluster* esteja em franco desenvolvimento, [grifo nosso]. (GALVÃO e VASCONCELOS, 1999, *apud* PIRES, 2001, p. 90).

Em sua análise do desenvolvimento local em um mundo globalizado, privilegiando uma perspectiva de construção de territórios competitivos e inovadores, Lira indica que

a construção de capacidades competitivas pode, efetivamente, vincular-se às políticas territoriais e, mais precisamente, ao desenvolvimento de uma cultura territorial que integre os sistemas locais de empresas e que permita, em alguma medida, ajudar a superar a situação de maior deterioração dos territórios mais atrasados [...] É dizer, se bem é certo que são as empresas que competem, essa qualidade se pode ver reforçada, se o entorno territorial facilita esta dinâmica e se, por sua parte, as empresas também sentem a importância de ser empresas “do território” a cujas pessoas e habitantes também se deve a sua existência, mais que empresas “no território” desvinculadas totalmente de seus projetos de futuro e desenvolvimento, [tradução livre nossa]. (LIRA, 2003, p. 43).

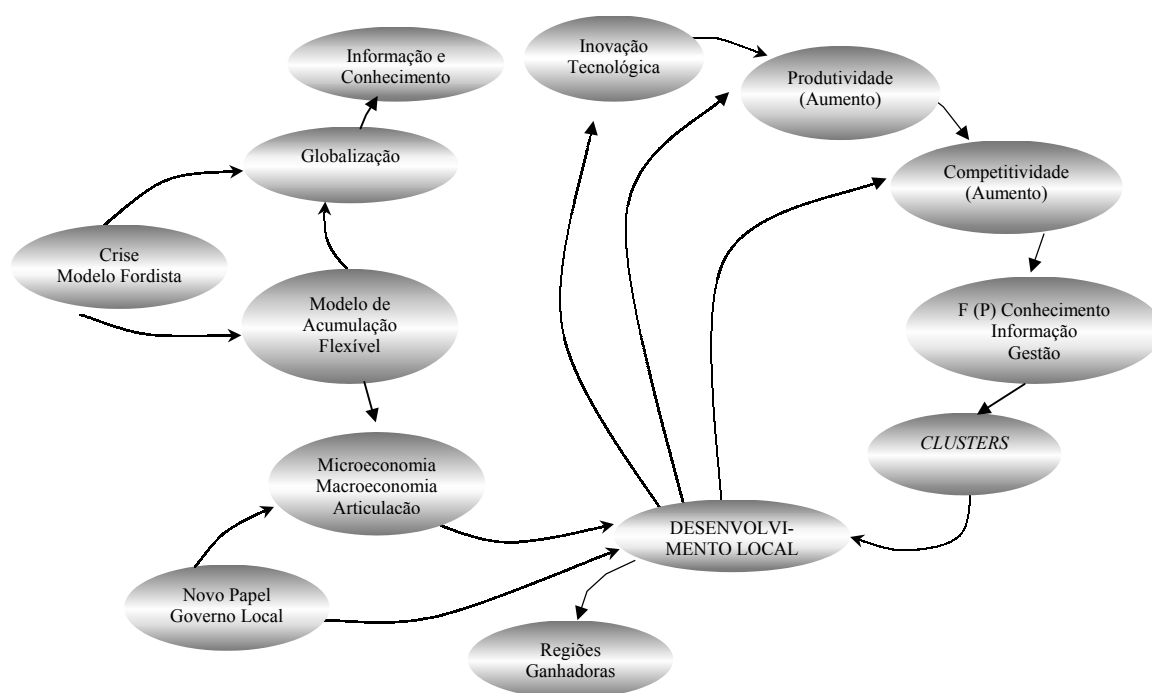
No plano territorial, segundo Lira (2003),

se torna imprescindível desenhar instrumentos e políticas públicas de gestão dirigidas a estimular o aproveitamento dos recursos locais endógenos para impulsionar novos estilos de desenvolvimento baseados nas potencialidades das economias locais como complemento indispensável das políticas nacionais de desenvolvimento. [...] é importante compreender como desde o local a gestão pública induz, ou pode induzir, o desenvolvimento de redes de empresas organizadas localizadas em um determinado território (*clusters*), onde a colaboração e o associativismo entre as empresas são elementos centrais para impulsionar a sua competitividade, [tradução livre nossa]. (LIRA, 2003, p. 44).

Para Lira, uma das formas sob a qual se pode organizar uma resposta desde a base, para aproveitar as vantagens que oferecem as novas tecnologias, por exemplo, é por meio da articulação de redes de produção que possam potencializar suas possibilidades competitivas, com uma de suas possíveis versões sendo os chamados *clusters* de produção.

Lira analisa que a dinâmica do processo de globalização atua sobre os territórios de duas distintas formas, uma segundo as conexões do território com outros lugares do mundo – numa lógica vertical; outra segundo a capacidade do território de construção de redes ou organizações no seu próprio interior – numa lógica horizontal (Figura 2.13).

A segunda destas lógicas está intimamente relacionada com a idéia de construção social dos territórios e, mais concretamente, com a idéia de construção de territórios inovadores e competitivos, na medida que a estrutura econômica nacional se pode expressar em torno das cadeias produtivas locais que propiciam o desenvolvimento de pequenas e médias empresas e que tende a buscar formas associativas e articuladas para conseguir vantagens competitivas, seja sobre o impulso de aglomerações de empresas organizadas sobre o território, ou de outros tipos de associações produtivas, onde a consecução de economias de escala se concebe como externas às empresas, porém internas aos territórios, [tradução livre nossa]. (LIRA, 2003, p. 47).



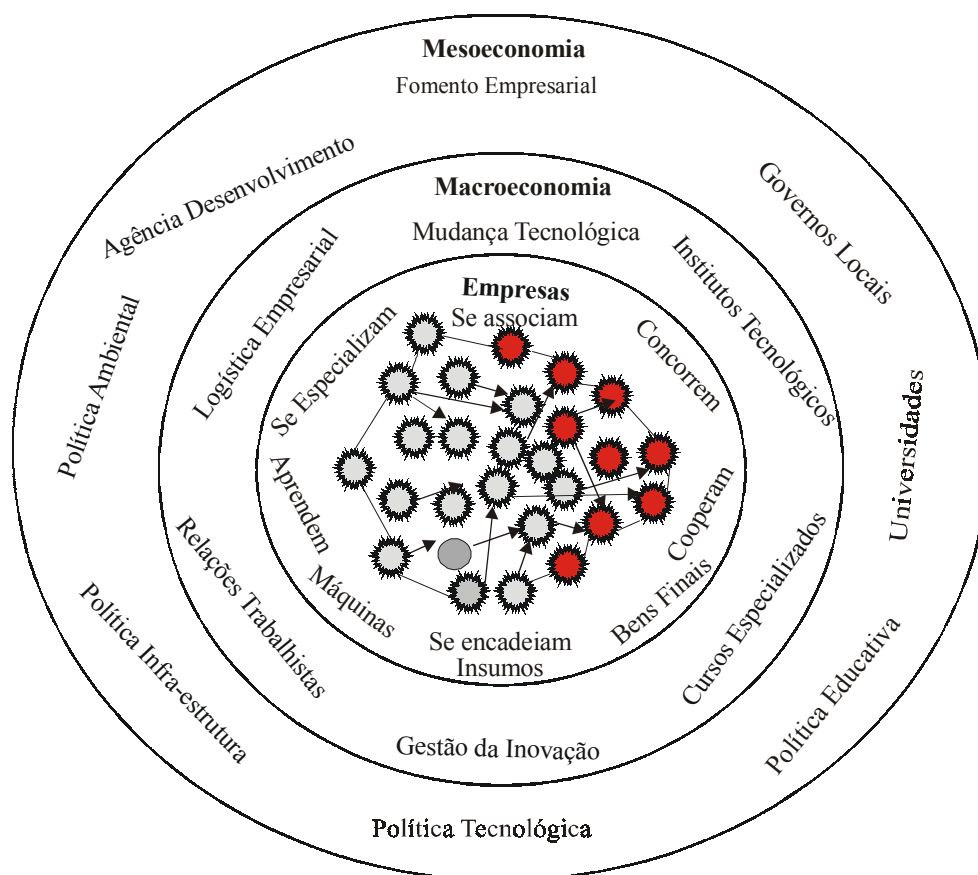
**Figura 2.13 Desenvolvimento Local: Círculo Virtuoso**

Fonte: Lira, 2003, p. 44.

Referindo-se aos *clusters*, Lira informa que o termo indica uma concentração geográfica de empresas e instituições, na qual a interação gera e sustenta vantagens competitivas, no entanto, ele comenta sobre a não existência de um consenso sobre a tradução da palavra *cluster*, com a mesma sendo utilizada, às vezes com significados diferentes, como equivalente

a “agrupamentos industriais”, “distritos industriais” e “grupos ou conjuntos locais”, tendo a Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL) recomendado chamá-lo de “conglomerado” (Figura 2.14).

A idéia principal é que por meio do desenvolvimento de um conglomerado, ou agrupamentos industriais, se poderia gerar vantagens competitivas avançadas (principalmente, conhecimento e inovação), de particular relevância para os grupos de pequenas e médias empresas concentradas sobre um território, [tradução livre nossa]. (LIRA, 2003, p. 47).



**Figura 2. 14 Clusters e Desenvolvimento Local**

Fonte: Lira, 2003, p. 47.

Como uma crítica à elaboração porteriana do *cluster*, Lira destaca que a ação governamental no modelo de Michael Porter é exógena, ou seja, pode incidir na competitividade, de forma positiva ou negativa, não servindo, no entanto, para explicá-la. De acordo com Lira, a ação governamental, nesta visão, tem um papel similar aos aspectos fortuitos, à casualidade, o que “não é satisfatório para quem desenha e implementa ações coletivas e políticas públicas,

particularmente quando hoje em dia, se resgata a necessidade de impulsionar a articulação público-privada para potencializar o desenvolvimento destas organizações de empresas [...]” [tradução livre nossa], (LIRA, 2003, p. 48).

Formulando uma idéia sobre o conceito de competitividade territorial, Lira avalia que um fator fundamental de competitividade, particularmente nesta nova sociedade da informação e do conhecimento, “é a capacidade de aprendizagem e inovação, a mesma que se espera encontre-se imbuída (*embedded*), amalgamada, em instituições e organizações locais, em forma latente, e que com certa habilidade se possa e se deva explorar [...]” [tradução livre nossa], (LIRA, 2003, p. 48)

A idéia que se trata de transmitir é que na vizinhança de um território podem conviver uma quantidade de empresas que, se se organizam, podem desenvolver a capacidade de associar-se, competir, cooperar, encadear-se, aprender, especializar-se, para, dentro do possível, explorar toda a cadeia de valor de um determinado processo produtivo. **Estas redes empresariais, para poder fortalecer-se necessitam, no âmbito local e regional, da ativação de duas vertentes da competitividade, que assumem melhor sentido e toda sua dimensão, particularmente no plano territorial, e que são os níveis meso e micro econômico da competitividade sistêmica.** [...] No nível microeconômico se trata de introduzir as mudanças tecnológicas factíveis e necessárias para repotencializar o aparato produtivo local, para o qual se pode recorrer a distintos meios. No nível da meso economia territorial, no entanto, se trata de impulsionar um entorno inovador para o fomento empresarial, que implica o desenvolvimento de toda uma institucionalidade local que efetivamente possa enfrentar este desafio, [grifo do autor], [tradução livre nossa]. (LIRA, 2003, p. 48).

Na opinião de Ribeiro (2001), a globalização da atividade econômica e a tendência das empresas que operam em áreas de negócios afins se localizarem e atuarem em proximidade, têm tornado-se forças motrizes do desenvolvimento econômico. Neste contexto, a globalização tem se revelado compatível com a “localização” de vantagens competitivas em diversas atividades industriais e de serviços.

Por outro lado, a necessidade de ajustamento à competição local tem levado as autoridades nacionais e regionais de vários países a promover políticas públicas que favoreçam processos de *clusterização*, ou seja, de estímulo à formação de *clusters*.

Segundo Ribeiro, a OCDE (Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico), define *cluster* como “redes de produção de empresas fortemente interdependentes (incluindo fornecedores especializados), ligadas entre si numa cadeia de produção de valor adicionado [ou agregado] ” (OCDE, 1999, *apud* RIBEIRO, 2001, p. 111).

As políticas de *clusterização* devem ser dirigidas, de acordo com o autor, ao estímulo e apoio à emergência deste tipo de redes; ao reforço das ligações entre as diferentes partes que compõem essas redes; ao acréscimo do valor adicionado pela atuação dessas partes.

Ribeiro distingue quatro tipos de *clusters* e quatro definições derivadas:

- ***Micro Cluster ou Cluster Local*** – é um conjunto geograficamente próximo de empresas e instituições, inter-relacionadas por elementos comuns e complementaridades, atuando num campo particular de atividades (no mesmo setor ou eventualmente no mesmo segmento de um setor); essas empresas simultaneamente concorrem entre si no mercado dos produtos (ou serviços) e são capazes de cooperar entre si, e ao fazerem-no aumentam a competitividade do conjunto; o caso dos “Distritos Industriais italianos” cabe nesta noção, em que a **focalização das empresas num leque reduzido de atividades ou de segmentos de atividades é uma característica-chave**;
- ***Cluster Industrial [...]* ou simplesmente *cluster*** – é um conjunto de empresas inter-relacionadas, de fornecedores especializados, de prestadores de serviços, de empresas pertencentes a indústrias relacionadas e de instituições associadas (desde Universidades a centros de certificação de qualidade e a associações comerciais) que desenvolvem a sua atividade em campos diferentes, recorrendo a tecnologias distintas mas complementares, e que pela inovação que uma gera se concretizam benefícios para as outras, beneficiando-se todas da melhoria da competitividade das partes;
- ***Cluster Regional*** – é no essencial um *cluster industrial* cujas articulações principais funcionam no interior de um dado espaço regional (subnacional), podendo essas articulações repetir-se total ou parcialmente noutras regiões do mesmo país; a este nível são mais pertinentes os efeitos de proximidade geográfica sobre a dinâmica da interação entre os atores e ao nível da competitividade e inovação do conjunto;

- **Mega Cluster** – é um conjunto de atividades distintas, mas cujos bens ou serviços satisfazem a procura de uma mesma grande **Área Funcional da Procura Final**, recorrendo a competências básicas complementares e podendo explorar vantagens de interligação e articulação em rede, entre si e com outras entidades, nomeadamente as que permitem a acumulação do “capital imaterial” para o conjunto das empresas envolvidas, [grifo nosso]. (RIBEIRO, 2001, p. 111-112).

As Áreas Funcionais correspondem aos *Mega Clusters* identificados na economia de um país, quer efetivos ou potenciais, que se caracterizam por apresentar, segundo o autor, forte procura mundial e nos países desenvolvidos, além de expressivo potencial de inovação. São exemplos de Áreas Funcionais ou *Mega Clusters*: Saúde, Informática e Comunicações, Instrumentação e Microtécnicas, Indústria Aeronáutica, Indústria Naval e Exploração Oceânica, Navegação e Teledeteção. A relação entre Mega Clusters e Clusters efetivos ou potenciais é mostrada no (Quadro 2.11).

| “MEGA CLUSTER”                | “CLUSTER” EFETIVO OU POTENCIAL   |
|-------------------------------|--|
| ALIMENTAÇÃO                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laticínios;</li> <li>• Carne – pecuária sem terra;</li> <li>• Hortifrutícola /Agroindústrias;</li> <li>• Vinho;</li> <li>• Cerveja, Refrigerantes e Águas.</li> </ul> |
| HABITAT (AMBIENTE DE MORADIA) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Madeira e Cortiça;</li> <li>• Cerâmicas;</li> <li>• Plásticos;</li> <li>• Mecânica Ligeira;</li> <li>• Construção e Recuperação Urbana;</li> </ul>                    |
| MODA                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Têxtil e Derivados;</li> <li>• Calçado e Artigos de Couro.</li> </ul>   |
| LAZER                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo</li> </ul>  |
| MOBILIDADE RODOVIÁRIA         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Automóvel</li> </ul>  |
| ELETROMECAÂNICA               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eletromecânica/Material Ferroviário</li> </ul>  |
| INFORMAÇÃO E ENTRETENIMENTO   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imprensa/Rádio e TV/Publicidade</li> </ul>  |

**Quadro 2.11 Portugal – “Mega Clusters” e “Clusters Industriais”**

Fonte: Ribeiro, 2001, p. 125.

Segundo Ribeiro (2001), no interior de um *Mega Cluster* funcionam quatro tipos de relações:

- ✓ uma **relação de “fileira” (*filière*)**, relacionando de montante a jusante um conjunto de atividades que são compradoras ou vendedoras em cadeia, por sucessivas transformações dos materiais ou integração de componentes;

- ✓ uma **relação estabelecida pela exploração de bases tecnológicas comuns**, mas com aplicações distintas, explorando o conceito de “árvores tecnológicas”;
- ✓ uma **relação através do fornecimento de bens de equipamentos**, que materializam as tecnologias de processo dominantes em cada momento para as diversas atividades da Área Funcional, referindo-se em especial os casos em que existe uma forte inovação nesses bens de equipamento; e
- ✓ uma **relação entre produtos sem qualquer relação de fileiras, de tecnologias ou de equipamentos**, tornada possível pela acumulação de capital simbólico desenvolvidos pelas empresas (a exemplo de marcas e redes de distribuição associadas).

Conforme o tipo de relações que se estabelecem entre empresas localizadas geograficamente próximas, em um determinado local, numa “contiguidade” ou em uma dada região, pode se diferenciar, conforme Ribeiro, três tipos de polarização geográfica:

- **Co-localização** – consiste numa localização geograficamente próxima de empresas com fracas conseqüências funcionais; as empresas não dão importância ao local e às outras empresas nele presentes para a sua própria competitividade; neste caso são fracas ou inexistentes as relações [entre e dessas empresas];
- **Aglomeração** – consiste numa localização geograficamente próxima de empresas que contribui para a sua competitividade, mas de um modo que se poderá designar como “passivo”; neste caso são fracas as relações entre as empresas que concorrem no mesmo setor, bem como entre fornecedores e clientes; predominam as relações com as Universidades locais (nomeadamente por razões de disponibilidade de recursos humanos qualificados), com o setor de serviços de suporte e com as infra-estruturas;
- **Clusterização** – consiste numa localização geograficamente próxima de empresas em que funcionam com maior ou menor intensidade [todos os possíveis níveis de relações entre e dessas empresas, referidos no tipo de localização anterior], [grifo do autor]. (RIBEIRO, 2001, p. 114-115).

De acordo com a caracterização dos três tipos de polarização geográfica acima discriminados, não seria exatamente correta a consideração que diversos autores fazem, conforme consta e se concorda nesta tese, do termo agrupamento como tradução mais aceita ou mesmo um

sinônimo do termo *cluster*. Mais uma vez se percebe a heterogeneidade de foco entre as diversas abordagens do tema.

Aos fatores de aglomeração anteriormente mencionados, e num contexto de globalização, combinam-se as virtualidades da *Internet* e do “ciberespaço”, germinando-se desse modo, um novo tipo de *cluster*:

- ***Ciber-Cluster*** – entendido como um conjunto de empresas situadas a grande distância física umas das outras mas que trabalham em conjunto, realizando operações sucessivas num mesmo processo ou especializando-se em segmentos distintos desse processo, explorando as vantagens das diferenças de fusos horários, de forma a permitir uma produção ininterrupta no *cluster*, 24 horas por dia, todos os dias, graças à utilização das telecomunicações e da *Internet*; a este nível, o fator “proximidade” é determinado não em termos geográficos mas de sequência temporal, [grifo nosso]. (RIBEIRO, 2001, p. 116).

Conforme Ribeiro, as economias desenvolvidas são influenciadas por um conjunto de processos que interagem entre si, acarretando conseqüências sobre a dinâmica dos *clusters* industriais e regionais. Nesse contexto, são três os principais processos de influência: a **globalização da economia mundial**, a vertiginosa **mutação tecnológica** e a **terceirização das economias empresariais**, com este último processo envolvendo aspectos relacionados à produção e circulação de conhecimento, informação, intermediação e capital simbólico. O dinamismo de tal cenário atua sobre a maior ou menor condição de competitividade, a nível internacional, nacional, regional ou local, das economias, dos *clusters*, das empresas e, inclusive, dos destinos turísticos envolvidos.

Na abordagem da *clusterização*, conforme Lobo e Melo (2002), o caminho que se seguiu no GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica, do Ministério da Economia de Portugal, para **definir o foco do cluster** (no caso do automóvel) e em seguida identificar suas actividades constituintes, assentou na **análise das matrizes das contas nacionais**.

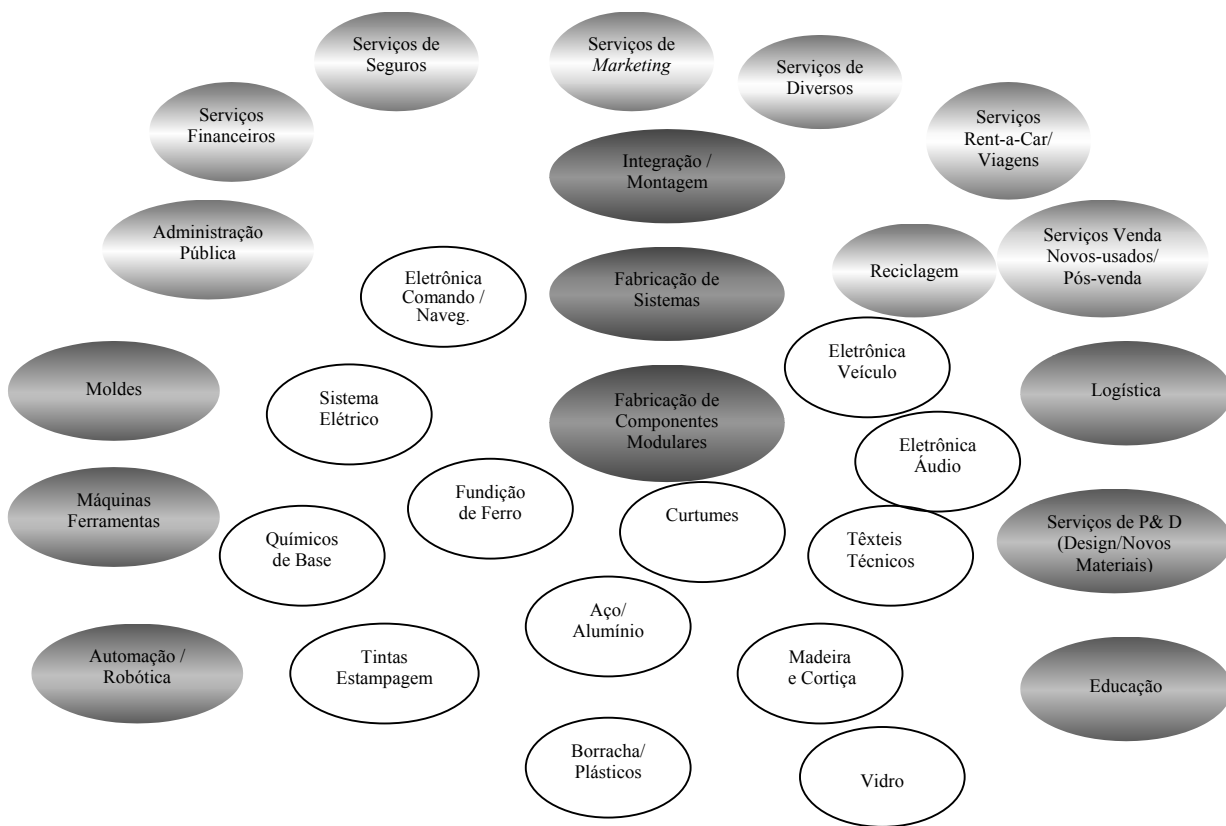
Analisando a indústria automobilística, as autoras delinearam a evolução da cadeia de valor do automóvel, para chegar à configuração do *cluster* do automóvel.



De uma integração vertical com competências bem definidas e funções sequenciadas, que terminavam no produto automóvel, tem-se gradualmente caminhado para uma gestão integrada de uma arquitetura multipolar, que visa seguir o produto ao longo de todo o seu ciclo de vida [...]. (LOBO e MELO, 2002, p. 28).

O *cluster* do automóvel, Figura 2.15, p. 250, agrupa as atividades tipificadas a seguir:

- **Foco** (em cinza mais escuro) – Conjunto de atividades que originam o produto automóvel ou componentes diretamente relacionados com a fabricação do mesmo (essencialmente integração e montagem do automóvel);
- **Input** (em branco) – Atividades relacionadas com os produtos necessários à produção do automóvel (produtos incorporados no próprio automóvel);
- **Suporte** (em cinza mais claro) – Atividades cujos produtos/serviços são necessários ao processo de transformação, sendo incorporados ou não fisicamente no produto final, embora não se esgotem nele (em particular equipamentos fundamentais utilizados na produção – em cinza);
- **Complementar** (mesclado em cinza e branco) – Atividades relacionadas com o produto final (foco) ou com o funcionamento empresarial. Não são indispensáveis ao processo produtivo, mas possibilitam um maior domínio da cadeia, sobretudo a jusante do foco (visando, entre outros aspectos, proporcionar uma melhor mobilidade individual), embora se reflitam também a montante (exemplo da reciclagem), [grifo nosso]. (LOBO e MELO, 2002, p. 35).



**Legenda:**

- **Foco**
- **Suporte**
- **Complementar**
- **Input**

**Figura 2.15 Cluster Automóvel**

Fonte: Lobo e Melo, 2002, p. 35.

Nota: A dimensão dos círculos não tem qualquer significado.

Em uma abordagem analítica distinta, para Monfort Mir (2000), o conceito de êxito competitivo unifica os conceitos de competitividade empresarial e de êxito ou sucesso empresarial, significando, de modo sintético, capacidade para competir. De forma mais desenvolvida, por êxito competitivo “se entende a capacidade de uma empresa para configurar uma oferta de produtos que resulte atrativa para uma quota significativa do mercado [...]” [tradução livre nossa], (MONFORT MIR, 2000, p. 35).

Tal capacidade permitirá que a empresa desenvolva uma vantagem competitiva que deve ser sustentada no tempo, de maneira que um negócio possa alcançar uma posição competitiva favorável, possibilitando a manutenção e o aumento de sua participação no mercado, ao mesmo tempo conseguindo resultados financeiros superiores e um crescimento do rendimento gerado.

O conceito de êxito competitivo vincula-se à idéia de excelência, a qual está associada ao alcance de níveis máximos de eficácia e eficiência por parte da empresa, sendo que, no âmbito do turismo se trata de aplicá-lo a destinos turísticos, numa perspectiva global, ainda que, conforme Monfort Mir, no final, sejam as empresas e seus respectivos negócios os protagonistas com capacidade real de interiorizar e tornar aplicável esta “excelência” a qualquer destino turístico.

O conceito de competitividade empregado no estudo elaborado por Monfort Mir, refere-se ao compromisso essencialmente estratégico da competitividade, ou seja:

melhora da eficiência, crescimento da quota de mercado e da renda, e conformidade com umas condições mínimas para o correto funcionamento dos mercados – ausência de barreiras e restrições à concorrência e consideração do âmbito competitivo desde uma perspectiva internacional [...], [tradução livre nossa], (MONFORT MIR, 2000, p.36).

Pelo exposto, a abordagem de Monfort Mir concorda e recorre aos conceitos porterianos de competitividade e de vantagem competitiva.

[...] a vantagem competitiva aglutina características diferenciais de uma empresa que a distinguem diante de potenciais concorrentes, as quais, por sua vez, proporcionam a esta empresa um valor que é reconhecido por seus clientes: valor que se manifesta em forma do menor preço do seu produto, apesar de proporcionar benefícios similares [aos produtos dos concorrentes]; ou pode traduzir-se em atributos exclusivos do produto da empresa em questão que implicam um maior lucro, capaz de absorver o custo adicional deste produto, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 36).

A origem e a sustentabilidade das diferenças em resultados e em vantagens competitivas entre empresas, deram lugar, de acordo com Monfort Mir, a várias alternativas de análise da competitividade,

as quais podem agrupar-se, com base em sua capacidade explicativa da competitividade internacional da empresa, a partir de cinco tipos de variáveis causais: “vantagens-país”, “vantagens-indústria/setor”, “vantagens-território”, “vantagens-produto” e “vantagens-empresa”, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 41).

No seu estudo, Monfort Mir adverte que utiliza com o mesmo sentido, referindo-se à classificação acima, os termos vantagens e efeitos. Esta classificação será objeto de análise mais detalhada no capítulo 3 desta tese, item 3.2.2, no que se refere à sua aplicação e funcionalidade em relação a diferenciados níveis e formas de competitividade de destinos turísticos.

A competição das empresas através dos agrupamentos ou *clusters*, segundo Rodríguez Dominguez (2001), representa uma forma de aproveitar-se tanto das vantagens país, como das vantagens de operar em um setor determinado e das vantagens derivadas da própria empresa, permitindo ainda, se por em prática o desenvolvimento de uma estratégia de flexibilidade adaptativa necessária também para a melhora competitiva que deverá produzir-se na atividade do turismo. De acordo com a autora, um *cluster* “é aquela associação de atividades industriais competitivas, conformada por diferentes empresas e setores, localizadas num espaço fechado, e com umas operações que são idoneamente complementares [...]” [tradução livre nossa], (RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, 2001, P. 303).

Mas, questiona a autora, o que se entende exatamente por um espaço fechado?. Utilizando-se de uma classificação de Becattini, ela indica que os sistemas territoriais articulam-se nos seguintes níveis:

- ✓ **o distrito industrial** – lugar onde operadores pertencentes ao mesmo setor ou setores complementares se dedicam à integração de suas atividades com uma vizinhança muito próxima;
- ✓ **a cidade industrial** – lugar da integração urbana entre um conjunto de empresas industriais, de grande e pequena dimensão, e o seu território interior de conjuntos urbanos, serviços e consumos;
- ✓ **a região** – lugar das comunicações e interdependências entre o conjunto dos distritos e das cidades industriais situadas em posições contíguas na mesma zona de tráfego;
- ✓ **o Estado nacional** – lugar da organização jurídica, política e cultural;
- ✓ **a economia-mundo** – que contém todos os lugares anteriores e as suas diferenças.

Rodríguez Dominguez (2001), analisa que no estudo de Michael Porter sobre os *clusters*, ele trabalha com agrupamentos de empresas, porém sem precisar qual deve ser o âmbito geográfico destes *clusters*, ou seja, que empresas devem ser incluídas no *cluster* e quais as que não devem. Ele só faz referência àquelas empresas que com uma situação geográfica próxima mantenham relações de tipo empresarial (comprador-vendedor).

Porém, a proximidade das empresas é um termo muito relativo, afirma Rodríguez Dominguez. Assim, ainda que na sua abordagem Porter considere o *cluster* como um fenômeno local, há que se ter em conta que o seu modelo de vantagem competitiva opera no cenário global e que para o mercado internacional os fenômenos nacionais têm um certo caráter local. Por isso, continua Rodríguez Dominguez (2001), é necessário distinguir os *clusters* detetáveis à escala do país, dos outros fenômenos de interação produtiva à escala local, denominados distritos industriais. Nota-se aqui, que a autora diferencia o conceito de *cluster*, na ótica porteriana – o *cluster* de dimensão nacional, do conceito de distrito industrial, de foco local. Não obstante, reconhecer a autora que, mais recentemente Porter tem admitido a existência de um outro tipo de *cluster*, em nível mais reduzido, local, que tem lugar em economias avançadas, afirmando inclusive, que são os recursos locais os que realmente são capazes de sustentar vantagens competitivas duradouras para as empresa, dada a globalização da economia.

Buscando definir uma tipologia de *clusters*, em consonância com os níveis de articulação dos sistemas territoriais formulados por Becattini e acima apresentados, Rodríguez Domínguez afirma que

[...] no âmbito do distrito industrial, o conjunto de empresas relacionadas e semelhantes vão conformar o que seria um **microcluster** [considerado pela autora como sinônimo de sistema produtivo local e de distrito industrial]; no âmbito de uma cidade industrial encontra-se um conjunto de **microclusters relacionados**; no da região têm-se os **clusters regionais**; no do conjunto do Estado, **clusters nacionais**; e, por fim, a nível de economia-mundo poderia se falar de **macroclusters**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, 2001, p. 304-305).

Atendendo a esta tipologia, a autora afirma que, em qualquer intento de realizar um diagnóstico geral de um setor seguindo a metodologia porteriana, e entendendo esta em seu sentido amplo, é dizer, em nível de *cluster* nacional, estará se pecando por parcialidade, já que só se poderá estudar aspectos genéricos do setor ou utilizar magnitudes muito agregadas. A extensão dos *clusters* deve ser caracterizada pela homogeneidade das empresas que os compõem. Por isso, Rodríguez Domínguez diz que, com base na análise tradicional de vantagens competitivas, podem acrescentar-se dois conceitos-chave:

- Definem-se os **segmentos estratégicos como a unidade de mercado** onde tem lugar uma concorrência real e onde as empresas que nele se situam competem, têm problemas comuns e buscam solucioná-los. Desta forma, **não tem validade o uso da tradicional classificação estatística das empresas segundo o seu código CNAE [Classificação Nacional de Atividades Econômicas]**. Não se pode considerar, por exemplo, o conjunto de todos os hotéis da Espanha, já que podem estar competindo em segmentos distintos (... turismo de saúde, turismo de negócios, etc.);
- **Microclusters**: trata-se de grupos de empresas e de atividades relacionadas num âmbito geográfico determinado, geralmente reduzido. Em muitas ocasiões, ocorre que as empresas que competem em um segmento estratégico, os setores relacionados e as infra-estruturas de apoio, se situam em áreas geográficas concretas e não muito extensas. São essas áreas que se denominam *microclusters*, e constituem a **unidade de análise das fontes de vantagem competitiva**.

- [Nesta abordagem] se utilizará propostas e linhas de ação concretas e operativas, deixando [de lado] todas aquelas recomendações de tipo genérico que se vinha utilizando ao tratar os *clusters* nacionais e que conformavam estudos excessivamente agregados. Ao trabalhar com âmbitos geográficos mais reduzidos, se pode descrever com maior grau de detalhe o campo de atuação das empresas, tendo-se condições de indicar soluções precisas a problemas concretos, [tradução livre nossa]. (RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, 2001, p. 305-306).

A autora descreve uma tipologia de *clusters* similar à apresentada por Ribeiro (2001). A principal distinção entre ambas reside no fato de que, no modelo de Ribeiro são enfatizadas as interdependências setoriais refletidas nas cadeias de produção de valor adicionado da economia do país, o que remete à utilização de critérios técnicos relacionados à contabilidade nacional. Este fato pode ser percebido, ainda com maior destaque e de forma bem definida, na abordagem do processo de *clusterização* realizada por Lobo e Melo (2002), onde a caracterização setorial do *cluster* deriva da classificação das atividades econômicas e das relações intersetoriais obtidas das matrizes das contas nacionais – matrizes insumo-produto. Já para Rodríguez Domínguez (2001), o recurso às técnicas de contabilidade nacional não tem validade para a delimitação de *clusters*, pois as mesmas resultam em um tratamento genérico e com um elevado grau de agregação, o que limita o conhecimento concreto da realidade dos *clusters*, notadamente, de acordo com sua tipologia, dos *microclusters*, e, de modo particular, dos *microclusters* cuja atividade econômica nuclear seja o turismo.

Após se ter examinado, nos capítulos 1 e 2, uma extensa literatura referenciada às questões do crescimento e do desenvolvimento regional, e à “Teoria dos Aglomerados”, enfatizando os conceitos de cadeias e de *clusters*, na visão de Michael Porter e em diversos outros enfoques, convergentes e divergentes com a mesma, se abordará no capítulo 3, de modo específico, à luz do referencial teórico até aqui trabalhado, o papel que a atividade turística pode desempenhar no processo do crescimento e do desenvolvimento regional, analisando-se inicialmente as categorias econômicas do turismo, se procurando também, contextualizar a

coerência da vinculação e da aplicabilidade dos conceitos de cadeias e de clusters à atividade socioeconômica do turismo.





**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**  
**CURSO DE DOUTORADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

**JORGE ANTONIO SANTOS SILVA**

**TURISMO, CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO:  
UMA ANÁLISE URBANO-REGIONAL BASEADA EM *CLUSTER***

v. 2

São Paulo – SP  
2004

**JORGE ANTONIO SANTOS SILVA**

**TURISMO, CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO:  
UMA ANÁLISE URBANO-REGIONAL BASEADA EM *CLUSTER***

v. 2

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, ECA / USP, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Área de concentração: Relações Públicas, Propaganda e Turismo

Linha de pesquisa: Turismo e Lazer

Orientador: Prof. Dr. Wilson Abrahão Rabahy

São Paulo – SP  
2004

# SUMÁRIO

|   |            |
|---|------------|
| Resumo -----  | 8          |
| Abstract -----  | 9          |
| Lista de Figuras -----  | 10         |
| Lista de Quadros -----  | 13         |
| Lista de Tabelas -----  | 14         |
| Lista de Abreviaturas e Siglas -----  | 16         |
| <b>INTRODUÇÃO-----</b>  | <b>22</b>  |
| <b>1 Aspectos conceituais do crescimento e do desenvolvimento regional-----</b>                                   | <b>26</b>  |
| <b>1.2 Conceitos de fundamentação econômica e geográfica referidos à questão regional-----</b>                    | <b>27</b>  |
| 1.1.1 Espaço econômico e espaço geográfico -----  | 27         |
| 1.1.2 Externalidades e economias de aglomeração -----   | 30         |
| 1.1.3 A região como objeto de análise: espaço e região-----   | 33         |
| 1.1.4 A localização das atividades econômicas no espaço-----  | 37         |
| 1.1.5 A formação dos sistemas urbanos -----   | 44         |
| <b>1.2 Modelos de crescimento e de desenvolvimento regional-----</b>  | <b>51</b>  |
| 1.2.1 O modelo da base econômica: o multiplicador regional e as relações intersetoriais -----                     | 51         |
| 1.2.2 O modelo de causação circular cumulativa e o modelo centro-periferia -----                                  | 62         |
| 1.2.3 O modelo dos pólos de crescimento-----  | 67         |
| 1.2.4 Dispersão regional, concentração intra-regional e descentralização urbana -----                             | 74         |
| 1.2.5 Crescimento endógeno: o conhecimento, o capital humano e o capital social como motores do crescimento ----- | 78         |
| 1.2.6 A abordagem territorialista: o papel das inovações tecnológicas e a formação de redes -----                 | 91         |
| <b>3 A “Teoria dos Aglomerados” – o <i>cluster</i> econômico: antecedentes e configuração atual -----</b>         | <b>115</b> |

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| <b>2.1</b> | <b>Antecedentes conceituais da “Teoria dos Aglomerados”</b>   | <b>115</b> |
| 2.1.1      | Alfred Marshall – Economias internas e externas   | 116        |
| 2.1.2      | Joseph A. Schumpeter – O ciclo econômico e o processo de destruição criadora  | 120        |
| 2.1.3      | John M. Keynes – Demanda efetiva, emprego, propensão a consumir e efeito multiplicador  | 124        |
| 2.1.4      | Tibor Scitovsky – Economias externas tecnológicas e economias externas pecuniárias  | 127        |
| 2.1.5      | Paul N. Rosenstein-Rodan – Teoria do grande impulso ( <i>big push</i> )   | 129        |
| 2.1.6      | Albert O. Hirschman – Interdependência e efeitos de encadeamento  | 131        |
| 2.1.7      | W. W. Rostow – A decolagem ou arranco ( <i>take off</i> ) para o desenvolvimento econômico  | 134        |
| 2.2.8      | Paul Krugman – Imperfeições de mercado, retornos crescentes de escala, acidentes históricos e distribuição geográfica da produção econômica | 138        |
| <b>2.3</b> | <b>A “Teoria dos Aglomerados” na visão de Michael Porter: cadeias e agrupamentos ou <i>clusters</i></b>                                     | <b>144</b> |
| <b>2.3</b> | <b>Outras abordagens sobre os conceitos de cadeias</b>  | <b>166</b> |
| <b>2.4</b> | <b>Outras abordagens sobre os conceitos de agrupamentos ou <i>clusters</i></b>  | <b>182</b> |
| <b>3</b>   | <b>Turismo, desenvolvimento regional e “Teoria dos Aglomerados”</b>   | <b>262</b> |
| <b>3.1</b> | <b>O turismo no crescimento e no desenvolvimento regional</b>   | <b>262</b> |
| 3.1.1      | O enquadramento econômico do turismo  | 262        |
| 3.1.2      | O conceito do multiplicador aplicado ao turismo   | 295        |
| 3.1.3      | Dimensão territorial do desenvolvimento turístico: externalidades e economias de aglomeração / espaço, região e território                  | 305        |
| 3.1.4      | Localização das atividades turísticas: teoria dos lugares centrais, relação centro-periferia e dependência                                  | 334        |
| <b>3.2</b> | <b>Os conceitos de cadeias e de agrupamentos ou <i>clusters</i> referenciados ao turismo</b>  | <b>353</b> |
| 3.2.1      | Os conceitos de cadeias referenciados ao turismo  | 353        |

|   |            |
|---|------------|
| 3.2.2 Os conceitos de agrupamentos ou <i>clusters</i> referenciados ao turismo-----   | 367        |
| <b>4 Um levantamento tendo como objeto a hotelaria de Salvador -----</b>  | <b>406</b> |
| 4.1 Aspectos metodológicos do trabalho empírico-----  | 406        |
| 4.2 Análise descritiva: Elementos característicos da hotelaria de Salvador -----  | 418        |
| 4.4 Análise fatorial: Resultados preliminares indicativos de vazamentos da<br>economia do turismo de Salvador a partir do setor hoteleiro ----- | 435        |
| 4.3.1 Construção das Variáveis “Tamanho do Estabelecimento” e “Problemas no<br>Mercado Local” usando componentes principais-----                | 435        |
| 4.3.2 Análise de Regressão-----   | 436        |
| <b>CONCLUSÃO -----</b>  | <b>439</b> |
| <b>REFERÊNCIAS-----</b>   | <b>457</b> |
| <b>ANEXOS-----</b>  | <b>468</b> |

### **3. TURISMO, DESENVOLVIMENTO REGIONAL E TEORIA DOS AGLOMERADOS**

#### **3.1. O turismo no crescimento e no desenvolvimento regional**

##### **3.1.1. O enquadramento econômico do turismo**

O turismo se apresenta, em sua forma mais simples, como uma corrente massiva que se desloca desde um mercado de origem até um núcleo receptor, apresentando dois problemas básicos: sua má distribuição no tempo e sua polarização no espaço. Isto revela a necessidade de um disciplinamento no contexto global onde opera o turismo, visando dotá-lo de uma racionalidade econômica que permita o controle das variáveis envolvidas, possibilitando a obtenção do pleno desenvolvimento das suas potencialidades.

O tratamento econômico do turismo requer, no entanto, uma abordagem que contemple ao lado da análise científica, a consideração do elemento humano que é fundamental em sua manifestação.

A economia é parte do humanismo científico, porque o fato econômico é um aspecto do fato humano. Como em nossa sociedade livre contemporânea o interesse econômico se converteu em dominante, desde um ponto de vista quantitativo, o tratamento econômico do turismo deve fazer-se sob distinta consideração que a do resto do tratamento humanístico.

Todo o rigor científico da ciência econômica deve centrar-se no tratamento do fenômeno turístico. Porém, o seu caráter [...] humano [...] faz que nem sequer para seu tratamento econômico possa desumanizar-se o turismo.

Se se desumaniza, se desvirtua e perde realidade, e a economia não opera sobre entidades irreais. Por isso, as categorias econômicas do turismo têm que possuir uma específica personalidade, sem perder seu rigor científico; devem ser o suficientemente flexíveis para estudar o fenômeno turístico de uma maneira real e, por sua vez, para poder integrar-se nas categorias econômicas gerais.

Quando se criou a ciência econômica, o turismo não tinha a atual transcendência, e o elemento humano da economia era bastante menos respeitado que hoje. Por isso, é justo que, na prática e na idéia, tratemos de encontrar formas mais adequadas para as categorias econômicas do turismo, [tradução livre nossa]. (CIERVA Y DE HOCES, 1963, p. 48-49).

O produto turístico se realiza por intermédio de um composto de atividades e serviços relativos ao alojamento (indústria das construções e indústria de transformação), à alimentação e às bebidas (atividade agrícola e indústria alimentícia), aos transportes (indústria de transformação e de consumo energético, além de serviços), às aquisições de produtos locais (artesanato e indústria do vestuário ou de transformação), às visitas e aos divertimentos (serviços).

Todas essas atividades são ligadas a uma atração natural ou cultural. Este conglomerado de atividades permite a realização do produto turístico que na sua fase final é atividade produtiva, de serviços. Deste modo, os bens naturais e culturais tornam-se bens diretamente produtivos, participando do processo geral de expansão da economia.

O turismo, portanto, representa um conjunto de atividades produtivas, no qual os serviços têm um caráter prevalente, que interessam a todos os setores econômicos de uma país ou uma região, se caracterizando por possuir uma interdependência estrutural com as demais atividades, em maior grau e intensidade que qualquer outra atividade produtiva. Esta interdependência se realiza, como visto, com as indústrias de transformação, com o comércio, com o artesanato, com os serviços públicos, com as infra-estruturas, os transportes e a agricultura.

Neste sentido, a raiz do fenômeno turístico se encontra na colocação em circulação econômica dos bens naturais e culturais, que, até então, permaneciam à margem dos circuitos econômicos por sua anterior natureza de bens livres.

Para a emissão dos bens naturais no circuito econômico torna-se necessário incorrer em custos de transformação, representados, num primeiro estágio, pela implantação de infra-estruturas

que podem afetar o meio ambiente. O cálculo dos custos se apresenta complexo pelas características estruturais deste tipo de produção. O mesmo se pode afirmar para o cálculo dos benefícios. É quase impossível determinar quantitativamente a opção entre o desenvolvimento desta atividade em relação a uma de outro tipo.

O turismo se preocupa com a produção e distribuição de bens e serviços que tornam possíveis os benefícios esperados pelos turistas em viagem. Os principais objetivos econômicos gerais do turismo, são:

- maximização da quantidade de experiência psicológica para os turistas [da utilidade dos bens e serviços];
- maximização dos lucros das firmas que produzem bens para os turistas;
- maximização dos impactos primário e secundário dos gastos turísticos sobre uma determinada comunidade, região ou país. (HAVAS, 1981, p. 6).

Devido ao elevado grau de diversificação do produto turístico, existe um grande número de restrições à consecução dos objetivos estabelecidos:

- ✓ a demanda por bens e serviços turísticos limita a capacidade de obtenção de lucros e impactos sobre a comunidade;
- ✓ a oferta de atrações turísticas limita a quantidade de benefícios que os turistas podem obter e, portanto, também os lucros e os impactos econômicos sobre a comunidade;
- ✓ as restrições de ordem técnica e ambiental envolvem situações que tratam da capacidade física de determinado centro receptivo;
- ✓ as restrições temporais - de um lado o tempo disponível para viajar limita as atividades que o turista pode desenvolver, e de outro lado a duração da estação turística influencia a rentabilidade dos negócios e o impacto dos gastos turísticos sobre a economia;
- ✓ os problemas relativos à indivisibilidade de determinados produtos e serviços.

Existe uma séria dificuldade para se determinar a renda decorrente do consumo da produção dita turística. A mesma reside na correta especificação ou delimitação da atividade turística



geradora de renda. Assinalar o limite do que é e não é turismo representa um grave problema, dado não haver uma clara definição da atividade turística em seu contexto econômico.

Para Figuerola (1985), a renda turística é representada pelo

conjunto de recursos econômicos que se originam no marco do processo produtivo de todas as atividades propriamente turísticas, mais aqueles que se originam nos setores parcialmente turísticos e os influidos por estes, desde que sejam causados expressamente pelo nascimento e expansão do fato turístico. É a agregação sucessiva de todas as rendas parciais (ou valores agregados) que são originados pelo turismo nos diversos ramos produtivos, os quais, de maneira direta ou indireta, sejam influidos pela atividade, [tradução livre nossa]. (FIGUEROLA, 1985, p. 95).

Torna-se necessária uma sistematização coerente e rigorosa, que permita avaliar o impacto do turismo na renda nacional. Entretanto, a falta de uma conceituação generalizada e aceita da atividade turística, impede uma correta estimativa, setor por setor, do valor agregado gerado pelo turismo em cada um deles e no conjunto da produção nacional.

Em função dos seus elementos constitutivos, o valor ou porcentagem da renda que possa ser atribuída ao turismo, poderá ser decomposto em tres categorias específicas:

- ✓ 1ª- valor agregado ou renda de **atividades ou ramos produtivos “plenamente” turísticos** (hotelaria, restaurantes, transportes, agências de viagens, centros urbanísticos e de recreação), ponderados pelo coeficiente de consumo turístico no total da produção;
- ✓ 2ª- valor agregado ou renda de **atividades ou ramos produtivos que vendem serviços ou bens aos turistas, sem que sejam considerados “setores” turísticos** (estabelecimentos comerciais, bancos, reparo de veículos), na parte proporcional da demanda turística; e
- ✓ 3ª- valor agregado ou renda de **setores industriais, agrários ou de serviços, gerado pela repercussão da demanda turística** (conteúdo direto e indireto), ou seja, construção, alimentação, obras de infra-estrutura.

A acumulação ou agregação desses valores expressará o peso global do turismo, como atividade econômica, na renda de um país.

Goded Salto (1998), tomando em consideração

[...] que o turismo é um fenômeno essencialmente de demanda – pelo fato de **não existirem empresas turísticas por natureza, mas sim produtos que se convertem em turísticos por seu destino final**, [analisa e concorda que] as técnicas insumo-produto permitem valorar apropriadamente o caráter multisetorial da atividade [do turismo]. [...] Além do que], é possível **estimar uma conta satélite de turismo** que permite estabelecer uma comparação da atividade com o resto dos setores da economia, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (GODED SALTO, 1998, p. 194-195).

Apresenta-se na sequência alguns conceitos básicos do marco conceitual da Conta Satélite do Turismo (CST), que constam de um estudo elaborado por um grupo de trabalho integrado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), Organização das Nações Unidas (ONU), Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômicos (OCDE) e pelo Escritório de Estatística das Comunidades Européias (EUROSTAT), tendo como objetivo mensurar a incidência econômica do turismo nas economias nacionais e regionais.

A CST, interessa-se, inicialmente, pelo efeito do turismo sobre a oferta e a demanda de bens e serviços, sobre o nível geral da atividade econômica e sobre o emprego.

O ponto de partida para esta análise econômica é **a consideração da atividade dos visitantes como uma atividade de consumo em um sentido amplo, a qual constitui o núcleo dos aspectos econômicos do turismo** [...] [grifo nosso], [tradução livre nossa], (ONU *et al.*, 2001, p. 14).

Dado que o turismo se define como a atividade das “pessoas”, o primeiro passo é identificar claramente quem são estas pessoas, porque **elas constituem o centro do estudo do turismo, a partir do qual se apresentam os diferentes componentes da demanda turística**.

As pessoas às quais se faz referência na definição de turismo se denominam “visitantes”: “toda pessoa que se desloca a um lugar distinto ao de seu entorno habitual [de residência] por um período de tempo inferior a 12 meses, e cuja finalidade principal da viagem não é a de exercer uma atividade remunerada [fixa] no lugar visitado”, [tradução livre nossa]. (ONU, 1994, *apud* ONU *et al.*, 2001, p. 14).

Quando os visitantes não pernoitam no lugar são denominados de “visitantes do dia” ou “excursionistas”, já quando eles pernoitam ou permanecem um mínimo de 24 horas no lugar visitado, são classificados como “turistas”.

Muitas, e inclusive a maioria das atividades econômicas do turismo em um país sucedem enquanto os visitantes se encontram em viagem. Porém, a CST também inclui a atividade de consumo por parte dos possíveis visitantes na previsão [ou provisão] de suas viagens (tais como aquisições de equipamentos para acampar ou o seguro de viagem), ou por parte dos visitantes uma vez que tenham regressado de viagem (como a revelação de fotos tiradas durante a viagem), [tradução livre nossa]. (ONU et al., 2001, p. 14).

A análise econômica do turismo exige, segundo a ONU *et al.*, 2001, a identificação dos recursos utilizados pelos visitantes em suas viagens, do consumo de bens e serviços por eles adquiridos e, portanto, a identificação das unidades econômicas provedoras desses bens e serviços.

O turismo é um fenômeno que se tem definido, desde suas origens, do ponto de vista da demanda, embora a maioria das classificações econômicas gerais de atividades se estabeleçam desde o ponto de vista da oferta dos produtores e da caracterização dos processos de produção. Por consequência, são necessárias algumas adaptações destas classificações com o fim de descrever e medir, de forma apropriada e útil, a incidência econômica do turismo.

A estas dificuldades metodológicas, deve-se acrescentar o fato de que, até o presente, as experiências nacionais em quantificar o turismo desde um ponto de vista da demanda são muito mais escassas. É difícil, portanto, [ainda se] identificar de forma precisa os critérios estatísticos que possam ser utilizados de forma universal, [tradução livre nossa]. (ONU et al., 2001, p. 39).

Pode-se concluir que a metodologia da CST é um caminho de solução, e um meritório e promissor caminho, para a questão relativa à medição da incidência do turismo nas economias nacionais e regionais, porém ainda não é a própria solução – pronta, acabada e definitiva.

Por sua importância para a análise e delimitação da(s) cadeia(s) produtiva(s) do turismo, destaca-se alguns outros conceitos e elementos do marco conceitual da CST:

- ✓ **Consumo Turístico (CT)** - se refere a "todo gasto de consumo efetuado por um visitante (**ou por conta de um visitante**) durante seu deslocamento e sua estada no lugar de destino". Considera os gastos de consumo que correspondem às aquisições de bens e serviços destinados a satisfazer as necessidades de um visitante, incluindo, eventualmente, os adquiridos com a finalidade de uso como recordações e presentes;
- ✓ **Demanda Turística (DT)** - se refere a um agregado mais amplo que o consumo turístico, incluindo além do consumo turístico (CT), a formação bruta de capital fixo turística (FBKFT) e o consumo coletivo turístico do governo (CCT). O que **torna um consumo turístico** não é a natureza intrínseca própria do bem ou serviço consumido, e sim a **condição dentro da qual se encontra o consumidor, ou seja, ele é um visitante ou pretende sê-lo**;

#### **Situação anterior à Conta Satélite do Turismo (conceito "convencional")**

- ✓ Gastos Turísticos (GT) – aqueles realizados pelos visitantes durante sua estadia no lugar de destino, no consumo de bens e serviços,
- ✓ Gastos Turísticos (GT) = Consumo Turístico (CT) = Demanda Turística (DT), ou seja, **DT = CT**;

#### **Situação no contexto da Conta Satélite do Turismo (conceito "ampliado")**

- ✓ Consumo Turístico (CT) – consumo (monetário e não monetário) de bens e serviços pelo visitante (incluindo os de pequeno valor e bens duráveis de qualquer valor), adicionado do consumo intermediário de empresas / instituições (produção turística ou direcionada ao turismo),
- ✓ Consumo Coletivo Turístico do Governo (CCT),
- ✓ Formação Bruta de Capital Fixo Turística (FBKFT), onde,  
**DT = CT + CCT + FBKFT**;
- ✓ Consumo Turístico Interior Total (CTIT)
- ✓ Consumo Turístico Interior (CTI) – consumo turístico interno + consumo turístico receptor (no país/região),
- ✓ Consumo Turístico Emissor (CTE) – gastos antes da viagem (organização e realização da viagem) + gastos durante a viagem (resto do mundo/importações) + gastos depois da viagem (ao regressar, por conta da viagem), logo,  
**CTIT = CTI + parte do CTE (realizado antes e depois da viagem).**

Apesar deste recente desenvolvimento conceitual e metodológico, é difundido o princípio de não reconhecer-se ao turismo o caráter de “setor” econômico, já que os *outputs* do processo produtivo turístico são heterogêneos e gerados em fontes muito diferentes.

No sistema econômico, as empresas distribuem-se em seis grandes grupos denominados de setores econômicos, quais sejam: Agricultura; Mineração; Indústria; Construção; Comércio; e Serviços, sendo que, nos quatro primeiros, as empresas realizam atividades produtivas orientadas para a obtenção de diversos tipos de bens. Segundo Boullón (1997), Colin Clark, em 1940, propôs uma nova classificação, que se tornou universalmente aceita, pela qual os setores econômicos se reduziram a três: Primário; Secundário; e Terciário.

Boullón procede uma detalhada reflexão teórica, analisando em qual setor o turismo melhor se enquadraria, chegando a algumas conclusões a respeito.

Fica claro [...] que **o turismo não pertence ao setor primário** pois ainda que o turismo utilize os atrativos naturais, não os extrae (como a mineração) nem os produz (como a agricultura); portanto, o turismo não “explora” os atrativos naturais, somente os “usa”, [...].

[...] pode-se afirmar que **o turismo não é um resultado da construção** porque esta produz obras físicas como estradas, pontes, represas, casas, aeroportos, hospitais, etc., os quais prestam diversos serviços.

[...] a indústria é uma atividade de transformação que emprega numerosos recursos, alguns dos quais podem ser matéria-prima e, outros, produtos industriais intermediários. Em geral, é o produto final que serve para qualificar os diferentes tipos de indústria; [...] **se o turismo fosse uma indústria, deveriam existir, mas não existem, fábricas de turismo ou processos industriais cujo produto final ou intermediário fosse o turismo.** Em troca, podem citar-se **numerosos produtos industriais que são utilizados pelos turistas, [... que] se originam em diferentes ramos da indústria, [...] e não em uma especial chamada indústria do turismo.**

Fica claro, pois, que **o turismo é uma forma de consumir**, algo assim como um canal para o qual conflue uma demanda especial de muitos tipos de bens e serviços elaborados por outros setores, mais o consumo de alguns serviços especialmente desenhados para satisfazer necessidades próprias dos viajantes. Portanto, **o turismo pertence ao setor terciário**, e não ao secundário, como deveria ser para que se pudesse catalogá-lo como pertencente à indústria, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (BOULLÓN, 1997, p. 26-29).

A valoração da produção turística, portanto, é complexa, devido a não se poder recorrer ao cálculo de um ou vários ramos produtivos da contabilidade nacional, em função de não existir nenhum setor cuja produção dirija-se por completo à demanda turística, e também, porque a atividade turística, inclusive diretamente, afeta praticamente a todos os setores da economia.

Poderá ser considerado, no entanto, que o valor da produção turística coincide com o consumo dos turistas, desde que a atividade não armazena nenhum resto de produção (não é estocada); logo, se se chega a estimar o consumo turístico por meio de pesquisas para o turismo interno, e através do registro de caixa do banco central para o turismo internacional, este valor deverá corresponder à produção turística.

A característica fundamental do fato econômico turístico é que as forças da oferta e da procura se apresentam numa relação oposta: uma oferta de tipo rígido e uma demanda elástica. A oferta turística compreende bens e serviços, sendo os primeiros materiais ou imateriais. Os bens materiais além de se encontrar fixados em um determinado lugar, não permitem a formação de estoques, é o caso dos equipamentos receptores como os hotéis e os bens de transporte, envolvendo ainda, gastos fixos muito elevados. A demanda, por seu lado, está condicionada pela estacionalidade e outros elementos subjetivos, como imitação e preferências, experimentando mudanças com maior ou menor rapidez.

Os efeitos econômicos do turismo, são condicionados por tres características fundamentais da atividade turística, que a tornam comparável a qualquer tipo de indústria: rigidez da superestrutura turística; dependência da infra-estrutura de transporte; exigência de elevados investimentos em imobilizado, que requerem um longo período de amortização.

A dinâmica do mercado turístico oferece duas vertentes para o seu desenvolvimento: a primeira reside na maximização das despesas dos turistas, nacionais e estrangeiros, no núcleo receptor, durante o período de alta estação; a segunda se baseia na redução do período fora da alta estação, ou seja, na diminuição da sazonalidade.

A redução da sazonalidade, permitindo um fluxo contínuo de pessoas e receitas, tem sua importância reforçada nesta afirmação de Paz:

a despesa turística realizada em uma região por residentes em outras é uma adição líquida à procura regional, não sendo essas despesas rivais da demanda local, no sentido de que são um deslocamento de procura de um ramo da economia para outro. Assim, o crescimento das receitas do turismo receptivo é altamente desejável para qualquer região, pois gera emprego, renda e impostos, sem afetar o volume e a composição da demanda pré-existente. [...] Se a despesa realizada em um estado por turistas nacionais residentes em outros estados é uma adição líquida à procura estadual, [...] a despesa dos turistas estrangeiros possui uma dupla vantagem: além de ser uma adição líquida à demanda estadual, é também uma adição líquida à demanda nacional, com a vantagem complementar de financiar essa demanda adicional com moeda estrangeira, recurso estruturalmente escasso. [...] [Portanto], a diminuição da sazonalidade no fluxo turístico é altamente desejável. [...] um alto grau de sazonalidade diminui as taxas de ocupação hoteleira, aumentando assim, o peso dos custos fixos. Desse modo, baixas sazonalidades barateiam custos, permitindo baixar preços que, por sua vez, são um fator de aumento de procura. (PAZ, 1986, p. 1; 5; 7).

A oferta turística, portanto, resulta de todas as atividades produtivas que servem à formação dos bens e serviços necessários à satisfação das necessidades turísticas, que se exprimem no consumo turístico.

Sessa (1983), classifica a oferta turística em três semi-agregados: as infra-estruturas de base, as superestruturas turísticas e a “indústria” turística em sentido restrito.

As infra-estruturas de base são as infra-estruturas técnicas constituintes das estruturas indispensáveis e preliminares às instalações da superestrutura turística, que permitirão a propagação dos impulsos econômicos induzidos de um pólo turístico: rede de comunicações, unidades de produção energética, aquedutos, esgotos, etc.

As superestruturas turísticas são compostas pelos equipamentos receptivos de tipo clássico (hotéis e meios de alojamento complementares, restaurantes), pelos equipamentos para diversões e esportes, e pelos serviços de recepção turística. Representam o composto de

equipamentos constituídos de forma exclusiva e direta para a satisfação das necessidades turísticas.

A “indústria” turística em sentido restrito, que para Sessa corresponde apenas à “indústria” hoteleira, se limita a incluir os equipamentos e as instalações com as quais habitualmente se qualifica a estrutura receptiva clássica – os hotéis e meios receptivos complementares, além dos restaurantes.

A oferta turística, além da extrema rigidez no espaço, caracteriza-se por um alto grau de perecibilidade no tempo. Outro aspecto, é que a prestação de serviços de hotelaria - incorporando de forma parcial os hotéis-residência, é o componente da oferta turística que pode ser considerado como o mais procurado em termos líquidos por turistas, ao passo que os demais ramos produtivos envolvidos fornecem bens e serviços que são compartilhados, em maior intensidade, por residentes e não residentes.

Ressalva-se, entretanto, que os hotéis estão, cada vez mais, atraindo a presença e o consumo de residentes dos locais onde se localizam, através da gastronomia (restaurantes), do entretenimento (shows e espetáculos) e de eventos (reuniões profissionais / de negócios, seminários, simpósios, congressos, convenções, etc.), com isso criando e ampliando fontes de receitas alternativas que podem se revelar significativas, particularmente em períodos de baixa temporada.

Por outro lado, a demanda turística, conforme Armellini Di Santi e Isabella Revetria (2003), excede os serviços que oferecem os setores tradicionalmente vinculados de forma direta ao turismo, abrangendo a quase totalidade de bens e serviços existentes na economia, já que todos eles são passíveis de consumo direto ou indireto por parte dos turistas.

Isto implica uma dificuldade para observar a atividade turística desde a oferta por setores ou indústrias relacionadas, já que o consumo turístico se define no momento em que se concretiza a compra por parte do turista, e não no momento em que se produz a oferta (dado que no momento da produção normalmente se desconhece quem é e onde reside habitualmente o consumidor). [...] Desde este ponto de vista



então, entende-se que **não é correta a caracterização do turismo como um “setor” da economia**, já que abrange a praticamente todos os setores e indústrias da mesma, [grifo dos autores], [tradução livre nossa]. (ARMELLINI DI SANTI e ISABELLA REVETRIA, 2003, p. 6-7).

Por seu turno, para Rabahy (1990), o conceito de demanda turística, em termos econômicos, aproxima-se do enunciado na teoria do consumidor:

a demanda por bens e serviços pode ser expressa como uma função inversa em relação ao preço, influenciada por outras condições do mercado, até pelos preços de outros bens. A característica típica do turismo, [...] é que o consumo é efetivado em um local diferente daquele onde reside o consumidor, portanto, com estrutura de mercado distinta. A capacidade de compra e as condições de mercado são provenientes de lugares e tempos diferentes daqueles dados pela região em que o consumo é realizado. (RABAHY, 1990, p. 79-80).

Segundo Havas (1981),

o fator mais importante que afeta a decisão de viajar é a motivação, que deve ser objeto de análise separada tanto do ponto de vista econômico, quanto do ponto de vista sócio-cultural e psicológico, porque caracteriza os diferentes comportamentos econômicos em termos de gastos, taxa de permanência, demanda de alojamento, [...]. (HAVAS, 1981, p. 8).

Na estrutura da demanda observam-se tres efeitos importantes: o **efeito renda** - variação produzida na demanda como consequência de uma variação na renda real devida a uma modificação do preço; o **efeito demonstração**, por sua influência no comportamento dos consumidores; e o **efeito preço**.

Existe a possibilidade de acesso a novos consumos como consequência de um aumento na própria renda ou porque se sente o desejo de igualar as demandas realizadas por outras pessoas. Quando o turista regressa a seu país ou região de origem, o relato de suas experiências e observações pessoais despertará interesse nos demais, produzindo novos viajantes que passarão a compor a demanda efetiva, cujo desenvolvimento não se ajusta de maneira matemática a uma função renda-consumo.

Quanto ao efeito renda, Havas (1981), considera como um aspecto interessante da experiência turística o fato de que, uma vez criado o hábito de viajar ele passa a tornar-se uma necessidade das pessoas. Talvez devido a este fato, mesmo em períodos de recessão econômica, em que as rendas das famílias se contraem, existe uma certa resistência em cortar gastos com viagens, caracterizando uma inelasticidade renda da demanda de turismo, para as classes sociais de nível de renda mais elevado.

A este respeito, Sessa (1983), explica que a elasticidade do consumo turístico em correlação às rendas subsiste por causa de um aumento da renda, mas a demanda, entretanto, não se torna elástica em sentido oposto (negativo), devido à estagnação ou ao decréscimo das rendas. O motivo, segundo ele, é simples; o turismo se tornou um fenômeno de massa pelo seu aspecto de compensação social da qualidade de vida das sociedades industrializadas, não sendo mais, portanto, um fenômeno supérfluo ou de luxo, isso, ressalva-se mais uma vez, para as camadas da população dotadas de maior poder aquisitivo.

Acrescenta Rabahy (1990), que

altos níveis de renda, característicos da população turística, propiciam o consumo de alguns tipos de bens e serviços não essenciais, como o turismo, [...] mais que proporcionais do que as variações de renda, de modo que os orçamentos domésticos, quando se vêem reduzidos, são rearranjados, e esse tipo de consumo é mantido, em detrimento de outras espécies de gastos. (RABAHY, 1990, p. 89).

A demanda turística, por seu turno, dispende de uma alta elasticidade de substituição, é sensível ao efeito preço. Ela responde a variações nos preços dos bens e serviços turísticos, sendo elástica a preços.

Sobre esta questão, Rabahy esclarece que,

para os países desenvolvidos, nos quais as viagens estão se tornando um bem de consumo necessário e pela ausência de informações atualizadas de preços, a demanda de curto prazo tende a ser inelástica com relação aos preços, observadas as ressalvas de certas categorias de turistas e seu nível de renda. (RABAHY, 1990, p. 87)

A renda e os preços afetarão as decisões relativas à distância da viagem, período de permanência na destinação, padrões de consumo, escolha entre viagens individuais ou de grupo e meios de transporte.

Do lado dos núcleos emissores, a demanda de viagens ao estrangeiro tem sido muito elástica em função da renda, especialmente nos principais países de origem da grande maioria dos turistas. À medida que a renda nacional aumenta, os gastos de viagens a outros países crescem a um ritmo ainda maior.

A demanda turística deve ser pensada sob uma ótica coletiva, permitindo a identificação e a diferenciação das correntes turísticas, para potencializar a procura pelo núcleo receptor. A detecção quantitativa destas correntes, sua composição qualitativa, reações e direcionamento, torna-se uma necessidade estratégica do estudo técnico do turismo.

Qualquer indústria tem dois tipos de efeitos sobre uma economia. O primeiro é sentido durante o período de “gestação” quando há uma intensa atividade de investimentos, incluindo períodos de expansão. O segundo é aquele decorrente do dia-a-dia da operação dos empreendimentos em sua fase de maturidade. Em ambos os casos o volume dos impactos dependerá da capacidade da economia local de fornecer os bens e serviços demandados pela atividade turística.

[...] a expansão das atividades turísticas gerará demanda crescente por produtos agrícolas, mobiliário, transporte, construção civil. Na medida em que a economia da área em estudo for suficientemente diversificada, esses produtos poderão ser obtidos, em grande parte, localmente, elevando o número de empregos, gerando mais renda para empresários e empregados nesses setores e elevando a receita tributária municipal, tanto no que se refere a impostos e taxas locais, quanto em termos de participação nos impostos federais e estaduais. (HAVAS, 1981, p. 16).

O incremento da capacidade receptiva, a criação de estabelecimentos e instalações complementares, ou simplesmente a necessidade de atender a chegada massiva de viajantes a

um núcleo habilitado a desenvolver a atividade turística, haverá de impactar na função demanda do fator trabalho.

A criação de postos de trabalho pelo turismo pode se dar de forma direta - pelo aumento de locais de alojamento, abertura de novos restaurantes, incremento dos meios de transporte; e indireta - pela necessidade de expandir setores que prestam serviços aos setores produtivos dirigidos ao turismo.

Quanto à importância do turismo em relação ao nível de emprego e salários, Krippendorf alerta para o reverso da medalha:

no “setor” turístico, a maioria dos empregos não tem nada de atraente. As condições de trabalho são rigorosas: horas extras, horários irregulares, sobrecarga de acordo com a estação do ano e comprometimento pessoal em favor do cliente. Ademais, os salários são inferiores à média. As opções profissionais e a possibilidade de carreira são restritas. Muitas atividades não são qualificadas, e são socialmente desfavorecidas, como os trabalhos efetuados nos bastidores dos hotéis, sejam na cozinha ou nos quartos. (KRIPPENDORF, 1989, p. 14).

À parte qualquer tipo de conotação desqualificadora, entende-se que, para regiões subdesenvolvidas ou em desenvolvimento, onde o problema do desemprego é de natureza estrutural e prevalece um precário nível de vida, qualquer tipo de emprego é melhor do que nenhum, propiciando, ainda que mínimo, um certo grau de participação econômica ativa por parte da população receptora do fluxo turístico.

É fato, no entanto, que a maioria das ofertas de emprego dizem respeito a funções que não exigem mão-de-obra qualificada, correspondendo aos cargos que ocupam recursos humanos abundantes e baratos na maioria dos países em desenvolvimento. As funções mais qualificadas são ocupadas por elementos estrangeiros. Por esta razão, ocorre o esvaziamento de mão-de-obra nos setores primários da economia, ocasionado pelos “atrativos” dos empregos nas atividades turísticas.

Um outro aspecto a considerar, diz respeito aos efeitos da sazonalidade de uma grande parte desses empregos, que não são mantidos fora da alta estação, com a consequente dificuldade em reconverter os trabalhadores envolvidos às suas ocupações anteriores ou aos seus setores de origem, que ocupavam na baixa estação, ou quando da ausência da atividade do turismo na região.

Apesar disso, é imagem corrente que o turismo representa uma atividade altamente empregadora, quando levado em conta o volume de investimentos necessário à criação de um emprego, o que o caracterizaria como uma atividade tipicamente “mão-de-obra intensiva”. Esta imagem é contestada por Paz (1986), para quem, não sendo o turismo uma categoria de produção, não seria aplicável ao mesmo, os conceitos geralmente aceitos para os ramos produtores de bens e serviços. Além de que, a etiqueta “capital intensivo” ou sua contrapartida “mão-de-obra intensiva”, envolvem questões de gradação, não havendo uma fronteira líquida e certa que permita uma clara definição de ambas.

Já o efeito do turismo relacionado à geração de rendas fiscais, depende das características de cada país: do tipo de carga tributária que se impõe; da pressão dos impostos diretos e indiretos que gravam os atos econômicos ou seus processos produtivos ou de consumo; de que os ramos que intervenham diretamente na atividade turística tenham maior ou menor repercussão fiscal; de que exista um tratamento especial do turismo como atividade exportadora; e do grau de evasão fiscal existente.

Muñoz de Escalona (2002), formula a seguinte questão: o turismo, além de um fenômeno social, é uma atividade econômica? Se de fato o é, de que tipo é?

Buscando esclarecer este questionamento, o autor raciocina a partir do que consiste uma atividade econômica, a que tem por finalidade satisfazer necessidades humanas destinando para tal fim recursos escassos suscetíveis de usos alternativos. As atividades econômicas podem ser de dois tipos, segue o autor: **as produtivas, intermediárias ou indiretas** –

extrativas, transformadoras, distribuidoras, ou seja, geradoras de utilidades; e **as consuntivas ou finalistas** – destruidoras de utilidades, no sentido econômico, em alguns casos, e usuárias em outras circunstâncias.

As primeiras processam recursos não aptos para satisfazer diretamente necessidades e os transformam em bens e serviços, [...] adicionando valor, quer dizer, trabalho. As segundas destinam os bens e serviços obtidos pelas primeiras à direta satisfação de necessidades. As primeiras são realizadas pelos produtores. As segundas, pelos consumidores. Em economias pouco avançadas, o consumidor é também um produtor (autoprodutor). Em economias avançadas, as duas funções acabam separadas com o aparecimento do alteroprodutor, o que produz para os demais com espírito de lucro em virtude do princípio da divisão do trabalho, [tradução livre nossa]. (MUÑOZ DE ESCALONA, 2002, p. 7).

Mas, inquire o autor, a qual dos dois tipos de atividades econômicas pertence o turismo?

Para a concepção convencional, conforme Muñoz de Escalona, o turismo não é uma única atividade produtiva e sim um heterogêneo e complexo grupo de atividades produtivas, tal assertiva é uma consequência direta da consideração do turismo como atividade consuntiva, derivada de sua concepção como fenômeno social, que o torna visualizado como um “conjunto massivo de atos de consumo realizados por determinados forasteiros em um lugar de referência” [tradução livre nossa], (MUÑOZ DE ESCALONA, 2002, p. 8).

Predomina, a partir desta visão, uma investigação do turismo focada no ponto de vista do consumidor estrangeiro que demanda uma diversidade de bens e serviços produzidos no lugar no qual se encontra na condição de residente passageiro ou temporário, visão que resulta na aplicação de um duplo enfoque, conjunto e inextricável: **de demanda e localizado**. Tal enfoque implica que o estudo econômico do turismo parte do gasto do consumidor, o que decorre da consideração do turismo como fenômeno social.

O conjunto de atividades produtivas se identifica em função do conjunto de atividades consuntivas. **O consuntivo determina o produtivo**. Desde os consumidores se chega aos produtores. **A análise parte da demanda para proceder a da oferta**. O enfoque de demanda é vinculante, mesmo que o

investigador não o saiba ou deseje desprender-se dele, [grifo do autor], [tradução livre nossa]. (MUÑOZ DE ESCALONA, 2002, p. 9).

Referenciando-se a Alfred Marshall (“Princípios de Economía”, versão em espanhol de 1963), o autor não desconhece que as atividades produtivas devem satisfazer as necessidades dos consumidores, mas é evidente que antes de um bem ou serviço ser consumido tem de ser produzido. “A necessidade do agente consumidor precede a resposta do agente produtor, mas, tanto o analista como o investidor, se centram na atividade do segundo para estudar e executar a resposta viável e rentável que se dará ao primeiro” [tradução livre nossa], (MUÑOZ DE ESCALONA, 2002, p. 14).

Não é certo que **a teoria do consumo seja a base científica da economia**, pois muito do que é de interesse primordial na teoria das necessidades pertence à dos esforços e atividades. Ambas as teorias se complementam mutuamente; uma é incompleta sem a outra; **mas se uma delas pode pretender ser intérprete da história do homem, quer seja do ponto de vista econômico ou desde qualquer outro, esta teoria é, sem nenhuma dúvida, a das atividades e não a das necessidades**, [grifo do autor], [tradução livre nossa]. (MARSHALL, 1963, *apud* MUÑOZ DE ESCALONA, 2002, p. 15).

Para o autor, muitos estudiosos, economistas ou não, por não ter claro ou não se convencerem do acima explicado, continuam sustentando que o turismo se consome ao mesmo tempo que se produz, ou ainda, que sem a participação do consumidor no processo produtor não há turismo.

Equivocadamente, mas com frequência, segundo Muñoz de Escalona (1991), a expressão “atividade turística” tem sido utilizada para designar tanto a atividade produtiva como a consuntiva, ou seja, tanto a geração de renda - produção e oferta, como a realização de um gasto final – demanda e consumo.

O autor denomina de teoria econômica clássica do turismo ou teoria convencional, todo o arcabouço conceitual e metodológico desenvolvido no sentido da aplicação da teoria econômica à atividade do turismo privilegiando um enfoque de demanda e de natureza

macroeconômica, a qual ele qualifica como sendo sociológica, multisetorial e agregada – correspondendo, em linhas gerais, ao que se expôs até aqui, neste capítulo. Em sua contribuição de caráter original, Muñoz de Escalona formula e defende um modelo teórico alternativo, fundamentado em um enfoque de oferta e de caráter microeconômico, caracterizado ainda por ser de natureza empresarial e unisetorial.

O autor comenta ser correto afirmar-se que **não existe um “setor turístico”** da mesma forma que existe o setor industrial, com o que, na sua opinião, a teoria convencional concorda embora não o faça explicitamente. Acrescenta ainda, ser uma contradição da teoria clássica admitir a consideração do “setor turístico” como pertencente ao setor terciário, dados o elevado grau de agregação, a abrangência e complexidade da atividade e do próprio produto turístico, que constituem a razão de ser de sua sustentação conceitual e metodológica. Muñoz de Escalona monta uma matriz que cruza setores de demanda – de residentes e de turistas, com setores de oferta – primário, secundário e terciário, na qual se definem os totais setoriais e gerais (Quadro3.1).

| <div> <div>SETORES DE OFERTA</div> <div>SETORES DE DEMANDA</div> </div> | PRIMÁRIO | SECUNDÁRIO | TERCIÁRIO | TOTAL  |
|---|----------|------------|-----------|--------|
|   |          |            |           |        |
| RESIDENCIAL   | P R      | S R        | Te R      | Td R   |
| TURÍSTICA   | P Tur    | S Tur      | Te Tur    | Td Tur |
| TOTAL   | To P     | To S       | To Te     | TT     |

**Quadro 3.1** Setorizações de Oferta e de Demanda da Atividade Produtiva

Fonte: Muñoz de Escalona, 1990, p. 6.

Nesta matriz, as abreviações referem-se a: PR – primário residencial, PTur – primário turística, ToP – total primário; SR – secundário residencial, STur – secundário turística, ToS –



total secundário; TeR – terciário residencial, TeTur – terciário turística, ToTe – total terciário; e TdR – total residencial, TdTur – total turística, TT – total geral.

A partir dos cruzamentos desta matriz, Muñoz de Escalona analisa que para a teoria clássica o “setor” turístico se definiria pela expressão  $PTur + STur + TeTur = TdTur$ , embora na prática se venha considerando que é somente TeTur, agregando, no entanto, determinados sub-setores de ToTe, em função da dificuldade encontrada para identificar o que, precisamente, compõe o TeTur.

O enfoque de demanda imputa, segundo o autor, um evidente carácter de multisetorialidade à teoria clássica do turismo. “Para a teoria “multisetorial” da produção turística, [...] **qualquer empresa e qualquer setor são potencialmente turísticos**, o que **equivale a negar a existência do produto turístico** como tal” [grifo nosso], [tradução livre nossa], (MUÑOZ DE ESCALONA, 1991, p. 214).

O que se vem chamando, portanto, de “economia do turismo”, de acordo com o autor,

é uma expressão com a qual se designa, no melhor dos casos, um conjunto de economias setoriais, não existindo em absoluto a possibilidade de aplicar a análise microeconômica [com o objetivo] de agregar todas as economias setoriais presentes em qualquer sistema produtivo. Para tanto, se dispõe da análise macroeconômica e de seus instrumentos, [sendo] um deles o multiplicador keynesiano [...].

[...] não é difícil compreender que a macroeconomia do turismo não pode ser distinta da macroeconomia de todo o sistema produtivo tomado em seu conjunto. A única coisa que se pode fazer com a macroeconomia aplicada ao turismo é analisar e quantificar os efeitos do gasto que os turistas realizam em uma região receptora concreta, algo que, com maior ou menor dificuldade, somente é operativo quando a região de referência é uma nação, porém não quando é um estado ou um município, pela simples razão de que, no primeiro caso, pode se utilizar a informação sobre câmbio de moedas, enquanto que, nos demais casos, não existe tal possibilidade, com o que somente se pode estudar os efeitos do chamado turismo internacional, [tradução livre nossa]. (MUÑOZ DE ESCALONA, 1991, p. 216-217).

Um ponto fundamental sobre o qual os teóricos da abordagem clássica não prestaram a atenção devida, conforme o autor, refere-se ao aspecto diferencial que singulariza um

consumidor turístico em relação a outro que não o é: o **plano ou programa de viagem ou deslocamento de ida e volta**, o qual, **sob o enfoque de oferta, corresponde à definição de produto turístico**. Neste sentido, **turista é toda aquela pessoa que adquire e consome um plano de viagem de ida e volta, quer dizer, um produto turístico**. Assim, o enfoque de oferta sustenta que a demanda turística é formalmente idêntica à demanda de qualquer outro produto mercadejável.

Com a concepção unisetorial da produção turística, que supõe definir o produto turístico como um plano ou programa de viagem de ida e volta, o **conjunto das empresas que se dedicam a elaborar planos de viagem** constitui o “setor” turístico. Estas empresas utilizam, sem dúvida, uma tecnologia própria, perfeitamente distinguível da que empregam as demais empresas produtoras, tecnologia que é o objeto do que se pode denominar **engenharia turística**, consistente na união de determinados inputs, a maioria dos quais são produtos obtidos em empresas que pertencem ao chamado setor serviços. Por conseguinte, as empresas turísticas produzem serviços à base de serviços [...].

Empresas turísticas [...] serão, conseqüentemente, aquelas que se dedicam a produzir planos de ida e volta para ser oferecidos no mercado com especificação de qualidades, preços e formas de pagamento (...). De acordo com este enfoque alternativo, **empresas turísticas são os chamados operadores turísticos ou agências “atacadistas”**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (MUÑOZ DE ESCALONA, 1991, p. 240-241).

Muñoz de Escalona (1994), denomina de engenharia turística ou técnicas propriamente turísticas aos procedimentos que aplicam os operadores turísticos. Às técnicas facilitadoras e incentivadoras ele chama de técnicas paraturísticas.

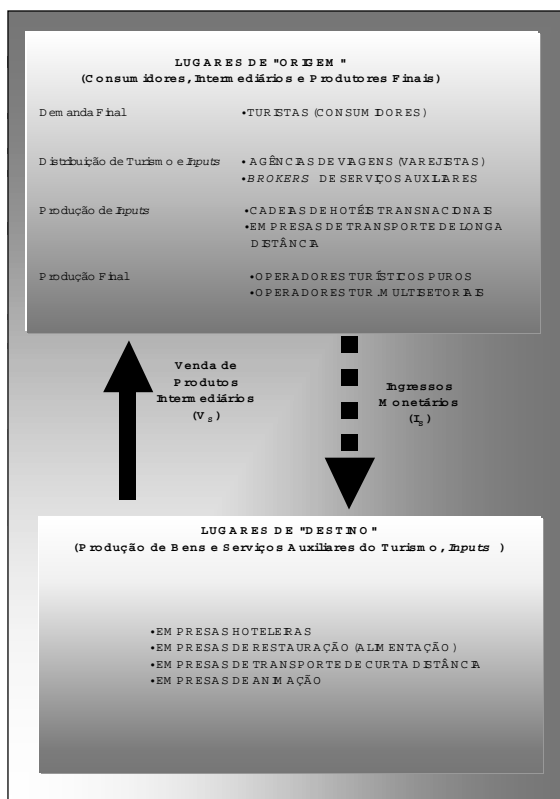
Um dos problemas com os quais se defronta os chamados países turísticos, [...] radica no fato de terem se especializado em produzir serviços com **as técnicas paraturísticas** e renunciado à produção de planos de deslocamento, quer dizer à aplicação das **técnicas turísticas**. As técnicas turísticas se cultivam com grande êxito nos países nos quais residem os turistas, aproveitando-se dos baixos preços de compra dos serviços facilitadores e incentivadores que se produzem nos lugares de acolhida ou recepção. Por esta razão, os países “mal” chamados de turísticos sofrem uma situação de dependência e de exploração comercial por parte das empresas turísticas dos países onde residem os turistas e os operadores turísticos, [grifo do autor], [tradução livre nossa]. (MUÑOZ DE ESCALONA, 1994, p. 8).

Considerar o plano de deslocamento como o único produto turístico final, segundo o autor, equivale a mudar o enfoque de demanda que emerge da concepção convencional do turismo e substituí-lo por um enfoque de oferta, ou seja, significa passar da sociologia à microeconomia.

O **enfoque de demanda** ou sociológico apresenta de um modo incorreto as relações de intercâmbio entre os agentes que operam no setor e a sua concepção funcional. [...] a chamada “oferta básica”, composta pelos serviços de transporte e de alojamento, se situa ao mesmo nível da produção de artigos de consumo final nos demais setores produtivos. Ao mesmo tempo, as agências de viagens atacadistas (operadores turísticos) e varejistas são consideradas como meros intermediários entre a oferta e a demanda.

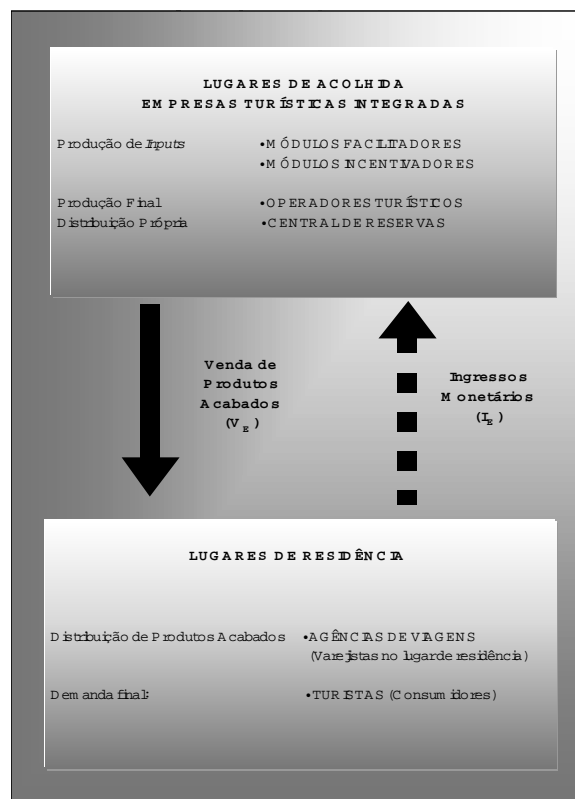
O **enfoque de oferta** [...] conduz a uma concepção do turismo acorde com a análise microeconômica que se utiliza para estudar qualquer setor produtivo. Este enfoque permite situar às empresas produtoras de serviços facilitadores e incentivadores ao nível que lhes corresponde, isto é, no de abastecedores de serviços intermediários ou semi-elaborados, e as agências atacadistas ou operadores turísticos no de produtores de bens aptos para o consumo final, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (MUÑOZ DE ESCALONA, 1994, p. 9).

Para uma melhor visualização das diferenças entre o enfoque de demanda ou sociológico, que corresponde à teoria clássica ou convencional do turismo, e o enfoque de oferta ou microeconômico, que reflete o modelo teórico alternativo formulado por Muñoz de Escalona, se introduz, conforme a abordagem deste autor, as Figuras (3.1 e 3.2, p. 284 e 3.3, p. 285).



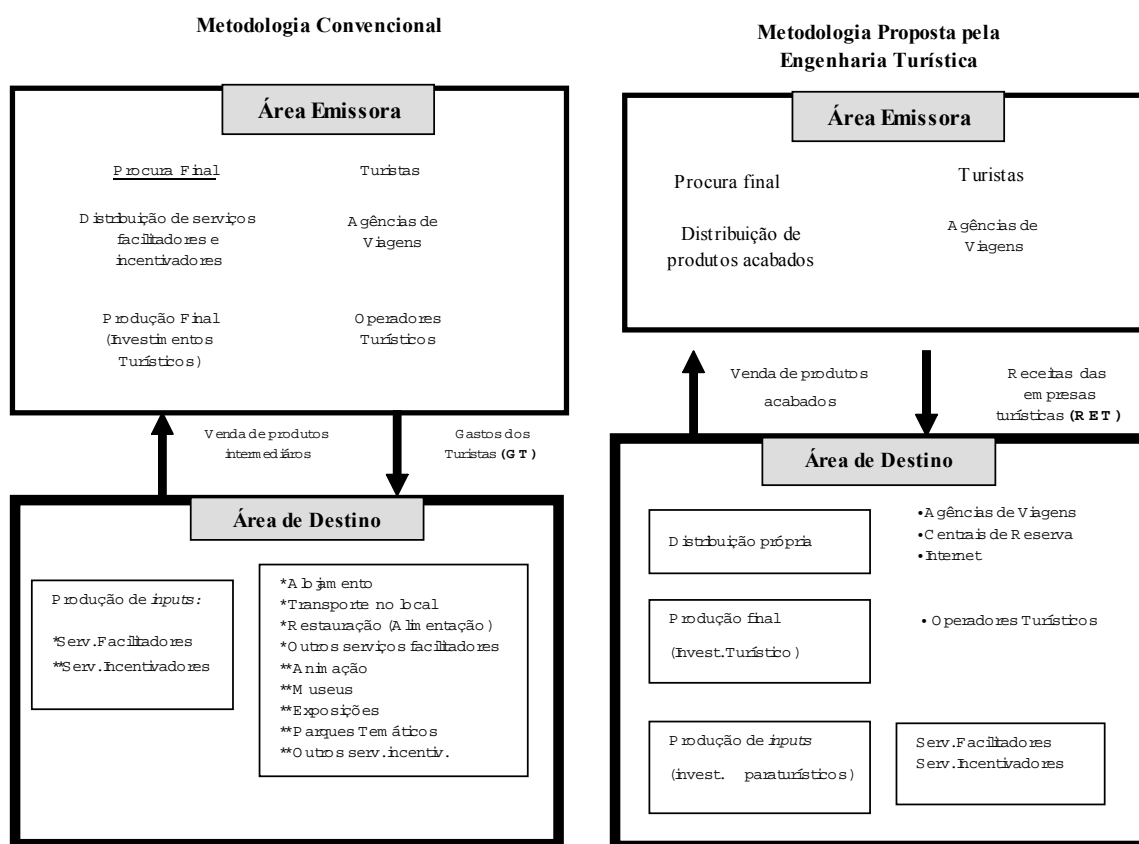
**Figura 3.1 As Relações de Intercâmbio Econômico-Espaciais do Turismo segundo a “Teoria Sociológica ou Convencional do Turismo”**

Fonte: Muñoz de Escalona, 1994, p. 12.



**Figura 3.2 As Relações de Intercâmbio Econômico-Espaciais do Turismo segundo a “Teoria Econômica do Turismo”**

Fonte: Muñoz de Escalona, 1994, p. 13.



**Figura 3.3 Processo de Produção Turística: Perspectiva Comparativa entre a Metodologia Convencional versus a Metodologia Proposta pela Engenharia Turística**

Fonte: Muñoz de Escalona, 1994, *apud* Rodrigues, 2002, p. 9. (Readaptado pelo próprio autor do modelo original).

Nota: Considerando que a produção e venda de produtos intermediários tem menor valor agregado que a produção e venda de produtos acabados, tem-se:  $RET > GT$ .

O operador turístico, portanto, é a figura central do modelo de análise da atividade turística sob o enfoque de oferta, de caráter unisetorial, empresarial e microeconômico, desenvolvido por Muñoz de Escalona. O termo operador turístico é utilizado pelo autor para designar um tipo de empresa muito concreto que desenvolve sua atividade produtiva em um número muito variado de setores e mercados. O autor afirma ainda que, de forma clara, **o turismo é um sub-setor do setor terciário**, do mesmo modo que as agências de viagens, atacadistas ou varejistas, que realizam uma função intermediária, porém, com estas pertencendo a um outro diferente sub-setor do setor terciário.

As agências de viagens constituem um sub-setor dedicado a elaborar produtos paraturísticos específicos, concretamente serviços de distribuição e comercialização de produtos turísticos e outros serviços paraturísticos como os elaborados pelos sub-

setores dedicados a serviços de alojamento, restauração [alimentação], transporte, etc. As agências atacadistas são intermediárias, ou podem sê-lo, no processo de abastecimento dos inputs que necessitam os operadores turísticos para elaborar seus produtos turísticos, enquanto que as agências varejistas são, ou podem ser, intermediários entre os operadores turísticos e a demanda final, assim como entre os ofertantes de outros produtos paraturísticos e os autoconsumidores de turismo. [Já] a atividade produtiva dos operadores turísticos gera as seguintes relações de intercâmbio:

- Abastecimento de inputs aos operadores turísticos, diretamente ou por intermédio de agências atacadistas (brokers).
- Comercialização de produtos de operadores turísticos até a demanda final, diretamente ou por meio das agências varejistas.

[...] a atividade produtiva dos autoconsumidores dá lugar a relações de intercâmbio em parte similares às anteriores, [tradução livre nossa]. (MUÑOZ DE ESCALONA, 1990, p. 11-12).

Para estabelecer sua definição de produto turístico, Furió Blasco (1994) **toma como ponto de partida a oferta**, ou seja, a produção, desde quando, para o autor, a produção é o plano no qual adquire maior significado a relação entre função e território. Esta posição **implica uma menor atenção aos aspectos de demanda** ou de consumo.

Na concepção de Furió Blasco, **o turismo não pode ser considerado como um setor, uma indústria ou um mercado**, neste sentido **o próprio enquadramento do turismo como uma atividade de serviços do setor terciário é relativizado**. Na atualidade, afirma o autor, não basta falar-se de setor primário, secundário, terciário ou até quaternário, o que se enfatiza é a necessidade de explorar as relações técnico-econômicas, mas também socioeconômicas, que se estabelecem entre diversas atividades econômicas a partir de uma dada produção, ou melhor, da realização de um produto.

Mais oportuno seria então, conforme Furió Blasco, **considerar a produção turística como um *continuum* de bens e serviços**, como um conjunto de atividades econômicas, não necessariamente equivalentes entre si, mas com fortes interdependências, no que concerne a esta produção.

Em termos similares, Vera Rebollo (1997), considera que **o turismo não é uma atividade econômica**, mas **sim uma prática social coletiva geradora de atividade econômica**, de diversas manifestações econômicas.

A maior ênfase nas interdependências entre atividades econômicas remete ao conceito, recorrente mas relevante neste trabalho, de *filière*, que pode ser utilizado, como exposto em Furió Blasco (1994), como significativo de uma “cadeia de indústrias integradas”, ou como um “conjunto articulado de atividades econômicas integradas, cuja integração resulta de articulações em termos de mercados, de tecnologia e de capitais”. O sistema produtivo, portanto, pode ser tomado como “uma série de *filières* que começam com os recursos primários para desembocar na satisfação de uma necessidade humana”.

Esta conceituação de *filière* como a transformação progressiva de uma matéria-prima em um produto acabado ou [...] como um conjunto de operações técnicas, constitui a definição mais imediata. Mas também são possíveis outras duas definições deste mesmo conceito. Por um lado, a *filière* pode ser vista como um conjunto de operações econômicas e, por outro lado, como um conjunto de organizações, [tradução livre nossa]. (FURIÓ BLASCO, 1994, p. 176).

Poderia-se então, comenta Furió Blasco, **representar-se a produção turística a partir do conceito de *filière*** e, conseqüentemente, **referir-se a uma *filière* turística**. Para o autor, no entanto, ambas as representações, a decorrente da nova economia de serviços – *continuum* de bens e serviços, e a que se desenvolve com base no conceito de *filière*, podem obter-se do modelo teórico do desenvolvimento econômico, por ele formulado, a partir do enfoque dos encadeamentos.

Em primeiro lugar, ambas representações enfatizam principalmente os aspectos técnico-econômicos das interrelações e, em menor medida, os socioeconômicos, enquanto que **o enfoque do desenvolvimento econômico por meio de enlaces [encadeamentos]**, além destes, também incorpora plenamente os socioeconômicos, com a inclusão dos culturais e políticos.

Em segundo lugar, [...] os dois primeiros enfoques exploram as interrelações entre atividades econômicas a partir de uma produção com um elevado grau de homogeneidade interna. [...] pretendem reconstruir as interrelações estritamente

econômicas de um produto perfeitamente definido por uma destas atividades participantes. Por sua parte, o enfoque do desenvolvimento por meio de encadeamentos, além da reconstrução anterior, autoriza também representações das interrelações entre atividades humanas cujo elemento definidor, também, seja o próprio consumidor. [Ou seja], o enfoque de enlaces permite a representação das interrelações entre as atividades necessárias para a **elaboração de um produto que define ou termina de definir o próprio consumidor** e, portanto, **é este que [...]** “diz” com sua atuação que atividades se interrelacionam, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (FURIÓ BLASCO, 1994, p. 176).

Depreende-se daqui, uma aparente contradição, desde quando a aplicação ao turismo do enfoque do desenvolvimento a partir de enlaces terá a determinação das interrelações definidas, em última instância, pelo consumidor, o turista, ou seja, o determinante é a demanda. No entanto, para estabelecer a definição de produto turístico Furió Blasco afirma partir da oferta, o que implicaria uma menor atenção aos aspectos de demanda.

Para fundamentar sua formulação do conceito de produto turístico, Furió Blasco (1994) recorre a Carl Menger (1871), o qual denominou de “utilidades” ou coisas úteis àquelas que têm a capacidade de estabelecer uma relação causal com a satisfação das necessidades humanas. Menger chamou de “bens” às coisas nas quais o ser humano reconheça esta relação causal e tenha o poder de empregá-las na satisfação de suas necessidades. Como exposto por Furió Blasco, para uma determinada coisa alcançar a qualidade de “bem”, devem confluir para ela as seguintes condições:

- ✓ existência de uma necessidade humana;
- ✓ que a coisa tenha qualidades que a capacitem para manter uma relação ou conexão causal com a satisfação dessa necessidade;
- ✓ um conhecimento por parte do ser humano desta relação causal;
- ✓ um poder de disposição sobre a coisa, de tal modo que possa ser utilizada de fato para a satisfação da mencionada necessidade.

A qualidade acima referida não é intrínseca ao bem em si mesmo, não é uma propriedade do bem, mas sim que se “apresenta unicamente como uma relação que algumas coisas têm com os homens. Se esta relação desaparece, aquelas coisas

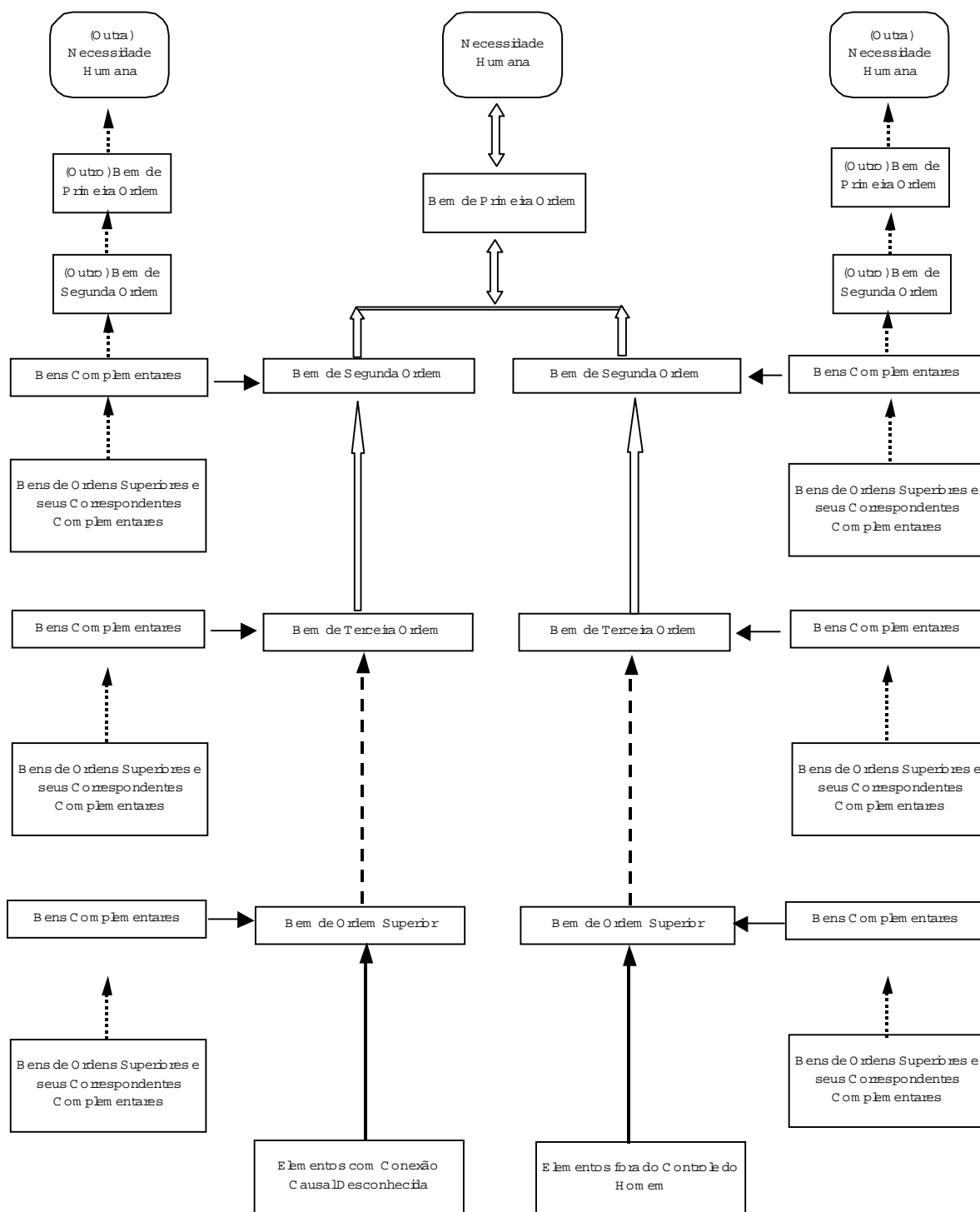


deixam automaticamente de ser bens”, [tradução livre nossa]. (Menger, 1871, *apud* Furió Blasco, 1994, p. 194).

Segundo Furió Blasco, esta relação das coisas com o ser humano não se constitui, necessariamente, numa relação imediata, podendo se traduzir também em uma relação mediata. Neste sentido, os bens podem ser de primeira ordem, segunda ordem, terceira ordem, ... e bens de ordem superior (Figura 3.4, p. 290).

Esta ordem indica, tão somente, que um bem – contemplado desde a perspectiva de uma determinada utilização do mesmo [**de consumo**], tem uma relação causal certas vezes mais próxima e outras vezes mais distante com respeito à satisfação de uma necessidade humana, não se tratando, entretanto, de uma propriedade inserida no bem, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (Menger, 1871, *apud* Furió Blasco, 1994, p. 194).

Podem ocorrer três modos de o ser humano, conforme Furió Blasco, empregar a quantidade de bens disponíveis para satisfazer suas necessidades da maneira mais completa possível: em primeiro lugar, a necessidade pode ser maior que a quantidade disponível, neste caso, os bens seriam considerados, recorrendo à terminologia adotada por Menger, como **bens econômicos**; em segundo lugar, a necessidade pode ser menor que a quantidade, teria-se aqui o caso dos **bens não econômicos**; e a necessidade pode ser igual à quantidade. A diferença entre os bens econômicos e os não econômicos, portanto, corresponde à diferença existente na relação entre a necessidade e a quantidade dos bens.



**Figura 3.4 A Natureza dos Bens**

Fonte: Furió Blasco, 2001, p. 236.

Com base na formulação teórica de Carl Menger a respeito da natureza dos bens, sobre a qual a análise de Furió Blasco vai muito mais além dos extratos acima referidos e que se consideraram relevantes para esta tese, o autor busca então verificar qual é a natureza dos bens que satisfazem as “necessidades turísticas” do ser humano, denominando ao bem de primeira ordem que satisfaz estas necessidades – de lazer e entretenimento, de “produto turístico”.

Em seu componente material, o produto turístico cabe considerar-se como uma cesta de bens. Os componentes desta cesta são, em relação com a satisfação das necessidades turísticas, bens de segunda ordem. Estes bens de segunda ordem não guardam uma relação isolada com a satisfação do conjunto de necessidades humanas. Pelo contrário, muitos deles guardam uma relação ou conexão causal, imediata ou mediata segundo os casos, com a satisfação de amplas necessidades humanas, entre elas as turísticas. Talvez, a particularidade dos bens turísticos de segunda ordem é que, em muitas ocasiões, têm uma relação quase imediata com a satisfação de outras necessidades humanas distintas das turísticas.

Estes bens de segunda ordem adquirem conjuntamente a qualidade de bem (de primeira ordem) turístico, não por algo intrínseco a eles próprios, [mas] porque apresentam-se unicamente como uma relação que algumas coisas têm com os homens. [...] **a partir da relação com a necessidade turística do homem é como se adquire a qualidade de bem turístico de primeira ordem.** A este bem turístico de primeira ordem é que se denomina produto turístico, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (FURIÓ BLASCO, 1994, p. 210).

Genericamente, para o autor, o produto turístico, como bem de ordem inferior, é constituído por uma cesta de bens de ordem secundária, sendo que a importância de cada um desses bens secundários assume um caráter distintivo para cada caso concreto, em uma comparação espacial e em sua evolução temporal, apresentando certas características que permitem estabelecer entre eles diversos agrupamentos.

Seguem alguns bens relacionados com a satisfação de “necessidades turísticas”, considerados como de segunda ordem por Furió Blasco (1994):

- ✓ os atrativos turísticos – bens naturais, bens históricos, bens culturais, bens de “ócio” ou lazer / entretenimento, bens relacionados;

- ✓ o “deslocamento” do núcleo emissor para o receptor;
- ✓ o alojamento no local de destino;
- ✓ a restauração, no sentido de alimentação;
- ✓ uma série de bens relacionados e necessários quando se produzem aglomerações populacionais em uma zona e que satisfazem suas necessidades fisiológicas e sociais;
- ✓ capacidades ou rendimentos do trabalho – qualificação da mão-de-obra.

Não se percebe na abordagem de Furió Blasco uma clarificação definitiva do conceito de produto turístico, desde quando a depender de qual seja a necessidade ou necessidades que o turista busque satisfazer, da intensidade e prioridade com que ela(s) se manifeste(m) e da condição que o mesmo tenha de poder pagar para satisfazê-la(s), na qualidade e quantidade que desejar, o produto turístico incorporará uma menor ou maior variedade de itens em sua composição, pois uns poucos ou muitos dos chamados bens de segunda ordem passarão a ter uma relação imediata com a satisfação da necessidade do turista, passando então à condição de bens de ordem inferior ou de primeira ordem, afirmando-se, também nesta concepção, o caráter determinante da demanda.

A definição adotada por Furió Blasco (1994), para quem o produto turístico é um bem de ordem inferior, ou de primeira ordem, alude que a qualidade de bem turístico não é dada por algo intrínseco ao próprio bem, mas pelo fato de apresentarem uma relação imediata com a satisfação de necessidades turísticas do ser humano – o consumidor, o turista. Neste sentido, ela remete e guarda alguma similaridade com a definição de consumo turístico formulada dentro do marco conceitual da Conta Satélite do Turismo, conforme ONU *et al.* (2001), pela qual, o que torna um consumo turístico não é a natureza intrínseca própria do bem ou serviço consumido, e sim a condição dentro da qual se encontra o consumidor, ou seja, ele deve ser um visitante ou pretender sê-lo.

Esta similaridade evidencia ainda mais que a definição de produto turístico de Furió Blasco mesmo que tomando como ponto de partida a oferta, acaba se revelando um enfoque de

demanda, a qual, inclusive, como o próprio autor afirma, atua como fator definidor da natureza dos encadeamentos para trás e para frente da *filière* de produção dita “turística”, em seus interrelacionamentos diretos, indiretos e induzidos.

No caso de situações em que o deslocamento possa vir a se tornar um bem de primeira ordem, a definição de produto turístico de Furió Blasco corresponderá à formulada por Muñoz de Escalona. Ou, dito de outra forma, o plano ou programa de deslocamento de ida e volta, o único produto efetivamente turístico, na concepção de Muñoz de Escalona, passaria a corresponder, na abordagem de Furió Blasco, a um bem de ordem inferior ou de primeira ordem, coincidindo com sua definição de produto turístico.

Mas, na medida que o turista chegue à região receptora e vá tendo um contato direto com os serviços / técnicas facilitadores e incentivadores e daí satisfazendo suas necessidades de consumo, teríamos os bens de segunda, terceira ordem e de ordem superior transmutando-se, subseqüentemente, em bens de ordem inferior e até de primeira ordem.

Ao fato dos planos de deslocamentos de ida e volta serem direcionados para a satisfação dos consumidores turistas, tanto nos pacotes convencionais e indiferenciados próprios de um turismo massivo, como, principalmente, nos pacotes sob medida ou encomenda que são cada vez mais solicitados e que são formatos pelos operadores turísticos de forma a atender às mais diversificadas motivações próprias de um turismo diferenciado e a cada dia mais personalizado, não se poderia entender como uma segmentação das atividades produtivas dos operadores turísticos, praticamente atuando em nichos de mercado para corresponder ao nível de segmentação do mercado turístico? Não se trataria aqui, mais que implicitamente, também de um enfoque de demanda?

As empresas, turísticas ou não, tanto nos países desenvolvidos e majoritariamente emissores, quanto nos países em desenvolvimento ou subdesenvolvidos e majoritariamente receptores,

estruturam suas atividades produtivas objetivando viabilidade e rentabilidade, em conformidade com os preceitos referendados pela teoria microeconômica.

O turismo, através da dinâmica dos deslocamentos de pessoas como turistas ou como trabalhadores, de rendas pessoais, de produtos e serviços, de investimentos ou de capitais, etc., influencia e define relações intersetoriais internas aos diversos países envolvidos e externas, entre esses mesmos países, assumindo, em menor ou maior medida um importante papel nas economias nacionais, conformando fluxos físicos e monetários, e efeitos derivados, de caráter marcadamente macroeconômico.

Além disso, deixando de lado a ênfase no turismo internacional, esses países, qualquer que seja o seu nível de desenvolvimento, possuem em determinado grau um fluxo turístico interno, de natureza doméstica, o qual pode implicar uma movimentação econômica representativa, que, particularmente para os países menos desenvolvidos, pode ser bem mais significativa e relevante em termos econômicos e sociais, do que o movimento representado pelo turismo internacional.

Assim, se acredita não ser apropriado qualificar os países onde residem os turistas e os operadores turísticos como países “bem” chamados de turísticos e os países que os turistas visitam como “mal” chamados de países turísticos. Pelo contrário, por vezes, estes é que seriam mais apropriadamente merecedores de serem denominados países turísticos.

Portanto, acredita-se que permanece a indefinição quanto ao que é realmente o turismo e o produto turístico. De um lado tem-se a teoria clássica ou convencional orientada por um enfoque de demanda – da qual já se dispõe de uma excelente revisão e compilação dos seus contributos teóricos mais relevantes, realizada por Muñoz de Escalona; de outro lado tem-se o modelo alternativo do enfoque de oferta formulado pelo próprio Muñoz de Escalona; e, conta-se ainda, com a importante e expressiva contribuição de Furió Blasco baseada no enfoque de enlances com foco na expressão territorial do turismo.

Dispõe-se, portanto, de uma massa crítica de significativa dimensão e qualidade de conteúdo, constituindo um campo fértil para a realização de uma necessária síntese das distintas vertentes analíticas, que uniria e integraria em um corpo teórico unificado e de caráter científico, as perspectivas empresarial e microeconômica, sociológica e macroeconômica com a territorial e mesoeconômica, em prol do desenvolvimento de uma “teoria econômica contemporânea do turismo” que pudesse avançar no sentido de favorecer a formação de um embrião do que poderia se denominar de “teoria do desenvolvimento turístico de base econômico-territorial”.

### 3.1.2. O conceito do multiplicador aplicado ao turismo

A noção do multiplicador relacionada à atividade turística corresponde a um conceito simples e de fácil verificação na realidade. O dinheiro deixado pelo turista, pelo pagamento do hotel e da estada, por exemplo, tende a passar pelos diversos setores da economia. Esta primitiva despesa não fica nas mãos do hoteleiro ou do dono do restaurante que a recebe, sendo utilizada para pagamento dos vários bens e serviços necessários a estes últimos para assegurar os serviços requisitados pelo turista.

Neste processo, de acordo com Sessa (1983), uma quantidade de moeda “inferior”, referente à parte do lucro e da remuneração, sobra nas mãos dos primitivos agentes econômicos, que as transferem aos agentes econômicos de outros setores. Na série de transferências que se sucede, também a moeda originada em seguida da primitiva despesa do turista vem, num determinado período de tempo, a propagar-se pelos vários setores da economia, ativando-a em seu complexo e contribuindo para incrementar de maneira mais que proporcional a renda nacional.

O consumo turístico, no curso das contínuas passagens através da economia nacional, dá origem a novas rendas, que numa medida mais “inferior”, se transformarão em consumos não

mais turísticos. Em outra medida, ainda mais reduzida, se transformarão em poupança, a qual poderá se transformar em investimento na própria atividade turística ou em outra atividade produtiva, dando-se início a um novo ciclo.

A riqueza que o turismo gera não se limita à que se origina nos setores econômicos em contato direto com a demanda turística. O consumo turístico afeta a maioria dos setores componentes do sistema econômico em tres forma de projeção: via produção, via renda e via investimento.

Através da produção, para cobrir as necessidades da demanda (que satisfaz suas exigências mediante o pagamento do preço); as empresas fornecedoras dos turistas necessitam de bens e serviços que lhes são prestados por outras empresas, e assim continuamente, até extinguir-se a cadeia, em número indefinido de rotações ou saltos, com o gasto inicial convertendo-se em um valor muito superior.

A ação via renda tem sua expressão na criação de riqueza, que as rendas salariais e de capital geradas no processo produtivo por sua vez originam, mediante a compra de bens e serviços que as pessoas envolvidas [...] necessitam para atender suas próprias demandas, [tradução livre nossa]. (FIGUEROLA, 1985, p. 170).

O incremento do investimento causará um acréscimo na renda nacional de uma determinada quantidade que resultará superior à quantidade do próprio incremento do investimento, ou seja, o investimento obtém um efeito ampliado sobre a renda nacional.

O conceito de multiplicador foi desenvolvido a partir do multiplicador do investimento da Teoria Geral de Keynes, como já comentado no capítulo 1, item 1.2.1 e no capítulo 2, item 2.1.3 desta tese:

$$K = \frac{1}{1 - \frac{\Delta C}{\Delta R}}, \text{ onde:}$$

$\Delta C$  = variação do consumo;

$\Delta R$  = variação da renda;

$\frac{\Delta C}{\Delta R}$  = propensão marginal a consumir.



As adaptações deste multiplicador para o turismo, resultaram expressões como as que se detalham a seguir.

**Figuerola** (1985, p. 172), sugere um método aproximativo de chegar-se ao efeito multiplicador, dado pelo quociente entre a agregação da produção envolvida pelo gasto dos turistas, mais o total das rendas originadas, menos os lucros da exploração e amortizações, dividido pelo gasto inicial dos turistas:

$$K = \frac{\sum [P1+P2+Y1+Y2-(L1+L2+A1+A2)]}{GT}, \text{ onde:}$$

$P1 + P2$  = produção direta e indireta;

$Y1 + Y2$  = rendas diretas e indiretas;

$L1 + L2$  = excedente direto e indireto;

$A1 + A2$  = amortização direta e indireta;

$GT$  = gasto inicial de turismo.

Para **Fúster** (1974 p. 119), conhecendo-se para determinado país a renda nacional (R), os investimentos (I), os ingressos por turismo (T) e os saldos da balança comercial (Bc), em termos diferenciais (incremento entre dois anos), o efeito multiplicador (m) pode ser obtido pela fórmula:

$$m = \frac{dR}{dI+dT+dBc}, \text{ de onde,}$$

deduzindo-se o efeito do turismo sobre a renda, pela relação tem-se que  $\frac{m \cdot dT}{dR} = 100$ .

Em **Rabahy** (1990, p. 59), encontramos a expressão:

$$\Delta Y = \frac{1}{1-b+m+r} \cdot \Delta T,$$

onde K (multiplicador) =  $\frac{1}{1-b+m+r}$ , sendo:

Y = renda nacional;

$b$  = propensão marginal a consumir;

$m$  = propensão a importar;

$r$  = propensão a arrecadar;

$T$  = gastos dos turistas.

Na ótica da **BAHIA (Estado). Companhia de Desenvolvimento do Recôncavo** (1970, p. 2.12), o multiplicador turístico revela o incremento produzido na renda social como consequência de uma injeção de receitas turísticas:

$$K = \frac{1}{s+ea}, \text{ onde:}$$

$s$  = propensão marginal a poupar,

$ea$  = propensão marginal a gastar no exterior

A determinação do multiplicador exige conhecimento detalhado da contabilidade social da região em estudo, principalmente das relações inter-regionais. O multiplicador depende ainda da continuidade dos gastos, dado que seus efeitos indiretos são decrescentes, ou seja, a cada nova transação vai tendendo a zero, numa velocidade que está associada ao grau de integração da estrutura produtiva da região ou país.

Tendo em vista as relações funcionais, setoriais e regionais próprias da atividade turística, e considerando as especificidades e o estágio de desenvolvimento de determinado país, a opção entre as diferentes formas de estimar-se o multiplicador turístico deverá ser orientada em função da disponibilidade de informações estatísticas e dos objetivos pretendidos, possibilitando formar-se uma base para o planejamento e a implementação de ações.

Torna-se necessário qualificar e relativizar a aplicação do conceito de multiplicador ao turismo. Na verdade, quanto mais se consome, mais o multiplicador será elevado e maior será a propensão de acréscimo da renda nacional. Mas, se a propensão marginal ao consumo eleva a dimensão do multiplicador, a propensão marginal à poupança pode diminuí-lo. A parte de uma nova renda que se transforma em poupança ao invés de consumo, diminui a velocidade

do multiplicador, incidindo negativamente em sua dimensão e conseqüentemente, sobre sua capacidade de acréscimo na renda nacional.

A respeito dos valores dos diversos multiplicadores, a investigação crítica revela:

- ✓ que os resultados dos vários multiplicadores não intervêm, necessariamente, ao final de um ano;
- ✓ que os multiplicadores não levam em conta as fugas devidas à poupança e aos impostos;
- ✓ que o multiplicador da renda de um valor adjunto inicial não difere de forma sensível, dos multiplicadores análogos em outros setores econômicos;
- ✓ que pela estimativa desta atividade podem ser tomados em consideração outros fatores, tais como: o coeficiente marginal de capital, o emprego, as rendas das exportações e a taxa de crescimento.

Segundo Sessa (1983), o valor do multiplicador poderá ser reduzido por tres ordens de causa, que sob a forma de fugas, se verificam na passagem dos vários períodos intermediários, desde a primitiva despesa turística no circuito econômico nacional e até o momento do seu definitivo desaparecimento.

A primeira, e a principal, é relativa à parte da demanda adicional (isto é, derivada como “nova” das despesas [realizadas] através das novas rendas), que se endereçará às exportações. [...] A segunda é coligada à porção da nova renda que será tirada pela tributação. Na qual não resultam todas as novas rendas assim determinadas, pois uma parte corresponde ao que é gasto nas famílias ou nas empresas. Mas, uma parcela significativa é eliminada no circuito econômico sob a forma de tributos e de contribuições sacadas pelas autoridades públicas. [...] A terceira é relativa ao acúmulo de riqueza (entendido como a porção da renda não emitida no circuito econômico), que contribuirá para diminuir os efeitos induzidos da despesa turística. (SESSA, 1983, p. 64-65).

Outro aspecto importante, é a influência da velocidade de circulação do dinheiro, pois, quanto mais rapidamente, em um país ou região, circule o dinheiro, maior número de transações poderá produzir-se ao longo do ano.

Deverá se considerar também, a dimensão ou âmbito de estimativa do multiplicador, se a um entorno nacional ou regional, neste caso se produzirá um maior número de fugas, e inclusive mais intensas, em razão das múltiplas transferências regionais que se originarão.

Ainda que possa parecer que cada unidade de divisa deixada pelo turismo multiplica várias vezes seu efeito sobre a economia na qual ingressa, a realidade é que tal efeito é muito variável e depende, tanto da dimensão geográfico-econômica do país ou região (para um maior tamanho, maiores efeitos multiplicadores), como de uma série de efeitos econômicos induzidos ou originais, que, em qualquer caso, são facilmente alteráveis. Haja vista, os efeitos inflacionários da concentração da demanda no tempo e no espaço, assim como, a relativa rigidez da oferta, o que poderia anular os efeitos multiplicadores, que se produzem em nível de rendas, porém não de capacidade de compra.

Também é constante a dificuldade de valoração do conhecimento preciso do fator tempo, o problema da noção do período de ingresso; a velocidade da circulação do dinheiro; a intensidade da propensão a consumir. Uma outra crítica ao conceito do multiplicador turístico concerne ao conteúdo da renda que é multiplicada.

Normalmente esta se relaciona com o produto nacional bruto obtido pela soma dos lucros brutos, salários brutos e rendas e juros percebidos por cada setor. [...] não tem sido prática normal calcular a renda interna, que é o agregado mais relevante desde o ponto de vista dos países em vias de desenvolvimento. As diferenças entre o produto nacional bruto e a renda interna surgem por causa da propriedade estrangeira de fatores de produção e do emprego de trabalhadores estrangeiros na economia nacional; tanto um como outro têm que ser provavelmente importantes em alguns setores de países em desenvolvimento. Se pode, por conseguinte, assentar dois princípios. Primeiro, as crescentes rendas dos estrangeiros que não são residentes junto com as rendas diretamente transferidas de estrangeiros residentes, têm que ser diferenciadas em cada setor, posto que tais rendas não voltarão a ser gastas na economia e não podem ter efeitos multiplicadores. Em vista da importância dos proprietários estrangeiros na “indústria” turística e o emprego de estrangeiros em postos mais especializados, parece verossímil que o multiplicador da renda interna possa ser significativamente mais baixo que o do produto nacional bruto. [...] Segundo que, os diferentes setores exportadores têm diferentes exigências diretas e

indiretas de inputs primários por dólares. [...] os ingressos turísticos podem ter um elevado conteúdo importador e, conseqüentemente, um menor valor agregado por cada divisa obtida, especialmente quando se tomam em consideração os ajustes relativos aos lucros transferidos para o exterior e às crescentes rendas pertencentes a trabalhadores estrangeiros, [tradução livre nossa]. (BRYDEN, 1973, *apud* ESTEVE SECALL, 1983, p. 291-294).

Desta forma, um importante percentual das divisas entradas pode voltar a sair, sem fazer sentir-se nenhum efeito sobre a economia do país ou pólo regional receptor.

Furió Blasco (1994), apresenta a opinião expressada por P. Lecordier de respeito ao conceito do multiplicador referenciado ao turismo:

... se o conceito de multiplicador é sedutor desde o ponto de vista teórico, é extremamente limitado em sua utilização prática. Sobretudo [porque], postula implicitamente a homogeneidade do turismo, [sendo] porém evidente, que o fenômeno ao qual se está referindo não tem nada de homogêneo. Posto que o mercado turístico está segmentado em diversos mercados ou submercados [estaduais e municipais], [tradução livre nossa]. (LECORDIER, 1979, *apud* FURIÓ BLASCO, 1994, p. 116).

Segundo Goded Salto (1998), para a corrente de autores que adotam uma postura positivista em relação ao turismo, a atividade tem o potencial de gerar renda de forma direta, a qual se reparte entre os fatores produtivos empregados no “setor”, mas também proporciona, através do efeito multiplicador, rendimentos indiretos aos fatores produtivos empregados nos setores fornecedores das empresas turísticas, além de rendas induzidas derivadas do gasto realizado pelos receptores das anteriores categorias de renda. Uma característica particular do multiplicador do turismo, portanto, é a sua amplitude, pois o gasto por turismo afeta uma ampla variedade de setores produtivos. Neste processo, no entanto, podem ocorrer numerosas fugas ou vazamentos que reduzem o efeito final do turismo na economia – abastecimento através de importações, repatriação de salários e lucros de fatores de produção estrangeiros, etc.

Investigando a capacidade dinamizadora que apresenta a atividade do turismo para o Uruguai, ou seja, como repercute em termos de geração de riqueza e de emprego cada unidade de demanda turística na economia uruguaia, Armellini Di Santi e Isabella Revetria (2003) constataram que isto irá depender da distribuição da demanda turística entre os diferentes setores da economia, assim como das estruturas de insumos, e, portanto, da capacidade de espraiamento ou transbordamento destes setores produtivos estimulados de maneira direta ou indireta.

[...] a atividade turística apresenta algumas características que a distingue em suas possibilidades de dinamizar o resto da economia: a forte presença de bens e serviços não permutáveis (alojamento, restaurantes, serviços de transporte, etc.), que caracteriza o consumo dos turistas, sugere que **as fugas por consumo de produtos finais e intermediários importados sejam relativamente pequenas**. A constatação deste fato conduz à [...] hipótese [de que]: a demanda final turística tem um maior efeito multiplicador no emprego e no valor agregado bruto que a média da utilização final da economia [uruguaia], [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (ARPELLINI DI SANTI E ISABELLA REVETRIA, 2003, p. 3).

A afirmação e a constatação que os autores explicitam acima podem corresponder à realidade do turismo uruguaio, porém não devem ser tomadas como válidas, de modo linear, para outros países. Isto porque o dimensionamento das fugas e do efeito multiplicador irá depender do peso que o turismo tenha na economia nacional de cada país analisado, bem como da representatividade do turismo internacional e do grau em que as necessidades desta demanda serão satisfeitas mediante o provimento via importações, de produtos e serviços finais e intermediários, de recursos humanos e de capitais.

Também por influência da realização ou aumento do gasto turístico, se criará emprego em diversos setores direta ou indiretamente beneficiados pela atividade do turismo. Smaoui, mencionado por Goded Salto (1998), considera que o investimento turístico gera três categorias de emprego: **emprego direto** em empresas que vendem bens e serviços aos turistas – hotéis, restaurantes, empresas de transporte ou o comércio em geral; **emprego indireto** em

atividades que fornecem bens e serviços às empresas turísticas – agricultura, artesanato, certas indústrias leves de âmbito local; e **emprego “induzido”** gerado no setor da construção e em determinadas indústrias de bens de capital.

Esses efeitos positivos do turismo se manifestam com maior intensidade à escala regional, embora, a este nível, como Goded Salto comenta, as possíveis fugas ou interrupções dos processos em cadeia geradores de renda, são de muita maior dimensão e intensidade dos que se verificam a nível nacional.

É fácil compreender que o município ou região, devido aos condicionamentos que sua escassa dimensão econômica lhe impõe, deverá realizar numerosas compras fora do seu próprio território, deixando de aparecer, desde este momento, encadeamentos favoráveis para o desenvolvimento da área considerada, [tradução livre nossa]. (GODED SALTO, 1998, p. 86).

Para medir o alcance do efeito multiplicador, a autora realça a recomendação de Muñoz de Escalona (1992), que descrevendo o que considera “produtos dos países visitáveis que são vendíveis aos turistas”, sugere que se elabore uma lista de mercadorias e serviços cuja venda pode elevar-se com a entrada de turistas e reduzir-se com as saídas de residentes, deste modo, seriam beneficiados os setores que produzem bens e serviços cuja exportação apresente grande dificuldades, ou seja praticamente impossível de se realizar.

[...] se trata de produtos cujo deslocamento econômico é impossível. [...] se está fazendo referência a todas aquelas linhas produtivas cultivadas em unidades de pequeno tamanho como os estabelecimentos comerciais de venda a varejo, as oficinas de artesanato e as culturas de hortaliças [hortifrutigranjeiros de um modo geral], cujos produtos se orientam ao mercado interno e, às vezes, ao mercado local, por sua incapacidade de competir em mercados mais amplos, dominados por empresas que se beneficiam de fortes economias de escala, [tradução livre nossa]. (MUÑOZ DE ESCALONA, 1992, p. 37)

Além do impacto quantitativo, o turismo provoca também um impacto qualitativo sobre o consumo de uma determinada zona ou região, o qual, de acordo com Goded Salto (1998), não tem sido muito considerado.

Na medida em que a expansão turística contribue a gerar um processo de desenvolvimento em cadeia, também incide, direta ou indiretamente, nas modificações que se operam nas estruturas do gasto. O sentido destas transformações é bastante conhecido: a elevação do nível de vida traz consigo um menor peso dos produtos primários na demanda total, uma vez que aumenta o protagonismo dos produtos industriais e dos serviços no orçamento das famílias, [tradução livre nossa]. (GODED SALTO, 1998, p. 94).

É importante frisar, como bem colocado pela autora, que uma parte, por vezes significativa, do propalado aporte de divisas propiciado pelo turismo, não chega nem a entrar no país receptor. Dado que o produto turístico se comercializa, cada vez mais, através de pacotes que englobam uma vasta gama de serviços, ao pagar-se por eles, adiantadamente, nos países emissores, uma grande parcela do dinheiro desembolsado pelos turistas nem sequer chegará a entrar no país de destino.

O “setor” se caracteriza, precisamente, por uma crescente integração vertical; assim, é cada vez mais habitual que uma mesma companhia seja proprietária, simultaneamente, de empresas aéreas, de cadeia hoteleira e de uma agência de viagens, ou de empresas locais de aluguel de veículos. Nestas circunstâncias, a proporção do preço total do pacote turístico que recebe o país anfitrião, pode chegar a ser muito reduzida, [tradução livre nossa]. (GODED SALTO, 1998, p. 114-115).

Uma possível solução para o problema do controle externo dos fluxos turísticos, sugerida por Erbes, mencionado por Goded Salto, seria a tentativa dos países receptores, de um modo geral países em desenvolvimento ou subdesenvolvidos, de implantar nos mercados emissores suas próprias entidades promotoras-organizadoras de estadias turísticas. Dadas as dificuldades que a criação de intermediários turísticos de capital nacional trariam para esses países, Erbes recomenda que os mesmos criem organismos que envolvam os diversos grupos de interesses para, entre outras ações, fixar tarifas mínimas para os produtos turísticos comercializados nos mercados internacionais pelos operadores turísticos.

Neste sentido, e com a nomenclatura própria da sua concepção teórica, que aborda o turismo sob o enfoque de oferta, Muñoz de Escalona (1990) questiona: como poderia defender-se a



produção paraturística dos países receptores de um processo que está erodindo não apenas os seus lucros empresariais mas também o meio ambiente e muitos recursos não renováveis? Ele sugere que os empresários dos setores auxiliares do turismo localizados nesses países, poderiam constituir um ou vários operadores turísticos capazes de elaborar produtos turísticos de alta qualidade, utilizando técnicas próprias, além de *inputs* nacionais, na medida do possível.

Não seria necessário, no entanto, ter um operador turístico do país atuando nos países de residência dos turistas. Inicialmente bastaria que se elaborassem produtos turísticos vinculados a um determinado destino, a serem oferecidos aos operadores turísticos estrangeiros, cujo modo de atuação tem consistido até então em comprar os produtos paraturísticos dos países receptores, empacotá-los e vendê-los de uma forma massiva e indiferenciada. A futura constituição de uma empresa turística para dedicar-se à elaboração de produtos turísticos aproveitando-se de *inputs* locais, seria um passo mais ambicioso. Tal empresa integraria em sua estrutura, direcionada para o planejamento, gestão e distribuição desses produtos – incluindo o estratégico aspecto da marca, membros de órgãos governamentais, da iniciativa privada e de outros grupos representativos da sociedade local ou regional.

### 3.1.3. Dimensão territorial do desenvolvimento turístico: externalidades e economias de aglomeração / espaço, região e território

Introduzindo algumas considerações visando analisar os efeitos das externalidades de mercado e das economias de aglomeração em relação à atividade do turismo, nota-se, inicialmente abordando a natureza dos chamados bens públicos, de acordo com Furió Blasco (1997), que uma vez produzidos, os bens públicos são livres, porém não acessíveis, em quantidade e qualidade, de forma equitativa, para todos os indivíduos de um sistema urbano-

regional. Esses bens são fornecidos, em parte, através de algum mecanismo de localização. A localização permite o acesso a certos bens públicos ou a certos serviços que eles proporcionam, gerando benefícios e custos ou afetando os benefícios e custos dos agentes socioeconômicos, quer na vertente da produção, quer na do consumo.

O deslocamento do turista, segundo Furió Blasco, se justifica pelo fato de ele se motivar a viajar influenciado por uma série de elementos que não se fazem presentes em seu entorno habitual de residência. Dentro dos componentes elementares do produto turístico, vários podem ser considerados como bens públicos, desde quando se caracterizem como bens não rivais no consumo e não excluíveis na provisão. Neste sentido, o autor observa que

a particularidade presente em muitos dos bens suscetíveis de qualificar-se como turísticos é o fato de serem bens públicos “locais”. Assim uma praia é um bem público [...] desde o momento em que o usuário da mesma se encontre em sua proximidade. A partir daí a praia aparecerá como um bem não rival em seu consumo e no qual o fornecedor é incapaz, por distintos motivos, de por em prática [...] mecanismos de exclusão.

[A praia ....], o entorno urbano-rural, a riqueza arquitetônica e monumental, ..., são [exemplos de] bens públicos cujos serviços beneficiam aos que “vivem” – permanente ou temporamente, em uma determinada comunidade. Serão, pois, bens públicos locais. E, deve-se ter em conta que a existência deste tipo de bens públicos pode ser a motivação que leve potenciais usuários a se deslocar até este determinado lugar, e assim poder se beneficiar dos serviços prestados por bens desta natureza, [tradução livre nossa]. (FURIÓ BLASCO, 1997, p. 47-48).

Ao se estudar os efeitos produzidos pelo turismo nos diferenciados âmbitos do território onde se desenvolve, pode se distinguir distintas tipologias que, no entanto, de acordo com Furió Blasco, apresentam diversos traços comuns:

- ✓ se mostram como resultado do próprio processo turístico, sem ter um caráter desejado ou pretendido, ou seja, apresentam-se como não intencionais;
- ✓ são resultantes das interdependências existentes entre os elementos econômicos, sociais, culturais e físicos deste processo;

- ✓ são efeitos que incidem positiva ou negativamente nas decisões, comportamentos ou atividades de agentes alheios ao processo ou, de certa forma, no próprio processo, sem que isso dê lugar nem à (re)consideração, nem a nenhum tipo de compensação; e
- ✓ a literatura lhes otorga uma relevância operativa por suas incidências no próprio processo de desenvolvimento turístico.

Os efeitos externos das atividades turísticas derivam-se, em grande parte, de acordo com Furió Blasco (1997), da localização do componente privado do produto turístico. O fato das atividades turísticas se situarem próximas aos bens públicos locais lhes concede a capacidade de receber e/ou gerar efeitos externos.

[...] nas atividades turísticas [portanto] existe uma significativa presença de efeitos externos de mercado, positivos e negativos, de consumo e de produção, tecnológicos e pecuniários. [...] estes efeitos externos também estão presentes na dimensão espacial destas atividades de um modo ligeiramente distinto, [tradução livre nossa]. (FURIÓ BLASCO, 1997, p. 54).

Como destacado por Furió Blasco, as economias tecnológicas e pecuniárias estão na base da definição das economias de aglomeração descritas na economia espacial, assumindo relevante papel no processo de desenvolvimento do turismo, o que também acontece com a proximidade aos bens públicos no caso do produto turístico. Um espaço turístico, portanto, apresenta economias externas de localização. Nas atividades turísticas, estas economias manifestam-se em duas vertentes:

Em primeiro lugar, se encontram as economias de localização que surgem da concentração de unidades produtivas de idêntica ou similar atividade; por exemplo, as que surgem entre empresas de prestação de serviços de alojamento. E, em segundo lugar, também se dão economias entre as distintas unidades produtivas pertencentes às diferentes atividades turísticas. Por exemplo, as economias externas (tecnológicas e/ou pecuniárias) que podem existir entre as atividades de alojamento, restauração [alimentação] e outras atividades de lazer; entre as atividades de alojamento e um parque temático e vice-versa.

Estas últimas podem entender-se de um modo particular como economias de urbanização. São economias de localização para o conjunto de atividades turísticas. Porém são economias de urbanização se se observam desde o ponto de vista das subatividades turísticas. Desde esta última perspectiva, são economias externas a

cada uma das subatividades, porém internas ao território turístico. São economias que se definem em função das vantagens devidas à aglomeração, que se criam dentro de um sistema urbano, [tradução livre nossa]. (FURIÓ BLASCO, 1997, p. 54-55).

A presença de bens públicos locais no produto turístico e os efeitos externos de mercado no desenvolvimento das atividades turísticas trazem, como afirma o autor, importantes consequências para um território que tenha como atividade de sustentação o turismo. “[...] estes aspectos possibilitam níveis de demanda e de produção das atividades turísticas superiores aos que se apresentariam como ótimos na suposição de que se tratasse de bens privados e/ou se internalizassem os efeitos externos” [tradução livre nossa], (FURIÓ BLASCO, 1997, p. 57).

A expressiva presença de bens públicos no produto turístico, aliada à respectiva “gratuidade” dos serviços prestados por esses bens, e a relevância dos efeitos externos positivos, estão, conforme Furió Blasco, na origem da geração dos efeitos externos negativos, ou das deseconomias externas, que provocam o congestionamento e a deterioração dos bens públicos e a perda de atratividade dos espaços turísticos, e, por consequência, o surgimento de custos – internos e externos, privados e sociais, no próprio processo de desenvolvimento turístico e econômico.

Um outro aspecto a considerar diz respeito à acessibilidade diferencial que, segundo Furió Blasco (1994), pode atuar como mecanismo seletivo para estabelecer o tipo de turismo que se deseja acolher, ou seja, a acessibilidade pode ser inversamente proporcional à “qualidade” do espaço de lazer.

[...] a acessibilidade interna influe no desenvolvimento turístico na medida que contribui à organização e estruturação da área turística. Se em sua vertente externa a acessibilidade permite a comunicação entre espaços emissores e receptores, em sua vertente interna possibilita os fluxos internos de uma área. Ao mesmo tempo, também contribui a definir as economias de aglomeração, especialmente as de localização, e a reduzir as possíveis deseconomias de aglomeração, [tradução livre nossa]. (FURIÓ BLASCO, 1994, p. 384).

Todo sistema territorial pode ser representado, de acordo com Furió Blasco (1994), como resultado da união e costura de subsistemas funcionais. A. Cunha identificou sete componentes desse sistema, cujo conjunto Furió Blasco denomina de “matriz funcional” do sistema territorial (Figura 3.5, p. 311).

- ✓ 1º- **Subsistema humano** – designa, simultaneamente, ao homem e ao conjunto de relações que ele mantém com os outros e com o território onde desenvolve sua vida pessoal, operando na satisfação das necessidades materiais e imateriais fundamentais;
- ✓ 2º- **Subsistema cultural** – está conformado pelo conjunto simbólico criado pelo homem e que constitui sua reserva de saber, controlando e orientando a ação dos indivíduos;
- ✓ 3º- **Subsistema tecnológico** – opera na introdução dos conhecimentos no domínio da produção econômica, englobando os processos de produção de novos bens e serviços, o saber-fazer que permite a introdução de uma novidade no mercado – em termos de produto, processo ou serviço, o saber-fazer que possibilita a utilização produtiva de recursos até então não utilizados;
- ✓ 4º- **Subsistema econômico** – transforma, produz e distribue os bens e serviços necessários a uma sociedade a partir da utilização de sua força de trabalho, o capital, as técnicas e os recursos naturais existentes no sistema ecológico, permitindo ainda o conhecimento de configurações econômicas territoriais;
- ✓ 5º- **Subsistema espacial** – em primeiro lugar, retrata o quadro de vida e o suporte da atividade econômica, tendo como função essencial assegurar a interação local e a comunicação na distância. Está constituído por um conjunto de nodos, lugares centrais, de vias de comunicação que os unem e por um conjunto de zonas intersticiais, caracterizando-se ainda pela capacidade de criar sinergias e campos de polarização que orientam os fluxos de pessoas, de capitais e de informação em torno de formas hierarquizadas de povoamento e de habitat;
- ✓ 6º- **Subsistema político** – percebido no território por meio da rede administrativa, operando na regulação dos diversos conflitos e contradições entre os grupos sociais localizados e influindo na eleição e definição dos objetivos do desenvolvimento territorial;
- ✓ 7º- **Subsistema ecológico** – fornece a matéria e a energia necessária para o funcionamento do sistema socioeconômico.

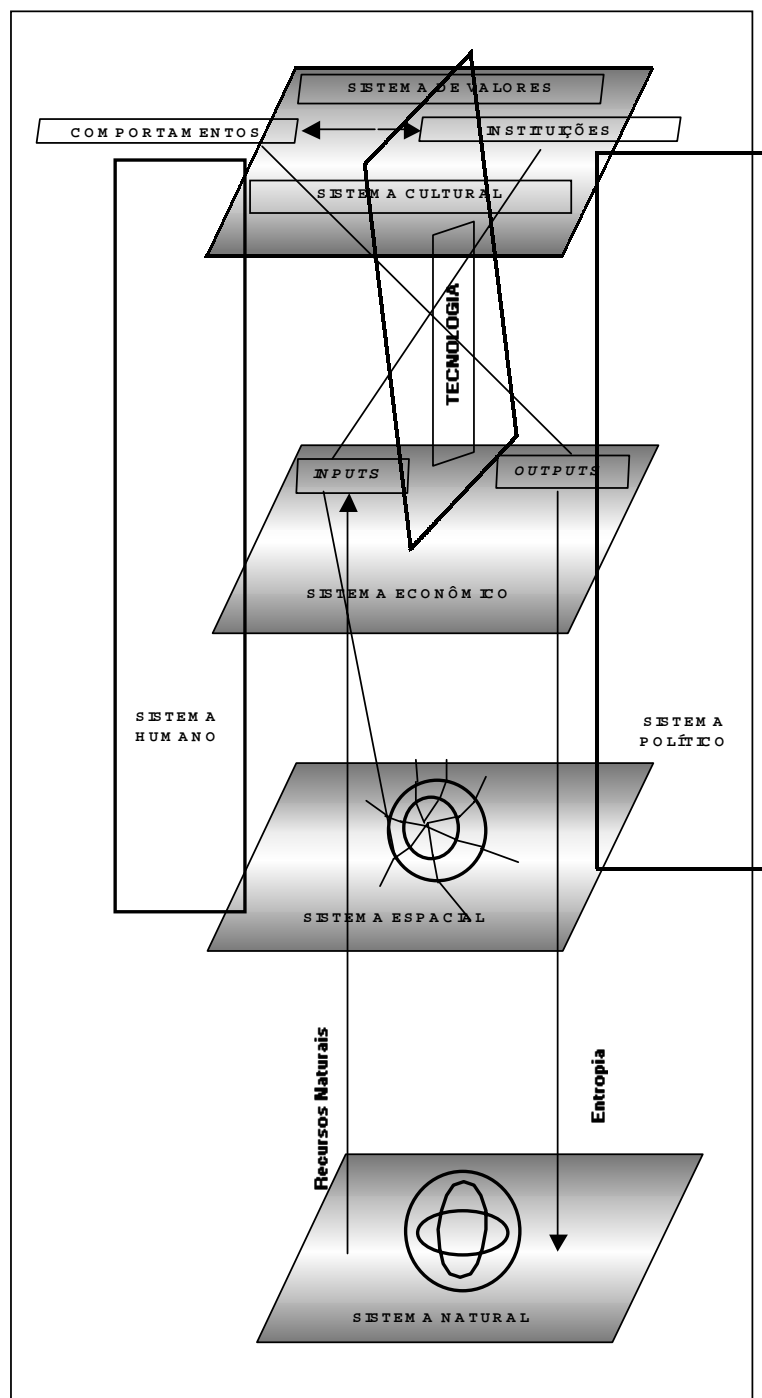
Portanto, o território pode ser definido como

um conjunto formado por uma sociedade e o espaço que ela organiza. A noção de território engloba, pois, a noção de espaço mas não se confunde com ela. Considera-se aqui o território como um conjunto dinâmico, delimitado por uma fronteira, na qual se combinam e reacionam os elementos físicos e humanos [...]. A diferenciação territorial é o resultado de um processo que conduz aos atores sociais a organizar, administrar e apropriar-se do espaço. [...] A noção de território manifesta, explicitamente, a existência de uma organização social, política e econômica que organiza e ordena o espaço, [tradução livre nossa]. (CUNHA, 1988, *apud* FURIÓ BLASCO, 1994, p. 74).

O turismo constitui um fato social e econômico que se manifesta claramente no espaço. Seu caráter territorial, segundo Ivars (2003), é determinado pelo

deslocamento de pessoas desde seu lugar de residência a espaços que reúnem determinadas condições para satisfazer as diferentes motivações turísticas. Portanto, os fluxos turísticos implicam a existência de uma série de efeitos territoriais de diversa natureza, tanto nas áreas geográficas de trânsito como nas de destino, [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 17).

Ivars concebe o sistema turístico como um sistema dinâmico e aberto ao entorno social, cultural, econômico, político e tecnológico, integrado, desde uma perspectiva setorial, com o sistema territorial global, o qual conforma dois planos interrelacionados, os mercados de origem e os espaços de destino. Os primeiros condicionam o volume e as características dos fluxos turísticos que emitem, e os segundos influenciam o modelo de desenvolvimento turístico (Figura 3.6, p. 312).

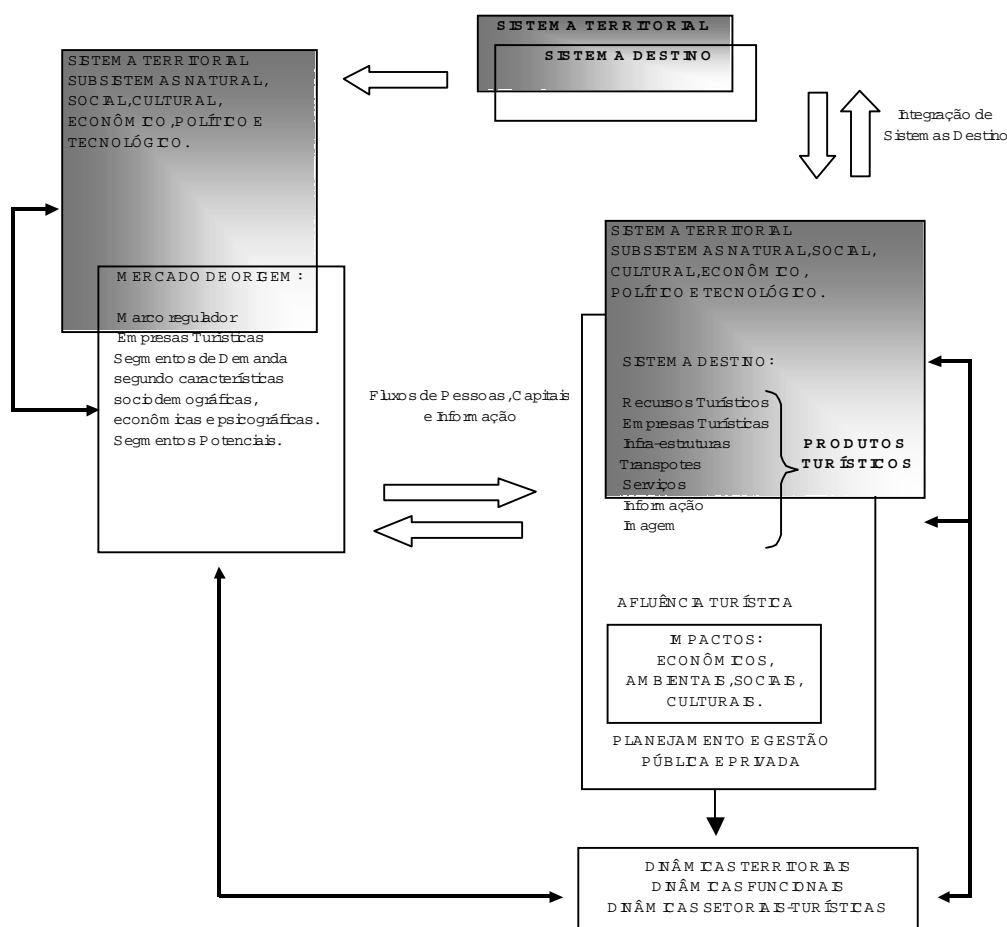


**Figura 3.5 O Sistema Territorial e seus Componentes**

Fonte: Cunha, 1988, *apud* Furió Blasco, 1994, p. 75.

[...] convém destacar que o resultado dessa interação não é um mercado homogêneo, mas sim uma demanda complexa e suscetível de segmentação de acordo com variáveis sociodemográficas, econômicas e psicográficas, sem esquecer que o caráter dinâmico dos mercados obriga a considerar não só os segmentos atuais, como também os potenciais, [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 23).

ENTORNO DINÂMICO: SOCIAL, CULTURAL, ECONÔMICO, POLÍTICO, TECNOLÓGICO, ...



**Figura 3.6 O Sistema Territorial Turístico**  
Fonte: Ivars, 2003, p. 22.

A delimitação do sistema destino se realiza, conforme Ivars, a partir de sua função turística, de sua especialização em uma atividade econômica com evidentes efeitos territoriais. O sistema destino, aberto ao sistema territorial no qual se insere, aos mercados, ao entorno e outros destinos através de relações de complementariedade ou concorrência, caracteriza-se, segundo o autor, por se constituir de elementos interrelacionados e interdependentes que satisfazem a demanda turística por meio de sua estruturação em produtos turísticos concretos. A satisfação da demanda turística, continua Ivars, torna-se possível mediante a existência de um sistema produtivo que gera rentabilidade econômica e social.



Não se trata, portanto, de um sistema produtivo convencional porque engloba bens públicos (geralmente, recursos naturais), infra-estruturas, empresas turísticas e não especificamente turísticas e, inclusive, a imagem do próprio destino. O sistema produtivo encontra sua unidade no destino turístico, denominador comum de bens e serviços diversos que configuram a experiência turística, na identidade do destino como elemento aglutinador e nas relações interempresarias, fundamentalmente entre as empresas turísticas e suas auxiliares. Além do mais, no cumprimento de sua função turística gera distintos impactos que afetam tanto ao sistema territorial como à própria produção turística (a degradação ambiental de uma praia não implica unicamente a deterioração do sistema territorial, mas também da competitividade da função turística do território), [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 25-26).

A dispersão e relativa indefinição no uso dos conceitos referidos ao espaço turístico, de acordo com Ivars, torna aconselhável uma sistematização prévia que parte da redução do espaço turístico a três unidades básicas que desempenham uma função turística, apesar do seu grau de complexidade e extensão territorial ser distinto.

A função turística desses espaços consiste em sua capacidade de atrair visitantes através de recursos de diverso tipo e de uma certa imagem turística, abrigá-los em determinados meios de alojamento e satisfazer seus desejos e necessidades como consumidores, [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 31).

As três unidades territoriais consideradas por Ivars são:

- ✓ os complexos turísticos integrados – cumprem autonomamente a função turística (ex. Club Mediterranée);
- ✓ os espaços que requerem a conjunção de uma série de empresas e serviços para desenvolver sua função turística dentro de um raio que pode alcançar desde um núcleo de povoamento a um âmbito sub-regional (ex. um destino turístico de litoral ou um núcleo rural com oferta turística); e
- ✓ a possível integração das duas unidades anteriores em um espaço de dimensão variável que apresenta um certo grau de coesão por constituir uma demarcação administrativa, compartilhar uma idêntica imagem turística ou constituir o marco das relações funcionais turísticas entre as unidades territoriais inferiores (ex. uma zona turística ou um pólo turístico).

Porém, resulta paradoxo que praticamente a totalidade dos conceitos territoriais do turismo possam referir-se indistintamente a qualquer das unidades territoriais

identificadas. Assim, o conceito de destino turístico pode empregar-se para o complexo turístico de Sandals Resorts na Jamaica, para Montego Bay (Jamaica) ou para a própria ilha da Jamaica, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 31).

Similar problema ocorre em relação aos conceitos de cadeia produtiva do turismo e de agrupamento ou *cluster* de turismo, como poderá se constatar nos itens 3.2.1 e 3.2.2 deste capítulo.

As três unidades territoriais básicas acima indicadas, podem identificar-se, segundo Ivars, com os conceitos de **complexos turísticos integrados**, **espaços de destino turístico** e **regiões turísticas**, respectivamente.

Os **complexos turísticos integrados**, de acordo com Ivars, se distinguem por: sua menor extensão territorial; uma concepção unitária que lhe confere caráter de produto integral – alojamento mais atividades de entretenimento; uma clara orientação para segmentos de mercado determinados de acordo com o conceito de negócio selecionado; e o papel praticamente exclusivo do turismo como atividade econômica do território que ocupa, normalmente segregado, formal e funcionalmente, do sistema territorial no qual se insere, na condição de um “enclave turístico”.

Os **espaços de destino turístico** se identificam com destinos ou municípios turísticos, diferindo, formal e funcionalmente, dos complexos turísticos integrados, que podem se constituir em mais um elemento desses espaços. Nos espaços de destino a função turística não é a única, embora possa ser a predominante, eles não correspondem a uma concepção unitária e sua oferta turística se nutre de uma diversidade de componentes dependentes de uma pluralidade de agentes.

Ivars (2003) menciona como um aspecto relevante, que

o turismo tem uma capacidade estruturante do território e uma direta incidência nas funções econômicas do mesmo, pelo que uma definição mais restrita e ajustada deste conceito [de destino turístico] requer um mínimo grau de especialização turística, [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 37).

O destino turístico constitui-se, simultaneamente, em espaço de produção e de consumo, nesse contexto, a especialização turística é obtida através das relações de complementariedade e concorrência com outros setores produtivos.

A complexidade do sistema de interrelações que constitui o destino turístico se ampliou, conforme Ivars, na medida em que passou-se a otorgar à sociedade local um papel ativo na definição do modelo de desenvolvimento e uma vinculação mais estreita entre qualidade de vida, diversificação econômica e imagem do território.

O espaço turístico, ao menos no plano teórico, recupera então sua dimensão social, circunstância que se traduz na promoção de um desenvolvimento mais equilibrado territorial e setorialmente, e em uma maior ênfase na preservação do patrimônio natural e cultural. Os processos de reestruturação dos espaços de destino com um alto grau de consolidação partem do reconhecimento da importância estratégica do turismo para o desenvolvimento local, da necessidade de concertar interesses plurais e de impulsionar outras atividades econômicas compatíveis com a turística. Se trata de uma percepção do espaço turístico distinta da do mero contenedor do crescimento de uma oferta estereotipada para uma demanda massiva guiada quase exclusivamente por critérios de mercado. Pelo contrário, o espaço se concebe como um recurso em si mesmo e o horizonte do desenvolvimento se amplia a um prazo mais longo como reação a mudanças qualitativas na demanda, à progressão de espaços concorrentes e ao maior protagonismo das aspirações da sociedade local, [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 38).

Considera-se, com Ivars, que o município – constituído pelos elementos território, população e organização, reúne em grande parte as características definidoras dos espaços de destino turístico, quando a atividade do turismo é um componente predominante ou relativamente significativo de sua estrutura territorial e socioeconômica, contando com a presença de fatores de atração, concentração de oferta e serviços turísticos, e, em geral, imagem diferenciada. Porém, segundo o autor, o município não delimita o espaço turístico, pois este se configura pelos padrões de localização das atividades turísticas, pelas pautas de consumo dos segmentos de demanda e pela imagem projetada e percebida do território.

O nexo de união entre o espaço de destino e o município se fundamenta na capacidade e autonomia municipal para gestionar elementos básicos do destino turístico concebido como produto global e, deste modo, influir através do exercício de suas competências tanto em seu processo de configuração como em sua evolução futura, sempre de acordo com os interesses da população local. Sem dúvida, o grau de identificação entre espaço turístico e município incide no que é a **base da singularidade do tratamento do município como entidade territorial turística: sua capacidade de gestão**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 29).

A configuração do espaço turístico a partir dos elementos que integram o destino turístico, resulta, de um lado, da apropriação dos recursos territoriais por parte das empresas turísticas visando obter a máxima rentabilidade de seus investimentos e aproveitando as externalidades positivas dos bens livres e públicos que atraem a demanda turística, e, de outro lado, da apropriação dos recursos naturais que realizam os consumidores turísticos para obter uma experiência satisfatória. Ambas as dinâmicas, de produção e consumo, não dariam origem, por si mesmas, a um espaço turístico funcionalmente coeso, o que se viabiliza por intermédio da participação pública com suas diferentes formas de intervenção, assim condicionando a produção do espaço turístico.

Para Ivars (2003), as principais características formais e funcionais dos espaços de destino turístico coincidem com: uma **escala local**, quando predomina o enfoque de destino como entidade urbana que concentra os serviços turísticos e como âmbito de gestão municipal; e uma **escala sub-regional**, quando o espaço de destino é concebido como uma zona ou área territorial composta por elementos interrelacionados.

A **região turística** é outro conceito utilizado indistinta e indiferenciadamente para designar espaços de distintas características, como já visto. Ivars adota a seguinte definição de **região turística**:

[...] uma unidade territorial básica do espaço turístico na qual podem integrar-se as outras unidades territoriais diferenciadas (complexos turísticos integrados e espaços de destino turístico) e que apresentam certo grau de coesão derivado da existência de

relações funcionais, do sentido de pertencer a uma demarcação político-administrativa ou do fato de compartilhar uma determinada imagem turística, [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 43).

O interesse do autor se centra na consideração da região turística como realidade territorial sobre a qual se desenvolve um tipo de atividade que cumpre uma função significativa, tanto do ponto de vista da organização territorial como da estrutura econômica associada, para melhor se compreender a forma e os impactos da implantação do turismo nos espaços regionais.

Para Lozato, comentado por Ivars (2003), as regiões turísticas identificam-se com espaços que concentram uma certa densidade de turistas e possuem uma imagem característica. As regiões estão integradas por um conjunto de destinos, mais ou menos contíguos, caracterizados pelo peso e o impacto da visita turística.

Uma outra contribuição destacada por Ivars, é a de Boullón, o qual nega a existência das regiões turísticas com o argumento de que a especialização em algum tipo de atividade produtiva não resulta na ocupação absoluta de um território por essa atividade. Neste sentido ele substitui o conceito de região pelo de espaço turístico, entendido como a consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos e da planta turística.

Observando como se manifestam fisicamente diversos setores econômicos, Boullón (1997) constata que em nenhum caso a especialização em algum tipo de atividade produtiva resulta na ocupação absoluta do território por essa especialidade.

Segundo Boullón, é fisicamente impossível dividir um país em áreas nas quais cada metro seja idêntico ao resto,

a idéia de região que utilizam os economistas se refere às porções do território cujos indicadores econômicos (a produção, o transporte, o comércio, etc.) e de desenvolvimento social (a alfabetização, a moradia, a saúde, os salários, etc.) são similares.

Ao ser similares os indicadores, as regiões adquirem uma determinada identidade que conduz a qualificar seu espaço como homogêneo e contínuo. Estas qualidades,

válidas para a análise econômica, não podem transportar-se ao espaço físico porque, [...] na realidade, em maior ou menor grau, muitos elementos materiais de distinta natureza compartilham uma mesma unidade espacial. A diferença entre uma e outra concepção assenta-se em que para a teoria do desenvolvimento regional, a homogeneidade se refere a semelhanças de indicadores econômicos ainda que a expressão física dos elementos medidos careça de unidade espacial. [...] Estritamente, o espaço econômico é abstrato, já que existe a partir de uma série de relações entre fatos e situações que não têm realidade física, [tradução livre nossa]. (BOULLÓN, 1997, p. 57-58).

O espaço turístico, é concebido por Boullón, como sendo “a consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não se deve esquecer, são a matéria-prima do turismo” [tradução livre nossa], (BOULLÓN, 1997, p. 65).

Considerando que o produto turístico é entrecortado, Boullón analisa que não se pode utilizar as técnicas de regionalização para delimitá-lo porque, para isso, haveria que se abranger toda a superfície do país ou região em estudo e, se assim se procedesse, estaria se cometendo o erro de configurar como turísticas grandes áreas que, de fato, não o seriam. “Isto quer dizer que **as regiões turísticas não existem**. É precisamente em substituição à idéia de região turística que [se] desenvolveu a teoria do espaço turístico” [grifo nosso], [tradução livre nossa], (BOULLÓN, 1997, p. 66).

A melhor forma de determinar um espaço turístico, de acordo com Boullón, é através do método empírico, pelo qual se pode observar a distribuição dos atrativos turísticos e da planta turística no território, visando detectar os agrupamentos e concentrações que se destaquem. Assim, se pode encontrar os componentes do espaço turístico, os quais, no modelo teórico de Boullón (1997), são os seguintes, em escala descendente quanto ao tamanho de sua superfície: Zona; Área; Complexo; Centro - Centro de distribuição, Centro de estadia, Centro de escala, Centro de excursão; Unidade; Núcleo; Conjunto; Corredor - Corredor de traslado, Corredor de estadia.

A negação da região turística, de acordo com Ivars, contrapõe-se aos postulados da regionalização a partir da noção de espaços econômicos dotados de um certo grau de homogeneidade, que deu lugar ao conceito de regiões econômicas homogêneas, sustentadas na especialização econômica em uma determinada atividade produtiva e suas repercussões na organização territorial.

A vinculação da ordenação territorial com a atividade turística é evidente, na medida em que o turismo desempenha um papel fundamental na organização territorial e, por sua vez, o território constitui um recurso essencial para a produção e o consumo turísticos. Portanto, resulta totalmente lógico que a região turística, derivada do conceito genérico de região geográfica e concebida como um espaço diferenciado como consequência da implantação territorial do turismo constitua um conceito útil para o planejamento e gestão do turismo, [tradução livre nossa]. (IVARS, 2003, p. 47).

Desde uma perspectiva conceitual, segundo Ivars, os elementos básicos de uma região turística estariam integrados por limites regionais definidos; vias de acesso desde os mercados de origem, especialmente em vias de entrada de natureza estratégica – portões da região turística e vias de comunicação internas – corredores de circulação; uma série de zonas de destino que compreendem atrativos e serviços turísticos; e um *hinterland* sem atrativo turístico.

Complementando os elementos acima citados, aponta-se, com Ivars (2003), outros critérios para a delimitação das regiões turísticas:

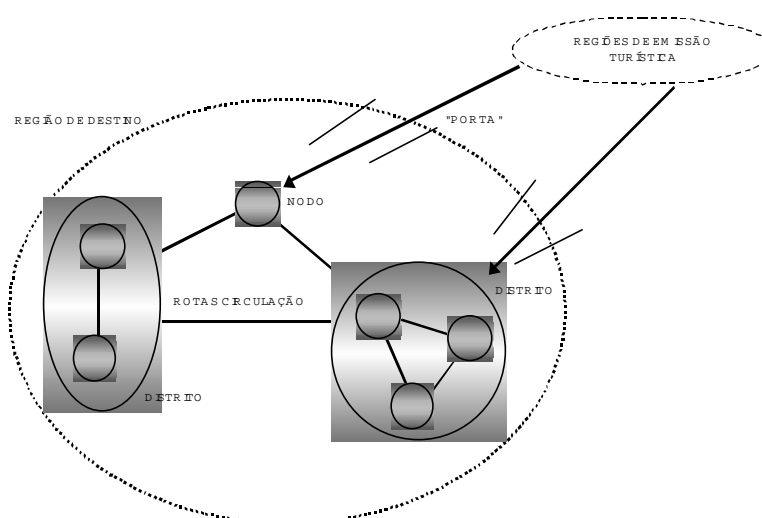
- ✓ a região deve ter um conjunto de características culturais, físicas e sociais que gerem uma identidade regional;
- ✓ deve haver uma adequada infra-estrutura turística e oferta de serviços para permitir o desenvolvimento turístico e satisfazer as necessidades dos turistas;
- ✓ a região deve ser maior que um destino ou uma única atração;
- ✓ a região deve possuir os atrativos suficientes para atrair turistas atual ou potencialmente;
- ✓ a região tem que ter a capacidade de criar uma agência de desenvolvimento e ações promocionais para fortalecer o desenvolvimento turístico;

- ✓ a região deve ser acessível para uma massa populacional importante.

Ivars alerta que não se deve confundir a escala regional com a sub-regional ou a local, à qual corresponderiam as zonas de destino, que, por sua vez, estariam integradas, em número variável, dentro do conceito de região turística.

Ivars (2003), apresenta o modelo de região de destino de Dredge, que tem como importante aporte os seus elementos componentes e os tipos de regiões resultantes (Figura 3.7):

- ✓ **mercados emissores de turismo** – lugar de residência habitual dos turistas, incluído no modelo para destacar a interdependência entre os mercados e os destinos;
- ✓ **nodos** – constituídos por dois elementos principais que são interdependentes, complexos de atrações e oferta de serviços. Os nodos se hierarquizam segundo sua capacidade de atração e estabelecem sinergias reforçando a imagem da região e complementando-se entre si;
- ✓ **distritos** – compreendem um ou mais nodos com estilos ou ambientes turísticos dominantes, poderiam ser considerados como uma conjunção de nodos que compartilham uma orientação turística similar;
- ✓ **rotas circulatórias** – permitem o movimento de turistas entre os complexos das atrações e os serviços;
- ✓ **portas ou portões** – zonas de chegadas a uma região de destino situadas nas rotas de circulação inter-regional.



**Figura 3.7 Modelo de Região de Dredge**  
 Fonte: Ivars, 2003, p. 52.



A análise dos espaços turísticos será parcial, afirma Ivars, se não se reconhece os efeitos das interrelações escalares referenciadas aos agentes e processos que intervêm na produção turística e na canalização dos fluxos de demanda. Essas interrelações apresentam uma tradução territorial na medida em que afetam o funcionamento do espaço turístico, condicionando sua integração no mercado, com tais interrelações diferenciando-se em função da escala considerada – local, regional, nacional e internacional / global.

Com relação ao conceito de região turística, as referências teóricas do desenvolvimento e localização da atividade do turismo, segundo Vera Rebollo (1997), contempla uma variada tipologia sem, no entanto, se abordar o tema de forma clara, sistematizada e definitiva, existindo, na prática, certa ambiguidade e imprecisão nas diferentes formulações. Além do que, o termo é usado indistintamente em relação a diferenciadas escalas, sendo aplicado tanto a grandes espaços supranacionais e supra-estatais como a espaços intra-estatais.

Considerando que, para Vera Rebollo, “o turismo **não é uma atividade econômica**, mas sim uma **atividade de caráter espacial** que induz ou **gera “diversas” atividades econômicas**” [grifo nosso], [tradução livre nossa], (VERA REBOLLO, 1997, p. 60). Nesse contexto, o espaço assume relevante função para o turismo, como suporte, recurso e fator.

O espaço é **suporte e fator** por sua condição geográfica: magnitude espacial e atributos de caráter qualitativo, que têm um valor intrínseco – seja natural ou cultural, e o derivado da valoração qualitativa que lhe otorga a sociedade em cada momento histórico. Esta valoração social conduz à “adequação” dos recursos ou atrativos e a sua conversão em produto e oferta, objeto da venda e consumo turísticos, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (VERA REBOLLO, 1997, p. 61).

Tendo em conta que toda atividade turística se apóia em um recurso, o autor entende **recurso turístico** como sendo,

[...] todo elemento natural, toda atividade humana ou todo resultado desta atividade humana que pode mobilizar e gerar um deslocamento **por motivos essencialmente de lazer**. [...] os recursos turísticos são a base sobre a qual se desenvolve a atividade turística; são aqueles atrativos que, no contexto de um destino, podem gerar

interesse entre o público, determinar a eleição e motivar o deslocamento, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (VERA REBOLLO, 1997, p. 61).

A complexidade do produto turístico é, segundo Vera Rebollo, um fato derivado do próprio fenômeno do turismo e de seu peculiar significado como atividade econômica. Nesse contexto, um **produto turístico** é

[...] uma combinação de prestações e elementos tangíveis e intangíveis que oferecem benefícios ao cliente como resposta a determinadas expectativas e motivações. Portanto, [...] se concebe o produto turístico como a realidade integrada que capta ou percebe a demanda turística, e que não se compõe de um só elemento, mas sim que compreende um conjunto de bens, serviços e entornos, que o visitante percebe ou utiliza durante sua viagem e estada nos destinos aos que acorre para satisfazer suas motivações de lazer e férias, [tradução livre nossa]. (VERA REBOLLO, 1997, p. 61).

De todo o exposto, com referência à base conceitual adotada por Vera Rebollo, fica para o autor, marcada a relevância do território como fundamento do recurso turístico e configurador do produto turístico e, conseqüentemente, como espaço de produção e espaço de consumo do fenômeno do turismo.

O conhecimento da realidade do turismo evidencia, conforme Vera Rebollo, que as atividades turísticas não se distribuem no espaço de forma homogênea, mas sim que a sua localização demonstra um determinado grau de concentração espacial, de natureza pontual ou zonal. Este aspecto deve-se, entre outras razões, ao fato de que para viabilizar-se o deslocamento entre um centro emissor e um centro receptor, o consumidor-turista pondera, tendo como pano de fundo as variáveis restrição orçamentária, preferências de consumo e utilidade esperada, a influência e o peso em seu orçamento do fator distância, em suas três manifestações: a distância-física; a distância-tempo – incluindo o custo de oportunidade; e a distância-custo.

A localização das atividades turísticas, portanto, influe na dimensão e intensidade dos fluxos físicos e monetários, efetivos e potenciais, que injetam vitalidade e dinamismo na economia do país ou região de destino. Neste sentido, a localização das atividades turísticas está

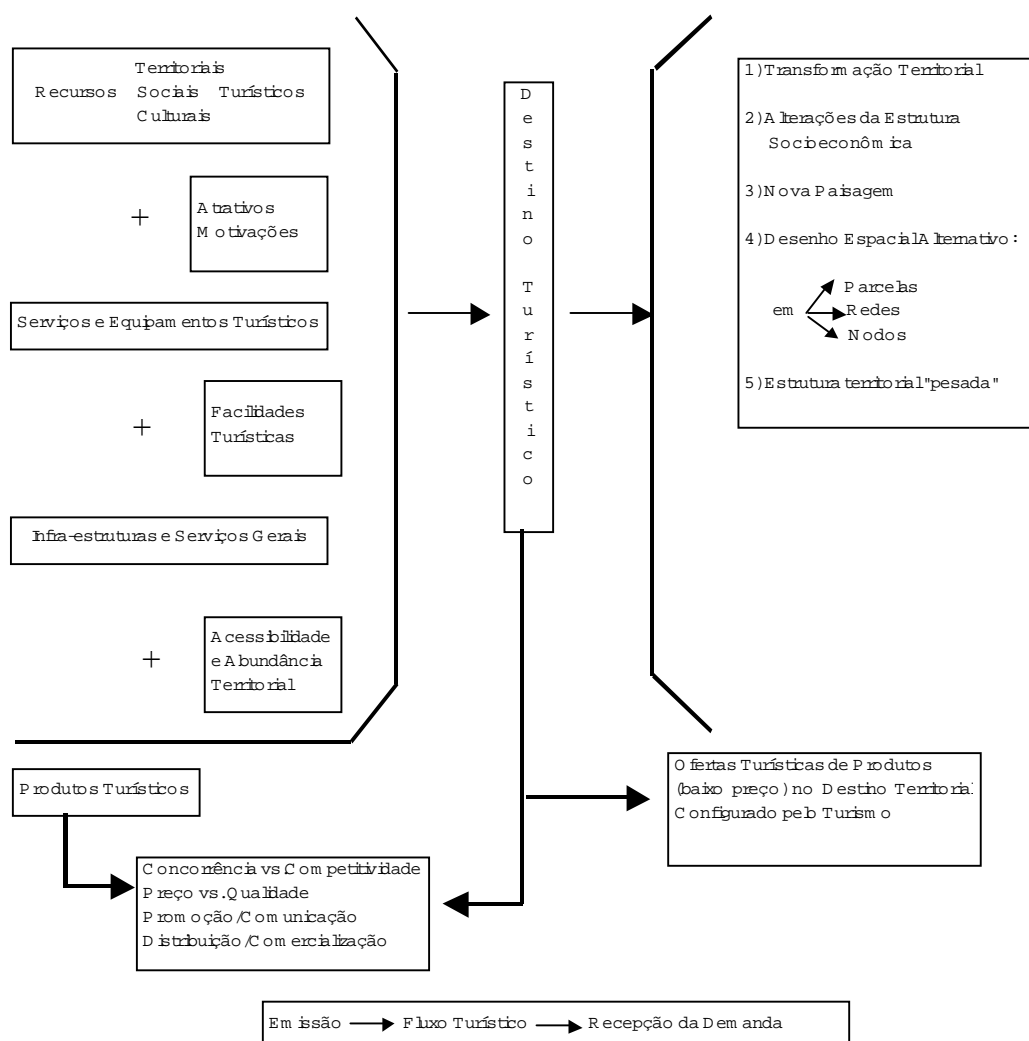
determinada pelo fator econômico, o qual Vera Rebollo (1997) entende como representado pelo

[...] conjunto de diversas circunstâncias de natureza econômica que intervêm e intervêm nos processos de desenvolvimento do turismo e que também influem nas suas pautas espaciais, [...] Há que adicionar-se a política monetária, a influência do valor das moedas e a sucessão de situações econômicas conjunturais (inflação, crises cíclicas...), entre outras, [tradução livre nossa]. (VERA REBOLLO, 1997, p. 70).

As pautas espaciais à escala mundial, conforme o autor, apresentam três características básicas:

- ✓ **maior intensidade do movimento turístico nacional**, doméstico ou interior, em comparação com o movimento turístico internacional;
- ✓ **caráter regional da estrutura espacial** dos espaços receptores, dos espaços emissores, e, especialmente, dos fluxos turísticos, cujas linhas principais correspondem aos fluxos intracontinentais, enquanto os de natureza intercontinental, de maior distância, têm uma menor intensidade; e
- ✓ **assimetria e desigualdade** do mapa turístico mundial resultante da localização concentrada dos principais espaços turísticos, tanto de países emissores como de países receptores.

Território e função turística, em qualquer âmbito espacial de desenvolvimento, cuja atividade-chave seja o turismo, são dois fatores indissolúveis na respectiva equação do êxito competitivo (Figura 3.8, p. 324). Vera Rebollo (1997) chama a atenção para o fato de que a demanda percebe o produto turístico como um todo, portanto, **a satisfação desse “todo”** é a chave da competitividade da atividade turística. A qualidade ambiental, territorial e infra-estrutural do destino turístico em sua globalidade deve inserir-se nesse conjunto” [grifo nosso], [tradução livre nossa], (VERA REBOLLO, 1997, p. 185).



**Figura 3.8 Geografia e Desenvolvimento do Produto Turístico**

Fonte: Vera Rebollo, 1997, p. 186.

A qualidade e a competitividade territorial, nos dias de hoje, não podem ser analisadas sem a devida consideração de dois fatores de relevância estratégica para a sobrevivência de destinos e produtos turísticos: a globalização e o avanço tecnológico.

Os efeitos da globalização no turismo requerem, de acordo com Ivars (2003), uma análise mais profunda desde uma perspectiva crítica que contribua para a compreensão dos seus impactos diretos, indiretos ou diferidos sobre os espaços turísticos, de modo a possibilitar o desenvolvimento das ações necessárias a uma correta adaptação da escala local e regional aos

processos globais. Considerando que esses processos globais se traduzem em efeitos territoriais tendo em vista que afetam de modo concreto e tangível o dinamismo ou o declive de um expressivo número de territórios, torna-se relevante e indispensável encontrar-se as melhores alternativas para se buscar e alcançar a integração dos espaços turísticos nas dinâmicas da globalização.

Neste sentido, Ivars relaciona uma série de fatores que podem explicar o caráter espacialmente não homogêneo nem uniforme da globalização, relativamente à atividade do turismo:

- ✓ a emergência de novos espaços emissores e receptores de turismo;
- ✓ o potencial fortalecimento das relações centro-periferia provocado pelos processos de concentração empresarial dos operadores turísticos que aumentam seu poder de negociação sobre as empresas localizadas no destino;
- ✓ o impacto nos fluxos turísticos da dialética entre a uniformização e a diversificação das preferências da demanda;
- ✓ os critérios de localização empresarial em relação com os fluxos de investimentos econômicos, a introdução de novas tecnologias, a regulação administrativa e os efeitos, na estrutura de custos das empresas, do fator humano e da possível internalização dos custos ambientais;
- ✓ as dificuldades da diferenciação dos espaços turísticos em um mercado global; e
- ✓ as tensões entre os interesses locais, regionais e nacionais com os globais.

Vera Rebollo e Marchena Gómez (1990), afirmam que as vantagens comparativas reais e dinâmicas se obtêm no mercado mundial, no contexto da globalização, não mais por se possuir a matéria-prima, mas sim pela capacidade que tenha um território de diferenciar-se tecnologicamente e de reorientar sua produtividade para as partes do processo produtivo que geram um maior valor adicionado. Neste sentido, segundo os autores, não se deve buscar vantagens comparativas mediante práticas espúrias como baixos salários, venda do recurso a baixo preço e exotismo controlado por empresas transnacionais, as quais refletem um posicionamento típico de países periféricos.

O conveniente é situar-se no mercado mundial, cada dia mais exigente, e satisfazer o potencial do próprio país, através [...] da] diferenciação de oferta, mais capacidade de processamento tecnológico do produto e [...] de um terciário qualificado e exigente. Tudo isso supõe na prática a substituição de um modelo de turismo quantitativo por uma versão mais carregada de produtividade e valor adicionado para a própria região ou país receptor, [tradução livre nossa]. (VERA REBOLLO e MARCHENA GÓMEZ, 1990, p. 65).

Neste sentido, acrescentam os autores, a introdução de maior aporte tecnológico ou de novas tecnologias é fundamental para as atividades vinculadas ao turismo.

[As] estratégias para converter a atividade turística em qualificada e desenvolvida, devem aplicar-se desde o controle consciente do domínio tecnológico, não desde a emulação das práticas das [empresas] transnacionais do turismo [...]. Porque, a princípio e aparentemente, é difícil introduzir o turismo nos processos da atual reestruturação tecnológica se não se arbitram medidas criativas e centros de pesquisa das próprias regiões turísticas: o turismo é uma atividade baseada em serviços pessoais e no “ôcio” [lazer / entretenimento] ativo, e não na produção mais ou menos pós-fordista da cadeia industrial convencional [...], [tradução livre nossa]. (VERA REBOLLO e MARCHENA GÓMEZ, 1990, p. 66-67).

No conjunto de sua análise, Vera Rebollo (1997) identifica quatro âmbitos de influência para o melhor desenvolvimento do sistema turístico local: o econômico; o institucional; o cultural / territorial; e o técnico. Concordando com Furió Blasco (1996), ele comenta que

a apropriação e a acumulação dos benefícios [e lucros] e das utilidades turísticas, tanto empresariais como sociais, é possível graças à localização das atividades turísticas próximas [...] aos atrativos turísticos naturais, mas também aos culturais ou artificialmente criados. [...] Se produz [dessa forma] a **funcionalização de um espaço geográfico e a configuração de um novo espaço econômico: a geração de um território especializado no sistema turístico**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (VERA REBOLLO, 1997, p. 193).

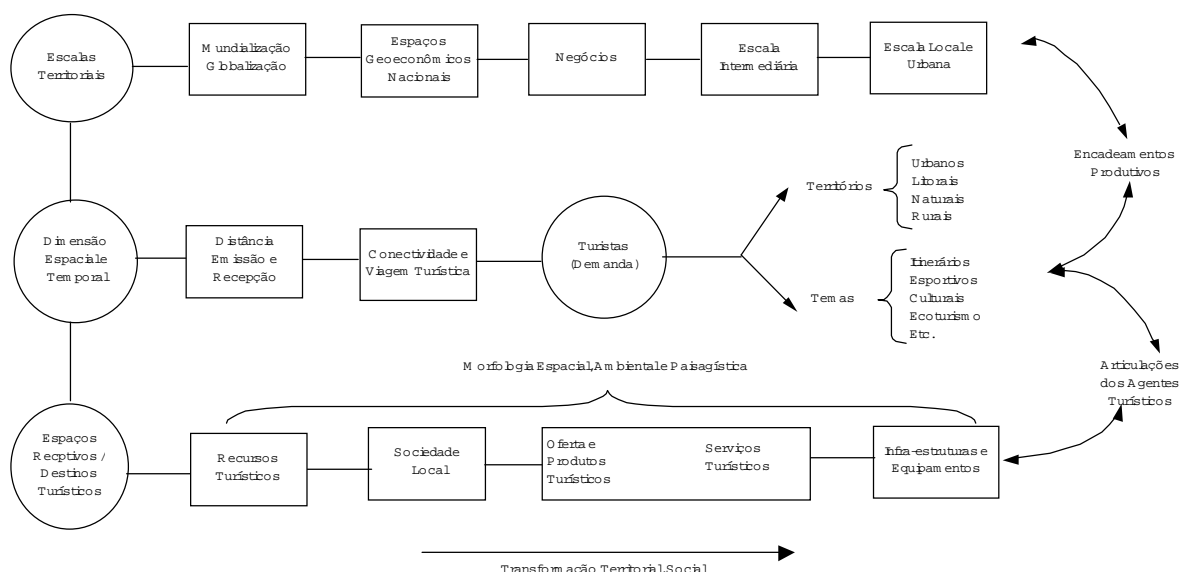
Com a funcionalização turística, conforme Furió Blasco (1994), o espaço adquire duas formas de valores: uma como valor de uso (ex. residência secundária) e outra como meio de produção, destinada por sua vez a produzir novos valores de troca (ex. conjuntos localizados de hotéis, apartamentos de aluguel, ...). De maneira que a combinação entre o tipo de espaço

produzido e a classe ou tipo de turista que se dirija a ele, implicará a especialização particular de cada zona.

Do “espaço turístico” partem os fluxos econômicos, positivos e negativos, que se mantêm com o espaço restante. Em outros termos, o “espaço turístico” é o centro nodal do “território turístico”, pois a partir do mesmo tomam corpo os processos de polarização, difusão e rechaço das atividades econômicas. As forças que emanam do “espaço turístico” são as organizadoras econômica e socialmente do conjunto do sistema espacial do turismo [o território turístico], [tradução livre nossa]. (FURIÓ BLASCO, 1994, p. 418).

Para Silva (2002), o turismo é um fenômeno espacial cujo desenvolvimento é influenciado por variáveis econômicas, sociais, ambientais e institucionais. A dimensão espacial do turismo tem como elemento central a delimitação de um território, o qual corresponde a uma região identificada de oferta e comercialização turística. Esta região pode compreender distintas escalas: grandes espaços supranacionais, espaços nacionais, áreas regionais promocionais, ou espaços locais. A (Figura 3.9, p.328), traz uma representação dessas relações na visão de Vera Rebollo (1997), consoante com a abordagem de Silva (2002). Qualquer que seja a escala territorial, deve existir uma unidade do fenômeno turístico em torno da comercialização de um produto ou atração dominante. Além da diferença de escala, os próprios territórios, em uma perspectiva turística, podem se encontrar em situações também distintas,

desde espaços onde o turismo não é uma atividade central [...], passando por outros onde constitui uma aposta de reconversão e modernização do sistema produtivo [...], até regiões ou locais onde o turismo constitui um pilar estrutural do desenvolvimento econômico e social [...]. (SILVA, 2002, p. 455).



**Figura 3.9 Os Elementos do Sistema Turístico na Perspectiva da Geografia do Turismo**

Fonte: Vera Rebollo, 1997, p. 42.

Da análise de Silva, depreende-se que a inserção das atividades turísticas em um espaço regional, a qual é objetivada em função de complexas e diferenciadas cadeias de interação, acarreta problemas de variada natureza consoante o nível de protagonismo assumido ou a assumir pela atividade do turismo no espaço de referência.

**Nem todas as regiões têm capacidade para ser regiões turísticas.** Conforme o autor, as regiões podem ter o turismo como **função dominante**, como **função estruturante**, como **função complementar** ou como **função residual**, a depender de onde se localizem as atividades turísticas e da importância que assumem nas economias dessas regiões.

Nas regiões em que o turismo se apresenta como atividade dominante, a procura turística, ao possuir um rigoroso equilíbrio com a estrutura produtiva, apela ao desenvolvimento de diversas atividades a montante, exigindo uma intensa utilização dos equipamentos e infra-estruturas básicas, não raro em curtos períodos de tempo, quando essas regiões apresentam problemas de sazonalidade relacionados com o tipo de turismo que oferecem. A dominância econômica do turismo, acaba por enfatizar problemas de desajustes e de requalificação dos



equipamentos e serviços, quer quantitativa ou qualitativamente, face às mudanças e à evolução dos segmentos da demanda turística.

Onde a dominância se visualiza a médio e longo prazo, o tipo de problemática é de outra ordem, já que a simples constatação de atividades turísticas potencialmente dominantes muitas vezes não é acompanhada por um suficiente conhecimento dos efeitos do seu crescimento, implicando na necessidade de analisar-se o seu financiamento e as infra-estruturas, de realizar-se o planejamento dos vários elementos que compõem a oferta, além de mobilizar-se e coordenar-se os vários agentes públicos e privados em um esforço conjunto para a definição dos objetivos estratégicos.

Existem ainda espaços onde o turismo se assume como potencialmente estruturante, nos quais existem outras atividades econômicas importantes e onde a dominância da atividade turística, portanto, não irá ocorrer na mesma intensidade das situações anteriores. Neste caso, a análise que assumirá um maior destaque refere-se à problematização dos aspectos de comercialização, pelo lado da demanda, e de conflitualidade e desarticulação na utilização de recursos, infra-estruturas e equipamentos, pelo lado da oferta.

Quando o turismo se insere em regiões caracterizadas por uma expressiva diversificação de sua base econômica, os problemas nucleares e fundamentais surgem associados à defesa dos recursos histórico-culturais, à articulação de diferentes componentes do produto turístico e à conflitualidade de atividades e usos de recursos em espaços onde há o predomínio de outras atividades que poderão não se relacionar direta ou indiretamente com o turismo.

Para as regiões economicamente deprimidas, considera-se que o turismo pode dinamizar localmente as potencialidades naturais e histórico-culturais, com a realidade dos problemas sugerindo, no entanto, uma intensa debilidade da totalidade dos vetores críticos para o desenvolvimento, já referidos nas situações acima.

Os vetores estratégicos para se alterarem e se resolverem os problemas existentes nos diferentes níveis de dominância turística, consistem nas principais áreas de

intervenção e análise da intensidade e efeitos desta dominância, que são: os limites de carga das infra-estruturas básicas; as auditorias ambientais; a requalificação e diversificação dos equipamentos turísticos; e a cooperação estratégica dos vários agentes envolvidos e intervenientes no processo.

Quando se julga que o turismo pode assumir uma função potencialmente dominante, a médio e longo prazo, as intervenções devem ter um carácter obrigatório e aprofundado de planeamento, de ordenamento e de avaliação ex-ante, on-going e ex-post, dos efeitos dos programas e investimentos turísticos. (SILVA, 1995, p. 2).

Segundo Vera Rebollo e Marchena Gómez (1990), a necessária mobilização do potencial endógeno das regiões se une à consideração do problema regional como um problema territorial, derivando-se importantes conseqüências para o desenvolvimento turístico.

[...] desde a superação da velha idéia de que o setor industrial é o único capaz de gerar efeitos positivos sobre o desenvolvimento econômico de uma região, e considerando as possibilidades dos chamados serviços comercializáveis no desenvolvimento regional [...], o turismo é interpretado como uma riqueza regional, segundo sua aportação mais ou menos decisiva à economia da própria região, como atividade de futuro ou alavanca para a promoção do desenvolvimento regional, [tradução livre nossa]. (VERA REBOLLO e MARCHENA GÓMEZ, 1990, p. 71).

De acordo com Ablas (1991), existem dois aspectos relevantes na questão do desenvolvimento regional: primeiro, o **carácter da atividade exportadora exógena**; e segundo, o **meio de difusão dentro da própria economia regional**.

No que se refere ao primeiro aspecto [...], é interessante verificar que as características da atividade turística permitem que ela assuma, em algumas situações, um papel de atividade motora para a região. Pela sua própria essência, tal atividade significa uma **exportação da região para o restante do país**, em contrapartida, um fluxo de pagamentos oriundo de outras regiões. [...]

Uma vez descoberta, implantada ou desenvolvida, a atração turística, funcionando como atividade motora, irá projetar sobre a região uma série de efeitos que terão por base a complementariedade com as atividades locais, constituindo-se essas últimas no meio de difusão – o segundo aspecto relevante. Esse meio será formado, basicamente, pelas relações de compra e venda entre os agentes presentes na região e no retorno da distribuição de renda sobre as estruturas de consumo, [grifo do autor]. (ABLAS, 1991, p. 50).

A dimensão do território analisado, salienta Ablas, deve ser levada em conta, por traduzir a idéia de escala mínima para a compatibilização dos diversos aspectos da atividade turística. Preconiza-se, portanto, uma espécie de desenvolvimento equilibrado, onde o alcance de determinados níveis de desempenho em alguns segmentos do sistema territorial turístico, irá depender do desempenho dos demais segmentos do turismo envolvidos no mesmo sistema. Da análise que realiza, o autor conclui haver indicações de que a atividade turística reveste-se de efetivo potencial para promover o desenvolvimento regional.

Na perspectiva do desenvolvimento regional, a noção de pólo turístico, neste ponto referida, corresponde à adotada por Sessa (1983), o qual se apoia na teoria do pólo de crescimento de Perroux, já analisada com detalhes no capítulo 1 desta tese, item 1.2.3. Ver também a este respeito, colocações de Almeida (2002) e Andrade (1987) no capítulo 2, item 2.4.

A economia nacional em crescimento não é unicamente um território politicamente organizado. É também uma combinação de conjuntos, relativamente ativos, representados pela indústria motriz ou pólos industriais ou atividades geograficamente aglomeradas, e de conjuntos relativamente passivos, representados pela indústria não motriz ou regiões dependentes, nas quais as primeiras produzem fenômenos de crescimento sobre as segundas. Uma atividade é motriz quando exercita efeitos a montante e a jusante, aumenta as aquisições de produtos intermediários de outras unidades e as aquisições de serviços do trabalho e do capital, enquanto aumenta, possivelmente a um custo-preço reduzido, os produtos consignados às outras unidades a ao consumidor. A unidade motriz age de maneira positiva no sentido de mudar as estruturas pré-existentes, incrementando o produto real, global e líquido, do conjunto econômico. (SESSA, 1983, p. 40-41).

Assim, distinguem-se dois tipos fundamentais de pólos: aqueles de caráter industrial e aqueles de caráter urbano. Nesta conformação ocorrem dois tipos de efeitos: os de “aglomeração”, que nascem da reunião das atividades complementares que suscitam ocasiões cumulativas de ganhos e custos numa localidade; e os de “conjugação”, que graças aos meios de transporte e comunicação, permitem às unidades aglomeradas aumentarem cumulativamente as ofertas e as demandas, alargando o circuito de possíveis produtos.

Sessa (1983) toma esta teoria, pensando na inserção de um outro pólo de desenvolvimento aliado aos pólos industrial e urbano; o pólo turístico. Na relação que efetua, ele aponta como uma das características da “indústria” hoteleira, por exemplo, a de reunir uma série de atividades complementares que estão na origem de uma série cumulativa de ganhos e de custos em uma determinada localidade turística, o que corresponde ao efeito de “aglomeração”.

Os efeitos de “conjugação” são indicados como uma consequência da instalação turística, que necessita de uma série de meios de transporte, desde quando, habitualmente, a localidade turística situa-se fora dos pólos industriais ou urbanos, originando assim, um processo cumulativo de expansão das ofertas e demandas. Os circuitos monetários dos fluxos de turistas incrementariam uma série de dinamismos de expansão, além do âmbito da própria localidade turística.

Fundamentando a sua argumentação, Sessa informa que o pólo industrial é, habitualmente, formado por uma grande unidade motriz que apresenta efeitos de dominação sobre as outras unidades. Já o pólo turístico é formado por um conjunto de unidades motrizes, representadas pelas empresas hoteleiras, em especial, que por sua ação, apresentam efeitos indubitáveis sobre todas as outras empresas de caráter colateral, comercial, de divertimento e esportivas.

A série de ocasiões cumulativas de ganhos e custos em um pólo turístico, originada pela concentração espacial turística numa região da nação, pode assemelhar-se àquela derivada das concentrações urbanas. Neste caso, existe porém, uma diferença substancial, porque esta concentração espacial provém de um deslocamento, também espacial, de fluxos monetários que suscitam a acumulação de ganhos e custos numa localidade. No pólo urbano as ocasiões são suscitadas por um processo “interior” ao pólo, enquanto naquele turístico, isto provém do “exterior”, dos mesmos pólos urbanos e industriais da nação, ou de outras nações, isto é, do turismo internacional. (SESSA, 1983, p. 42-43).

A instalação de pólos turísticos em regiões detentoras de uma atração natural, que se encontra, habitualmente, fora dos pólos urbanos e industriais, determina o conhecido efeito de

“compensação econômica”, que é um efeito de equilíbrio territorial, e portanto, macroeconômico, podendo determinar um equilíbrio econômico entre duas zonas de um país: a urbanizada e industrial de um lado, e a turística de outro. O fluxo monetário derivado dos fluxos turísticos permite inserir estas zonas “externas” no processo de expansão acelerada do resto do país.

Neste sentido, o consumo turístico vai impactar sobre a renda nacional. Os efeitos sobre a renda nacional verificam-se por meio da ação dos mecanismos multiplicadores do turismo:

Do momento em que o primitivo investimento turístico determina (através da despesa dos turistas e dos efeitos multiplicadores influentes sobre a renda dos habitantes), uma propensão acrescida de consumos e de poupança, as empresas situadas no próprio pólo terão condições de realizar maiores investimentos, que poderão também, serem efetuados absorvendo a maior poupança que se realiza em função do processo, com uma tendência progressiva. Novas rendas se formarão por causa dos novos investimentos. Estes produzem impulsos sobre as rendas e sobre a poupança. E os mecanismos multiplicadores das rendas e dos investimentos interagindo entre si e determinando, também, uma modificação importante sobre as diferentes propensões humanas, causam um acréscimo das rendas, do consumo, da poupança, do investimento, e, novamente, das rendas. (SESSA, 1983, p. 46).

Em particular, no caso de países subdesenvolvidos ou em estágios primários de desenvolvimento, deve ser promovida uma grande diversificação econômica nas regiões turísticas, que privilegie o desenvolvimento da agricultura, do artesanato, da pequena indústria e dos serviços não turísticos, de forma equivalente ao desenvolvimento do turismo. É preciso evitar-se a dependência quase que exclusiva da atividade turística, impondo freios e até mesmo bloqueando o crescimento de infra-estruturas turísticas, por intermédio de prescrições relativas à urbanização do território e ao controle do mercado da construção, entre outras medidas.

Na determinação do espaço econômico da região ou pólo turístico, deve se levar em conta as categorias em que se decompõe: espaços em que existe num grau mais elevado, certa uniformidade e homogeneidade; espaços resultantes de forças concorrentes, são os espaços

polarizados segundo a escolha do crescimento harmonioso; e espaços contidos no plano de desenvolvimento do país.

A concepção do espaço turístico nesta categorização, permite chegar-se à definição dos problemas econômicos e sociais ligados ao crescimento acelerado do conjunto territorial, caracterizado pela atividade motriz derivada do agrupamento urbano-turístico, possibilitando uma certa coesão na realização do plano turístico.

Neste contexto, Figuerola comenta que

o problema em si não reside em que haja ou não crescimento, mas que esse crescimento seja harmônico com as condições de equilíbrio que a atividade exige. É, pois, necessário habilitar novas áreas turísticas, sendo aconselhável classificar os espaços geográficos com recursos turísticos em tres grupos diferentes:

- áreas turísticas de desenvolvimento intensivo;
  - áreas turísticas com possibilidades de maior aproveitamento;
  - áreas turísticas que deverão permanecer em reserva, [tradução livre nossa].
- (FIGUEROLA, 1985, p. 406).

#### 3.1.4. Localização das atividades turísticas: teoria dos lugares centrais, relação centro-periferia e dependência

Walter Christaller, estabeleceu uma relação entre a atividade do turismo e a teoria dos lugares centrais, por ele formulada, a qual já se abordou nesta tese, no capítulo 1, item 1.1.4, que Silva (2001) destaca.

Se é possível estabelecer para os lugares centrais leis exatas de localização [...], isto não é possível para os lugares periféricos (ligados ao turismo) com a mesma exatidão matemática. O máximo que pode ser dito é que estes espaços, que são os mais afastados das localidades centrais e também das aglomerações industriais, têm as mais favoráveis condições de localização para os lugares turísticos. Estes não se encontram no centro das regiões povoadas mas na periferia. (CHRISTALLER, 1955, *apud*, SILVA, 2001, p. 124-125).

Neste sentido, dentre os diversos fatores que desempenham relevante função no uso humano do espaço, Christaller, mencionado por Silva (2001), aponta o turismo como sendo a única

atividade econômica que, intrinsecamente, reúne um expressivo potencial de desconcentração espacial, contrariando a tendência à concentração.

Para Christaller, conforme Silva (2001), o turismo “pode ser um meio para se atingir o desenvolvimento econômico em regiões periféricas já que o fluxo de turistas ricos dos centros “metropolitanos” deveria injetar moeda estrangeira e gerar empregos” (IOANNIDES, 1995, *apud* SILVA, 2001, p. 127), sugerindo que o fluxo para o exterior dos residentes nos centros metropolitanos poderia ser uma alternativa para reverter os fluxos de renda e emprego normalmente direcionados para as localidades centrais de maior importância.

E. Von Boevinger, citado em Silva (2001), cunhou a denominação “Teoria das Regiões Periféricas”, como uma derivação do instrumental da Teoria dos Lugares Centrais, formulada por Christaller, a qual assumiria as seguintes características: a estratégia dos agentes econômicos, de se localizar o mais longe possível do próximo concorrente; a consideração dos custos de transporte; a influência das vantagens da aglomeração.

Walter Christaller, portanto, de acordo com Silva (2003), indica que o turismo possui uma tendência natural para a periferia de áreas centrais ou de regiões densamente povoadas, em razão do turista procurar conhecer áreas distintas e distantes do seu *habitat*, por consequência, os fatores locais para o desenvolvimento do turismo encontram-se vinculados à existência de ambientes e culturas diferenciados.

Fica evidenciado, entretanto, que para as empresas estabelecidas nas regiões “periféricas”, objeto de visita pelo turista, o processo de localização obedeceria à mesma lógica preconizada na “matriz” conceitual desta derivação teórica.

Como na Teoria das Localidades Centrais, [...] nas regiões com menor densidade de atividades industriais e de concentração de mão-de-obra especializada, se estabelecem lojas adicionais ou outras empresas, assim, dentro deste modelo, para o turismo, de maneira similar, as regiões menos povoadas da periferia se povoam com os turistas que procuram a solidão. Mas estes têm duas restrições, como na localização dos lugares centrais: de um lado, os custos de transporte ou de viagem [que] limitam a extensão da viagem e, por outro lado, as vantagens da aglomeração

da sociedade também atuam sobre o turismo. (VON BOEVENTER, 1968, apud SILVA, 2001, p. 128).

Os fatores acima, na análise de von Boeventer, destacada por Silva, atuam no sentido de constituir uma hierarquia dos lugares de turismo, e de suas relações, possibilitando ao turista optar, no conjunto de várias combinações, entre a maior proximidade com a natureza até a inserção em grandes centros turísticos.

Para que a relação entre os fatores endógenos e exógenos do desenvolvimento favoreça o desenvolvimento de base local, é necessário, segundo Silva (2003), que ocorra a valorização dos fatores endógenos, conformando um processo de “territorialização” turística, o que complementa e reforça os aspectos locais referenciados por Christaller.

[...] é fundamental que haja, ao mesmo tempo, um forte enraizamento local e um dinâmico enredamento global das atividades turísticas integradas às demais atividades e setores. [Principalmente porque] o turismo sempre depende de um plano externo para desenvolver seu plano interno o que se constitui [simultaneamente] em um potencial mas também em um risco sociocultural e ambiental. (SILVA, 2003, p. 161).

Silva aponta a necessidade de se verificarem quatro condições básicas, sem as quais o território ficará exposto e sujeito ao impacto determinante de fatores exógenos: interação sociopolítica; identidade, laços de coesão e projeto social. Na ausência dessas condições não ocorrerá o desenvolvimento, entendido como

[...] um processo de mudanças que permita superar problemas e construir uma sociedade mais justa, com significativa redução da pobreza e vivendo com mais qualidade de vida. Nesse caso [de ausência das condições básicas], o turismo contribuirá mais para agravar os desequilíbrios sócio-espaciais e ambientais do que para superá-los.

A **territorialização turística** permitirá que os lugares e regiões transformem suas vantagens comparativas, proporcionadas pelo seu capital natural e cultural, em vantagens competitivas, assegurando a continuidade do dinamismo e contribuindo para promover, com uma determinada autonomia, um efetivo desenvolvimento socioeconômico. Assim, a dinâmica do desenvolvimento dependerá muito mais da capacidade de organização social e política dos territórios, valorizando os laços de



coesão e de solidariedade, do que de outros aspectos externos, de pequena influência local e regional, [grifo nosso]. (SILVA, 2003, p. 162).

Fundamentada nos fatores locacionais diferenciados, tal perspectiva implica em se buscar “desenvolver o turismo com forte grau de endogeneização, melhor dizendo, de territorialização, evitando que ocorram comprometimentos ambientais e perda de identidade” (SILVA, 2003, p. 163), de modo a favorecer o avanço competitivo da região focado em um processo sustentado de desenvolvimento socioeconômico de base local.

Objetivando aprofundar a análise anterior realizada por Silva (2001 e 2003), recorre-se a Callizo Soneiro (1991), para quem Walter Christaller propunha como objeto da geografia do turismo, em 1955 e 1963, o exame das regularidades existentes na distribuição dos assentamentos turísticos.

Para Christaller, o esquema explicativo repousa no crescente impulso em direção à periferia demonstrado por certos grupos sociais residentes nas aglomerações urbano-industriais, como resultado de dois fatores interrelacionados: os que “empurram” a efetuar os deslocamentos, como consequência da melhoria do bem-estar econômico [...] e a força de atração que para as pessoas têm determinados lugares. [...] Desde uma clara assunção do papel do consumo na atividade econômica, as regularidades que regem a distribuição espacial dos assentamentos turísticos repousam sobre princípios de racionalidade econômica similares aos que fundamentaram a teoria dos lugares centrais: a eleição de um centro e a duração da estada se entendem como resultado de decisões racionais que tomam os consumidores com o fim de obter a maior rentabilidade do investimento realizado, [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 23).

O turismo de massas exerce uma função modificadora da hierarquia urbana, conforme Callizo Soneiro, que se manifesta no crescimento e multiplicação dos centros turísticos de litoral em detrimento dos núcleos do interior, de um país ou de uma região. Neste sentido, a transformação de um espaço pela atividade do turismo resulta na definição de uma determinada estrutura hierárquica, ou seja, as áreas turísticas apresentam uma tendência de organizar o território, aproximando-se da estrutura espacial dos lugares centrais de Christaller.

[...] a hierarquia urbana pode considerar-se, no caso das regiões fortemente turísticas, como uma expressão da nodalidade surgida pela presença de serviços destinados, no todo ou em parte, à população turística. [...] uma classificação hierárquica dos centros turísticos [pode se sustentar, portanto,] sobre a análise das funções de comércio e serviços relacionados com a recepção turística, [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 161-162).

Referenciando-se à contribuição de Biagini, Callizo Soneiro comenta que um centro turístico abriga quatro tipos de habitantes, oferecendo dois tipos de serviços. Os grupos populacionais são:

- ✓ **habitantes permanentes do próprio núcleo**, a uma parte dos quais concerne de forma direta a atividade do turismo;
- ✓ **mão-de-obra imigrada** sazonalmente;
- ✓ **turistas que pernoitam** na localidade; e
- ✓ **turistas “pendulares”** – que se hospedam em um local base e se movimentam em torno de uma região próxima, indo e voltando, pernoitando fora da(s) localidade(s) turística(s) desta região, mas a ela(s) acorrendo, atraídos por sua dotação funcional.

Já os serviços oferecidos por um centro turístico, de acordo com a teoria da base econômica urbana – razão “básico-não básico”, são os seguintes: **básicos**, ou seja, aqueles que podem ser utilizados pelos turistas pendulares – souvenirs, alimentação, artesanato, galerias de arte, antiquários, discotecas, boutiques, restaurantes, serviços profissionais; e **não-básicos**, ou aqueles que vêm a ser usados pelos turistas que pernoitam na localidade – estruturas de alojamento em geral.

Diferentemente de outros bens de consumo, a oferta turística não pode deslocar-se, ela há de ser consumida *in loco*; a economia turística se explica então, segundo Callizo Soneiro (2001), através da noção de utilidade dos lugares, a qual, conforme advertido por Christaller,

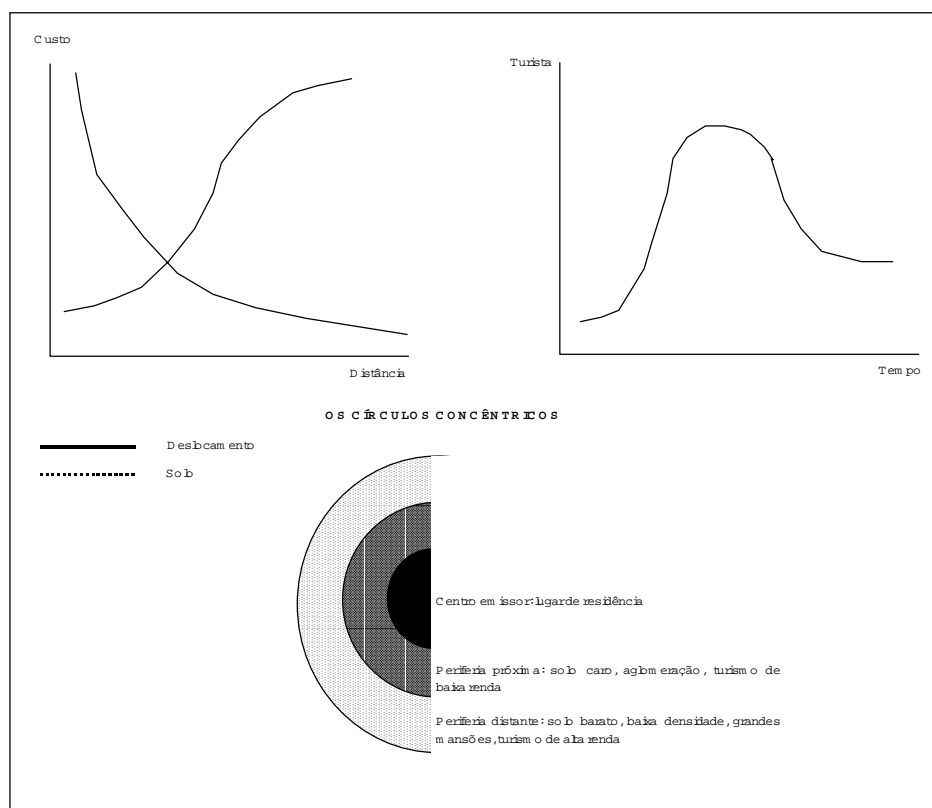
gera uma propensão à mobilidade desde o centro emissor à periferia receptora; uma migração sazonal da clientela, que busca na periferia a mudança ou a diferenciação espacial em relação ao centro habitual de residência. Daí que, quanto mais afastada do centro estiver a periferia, maior será o estímulo de deslocar-se em sua direção e,

consequentemente, maior será a sua atração, [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 168).

O ato turístico gira, de acordo com Callizo Soneiro, sobre o deslocamento e a estada na periferia receptora. O esquema concêntrico elementar e original não faria senão traduzir os gradientes centro-periferia do custo do deslocamento, do tempo da estada e do preço do solo, três variáveis que não podem ser subtraídas do orçamento de férias dos distintos grupos e classes sociais.

O preço do solo diminui progressivamente desde o centro até a periferia; por sua vez, o custo do deslocamento se eleva à medida que se afasta do centro, até um ponto onde a periferia distante, ao intervir as economias de escala, possa ser alcançada através de um voo charter, sem que isto implique em um aumento no valor do orçamento de férias; já o tempo da estada reflete que a maior parte da população turística pode suportar um tempo médio de férias entre 10 a 20 dias, a partir do qual reduz-se a sua quantidade (Figura 3.10, p. 340).

A combinação dos três gradientes acima dá forma a um modelo concêntrico, ancorado no seguinte esquema, como apresentado por Callizo Soneiro (1991): **Centro emissor** – lugar de residência habitual; **Periferia próxima** – as rendas baixas não permitem a seus possuidores deslocar-se além dos territórios próximos; o preço do solo é elevado e a população se agrupa em minúsculos apartamentos ou acampamentos turísticos; e **Periferia distante** – acessível para os orçamentos de férias das classes de melhor condição econômica, a menor frequência de visitantes implica em uma menor densidade habitacional, preços mais baixos e um processo de urbanização baseado em villages e grandes mansões.



**Figura 3.10 Os Círculos de Von Thünen e o Espaço Turístico**

Fonte: Miossec, 1976, *apud* Callizo Soneiro, 1991, p. 169.

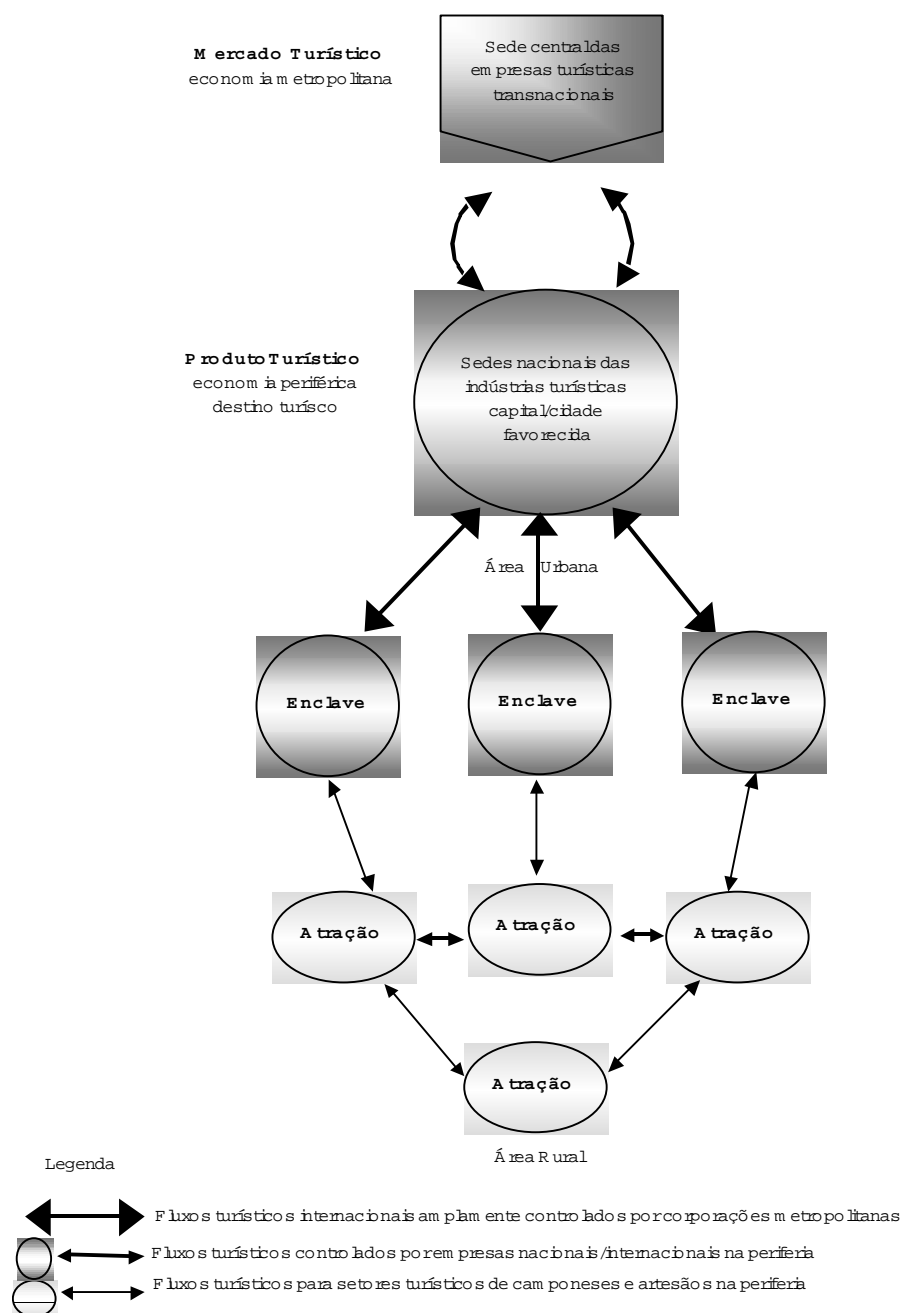
A aplicação deste esquema à distribuição do turismo mundial permite, segundo o autor, detetar-se uma

sumária correlação entre o volume turístico, os meios de transporte e o gradiente centro-periferia: os fluxos turísticos vão diminuindo progressivamente à medida que se afasta do centro emissor; ao mesmo tempo, a dilatação da periferia provoca a substituição progressiva do deslocamento terrestre pela viagem aérea; progressivamente também, e com o distanciamento do centro, a estada acaba prevalecendo sobre o deslocamento. [...] à medida que se afasta dos centros emissores-receptores, a periferização se traduz [geralmente ...] em uma diminuição progressiva da magnitude dos fluxos [...] [tradução livre nossa] (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 170).

A relação centro-periferia que conformou e conforma a dependência de uma região periférica da sua metrópole, de acordo com Crocia (2002), tende a ser reciclada através da atividade do

turismo. Nesta perspectiva, o foco da análise deve centrar-se, segundo o autor, sobre a forma como as metrópoles exerciam a posição de *core* em relação às zonas ou regiões periféricas e como re-trabalharam tal condição a partir do momento em que tais zonas ou regiões tornaram-se receptoras de fluxos turísticos gerados nas próprias metrópoles centrais. Crocia comenta que as existentes relações centro-periferia são condições herdadas que exercem um decisivo papel na caracterização da forma de difusão turística que venha a contecer, formando-se assim uma “periferia do prazer”, como analisado por Turner e Ash, a qual é “concebida geograficamente como o cinturão turístico que circunda as importantes zonas industrializadas do mundo [ou suas metrópoles centrais]” (TURNER e ASH, 1976, *apud* CROCIA, 2002, p. 15).

Dentro da relação centro-periferia, os centros metropolitanos, segundo o autor, não somente atuam como centros de geração de turistas para as regiões periféricas receptoras, como também de formatação de serviços, operações e investimentos, conformando fluxos como os esquematizados por Vera Rebollo (Figura 3.11, p. 342). Conforme Crocia, o controle dos países centrais sobre os periféricos se concretiza não apenas na perspectiva empresarial privada, mas também na governamental e dos organismos multilaterais de investimento, considerando-se que a relação centro-periferia é exercida e consolidada através dos investimentos públicos e privados – em infra-estruturas básicas e empreendimentos de recepção e entretenimento, de caráter turístico.

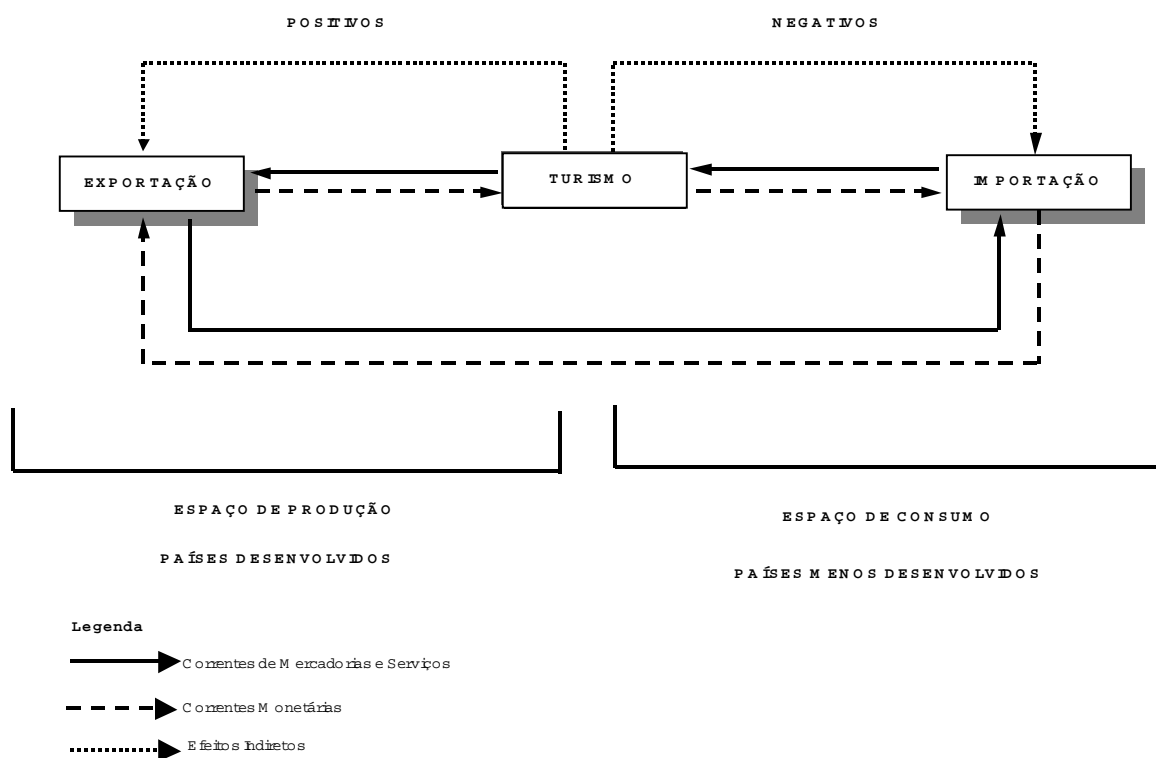


**Figura 3.11 Dimensões Estruturais e Geográficas da Dependência Turística**

Fonte: Vera Rebollo, 1997, p. 217.

Os efeitos do turismo internacional são bastante diferentes nos dois tipos de nação enredadas num relacionamento do tipo centro-periferia – em desenvolvimento e desenvolvidas. Para os países em desenvolvimento, hoje em dia, já não se considera que o turismo internacional seja a chave do impulso econômico; quaisquer que sejam os meios para o seu incremento, ele exige precauções importantes para que traga os benefícios reais esperados por estas nações.

Procurando caracterizar possíveis ciclos de dependência nas relações internacionais de troca, através do movimento dos fluxos reais e monetários que se estabelecem, Esteve Secall (1983), verifica que enquanto as mais importantes nações desenvolvidas apresentam fortes déficits em suas balanças turísticas e enormes superávits em suas balanças de mercadorias, as mais importantes nações turísticas apresentam superávits em suas balanças turísticas e déficits nas comerciais (Figura 3.12).



**Figura 3.12 Os Ciclos de Dominação-Dependência através do Turismo**

Fonte: Esteve Secall, 1983, p. 301.

Pode deduzir-se daí, que o turismo tem uma função de gerador de meios de pagamento para favorecer as exportações das nações desenvolvidas. Assim, os ciclos de dependência estariam integrados pelas correntes monetárias e de mercadorias. De um lado, o setor exportador dos países desenvolvidos (PD) facilita as divisas para turistas dirigirem-se aos países menos desenvolvidos (PMD), onde as gastam. Com isso, o turismo estaria proporcionando os meios de pagamento necessários ao setor importador dos PMD para fazer frente às suas necessidades de importação. De outro lado o setor exportador dos PD abastece de mercadorias o

correspondente setor importador dos PMD. Boa parte destas mercadorias importadas se destinam ao consumo turístico, que demanda novos produtos do setor exportador dos PD.

Diante desta análise, Esteve Secall constata que fica caracterizada a relação de dependência, e que,

a chave para a solução do problema que se apresenta aos PMD está em reduzir, proporcionalmente, a demanda de mercadorias efetuada pelos turistas, ou mediante sua substituição por mercadorias nacionais, ou por um aumento mais que proporcional de suas exportações, o que só se conseguirá utilizando as divisas aportadas pelo turismo na importação de equipamentos e tecnologia, para melhorar e ampliar a capacidade produtiva e exportadora de mercadorias manufaturadas que, pouco a pouco, reduzam a dependência do setor externo no que diz respeito ao turismo, [tradução livre nossa], (ESTEVE SECALL, 1983, p. 303).

Já na opinião de Sessa (1983),

um melhor equilíbrio econômico, ou para melhor dizer, um menor desequilíbrio, no curso acelerado do desenvolvimento, há de ser procurado para [os PMD], na realização de dois objetivos:

- a. o crescimento regular da relação entre a poupança interna e a renda nacional, de maneira que o país possa financiar, com os próprios recursos econômicos, o seu crescimento;
- b. uma relação menos desfavorável entre as exportações e as importações, de maneira que o país não sofra de uma crônica penúria de divisas que obstaculize seu ritmo de crescimento, (SESSA, 1983, p. 80).

O reduzido grau de diversificação das exportações dos países em desenvolvimento, lastreadas na venda de produtos primários, não permite a realização de um melhor equilíbrio nas trocas internacionais.

Os fluxos financeiros das divisas provenientes do turismo internacional dos países industrializados, podem ser utilizados para saldar os fluxos de bens procedentes da economia dominante e necessários ao desenvolvimento das economias dependentes.

Esta dependência encontra-se vinculada à maior produtividade do fator trabalho decorrente do grau de avanço tecnológico atingido pela economia dominante. Por este motivo, a economia dominante, emitindo sempre nova tecnologia, pode continuar a expandir a sua produção de



bens instrumentais e manufaturados, possibilitando a realização dos efeitos da dominação no comércio internacional.

Esta característica, contudo, não tem nenhum confronto na atividade turística, que é fundamentalmente ligada, no momento de sua produção, aos serviços centrados sobre o fator humano, e portanto, à baixa produtividade. [...] Mas, existe outra consideração a ser efetuada. A produção turística se realiza em pólos territoriais e é ligada a uma atração natural ou cultural. Neste tipo de produção “atípica”, é o consumidor-turista que se desloca ao local de produção para realizar o consumo e não as mercadorias que são enviadas. Em consequência, existe a material impossibilidade estrutural de se expandir a produção turística além de certos limites de saturação natural. (SESSA, 1983, p. 85-86).

Por este motivo, os países avançados turisticamente teriam interesse em não expandir a sua produção além de certos limites naturais, definidos pelas condições inelásticas do seu território e da impossibilidade de acumular estoque de produção, como se realiza em qualquer outra atividade produtiva, que não a de serviços. Deste modo, afirma Sessa, o efeito de dominação seria estruturalmente impossível de realizar-se, em função das condições inerentes à peculiaridade deste tipo de atividade econômica.

Este pensamento é coerente, em se tratando de um país receptor desenvolvido, onde o turismo se desenrola em pólos territoriais, envolvendo uma estrutura econômica diversificada e oferecendo condições de impor-se limites ao fluxo turístico. Não se aplica porém, linearmente, ao caso de um país subdesenvolvido, onde o pólo turístico, às vezes, se confunde com sua própria extensão territorial, existindo uma forte dependência da atividade turística em função dos padrões internacionais.

É o turismo um fator de degradação e dependência? Ou a única esperança de revitalização de áreas marginais? Ou ambas as coisas de uma só vez? Este é o triplo questionamento colocado por Callizo Soneiro (1991), sobre o qual tece as seguintes considerações:

A monocultura turística é, certamente, geradora de dependência e colonialismo econômicos. Isto em dois planos distintos: **dependência**, desde o ponto de vista da estrutura econômica das áreas receptoras, como consequência da hipertrofia do setor

terciário, de seu forte monofuncionalismo; **colonialismo**, pela estreita – ainda que desigual, vinculação da oferta turística, com respeito aos grandes operadores turísticos estrangeiros, controladores [da quase totalidade] da demanda recreativa [...], e captores de uma grande parcela das receitas turísticas retidas nos países ricos emissores, proprietários de uma importante parte do parque imobiliário das áreas receptoras, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 155-156).

No entanto, integrado com o meio receptor e eficazmente planejado o turismo pode se tornar um agente dinamizador de áreas deprimidas. A integração econômico-setorial focada na racionalização da oferta turística implicará na minimização da colonização do espaço receptor. O processo de desenvolvimento de base endógena pode inverter a tendência declinante de um espaço a um mínimo custo social e espacial. Neste sentido, Callizo Soneiro preconiza a não alienação do território - não permitindo a proliferação de residências secundárias, mitigando o uso especulativo do solo, proibindo a aquisição de terras por parte de estrangeiros, evitando a captura de uma boa parte do negócio turístico por operadores turísticos e cadeias hoteleiras internacionais, cuja propriedade do capital seja exógena ao país ou região receptora.

[...] a chave parece estar na ajuda à pequena hotelaria [...]: um modelo que [propugne] a integração territorial do turismo com o resto das atividades econômicas; que [opte] pela complementariedade entre o setor agropecuário e as atividades suscitadas pelo tempo de lazer, longes de toda [e qualquer] monocultura e monoestacionalidade. Uma política territorial, enfim, [que faça da região receptora um espaço mais harmonioso e humanizado], [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 158).

Callizo Soneiro afirma, que com a análise do mapa de fluxos turísticos mundiais se pode desconsiderar a falácia de uma alegada reciprocidade entre os países ricos emissores e os países pobres em desenvolvimento ou menos desenvolvidos, o que ele exemplifica com a Espanha, onde o fluxo emissor está ainda muito longe de compensar o fluxo turístico receptor.

[...] é um fato dificilmente questionável – e já provado, que a atração de um centro turístico decresce à medida que a periferia se vai dilatando progressivamente; e

tampouco se pode rechaçar que a interação – mesmo não sendo recíproca, entre dois centros será tanto maior quanto mais importante seja sua dimensão demográfica, [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 165).

A dependência dos destinos turísticos dos países menos desenvolvidos, e sua consequente vulnerabilidade, em relação aos principais operadores turísticos e outros grupos estrangeiros, pode ser explicada, em grande medida, pela progressiva integração da atividade do turismo, bem como do protagonismo crescente dos pacotes turísticos, como analisado no item 3.1.3 deste capítulo.

Segundo Goded Salto (1998), grande parte das deseconomias derivadas do turismo se manifestam justamente na perspectiva do desenvolvimento regional. Na maioria das vezes, a expansão da atividade turística consiste no surgimento de verdadeiros enclaves, sem nenhuma conexão com a economia local, o que implica no caráter escasso dos encadeamentos intersetoriais e na sua insuficiência para gerar os efeitos multiplicadores do gasto turístico.

Em geral, os complexos turísticos não estabelecem nenhuma vinculação com as restantes atividades econômicas da zona e reproduzem, portanto, na opinião deste autor [de Crick, 1992], a estrutura dual, característica dos tradicionais sistemas de plantação do período colonial, [tradução livre nossa]. (GODED SALTO, 1998, p. 141-142).

Ocorre também, com relativa frequência, conforme analisa a autora, o fato do turismo, além de não beneficiar as demais atividades produtivas – por não gerar os efeitos de espraiamento ou de transbordamento sobre as mesmas, poder chegar a prejudicá-las. Isso, em função do turismo concorrer com as demais atividades econômicas da região pelos mesmos fatores produtivos – mão-de-obra, terra, recursos financeiros, etc., conduzindo a que a sua expansão possa se dar à custas da perda do dinamismo de outra(s) atividade(s) produtiva(s).

Para Bryden, abordado por Goded Salto (1998), não é tão evidente que o fato da atividade do turismo se localizar em regiões atrasadas, com um reduzido nível de industrialização,

signifique que ela desempenhe uma efetiva função de atividade motora do desenvolvimento dessas regiões, pelo contrário, é difícil que isso ocorra, porque:

- **Se a região é, de uma só vez, não-agrícola e não-industrial**, não haverá provavelmente a infra-estrutura ou a mão-de-obra necessária para a promoção do turismo internacional e será preciso investir vultosas somas de dinheiro em ambos os elementos. Além do mais, parece pouco provável que em uma região com estas características, o efeito multiplicador do gasto turístico seja significativo. Finalmente, grande parte da infra-estrutura requerida pelo turismo terá poucos usos alternativos, por isso, também os argumentos sobre externalidades parecem, neste caso, pouco importantes.
- **Se a região é eminentemente agrícola**, se dará uma forte concorrência pela terra entre usos recreativos e usos produtivos. Além disso, o setor agrícola se defrontará com sérias dificuldades para contratar a mão-de-obra que precise, particularmente na temporada de plantação e colheita. Por último, nestas circunstâncias, o argumento referente à infra-estrutura se mantém, ainda que talvez com menos força.

[Pelo exposto], é difícil aceitar que o turismo traga vantagens especiais para os países [ou regiões] pobres, desde o ponto de vista do desenvolvimento regional, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (GODED SALTO, 1998, p. 145).

Na perspectiva do desenvolvimento regional, uma expansão mal planejada ou não controlada do turismo pode, ainda, conforme a autora, acarretar outros ônus e uma série de custos para uma determinada zona ou região; tratam-se de custos de longo prazo, que limitam o potencial de crescimento futuro da zona: a necessidade de ampliar a prestação de serviços públicos na zona; de construir e manter as infra-estruturas necessárias; assumir as externalidades negativas da atividade, de difícil mensuração – problemas de tráfego e estacionamento, contaminação de praias, destruição de paisagens naturais, etc. Nesse contexto, os benefícios econômicos do turismo podem converter-se em uma mera ilusão para os países ou regiões de recepção em desenvolvimento.

Considerando que a cada benefício derivado da atividade do turismo corresponde um determinado custo, a valoração de uma estratégia de desenvolvimento baseada no turismo internacional deve se realizar sempre em termos líquidos. Também ao apreciar o papel do

turismo como estimulador do crescimento econômico, só se poderá defender tal estratégia como válida, se se efetuar uma comparação que lhe seja favorável, em relação às demais opções de atividades produtivas possíveis e passíveis de serem desenvolvidas na região.

A verdadeira explicação da dependência dos países menos desenvolvidos, conforme opinião de Cazes, ratificada por Goded Salto (1998), residiria na inadequação estrutural da produção da zona ou região receptora às necessidades do “setor” do turismo.

De acordo com Goded Salto, em essência, não é o turismo que fomenta o desenvolvimento de uma nação ou região atrasada, mas sim é o próprio nível de desenvolvimento desse país ou região que converte o turismo em uma atividade favorável ou não a este processo.

Não se trata, portanto, afirma Goded Salto, de adotar uma postura unívoca e incondicional diante das alternativas “**turismo sim; turismo não**”, o que a autora sustenta é uma colocação do tipo “**turismo sim, mas como ...?**”.

Ao estudar os fluxos e focos turísticos se pode comprovar, de acordo com Callizo Soneiro (1991),

como o turismo é um fenômeno que concerne de modo preponderante aos países desenvolvidos, não só como principais emissores, mas também como primeiros receptores: os desequilíbrios econômicos constituem uma das causas da desigualdade de acesso ao turismo em todo o mundo e, sobretudo, da escassez dos efeitos de retorno desde os países do hemisfério sul até os do hemisfério norte, [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 85).

Com base nas etapas do desenvolvimento econômico de W. W. Rostow, já analisadas no capítulo 2 desta tese, item 2.1.7, Callizo Soneiro elabora uma comparação das características gerais assumidas pelo turismo em grupos de países situados em níveis correspondentes a essas distintas etapas do processo de desenvolvimento, como pode ser visto no (Quadro 3.2, p. 350).

| ESTÁGIO ECONÔMICO  | CARACTERÍSTICAS   | EXEMPLOS   |
|--|---|--|
| <b>Sociedades tradicionais:</b><br>Oligarquia dos proprietários de terra, modos de vida tradicionais, população majoritariamente agrária, baixa renda per capita, baixos níveis de saúde, altos níveis de pobreza. | <b>Mundo Subdesenvolvido:</b><br>As condições econômicas e sociais impedem a maioria das formas de turismo.   | <b>A maior parte da África; Ásia Meridional</b>                            |
| <b>Condições prévias ao arranco:</b><br>Inovação de idéias desde o exterior; os líderes reconhecem a necessidade de mudanças.  | <b>Mundo em Vias de Desenvolvimento:</b><br>Desde a etapa do arranco, as condições econômico-sociais permitem um desenvolvimento crescente do turismo interior (sobretudo em casas de amigos e parentes). | <b>América Central e do Sul; parte do Oriente Médio e Ásia</b>             |
| <b>Arranco:</b> Líderes a favor das mudanças ganham força e alteram os métodos de produção e a estrutura econômica; expansão da indústria e dos serviços.  |   |  |
| <b>Maturidade:</b> Crescimento e diversificação do setor industrial; da indústria pesada à de bens de consumo e produtos manufaturados de alta sofisticação.   | O turismo internacional só é possível uma vez alcançada a maturidade.   | <b>Península Ibérica, México e algumas partes da América do Sul</b>        |
| <b>Elevado Consumo de Massas:</b><br>Economias produzindo um vasto número de bens de consumo e serviços. Nova ênfase na satisfação das necessidades culturais  | <b>Mundo Desenvolvido:</b><br>Emissor máximo de turismo nacional e internacional.   | <b>América do Norte, Europa Ocidental, Japão, Austrália, Nova Zelândia</b> |

**Quadro 3.2 Desenvolvimento Econômico e Turismo**

Fonte: Callizo Soneiro, 1991, p. 87.

Azzoni (1993), apresenta uma dicotomia envolvendo os termos desenvolvimento do turismo e desenvolvimento turístico, vinculado à perspectiva do desenvolvimento econômico de base regional. Ele analisa a possibilidade de o turismo poder desempenhar o papel de gerador de empregos e de renda para as populações de regiões economicamente deprimidas, atuando como atividade motora do crescimento e do desenvolvimento, e, deste modo, propiciando condições favoráveis para o rompimento dos ciclos (históricos) de pobreza, setoriais e institucionais, que “engessam” essas regiões.

Observa Azzoni que, para tanto,

coloca-se como condição necessária que essa atividade [o turismo] tenha viabilidade econômica, especialmente quando observada pelo setor privado [...]. Cumprindo-se essa condição poder-se-á obter o **desenvolvimento do turismo** na região, ou seja, observa-se o crescimento dessa atividade com relação às tendências observadas no passado, por exemplo. Mas esse fato não implica que tais efeitos positivos serão

suficientes para criar efeitos de encadeamento, que permitam reverter o **processo** de empobrecimento ou de estagnação que está por trás da situação de atraso regional. Caso o desenvolvimento do turismo na região possa acarretar os efeitos de encadeamento citados, obtém-se o desenvolvimento econômico da região através do turismo ou o que se pode melhor denominar por **desenvolvimento turístico** da região, [grifo do autor]. (AZZONI, 1993, p. 39).

Ressalvando-se que o desenvolvimento do turismo é uma condição necessária, mas não suficiente para o alcance do desenvolvimento turístico de uma determinada região em condição de pobreza, em conformidade com a concepção formulada por Azzoni.

A análise da distribuição espacial da atividade turística – o mapa de fluxos e focos turísticos, segundo Callizo Soneiro (2001), revela

uma estreita concomitância entre o nível de desenvolvimento dos distintos países e sua propensão à viagem [...] turística; é substancial que, apesar da atração que as periferias subdesenvolvidas exercem nos países ricos por sua manifesta mudança ou diferenciação espacial, o maior volume do negócio turístico concerne de forma impressionante a estes últimos [os países ricos], [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 142).

A indústria desempenhou, até a década de 1970, a função de principal motor do desenvolvimento econômico e das transformações espaciais. Conforme Callizo Soneiro, a teoria da “base econômica”, vista no capítulo 1, item 1.2.1 desta tese, concedeu aos serviços um protagonismo secundário, atrelado à própria expansão do setor industrial. Na atual etapa, que o autor acata como pós-industrial, a correlação de pesos dentro do sistema econômico se modificou, com os serviços passando a assumir um papel de destaque como uma das possíveis alternativas de promoção e recuperação econômica.

Uma valoração dos efeitos econômicos e espaciais da atividade do turismo exige, segundo Callizo Soneiro, a consideração de diferentes escalas de análise: a escala mundial; as escalas nacional e regional; e a escala local. Independente da escala, em um espaço funcionalmente turístico, o autor afirma que poucos são os habitantes de localidades ou regiões receptoras de

turistas cuja subsistência econômica permanece à margem de uma ou outra forma da atividade turística.

[...] poucos são os ramos da atividade industrial que não se beneficiam, sequer minimamente, do incremento transitório do número de consumidores que o fenômeno turístico propicia; algumas delas, inclusive, devem [ao turismo] a sua favorável expansão. É o caso da indústria de alimentos, da transformação de produtos agropecuários; mas também é o caso do desenvolvimento exitoso de determinadas atividades artesanais que, fora da atração – [...] a mudança [ou diferenciação] espacial e cultural, que exercem nos países mais industrializados, dificilmente poderiam sobreviver; e é o caso da indústria de artigos para presentes, que os turistas adquirem como um testemunho, uma prova emblemática, de sua presença nestas periferias receptoras; além dos artigos de viagem e esportes [...]. Mais evidente é o impacto industrial devido ao turismo no subsetor da construção – de alojamentos, mas sobretudo de segundas residências, e nos setores afins como vidro e cimento, madeira e móveis, e de água, gás e eletricidade, [tradução livre nossa]. (CALLIZO SONEIRO, 1991, p. 147-148).

Como contraponto ao comentado acima, transcreve-se a seguir um trecho do livro de autoria de Turner e Ash (*La Horda Dorada*, 1991), retirado da tese de doutorado de Goded Salto (1998), visando deixar à reflexão a necessidade de uma síntese teórica quanto à relação turismo e desenvolvimento, que é o objetivo da autora em sua tese, entre duas das suas vertentes analíticas, uma que faz a sua apologia, num matiz manifestamente positivista, e a outra que o vê com sérias ressalvas, num posicionamento de natureza crítica.

... todo el mundo arrincona las herramientas del campo y se apresura a ponerse al servicio de los extranjeros [...] Mientras se han indicado a la construcción de la infraestructura turística, no han tenido tiempo para construir sus escuelas, sistemas de regadío o fábricas textiles, es decir, todo aquello que les habría servido para educarse, alimentarse o vestirse. Tienen que pasar a depender de unas importaciones cada vez más costosas, tolerar que los turistas detentan la propiedad de sus mejores tierras; aumenten más si cabe sus deudas exteriores, a cuyo pago tendrán que seguir haciendo frente aun cuando nunca más les visite un solo turista. Así pues, en nombre de esta industria pueden llegar a perder sus tierras, sus trabajos, su forma de vida ... a cambio de qué? De contribuir de forma insignificante a la satisfacción de los caprichos de los extranjeros? Si no andan con mucho cuidado, eso será todo lo que consigan extraer del sector turístico (TURNER e ASH, 1991, *apud* GODED SALTO, 1998, p. 188-189).



### 3.2. Os conceitos de cadeias e de agrupamentos ou *clusters* referenciados ao turismo

Tendo-se discorrido, até este ponto do capítulo 3, sobre o enquadramento econômico do turismo e a sua relação com o processo de desenvolvimento econômico, de base endógena e foco territorial, se passará a analisar a aplicabilidade dos conceitos e práticas de cadeias e agrupamentos ou *clusters* à atividade turística, objetivando caracterizar a sua viabilidade e validade na configuração de um modelo de desenvolvimento turístico urbano-regional.

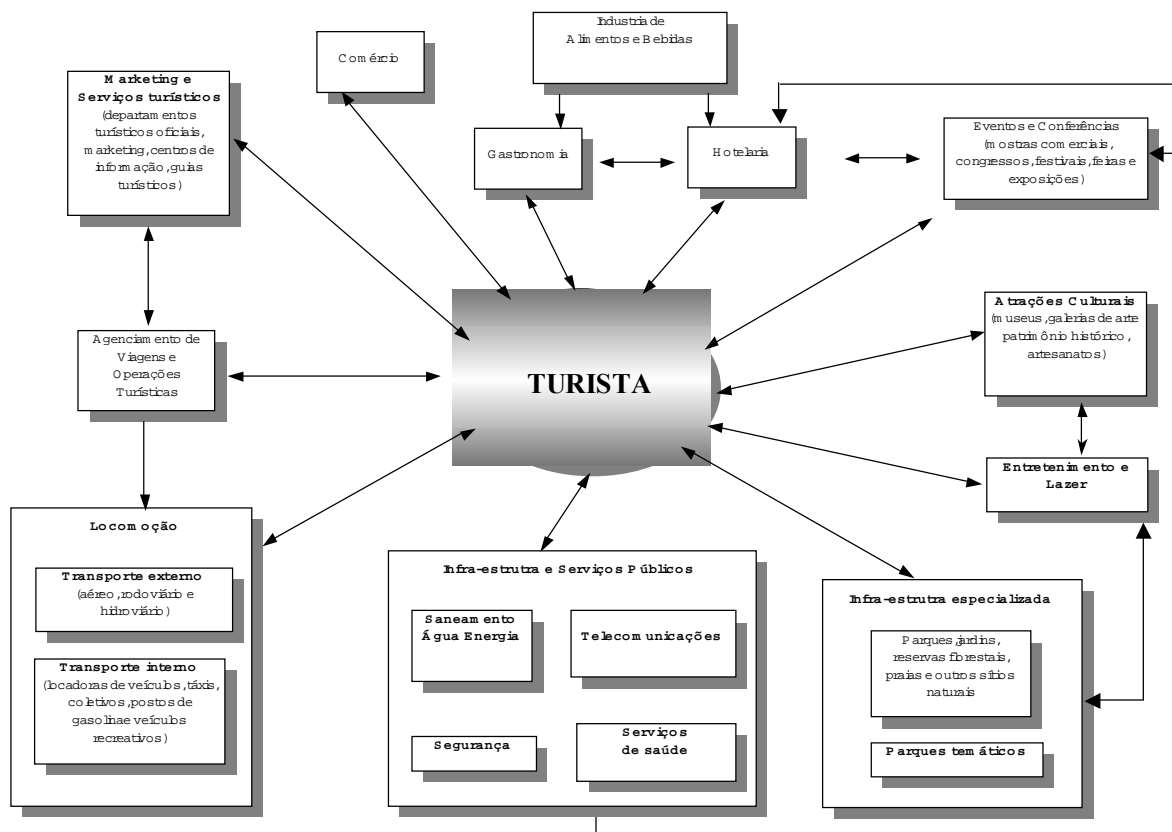
#### 3.2.1. Os conceitos de cadeias referenciados ao turismo

A literatura específica sobre cadeia produtiva do turismo é pouco expressiva em termos quantitativos, tanto a nível nacional como internacional, e muito limitada quanto ao conteúdo de base conceitual e metodológica apresentado, mais confundindo que esclarecendo sobre o que de fato se está tratando. “Sistema”, “pólo”, “indústria”, “*cluster*” são termos que se tornam sinônimos de cadeia produtiva, com este sendo amplamente referenciado ao turismo como se o mesmo se constituísse numa atividade econômica única e claramente delimitável – mesmo tendo-se em conta o seu caráter amplo e complexo, ou seja, a cadeia produtiva do turismo é a própria atividade do turismo tomada em seu conjunto.

A CNI, fazendo referência a termos como “indústria do turismo” e “indústria do lazer”, considera que:

A cadeia produtiva do turismo abrange diversos segmentos da economia. Além dos segmentos diretamente relacionados como Marketing e Serviços Turísticos, Agenciamento de Viagens, Transporte, Hotelaria, Gastronomia, Entretenimento e Lazer, Eventos e Conferências, Atrações Culturais e Ecológicas; os setores de infraestrutura básica e serviços públicos (saneamento, abastecimento de água e energia, telecomunicações, segurança e saúde) e o comércio em geral têm forte interação com o “setor” [...]. (CNI, 1998, p. 5).

A (Figura 3.13), demonstra o esquema da visão que a CNI tem de cadeia produtiva do turismo, de acordo com a descrição acima, que se revela de frágil sustentação técnica e científica.



**Figura 3.13 Representação Esquemática da Cadeia Produtiva do Turismo**

Fonte: CNI, 1998, p. 6.

Para Souza (1998), a cadeia turística pode ser definida como:

o conjunto das empresas e dos elementos materiais e **imateriais** que realizam atividades ligadas ao turismo, com procedimentos, idéias, doutrinas e princípios ordenados, coesos e afins, para conquista dos seus mercados estratégicos respectivos, utilizando-se de produtos competitivos. [...] O objetivo final das atividades é o **aumento do fluxo de pessoas que se deslocam para determinada área receptora, do seu grau de participação nas várias atividades de recreação, da oferta de unidades de alojamento, das taxas de ocupação dessas unidades, dentre outros ...** [...] Diferentemente de outras cadeias, **na atividade turística o momento da produção coincide com o da distribuição e, muitas vezes, com o do consumo também, e esses aspectos dificultam a atuação das partes isoladamente,** [grifo nosso]. (SOUZA, 1998, p. 1).

Mais à frente, Souza comenta que apesar de se saber que

**a função de coordenação da cadeia legalmente está entregue ao Governo Federal, através da EMBRATUR** [Instituto Brasileiro de Turismo], [não se pode] esquecer que a iniciativa privada também tem uma grande parcela de contribuição [...], [grifo nosso]. (SOUZA, 1998, p. 3).

Com relação às passagens acima, do texto de Souza, se tece os seguintes questionamentos:

- ✓ pode, concretamente, existir uma cadeia produtiva que processe elementos imateriais ou abstratos?
- ✓ aumento do fluxo de pessoas, grau de sua participação nas várias atividades de recreação, oferta de unidades de alojamento e suas taxas de ocupação, são saídas ou *outputs* decorrentes das fases de suprimento e processamento de uma cadeia produtiva?
- ✓ nos restaurantes, quando os residentes de um determinado local vão se alimentar também se verifica o aspecto da simultaneidade entre produção, venda e consumo, isto dificulta a mensuração da produção e da renda setorial dos serviços de alimentação, e dos setores encadeados para trás e para frente, dentro do sistema de contabilidade nacional? Por que dificultaria quando quem vai se alimentar no restaurante é um não residente (visitante / turista), se efetua o mesmo tipo de consumo e paga o mesmo preço por isso? (teria-se sim, problemas para se medir qual a contribuição do consumo turístico neste setor, mas esta é uma outra questão);
- ✓ como pode ser “entregue” ao Governo Federal e qual seria a função de coordenação “legal” que a Embratur exerceria na “cadeia turística” (no caso desta existir)? Está se referindo a autora aos aspectos de legislação e regulamentação? Porque a coordenação na esfera produtiva deve ocorrer entre os agentes econômicos, inclusive o governo, que participam da cadeia, como indústrias ou setores “nucleares”, correlatos ou de apoio, mediada pelo mercado e em função da eliminação de pontos de estrangulamento e outros aspectos que possam estar comprometendo a sua produtividade e competitividade.

De acordo com Provinciali, a cadeia produtiva do turismo “inicia-se na atratividade do núcleo receptor – no diferencial de uma localidade visto que é o que influencia a decisão do turista (consumidor) quando da escolha da sua destinação [...]” (PROVINCIALI, 2002, p. 2).

Mais adiante no seu texto, Provinciali comenta que para falar da cadeia produtiva do turismo, torna-se necessário, inicialmente, explicitar o produto turístico, o qual, para a autora, envolve tanto elementos tangíveis como intangíveis que se encontram centralizados em uma atividade específica e em um determinado destino. Acrescenta posteriormente, que, de modo mais específico,

**o produto turístico se caracteriza por ser um bem de consumo abstrato; superposição da mão-de-obra; necessidade da presença da clientela no local da produção; impossibilidade de estocagem; e os serviços turísticos muitas vezes são [?] de forma irregular. [...] A Cadeia Produtiva do Turismo pode assim, ser entendida como um conjunto complexo de atividades e serviços ligados ao deslocamentos, visitas, transportes, alojamentos, lazer, alimentação e circulação de produtos típicos, [grifo nosso]. (PROVINCIALI, 2002, p. 11-12).**

Na ampla listagem de características do produto turístico e de atividades e serviços que compõem a respectiva cadeia, a autora deixa transparecer uma imprecisão quanto aos dois conceitos, de produto turístico e de cadeia do turismo, o que prejudica o entendimento objetivo do que ela entende e pretende transmitir sobre o tema. Na sua concepção cabe, não uma, mas diversas cadeias produtivas, com focos diferenciados e atividades / setores motrizes distintos, direta e indiretamente relacionados aos encadeamentos produtivos influenciadores e influenciados pelo desempenho das atividades que integram o “núcleo duro” do turismo.

Os conceitos relacionados e a representação esquemática até aqui mostrados, do que seria a estrutura de uma cadeia turística, se aproximam mais de representações da configuração de um *cluster* de turismo, na concepção porteriana, genérica e agregada, do que propriamente de uma cadeia produtiva do turismo.

Já Tinard (1996), ao referir-se à noção de cadeia turística realiza uma abordagem sob um enfoque mais delimitado e específico, centrado nos quatro parâmetros que viabilizam o período de permanência do turista em um determinado núcleo receptor: transporte,

alojamento, alimentação e animação. Esses elementos, isoladamente ou em conjunto – em função das interdependências setoriais, conformam, para Tinard, a cadeia turística.

Garrido (2001), por sua vez, considera que a aplicação do conceito de cadeia de valor ou de cadeia produtiva para o setor de serviços – no qual o turismo se encontra majoritariamente inserido, precisa considerar as características deste “setor”, quais sejam: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade. “Todas elas dificultam a padronização de processos, bastante presente na cadeia produtiva, cujo modelo foi inicialmente desenhado para atender a sistemas de produção industrial [...]” (GARRIDO, 2001, p. 60).

Pode-se argumentar que o modelo de cadeia produtiva mantém o enfoque na produção de bens, controlando o processo de todos os elos que, nesse caso, são quase que totalmente previsíveis e resultam em produtos com características similares. No turismo mantém-se o enfoque na demanda e no consumo, e a referida “heterogeneidade” de componentes e produtos traz alguns obstáculos ao estabelecimento desse modelo, nos moldes convencionais. Entretanto, como referido anteriormente, verifica-se [que] em alguns sub-setores do turismo [onde] existem características assemelhadas à indústria, como, por exemplo, a hotelaria, [a] utilização desse modelo pode ser apropriada. [...] conclui-se que o modelo da cadeia produtiva é parcialmente representativo para o “setor” do turismo, ficando circunscrito a alguns sub-setores e/ou arranjos de integração horizontal de empresas, em segmentos específicos. (GARRIDO, 2001, p.61-62; 65).

Concorda-se com a argumentação de Garrido, quando aponta como principal empecilho à aplicação do conceito de cadeia produtiva ao turismo, justamente o fato de se pretender considerar a atividade socioeconômica do turismo como significativa de uma única cadeia produtiva, a despeito da diversidade de segmentos de mercado e de tipologias de motivações e manifestações turísticas. Na verdade não se pode falar de “um” turismo e sim de “vários” turismos, logo não se pode delimitar e analisar “uma” cadeia produtiva do turismo e sim “diversas” cadeias produtivas relacionadas ao turismo. E tal delimitação e análise deve ser orientada para os produtos e atividades “característicos” do turismo, em consonância com a classificação uniforme estabelecida no marco conceitual da CST, identificando os vínculos

intersectoriais através das matrizes insumo-produto das Contas Nacionais e/ou Regionais (Anexo 1, p. 469).

A raiz de tal dificuldade e imprecisão se deriva, provavelmente, da própria amplitude dos conceitos de turismo e turista, emanados da OMT e referendados pela Divisão de Estatística da ONU, conformando uma abordagem sob a perspectiva ou o enfoque da demanda.

O “turismo” compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos ao de seu entorno habitual [de residência], por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de lazer, por negócios e outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada [fixa] no lugar visitado. O termo “atividade das pessoas” se emprega [...] em seu sentido mais amplo como uma ocupação específica individual e não como um termo abreviado de “atividade econômica produtiva” [...]. **No caso do turismo, as “atividades das pessoas” referem-se às ocupações das pessoas que se qualificam como “visitantes”,** [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (ONU *et al.*, 2001, p. 14).

Como visto, se uma pessoa se deslocar para fora do âmbito espacial no qual se locomove no seu dia a dia, por um tempo menor que um ano consecutivo e não o fizer com a finalidade de receber uma remuneração fixa no lugar para o qual se dirigir, estará viajando por turismo, independente de qual seja a razão do deslocamento. No lugar visitado, esta pessoa, automaticamente, se constituirá em um visitante (salvaguardados os casos de exceção indicados pela OMT), se não pernoitar será um excursionista, se realizar pelo menos um pernoite, será um turista.

Ou seja debaixo do “guarda chuva” conceitual do turismo cabe “n” elementos de natureza e dimensão muito distintas, o que reflete na dificuldade de se delimitar a atividade do turismo, particularmente no sentido econômico, na sua abrangência, generalização, abstração, ambiguidade e complexidade. Nesse contexto, definir claramente e precisamente as cadeias produtivas e os *clusters* do turismo, torna-se um exercício de extrema dificuldade metodológica.

Considerando-se todos os bens e serviços de uma economia, existem os bens e serviços específicos e os não específicos em relação a determinado setor ou atividade. Os bens e serviços específicos subdividem-se em característicos e conexos ao mesmo setor ou atividade. No caso do turismo, os produtos ou atividades característicos incluem aqueles que deixariam de existir ou cujo nível de consumo se reduziria de forma significativa na ausência dos visitantes (turistas).

Estranha-se o fato de que, apesar de todo o esforço que se tem feito, desde o início dos anos 1990, objetivando alcançar a aproximação estatística necessária para definir quando um produto ou uma atividade é “característico” do turismo, avançando-se na melhoria do marco metodológico da CST, continue a OMT a afirmar que **a melhor forma de definir o turismo é e sempre será pelo lado da demanda**, mesmo quando ela própria reconhece que as experiências para quantificar o turismo sob este enfoque são muito mais escassas que as realizadas pelo lado da oferta, as quais têm gradativamente aumentado e evoluído, acompanhado o aperfeiçoamento da metodologia da CST.

A esta altura, um aspecto relevante que se acrescenta, diz respeito à diferente perspectiva sob a qual se deve considerar o turismo e a respectiva medição de sua contribuição econômica, conforme se esteja analisando economias de países ou regiões emissores, ou economias de países ou regiões receptores. Quer se trate de um enfoque de demanda ou de um enfoque de oferta, mediante o qual se contemple a mensuração da economia do turismo desses países ou regiões, e mesmo que em ambos se compute a totalidade do consumo turístico – envolvendo os seus componentes interior (interno + receptor) e emissor (parcela efetuada no retorno), além do consumo coletivo turístico (governo) e da formação bruta de capital fixo turística (iniciativa privada), a definição do que é produto turístico e empresa turística, bem como as magnitudes dos fluxos físicos e monetários, irão assumir distintas magnitudes, quer se refiram

a economias majoritariamente emissoras ou a economias majoritariamente receptoras, quer sejam analisados sob a ótica da microeconomia ou da macroeconomia.

A constatação de que os países ou regiões receptores são, em geral, menos desenvolvidos que os emissores, apresentando uma economia direcionada para o mercado externo, com estrangulamentos infra-estruturais, pouco dinamismo do mercado interno, deficiência no suprimento de capital humano e social, e relativo atraso em sua base tecnológica, traz à tona importantes aspectos que devem ser considerados quando se fala do dimensionamento da incidência econômica do turismo nesses países ou regiões, comparando com o seu correspondente cálculo nos países ou regiões desenvolvidos. Ressalva-se que esta análise não considera, bem como não se aplica, à realidade do turismo, seja emissor ou receptor, que ocorre nos e entre os países desenvolvidos. Trata-se de uma análise mais apropriada ao turismo que acontece intra e inter-países menos desenvolvidos, incluindo os fluxos residuais que os mesmos recebem dos países mais desenvolvidos (turismo internacional de longa distância).

Face o acima exposto, depreende-se que o turismo caracteriza-se por apresentar encadeamentos com os demais setores / atividades da economia, antes, durante e depois da prestação de serviços próprios da atividade turística. A determinação e análise do peso relativo do turismo na economia dependerá da qualidade, do grau de desagregação e do nível de especificidade, tanto da informação geral como dos dados diretamente referidos ao “setor” / atividade.

Carner (2001), formulando um modelo teórico-analítico sobre a aplicação da noção de encadeamentos aos serviços turísticos, distingue dois modos de se tentar explicitar os encadeamentos ou áreas de enlace do turismo na economia. O primeiro modo consiste em se buscar **determinar de forma clara quais são as áreas da economia sobre as quais o turismo incide de forma mais representativa**, para tanto será necessário se melhorar a



informação estatística disponível sobre o “setor” / atividade – o que vem acontecendo a partir do marco conceitual da CST. O segundo se traduz na **análise dos encadeamentos que ocorrem entre atividades e setores fornecedores de bens e serviços antes, durante e depois da produção de serviços turísticos.**

Sobre o primeiro modo, Carner entende que o turismo contribue de forma direta, indireta e induzida em uma série de áreas da economia, quais sejam:

- O emprego, direto e indireto, que se pode estimar pelo número de pessoas empregadas de forma permanente ou temporal, de maneira formal e informal, segundo as categorias e níveis de ocupação e como uma porcentagem do emprego total. [...];
- O produto gerado pelo turismo que se pode expressar em termos monetários e relacionar como porcentagem do Produto Nacional Bruto. Porém, a contabilização do valor agregado será de diferente magnitude de acordo com as atividades incluídas na definição do turismo e os instrumentos estatísticos do país [ou da região];
- O investimento, em infra-estrutura geral e específica em zonas turísticas [...]. Do investimento total se pode tentar captar o percentual da participação do investimento público e privado, assim como do investimento externo direto, [...] bem como as remunerações do capital, em suas diversas modalidades;
- A participação no setor externo sob a forma de exportações e importações. [...] Geralmente, a participação do turismo se contabiliza através da entrada de divisas no total das exportações do país e se pode comparar com as exportações totais e as de outros setores. Quanto às importações, se contabilizará as saídas de residentes para o exterior, assim como a importação de bens e serviços para fornecer os serviços de turismo nas atividades características, não características, indiretas e induzidas, e os pagamentos para o exterior;
- O turismo contribue à entrada de recursos para o erário público, na forma de contribuições diversas e impostos diretos, indiretos e induzidos [...] Por outro lado, o “setor” [do turismo] é destinatário de recursos do setor público que podem ser significativos, em particular nos aspectos de construção e manutenção de infra-estrutura básica nas zonas turísticas [...], [tradução livre nossa]. (CARNER, 2001, p. 1-2).

Segundo Carner, se pode reconhecer três níveis de participação do turismo em uma economia:

- ✓ através dos **efeitos diretos**, gerados a partir dos gastos locais iniciais da cadeia, que são os gastos dos turistas;
- ✓ por meio dos **efeitos indiretos**, que se referem à cadeia de compras e gastos em bens e serviços que realizam as empresas diretamente receptoras dos gastos turísticos, direcionados para os seus próprios fornecedores; e
- ✓ em função dos **efeitos induzidos**, que constituem-se na série de gastos locais originados das remunerações dos empregados e dos proprietários das empresas, em cada um dos setores relacionados com o turismo, e que, por sua vez, geram outras atividades.

Um aspecto mitigador da relevância e do nível de participação do turismo na economia de um país ou região é a ocorrência de fugas ou vazamentos, possibilitados pelas importações de bens e serviços e pagamentos a fatores de origem exógena, cuja existência e proporção em relação aos ingressos monetários totais propiciados pela atividade turística, reflete uma certa magnitude e profundidade dos encadeamentos produtivos com os diversos setores da economia, ou sua debilidade, ou, ainda, sua ausência.

Já de acordo com o segundo modo, Carner (2001) realiza uma **análise dos encadeamentos do turismo com outros setores**, caracterizando as configurações de cadeia produtiva, *cluster* e redes do turismo.

Segundo a autora, o viajante pode ser o ponto de observação para a análise dos fluxos de bens e serviços que se produzem e se adquirem antes, durante e depois da realização da viagem. Se pode, inclusive, prover bens e serviços de turismo mesmo que a viagem não se concretize, como é o caso da informação turística. Considerando que o turismo é, em parte, a provisão de um serviço, a produção e o consumo se dão simultaneamente.

Para Carner (2001), os bens e serviços turísticos que se proporcionam às empresas são diferentes em uma grande proporção àqueles que recebe o consumidor final. A cadeia conformada pelos **fornecedores** - empresas ou pessoas que **proporcionam um serviço diretamente ao consumidor (turista)**, e **supridores** - empresas ou pessoas que

**proporcionam bens e serviços aos estágios anteriores da cadeia** (de acordo com nomenclatura utilizada por Carner), se caracteriza pela agregação de valor que se acrescenta tanto dentro das fronteiras nacionais como internacionalmente.

As empresas podem estar relacionadas através de uma **integração horizontal**, cujo exemplo mais aparente seriam as cadeias hoteleiras [...]. Também existe no turismo uma **integração vertical**, da qual um clássico exemplo seria o dos operadores turísticos, que canalizam os turistas através dos pacotes turísticos, massivos ou à medida [sob encomenda], e da venda ao atacado. Esta se alcança com a aquisição total ou parcial dos segmentos da cadeia: vendas ao varejo em agências de viagens afiliadas nos lugares de origem dos viajantes; manejo do segmento de transporte, em particular o aéreo, mediante a propriedade, a administração ou o aluguel de linhas aéreas, ou vôos de fretamento ou charters, ou diretamente de aeronaves; assim como pelo controle de diversos meios de hospedagem, agências receptivas e empresas de transporte turístico no lugar de destino, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (CARNER, 2001, p. 9).

Porém, afirma Carner, esses conceitos, embora válidos, simplificam excessivamente as complicadas relações entre as empresas de turismo e as que se dão com seus fornecedores em atividades relacionadas ou de suporte. As novas tecnologias, bem como as contínuas inovações em matéria de administração / gestão de empresas e relações de negócios modificaram bastante o contexto dessas relações, complicando-as ainda mais.

As tecnologias da informação e das telecomunicações, incluindo a Internet, proporcionaram ferramentas sofisticadas para um leque de novas possibilidades para a criação de valor adicionado e instrumentos de gestão para o incremento dos benefícios obtidos. Neste sentido, se podem mencionar os Sistemas Computadorizados de Reservas (SCR) e os Sistemas Globais de Distribuição (SGD) que conectam e acrescentam valor a toda uma gama de produtos turísticos, e que evoluem dia a dia para modalidades inovadoras e em constante processo de mudança que os ligam com os mais diversos setores econômicos, [tradução livre nossa]. (CARNER, 2001, p. 9).

Desse modo, conforme Carner, o turismo se converte em uma rede de relações que podem criar pontos de estrangulamentos ou sinergias, constituindo-se em um dos conglomerados de atividades mais complexos e heterogêneos. Na obtenção de bens e serviços para o próprio

turismo doméstico, a atividade turística conta com supridores e fornecedores que se encontram fora das fronteiras do país ou região. No entanto, como o Sistema de Contas Nacionais está fundamentado sobre os conceitos de territorialidade e de nação, este processo é considerado como uma fuga ou saída de recursos. Porém, **no desenvolvimento da competitividade do turismo há de se permitir um eficiente nível de fugas**, ou seja, de importações e remuneração aos fatores de produção originados do exterior, ao mesmo tempo que há de se insistir na criação e/ou fortalecimento de encadeamentos produtivos eficientes à escala local, regional e nacional.

A congruência entre a regulamentação geral em um país ou região, as medidas de desenvolvimento do “setor” [do turismo] e os graus de liberalização entre os diversos setores é o que permite evitar os estrangulamentos na cadeia de produção dos serviços turísticos e assegurar ao consumidor uma experiência sem bloqueios [ou limitações], que é uma das características básicas da qualidade e da competitividade nos serviços, [tradução livre nossa]. (CARNER, 2001, p. 10).

A complexa organização das empresas e dos negócios intra e inter-firmas cruza as fronteiras, que se desvanecem diante de uma perspectiva globalizada. A qualidade e o preço das telecomunicações e das tecnologias da informação, bem como a capacitação dos recursos humanos nos lugares de origem e destino, são, na visão de Carner, de fundamental importância para o turismo. Neste contexto, o conceito de localização geográfica mantém sua validade e relevância. “A teoria e a evidência empírica mostram que uma diversidade de condições baseadas no conceito de território pode levar um destino em particular a ser competitivo e sustentável no médio e longo prazo [...]” [tradução livre nossa], (CARNER, 2001, p.10).

Segundo Carner, a heterogeneidade do conglomerado do turismo e das atividades que o compõem ou que o apoiam, se podem considerar como serviços de rede. Em sua opinião, seria justamente a capacidade do turismo de gerar redes entre atividades e produtos o que lhe

possibilita provocar um impacto maior e sustentável na economia, com essas redes podendo se verificar em uma escala internacional, nacional, regional ou local.

A política de criar ou fortalecer encadeamentos no turismo, conforme a autora, deverá se orientar para nichos específicos, devido à magnitude atual do fenômeno turístico diante das outras atividades econômicas de determinado país ou região. As estratégias deverão estar ligadas às condições específicas de cada país ou região, considerando-se as condições especiais de sua respectiva economia. Carner destaca que os três eixos sobre os quais se podem **articular estratégias de criação ou de aprofundamento de encadeamentos produtivos de bens e serviços** são: a **informação**; o **financiamento**; e os **recursos humanos** capacitados e com uma mentalidade e “cultura” de qualidade.

Em muitos casos será pertinente perguntar-se se a política de gerar encadeamentos é a mais adequada, pois melhorar a captação de divisas e o valor agregado dos produtos turísticos pode ser uma melhor opção para a economia, ao contrário da idéia geralmente aceita de que sempre são mais desejáveis os encadeamentos produtivos. [...] Em última instância, cada país, dependendo de suas próprias condições, será quem poderá determinar se, para maximizar os benefícios econômicos do turismo, prefere e pode criar encadeamentos produtivos, ou busca criar nichos de mercado turístico de alto valor agregado apesar das importações necessários para atingir tal fim, [tradução livre nossa]. (CARNER, 2001, p.18).

Ressalva-se que a opção de não criar ou fortalecer os elos da cadeia produtiva implica em não avançar em um processo do tipo “substituição de importações” direcionado à produção em base endógena de bens e serviços com elevado conteúdo de valor agregado, tendo por consequência não se investir na ampliação de uma condição de suficiência e de maior efetividade do mercado interno. Esta opção resultará em priorizar a base exportadora da economia, com ênfase no turismo, o que poderá resultar que os recursos gerados sejam apenas suficientes para o abastecimento, via importação, dos bens e serviços necessários para a satisfação da demanda turística ou que cheguem a permitir algum volume de investimentos

destinados a reforçar as atividades ligadas à base exportadora, sem refletir positiva e favoravelmente no incremento da dinâmica do mercado interno.

Carner (2001), menciona exemplos da multiplicidade dos encadeamentos do turismo em uma dada economia, os quais, apesar de corresponderem a uma extensa explicitação, são citados na íntegra pela especificidade e propriedade da análise da autora.

Mesmo antes da criação e desenvolvimento de um produto turístico, se geram encadeamentos produtivos, entre outros, no contexto do planejamento, estudos de consultoria, de engenharia, de desenho arquitetônico e paisagista, assim como o pacote de serviços financeiros incluindo os de bens raízes, de seguro e resseguro, e de estudos prospectivos que são requeridos para uma empresa particular ou para um complexo turístico. Também intervêm a construção de infra-estrutura básica, urbana e de rodovias, bem como todo tipo de infra-estrutura específica como a de alojamento, de equipamento pesado ou leve, [...] além de móveis e decoração, entre outros.

Quando o processo de prover serviços turísticos no destino começa, os enlaces com a agricultura, a pesca, a avicultura e com [...] a criação de rebanhos, assim como com a indústria alimentícia são, geralmente, os primeiros a acontecerem. Diante da sofisticação crescente do mercado de alimentos e bebidas, os encadeamentos haverão de ser trabalhados por parte das empresas compradoras e dos fornecedores, necessitando a vontade de ambas as partes para alcançar os níveis requeridos de qualidade, quantidade e entrega [...]. Em muitos casos não se concretizam estes encadeamentos por falta de interesse em seu desenvolvimento pelas empresas turísticas ou pela possibilidade de escolher no mercado externo [ao âmbito regional ou nacional], melhores produtos, a um melhor preço e com prazos de entrega seguros [o que compensa a ocorrência de fugas]. No caso em que [...] se alcançam [estes encadeamentos], se dá os primeiros passos para obter tais requisitos e conseguir vantagens no mercado interno e para a exportação. Outras atividades para prover bens muito necessários à atividade de alojamento se encontram no ramo têxtil e de confecções. Toda a variedade de roupa, assim como os uniformes e roupa de trabalho do pessoal ocupado no turismo, com uma demanda relativamente estável pela frequência de sua reposição, se podem desenvolver em particular nos países com experiência, quer seja na indústria destinada ao mercado nacional ou internacional [...]. De acordo com os graus de sofisticação do turismo e da indústria nacional, se pode pensar em utensílios para servir comidas e bebidas [pratos, copos, taças, etc.], cristaleria, confecção e comércio de facas e similares [...], mas também em produtos de limpeza e de asseio pessoal, químicos de todo tipo, papel. Também se podem desenvolver algumas atividades para produzir e reparar maquinaria e

equipamentos, assim como peças de reparação. [...] Os processos de aproveitamento das capacidades instaladas ou dos recursos humanos disponíveis, bem como o treinamento dos supridores, podem iniciar nichos crescentes de encadeamentos e minimizar o peso das importações. [...] **o que se busca é a eficiente substituição de importações e não a sua eliminação.** Os esquemas de financiamento efetivo e de transferência de tecnologias [...] de gestão e capacitação, particularmente dirigidos à consolidação de pequenos e médios fornecedores. [...] Não se deve esquecer a importância da provisão de serviços para o turismo. Se há de rechaçar o conceito de que os empregos e os serviços diretos e indiretos que se supre, se encontram somente nos níveis mais baixos de qualificação. [...] o turismo necessita serviços sofisticados, de alto nível, como todos os serviços profissionais e financeiros que já contam com uma elevada sofisticação [...] assim como empresas especializadas de suporte técnico [e] de manutenção, em especial para a implementação de novas tecnologias [particularmente] da informática e das telecomunicações [...]. Os serviços de manutenção e reparos de navios e de aeronaves, os serviços aos navios de cruzeiros e aos iates, incluindo os de manejo de dejetos, provisão de energéticos, de produtos alimentícios, frescos ou preparados, de serviços de *catering* e inclusive os de tripulações, se desenvolveram e podem ser ampliados. [...] O desempenho dos fornecedores dos supridores nacionais se verá melhorado com o recurso às redes do turismo, em especial às das empresas multinacionais, [visando] usar o talento local e elevar a qualidade da capacitação de seu próprio pessoal, bem como o das empresas que tenham relações de trabalho, melhorando também as capacidades gerenciais e de organização das empresas. Essas redes também podem ser aproveitadas para a exportação dos bens e serviços competitivos e elevar a competitividade da economia em seu conjunto, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (CARNER, 2001, p. 15-17).

### 3.2.2. Os conceitos de agrupamentos ou *clusters* referenciados ao turismo

A literatura que trata do tema *cluster* de turismo, é mais numerosa que a referida à cadeia produtiva do turismo, porém não tão expressiva como se esperava encontrar e, em sua maior parte, caracterizada, também, por um elevado grau de abrangência e generalização. Se procurará analisar com maior ênfase as contribuições assentadas em formulações teóricas diferenciadas daquelas que integram o modelo porteriano, além daquelas que, mesmo seguindo este modelo, tragam algum aspecto distintivo em relação ao enquadramento padronizado do mesmo.

Retoma-se neste ponto, as alternativas de análise da competitividade, referidas por Monfort Mir (2000) em seu estudo sobre a competitividade de destinos turísticos, as quais, como visto no capítulo 2, item 2.4, podem agrupar-se a partir de cinco tipos de variáveis causais: vantagens-país; vantagens-indústria / setor; vantagens-território; vantagens-produto; e vantagens-empresa.

No âmbito da atividade turística, a existência de um produto hegemônico, cuja capacidade de atração da demanda o converte no produto turístico por excelência, reduz, segundo Monfort Mir, a intensidade das vantagens-produto.

[As vantagens-produto] explicam a competitividade pelo nível em que os produtos incorporam os atributos que os consumidores mais valorizam em sua decisão de compra. A análise da competitividade se dirige, neste caso, a comparar vetores de atributos entre produtos competitivos no mercado, a conhecer as razões comerciais de valoração e apresentação do produto em cada mercado e a tratar de familiarizar-se com os processos de decisão do cliente situado em posição de eleger entre alternativas próximas, segundo o seu nível de gostos e renda. [...] o consumidor percebe cada produto como um conjunto de atributos com diferentes capacidades para oferecer-lhe os benefícios desejados e satisfazer suas expectativas. A falta de produtos turísticos alternativos ou de uma importância semelhante [ao produto turístico por excelência de um determinado destino], invalida em grande proporção a análise do efeito-produto, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 41-42).

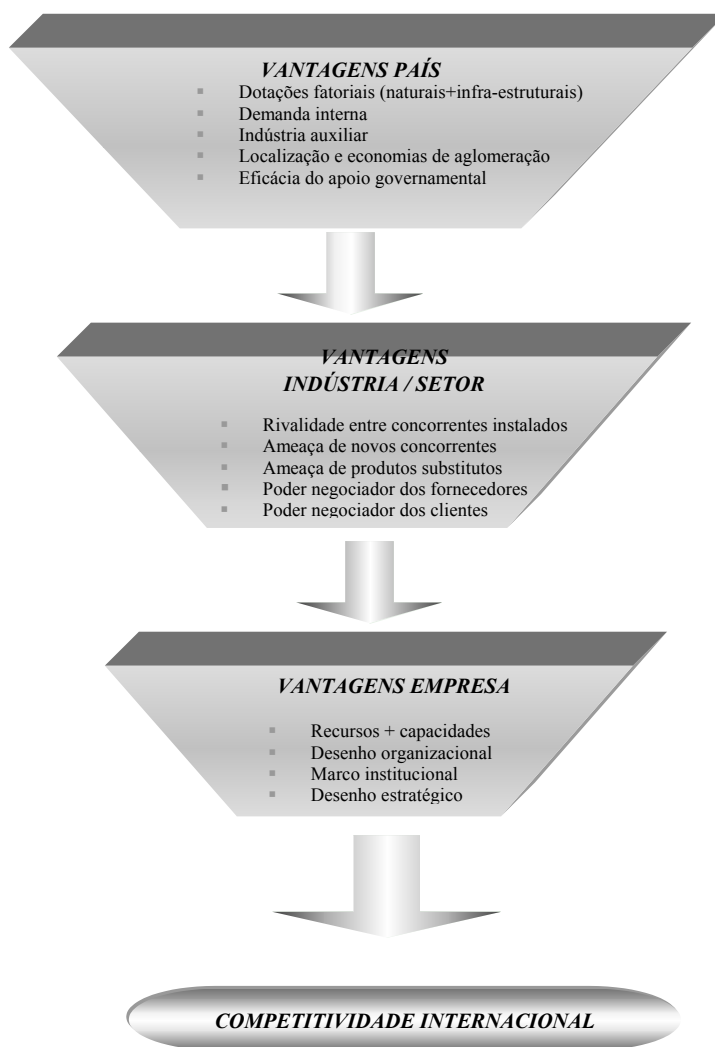
Algo semelhante acontece com as vantagens-território, pois, a forma pela qual as mesmas são compartilhadas ou repartidas por todas as empresas de um destino turístico pode reduzir o impacto competitivo do entorno espacial, se bem que, neste caso, nas palavras de Monfort Mir:

[...] é inegável certo dinamismo competitivo, transmitido a partir do âmbito geográfico desde o qual se tomam determinadas decisões estratégicas na empresa. O que obriga a considerar as condições socioeconômicas do território, [...] devido a que as condições últimas que confluem na competitividade de uma empresa encontram sentido em um lugar geográfico definido, caracterizado por uma relação multidimensional entre empresas e indústrias relacionadas, infra-estruturas, atividades complementares, serviços de apoio, recursos naturais e políticas institucionais, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 42).



O esquema analítico selecionado pelo autor para seu estudo sobre a competitividade de destinos turísticos (Figura 3.14), se inclinou pelo

“suporte das vantagens-país, vantagens-indústria / setor e vantagens-empresa, que sustentam a competitividade internacional das organizações e que estão na base da diferenciação competitiva dos destinos turísticos e de seus respectivos negócios, sendo estes últimos os autênticos artífices da competitividade distintiva dos destinos, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 42).



**Figura 3.14 Tipos de Vantagens Competitivas da Empresa Turística**

Fonte: Camisón, 1996, *apud* Monfort Mir, 2000, p. 42.

Desde a perspectiva do efeito-país se define a competitividade, segundo Monfort Mir, como a capacidade que possui um espaço para competir eficazmente nos mercados internacionais,

referindo-se também à capacidade de concorrer por parte de um “setor” turístico de um destino concreto.

Esta é uma visão que se ampara, em uma primeira instância, nas vantagens da especialização que já enunciava Adam Smith, porém, desde a perspectiva ricardiana da Teoria do Comércio Internacional, tomando pois, como base dos fundamentos da competitividade internacional do turismo, a teoria das vantagens comparativas. [...] O mecanismo da vantagem comparativa explica o fenômeno da especialização que adquirem certos fatores de produção frente a outros, encontrando-se sua raiz no custo de oportunidade que se revela entre distintas opções produtivas oferecidas por esses fatores de produção. [Neste sentido], a explicação sobre a competitividade nos mercados turísticos internacionais se limita a analisar as vantagens em custos derivadas dos recursos produtivos existentes sob o controle do “setor” turístico em cada lugar. [...] se deduz [então] que a capacidade competitiva dos agentes que configuram a atividade turística, está delimitada pela dotação de fatores do espaço no qual se localizam: climatologia, atrativos paisagísticos, históricos ou culturais, infra-estruturas, etc., [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 44).

Já a definição do panorama relativo ao efeito indústria, para o autor, enfatiza

a importância fundamental que exercem as características estruturais vitais de cada indústria ou setor, sendo de especial interesse [...] esta última opção, por sua maior aplicabilidade à atividade turística conceitualizada como “setor” [...] Estes traços estruturais implicam um papel crítico no êxito empresarial, através da determinação das concorrências [e competências] existentes no próprio “setor” e do posicionamento dos agentes que interatuam entre si no mesmo, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 171).

Com relação ao efeito empresa, o mesmo condensa as capacidades distintivas dos negócios instalados em um destino turístico, que são os que acumulam a responsabilidade final entre níveis de competitividade diferentes de uns lugares para outros.

[...] se deduz que a [...] explicabilidade de diferenciais de competitividade entre destinos turísticos, reside nos diferentes desempenhos das organizações desses destinos. Isto condiciona, em consequência, o divergente êxito competitivo e empresarial de uns espaços com respeito a outros, referendando assim a particular atitude demonstrada pelos negócios de cada destino, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 191).

Para Monfort Mir, a metodologia mais eficiente que se dispõe, com a perspectiva de se realizar aproximações ao “setor” turístico, que atue sobre a problemática mais pertinente à realidade turística atual, exige o recurso à análise do *cluster*, que se identifica com um grupo de empresas e serviços turísticos relacionados geograficamente, comercial e tipologicamente.

**O “setor” turístico é excessivamente amplo e heterogêneo, para poder ser tratado como um todo.** Esta consideração, conforme Monfort Mir, conduz à necessidade de interpretar a verdadeira concorrência no seio do “setor” turístico,

a partir de uma taxonomia em **segmentos estratégicos distintivos**, entendidos como parcelas de produto/mercado turístico que competem pelos mesmos clientes, canais de comercialização/distribuição, ou pelas mesmas fontes de vantagem competitiva. O “setor” turístico deve ser dividido nesses segmentos estrategicamente diferenciados, onde **reside a verdadeira concorrência**. [...] esta concorrência se estabelece, fundamentalmente, entre as empresas, e não as nações, dedicadas a fornecer serviços em um **âmbito geográfico determinado: o destino turístico**; o qual **pode fazer parte de um ou mais clusters, em função dos diferenciados produtos que seja capaz de articular o destino** [...], [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 46).

Em seguida a essas constatações, o autor enuncia, de acordo com o modelo de Porter, no qual se baseia, o seu conceito de *cluster* aplicado ao turismo que é, em suas próprias palavras,

o conjunto complexo de diferentes elementos, entre os quais se encontram os serviços prestados por empresas ou negócios turísticos (alojamento, restauração, agência de viagens, parques – aquáticos, temáticos, ..., etc.); a riqueza que proporciona a experiência das férias de um turista; o encontro multidimensional entre empresas e indústrias relacionadas; as infra-estruturas de comunicação e transporte; as atividades complementares (dotação comercial, tradição em feiras, etc.); os serviços de apoio (formação e informação, etc.); e os recursos naturais e as políticas institucionais, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 46).

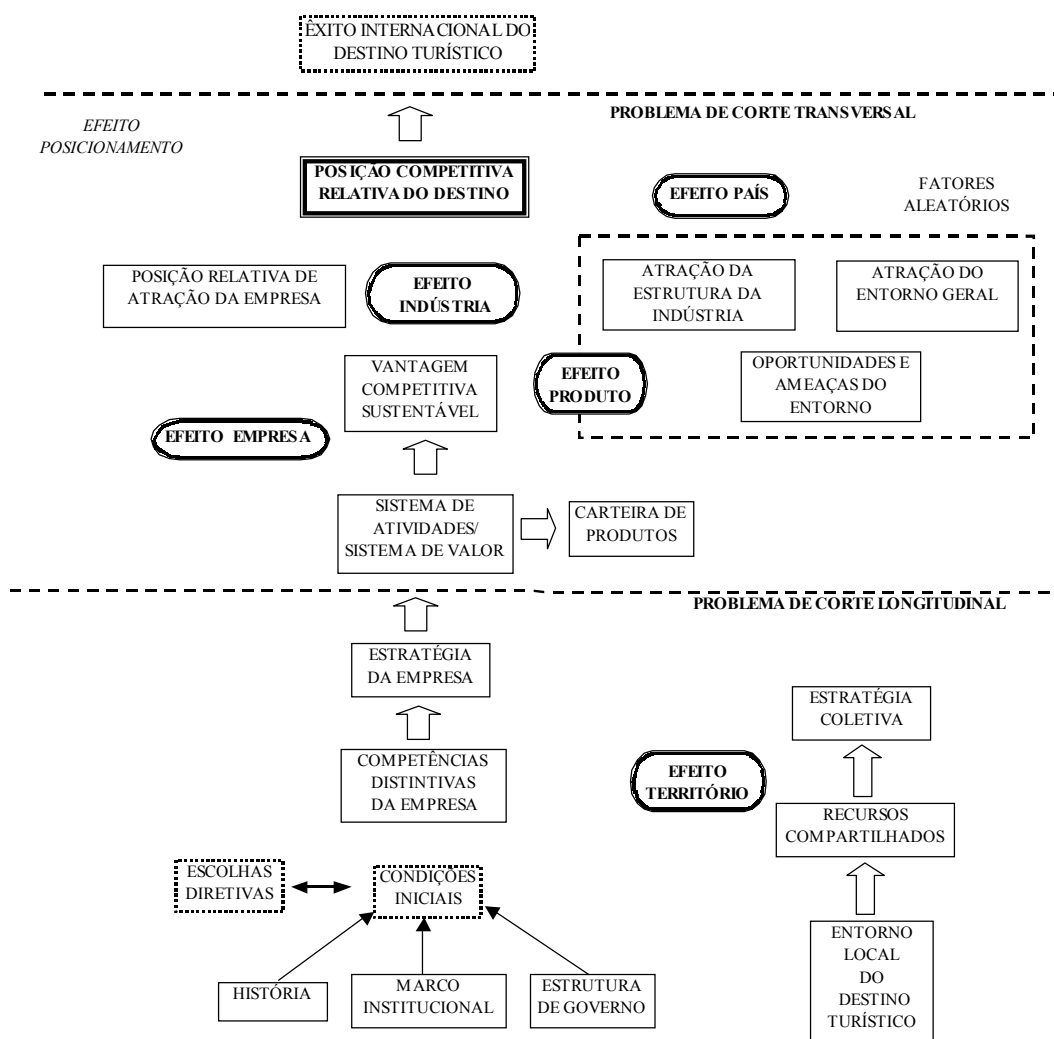
A hipótese central do modelo teórico que embasa o estudo sobre competitividade de destinos turísticos elaborado por Monfort Mir, se resume em que

a competitividade internacional da “indústria” (“setor” turístico) de um país, vem determinada por uma extensa série de vantagens-país, que se encontram relacionadas com a estrutura da “indústria” ou “setor”, com a eficácia dos mercados, com o

entorno econômico global, com a atuação do governo e com a eficácia de suas empresas. [...] investigações mais recentes postulam que os fatores discriminantes-chave da competitividade (produtos, competências distintivas, recursos e capacidades) estão distribuídos de forma heterogênea entre as empresas competidoras dentro de uma indústria (ou setor); por isto, este enfoque prediz a existência de notáveis e persistentes diferenças de êxito competitivo intra-indústria, provocadas por fatores específicos de cada organização, maiores inclusive que as divergências interindustriais, [tradução livre nossa]. (MONFORT MIR, 2000, p. 46).

O autor acrescenta que as teorias baseadas nas vantagens-país e vantagens-indústria são partidárias preferentemente de um enfoque relacionado com a variável tamanho ou a dimensão empresarial, enquanto as teorias baseadas nas vantagens-território, vantagens-produto e vantagens-empresa postulam uma visão ampliada, respaldada por uma cesta de fatores internos vinculados a elementos majoritariamente de natureza intangível. Nesse contexto, o autor afirma que a empresa se define como a unidade fundamental de análise da competitividade, é o suporte explicativo básico da competitividade de um destino turístico (Figura 3.15, p. 373).

O conceito de *cluster* no turismo, segundo Carner (2001), se relaciona com a alta integração vertical, horizontal, intersetorial e interdisciplinar que ocorre na atividade turística. A eficiência das cadeias de produção não mais é gerada, segundo a autora, apenas à escala nacional, como também internacional, mediante o valor agregado em um território específico, mas também através e entre as fronteiras.



**Figura 3.15 Modelo de Síntese Explicativo da Competitividade de um Destino Turístico**

Fonte: Monfort Mir, 2000, p. 82.

[...] o turismo, desde o ponto de vista econômico, é um “setor” altamente dependente da demanda, tanto dos seus fatores econômicos como dos que se relacionam com suas características e motivações. Isto, personificado em última instância ao redor do visitante, é o fio que tece a rede de relações em torno do turismo. [...] Os fatores básicos da oferta [por sua vez] são os que tradicionalmente se relacionam com o conceito de *cluster* no lugar de destino, o qual conjuga estes elementos com o de territorialidade. Este é o complexo que interessa aos governos desenvolver quando se dão conta da importância do “setor”. Os [seus] componentes básicos são o alojamento, os alimentos e bebidas, as atrações e o entretenimento. Também se inclui o transporte local e nacional nesses elementos. [...] O elemento de enlace, de rede, é o que, em sua maior parte, relaciona a oferta com a demanda e cria as vinculações entre elas, vinculando-se diretamente com a criação e a difusão de

informação, a promoção, a comercialização / distribuição e a venda dos produtos turísticos, [tradução livre nossa]. (CARNER, 2001, p. 12-13).

Carner utiliza o conceito de *cluster* no turismo, em função do mesmo proporcionar um marco mais dinâmico e mais adequado para captar a multiplicidade de encadeamentos horizontais e verticais tradicionais, assim como as relações inovadoras de uma série de fatores que interatuam para criar o conjunto das atividades turísticas, de apoio e a elas relacionadas, podendo a utilização deste conceito ser adaptada ao nível local, regional e nacional.

Para Beni, em artigo publicado no ano de 2001, o *cluster* pode ser definido “como um conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, dotado de equipamentos e serviços de qualidade, com excelência gerencial, **concentrado num espaço geográfico delimitado**” [grifo nosso], (BENI, 2001, p. 107).

Já em publicação de 2003, Beni amplia e explicita mais a sua definição anterior, passando a considerar o *cluster* como:

o conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, **concentrado num espaço geográfico delimitado** dotado de equipamentos e serviços de qualidade, de eficiência coletiva, de coesão social e política, de articulação da cadeia produtiva e de cultura associativa, e com excelência gerencial em redes de empresas que geram **vantagens estratégicas comparativas e competitivas**, [grifo nosso]. (BENI, 2003, p. 74).

A respeito das vantagens comparativas e competitivas, Beni comenta sobre o modelo do Fórum Econômico Mundial, com base na distinção que Ritchie e Geoffrey fazem entre vantagens comparativas e competitividade:

[...] a competitividade de um país ou região é compreendida como a habilidade de criar e manter um valor econômico adicionado ao longo do tempo. [...] uma vantagem comparativa pode fundamentar-se na habilidade do empresariado em adicionar valor aos recursos disponíveis. (RITCHIE e GEOFFREY, 1995, apud BENI, 2003, p. 76).

Na atividade do turismo, segundo Beni, o diferencial dos aspectos geográficos da natureza e do patrimônio cultural constitui o elemento determinante da vantagem competitiva, que sustenta as vantagens comparativas de um país ou região.

Toledo, Álvarez e Castroman (2002), por sua vez, afirmam que a idéia de pólo turístico levou ao conceito errôneo de relacionar a competitividade turística somente com as características geográficas, os recursos naturais e turísticos que se possuem em uma região. Essas características, pelo que se pode depreender da definição de Beni acima, corresponderiam às vantagens comparativas da região.

Os atores mencionam a definição de *cluster* turístico formulada por Gutiérrez e Bordas, segundo o qual, no sistema turístico, os *clusters* compreendem

agrupamentos de vários atrativos turísticos **concentrados em uma região geográfica**, com infra-estrutura compatível, equipamentos, serviços receptivos e órgãos e agentes turísticos coordenados para oferecer um produto turístico integrado e diferenciado, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (GUTIÉRREZ E BORDAS, 1993, *apud* TOLEDO, ÁLVAREZ E CASTROMAN, 2002, p. 820).

Com base nesta definição, Toledo, Álvarez e Castroman consideram como *cluster* turístico

aquela **região geográfica que possui uma densidade** tal de equipamentos, serviços e de fluxos de turistas, com uma imagem diferenciada, produzindo um ordenamento sócio-espacial, no qual a produção local é determinada pela rede de fluxos intersetoriais, articulados e integrados pelos sistemas de gestão dos agentes que atuam no mesmo. Estes fluxos são orientados competitivamente à satisfação do cliente através de toda sua cadeia de valor e de produção, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (TOLEDO, ÁLVAREZ E CASTROMAN, 2002, p. 820).

Apesar dos autores não se referirem ao aspecto de delimitação da região geográfica, o termo densidade pode ser considerado um equivalente ao termo concentração, percebendo-se, desse modo, muitos pontos em comum entre a sua definição e as de Beni (2003) e de Gutiérrez e Bordas, com todas compartilhando o modelo teórico de origem porteriana e um enfoque de demanda na definição do *cluster* de turismo, embora em Toledo, Alvarez e Castroman (2002)

se ressalte mais os elementos correspondentes às relações intersetoriais e às cadeias produtivas e de valor, em alguma medida contempladas na definição de Beni.

Toledo, Álvarez e Castroman (2002) fazem referência a um modelo proposto por Toledo *et al.*, denominado de Modelo de Sistema Interfuncional Interrelacionado da Competitividade de um *Cluster* Turístico (SIIC), o qual se constitui de cinco elementos que atuam de forma interrelacionada no sistema turístico e que, segundo os autores, adequadamente gerenciados alavancam a competitividade do destino turístico. Esses cinco elementos são: **massa crítica; natureza da demanda; estratégia competitiva; estratégia cooperativa e estratégia de relacionamento com o turista.**

Os dois primeiros, de acordo com os autores, têm as características de criar condições básicas para o desenvolvimento do *cluster*, enquanto os outros três sugerem um processo no qual a vantagem competitiva de um *cluster* turístico é representada por um vetor resultante de três estratégias com os seguintes direcionamentos:

- integração vertical em busca da vantagem competitiva;
- integração horizontal em busca da cooperação entre empresas concorrentes, para obter um desempenho coletivo superior frente a outros *clusters*;
- na profundidade que se agrega maior valor ao cliente, satisfazê-lo mediante um relacionamento mais efetivo e aumentar a fidelidade, [tradução livre nossa]. (TOLEDO, ÁLVAREZ E CASTROMAN, 2002, p. 820).

No (Quadro 3.3, p. 377), se apresenta uma síntese comparativa entre os aspectos de análise das atividades de um pólo turístico e de um *cluster* turístico segundo o modelo SIIC referido por Toledo, Álvarez e Castroman. Já na (Figura 3.16, p. 378) se ilustra a configuração de um pólo de turismo, de acordo com a abordagem do Banco do Nordeste (2000).



| Atividade Desenvolvida                                       | Tipo de Configuração                         |  |
|--|--|--|
|  | Pólo   | Cluster  |
| Oferta   | Dispersa                                     | Segmentos específicos. Integrada para satisfazer expectativas dos turistas. Produtos planejados e integrados |
| Demanda  | Não qualificada                              | Qualificada, clientes sofisticados   |
| Concorrentes   | Depredatórios, sem leis                      | Marco legal detalhado e incentivador   |
| Tecnologia   | Individual, orientada ao processo            | Elaboração, uso e distribuição compartilhada pelos agentes. Orientada ao cliente                             |
| Estratégia Competitiva                                       | Destrutiva                                   | Forte, construtiva, alianças estratégicas em escala regional e mundial                                       |
| Estratégia Cooperativa                                       | Não existe                                   | Planejada e integrada com o cliente. Iniciativa pública, privada e não governamental.                        |
| Estratégia de relacionamentos com o turista                  | Não existe, ou individual por alguns agentes | Integrada para o <i>cluster</i> . Planejada para cada agente e sociedade local.                              |
| Sustentabilidade do desenvolvimento                          | Não existe                                   | Altamente planejada e regulamentada  |
| Relação dos setores público, privado e não governamental     | Poucos agentes a realizam                    | É obrigatório para o <i>cluster</i> e para alguns agentes  |
| Imagem   | De cada agente                               | Do <i>cluster</i> em seu conjunto. Regional e mundial  |
| Ciclo da atividade turística                                 | Fragmentada                                  | Produtos integrados e diversificados   |
| Diagnósticos e consultorias                                  | Individual                                   | Em conjunto e individual. Periódica  |
| Definição das políticas de ação e marco legal.               | Não há                                       | Indispensável. Empresas e governo aliados nos objetivos  |
| Estratégia para o desenvolvimento. Planejamento estratégico  | A curto prazo e individual                   | A longo prazo, em conjunto e individual. Empresas e <i>cluster</i> com objetivos mundiais                    |
| Educação, capacitação e cultura.                             | Alguns individualmente                       | Em conjunto e individual   |
| Execução e promoção  | Individual                                   | Em conjunto e individual   |
| Avaliação e retroalimentação                                 | Não há                                       | Detalhada e obrigatória  |
| Certificação da sustentabilidade                             | Não há                                       | Se exige   |
| Etiquetas ecológicas   | Indiferente                                  | Incentivos no âmbito de <i>cluster</i> e de empresas   |
| Agências no exterior   | Embaixada do país                            | Agências e articulações próprias do <i>cluster</i>   |
| Investigação, P+D  | Individual                                   | Em conjunto e individual   |
| Participação social  | Não há                                       | Exigida e planejada  |
| Fomento e incentivo a investimentos nacionais e estrangeiros | Individuais                                  | Altamente planejada e articulada em todo o mundo   |
| Enfoque e planejamento intersetorial                         | Não existe                                   | Se trabalha com metodologia e técnicos específicos (horizontal e verticalmente).                             |

### Quadro 3.3 Análise das Atividades de um Pólo e de um Cluster Turístico segundo o Modelo SHIC

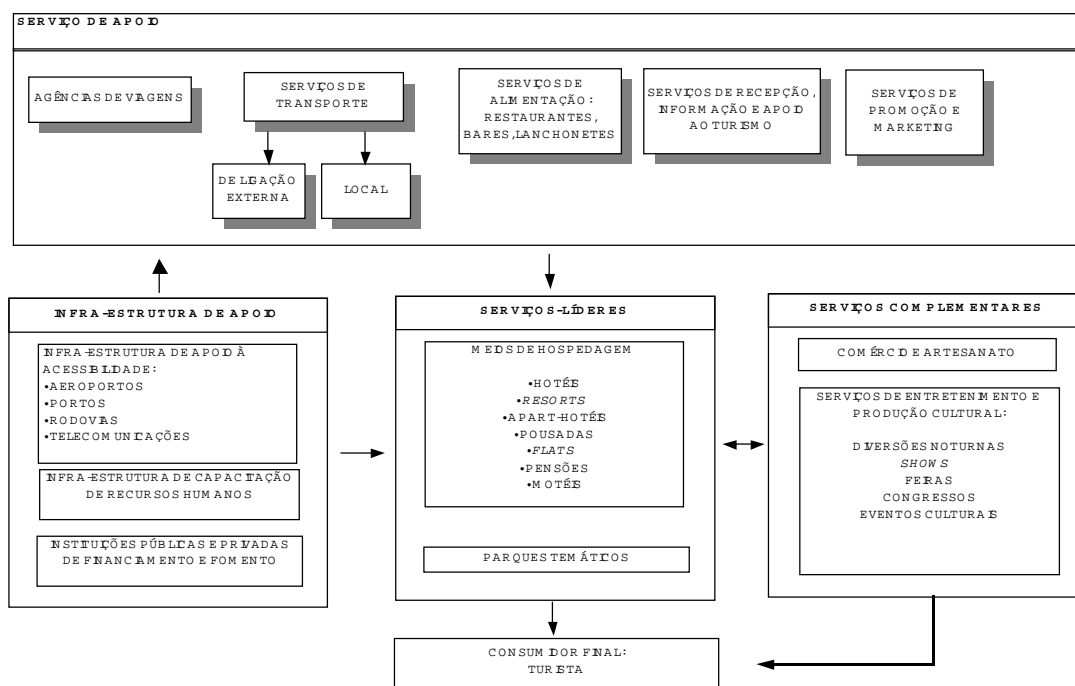
Fonte: Toledo, Álvarez e Castroman, 2002, p. 822.

São indicados abaixo, os conceitos de pólo turístico e de zona turística adotados pelo Banco do Nordeste do Brasil (BN) e tomados como referência no Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil (PRODETUR-NE):

O conceito [...] de **pólo turístico** corresponde a “um grupo de municípios contíguos que têm recursos turísticos complementares e/ou concorrentes, que concordam em desenvolver conjuntamente suas capacidades de gestão dos municípios e de gerenciamento dos fluxos turísticos” [podendo o pólo assim definido incorporar uma ou mais zonas turísticas].

Uma **zona turística**, por sua vez, é considerada como a “região que abrange áreas urbanas e rurais, áreas de proteção ambiental e outros atrativos físicos, ecológicos e culturais de importante apelo turístico” [sendo contempladas, ainda, características

de proximidade geográfica e homogeneidade temática ou motivacional entre os municípios de uma zona turística e entre zonas de um pólo turístico], [grifo nosso]. (BID, 2001?, *apud* SILVA, out-2001/mar-2002).



**Figura 3.16 Pólo de Turismo**

Fonte: Banco do Nordeste, 200, p. 24.

Rodríguez Domínguez (2001), cuja abordagem dos conceitos de *cluster* e de competitividade foi apresentada no capítulo 2, item 2.4, na aplicação que faz dos mesmos ao turismo, introduz o termo *microcluster* turístico. Para a autora, a aplicação da teoria dos distritos industriais ao “setor” turístico conduz a se trabalhar com a noção de distritos turísticos, entendidos como destinos turísticos, onde a concentração de empresas turísticas é um elemento característico.

[...] ainda que os diversos componentes do serviço turístico possam ser desenvolvidos por empresas distintas (hotéis, restaurantes, empresas de transporte, empresas de animação, ...), pelo menos [elas] devem estar localizadas em um espaço geográfico reduzido [delimitado e não excessivamente amplo] de modo que o cliente possa deslocar-se de uma empresa a outra sem ter que desperdiçar seu tempo de lazer (**bem escasso**) em tais deslocamentos, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, 2001, p. 306).

A este respeito, Valls (1996) destaca que “o [novo] consumidor turístico percebe como melhor destino aquele que lhe proporciona uma oferta comum de produtos / serviços e não

uma oferta dispersa de hotéis, praias, restaurantes, museus e outros [...]” [tradução livre nossa], (VALLS, 1996, p. 66).

A aplicação da metodologia dos *clusters* ao “setor” turístico deve ser feita, de acordo com Rodríguez Dominguez (2001), de forma ainda mais minuciosa do que quando é aplicada ao setor industrial, isto devido à heterogeneidade que caracteriza as empresas que conformam os destinos turísticos, as motivações dos clientes (turistas), os recursos naturais explorados pelo turismo, etc. “[...] **trabalhar com âmbitos territoriais dispersos [excessivamente amplos] e pouco homogêneos [...] dificulta a identificação de diagnósticos precisos do “setor” turístico [...]**” [grifo nosso], [tradução livre nossa], (RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, 2001, p. 307). Como exemplo, pode se fazer menção à tentativa de se tentar trabalhar o conjunto dos destinos turísticos da Bahia, que poderia se entender como o *cluster* em um sentido amplo, como se, numa perspectiva conceitual e metodológica, se tratasse de um único *cluster*, onde todos os destinos se situassem geograficamente próximos uns dos outros e apresentassem uma condição de homogeneidade do perfil e da oferta empresarial, das motivações e da tipologia de turistas, bem como da disponibilidade e da qualidade de recursos, naturais e artificiais, se teria uma grande dificuldade para levar a bom termo e conseguir resultados satisfatórios de tal tarefa.

Na abordagem de Rodríguez Domínguez, ao se trabalhar com *clusters* no turismo torna-se necessário contemplar um nível geográfico muito reduzido, concreto, um destino turístico, onde se podem adquirir um número muito limitado de produtos turísticos. Nesta perspectiva, um *microcluster* turístico define-se segundo os seguintes critérios:

- Existe um **âmbito geográfico local**, medido em função de **conexões reais**;
- Conforma **relações comerciais**, entendidas como a **distância máxima que permite a um fornecedor servir adequadamente aos seus clientes** e desenvolver outras atividades complementares, bem como muitos outros aspectos a exemplo da promoção, das escolas de formação turística, etc.;
- Contém **infra-estruturas suficientes para toda a área**;

- Dispõe de uma **estratégia própria muito diferenciada, com características de oferta ou de demanda muito distintas em relação ao resto do território**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, 2001, p. 307).

Na hora de se competir no “setor” turístico, conforme Rodríguez Dominguez, é possível se deparar com dois tipos de destinos competitivos. Primeiro, teria-se aqueles constituídos por uma única empresa corporativa, que proporciona ao cliente todos os componentes do produto, a exemplo dos cruzeiros marítimos. Segundo, aqueles em que se situam um grupo de empresas, que compartilhando o lugar geográfico dentro do mesmo destino, formam um **Sistema Produtivo Local** – termo que para a autora é **equivalente** aos de **distrito industrial e microcluster**.

Este sistema de produção de serviços turísticos é muito mais flexível que o anterior, porque mantém os diferentes elementos da produção sem integrá-los em uma só unidade organizativa, de modo que são combináveis – via mercado ou acordos de colaboração – sob distintas formas, para produzir experiências turísticas muito diferentes e adaptar-se à grande heterogeneidade dos clientes, [tradução livre nossa]. (RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, 2001, p. 308).

Para a autora, a cooperação no “setor” turístico pode ser compreendida em duas vertentes:

- ✓ **horizontal** – pela formação de **alianças estratégicas**, cujos acordos podem ser de dois tipos, de um lado os acordos entre empresas que se dedicam à mesma atividade principal, ou seja, entre empresas que se dedicam ao alojamento, à animação, ao transporte ou à restauração (alimentação), e de outro os acordos entre empresas que se dedicam em satisfazer ao mesmo grupo de clientes, mas lhes proporcionando distintos componentes do produto (serviços turísticos);
- ✓ **vertical** – através da formação de **redes estratégicas**, onde ocorre o estabelecimento de uma relação fornecedor-cliente unilateral entre os sócios, de tal modo que as atividades objeto de acordo são realizadas por uma das partes, que cede o seu *output* à outra em troca de uma contraprestação.

Diante da argumentação de alguns autores, de que com o crescimento das redes internacionais de comunicação, do transporte mundial e com a globalização das empresas, já não seria

necessário se estar localizado em uma zona geográfica delimitada, Rodríguez Domínguez (2001) se manifesta afirmando que isto não ocorre no “setor” turístico, desde quando,

[...] uma das características [que se destaca no mesmo] é a simultaneidade de produção e consumo que exige dos clientes o deslocamento à própria empresa (na maior parte das ocasiões), sendo insubstituível este deslocamento pelos avanços dos meios de comunicação. Portanto, é necessário que as empresas turísticas se encontrem localizadas numa área geográfica bastante reduzida [ou bem delimitada], sendo impossível a aplicação dos *clusters* virtuais.

Em definitivo, **existem dois tipos de razões para a formação de *clusters*: umas pelo lado da demanda e outras pelo lado da oferta. Ainda que as razões pelo lado da oferta possam chegar a desaparecer com a aplicação dos *clusters* virtuais, não ocorre o mesmo pelo lado da demanda, sendo estas últimas as que prevalecem na hora de defender a construção de *clusters* turísticos**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, 2001, p. 310).

A autora comenta que as empresas, sejam turísticas ou não, competem em forma de *clusters* ou agrupamentos naturais. As empresas, em geral, não se agrupam de modo consciente e deliberado, sob normas contratuais, mas sim, de forma mais ou menos involuntária, competindo em agrupamentos – motivadas pelo aproveitamento das economias de aglomeração e das vantagens territoriais, os quais tendem a comportar-se como um todo, mantendo um equilíbrio dinâmico entre a cooperação e a concorrência. Com o objetivo de aproveitar tais economias, muitos agrupamentos são conformados sob a tutela de um *cluster* institucional, seja pela ação da iniciativa privada ou da Administração Pública. Para a formação de um *cluster* institucional, Rodríguez Domínguez sugere a formalização, pelo menos, das seguintes fases:

- ✓ Identificação das empresas que compõem o agrupamento natural, que devem ser as que vão constituir o *cluster* institucional;
- ✓ Diagnóstico do “setor”, tanto a nível interno como externo;
- ✓ Definição dos objetivos gerais que traduzam o objetivo genérico do *cluster* institucional que é o de melhorar a competitividade;
- ✓ Desenho das estratégias ou atuações genéricas para alcançar os objetivos;
- ✓ Desenho dos planos de ação a nível operativo;

- ✓ A constituição do *cluster* institucional propriamente dita;
- ✓ Realização das ações propostas e o estabelecimento de um sistema de acompanhamento e controle das mesmas.

As “experiências turísticas”, de acordo com a OMT (2000), geralmente têm lugar em pequenas zonas geográficas às quais se podem chamar de conjuntos (*clusters*), onde se cria o sistema de valores que tornará tais experiências competitivas ou não, a depender da realização nesses conjuntos de atividades competitivas distintas das oferecidas pelos rivais / concorrentes.

Um conjunto ou *cluster* turístico é um espaço geográfico no qual tem lugar a totalidade da experiência turística [...]. Os conjuntos estão compostos por uma série de recursos e atrativos turísticos, infra-estruturas, equipamentos, empresas de serviços e outros setores de apoio ou órgãos administrativos, cujas atividades integradas e coordenadas contribuem para proporcionar ao cliente a experiência que ele espera do destino que escolhe visitar, [tradução livre nossa]. (OMT, 2000, p. 68)

Para a Secretaria de Turismo do Governo do México, um *cluster* de turismo deve entender-se como “um âmbito geográfico bem definido, onde se concentram e interrelacionam os atrativos turísticos, infra-estruturas, equipamentos, serviços e organização turística, para oferecer um produto turístico a um mercado determinado [...]” [tradução livre nossa], (MÉXICO (País), 2002b, p. 10).

O Governo do México considera que a competitividade de um agrupamento ou conjunto turístico, se vê determinada pela sua “capacidade para gerar taxas de rentabilidade superiores à média das obtidas por outros *clusters* que operam dentro da mesma indústria a nível nacional e internacional [de maneira sustentada] [...]” [tradução livre nossa], (MÉXICO (País), 2002a, p. 8).

A competitividade favorece o fortalecimento das vantagens singulares dos *clusters*. O aumento da competitividade, conforme o Governo do México, induz a ocorrência de certos impactos para os agrupamentos ou conjuntos turísticos:

- ✓ incremento do atrativo de mercado dos destinos e produtos;
- ✓ inserção exitosa no processo de globalização;
- ✓ maior diferenciação de produtos turísticos a menores custos;
- ✓ redução de custos ao longo da cadeia do “setor”;
- ✓ difusão de conhecimento e tecnologia;
- ✓ aumento do ciclo de vida dos produtos turísticos pela incorporação de atrativos e serviços;
- ✓ aumento da presença dos *clusters* no âmbito internacional;
- ✓ fortalecimento permanente da qualidade de produtos e serviços turísticos;
- ✓ geração de economias de escala (e de escopo) com alto grau de flexibilidade.

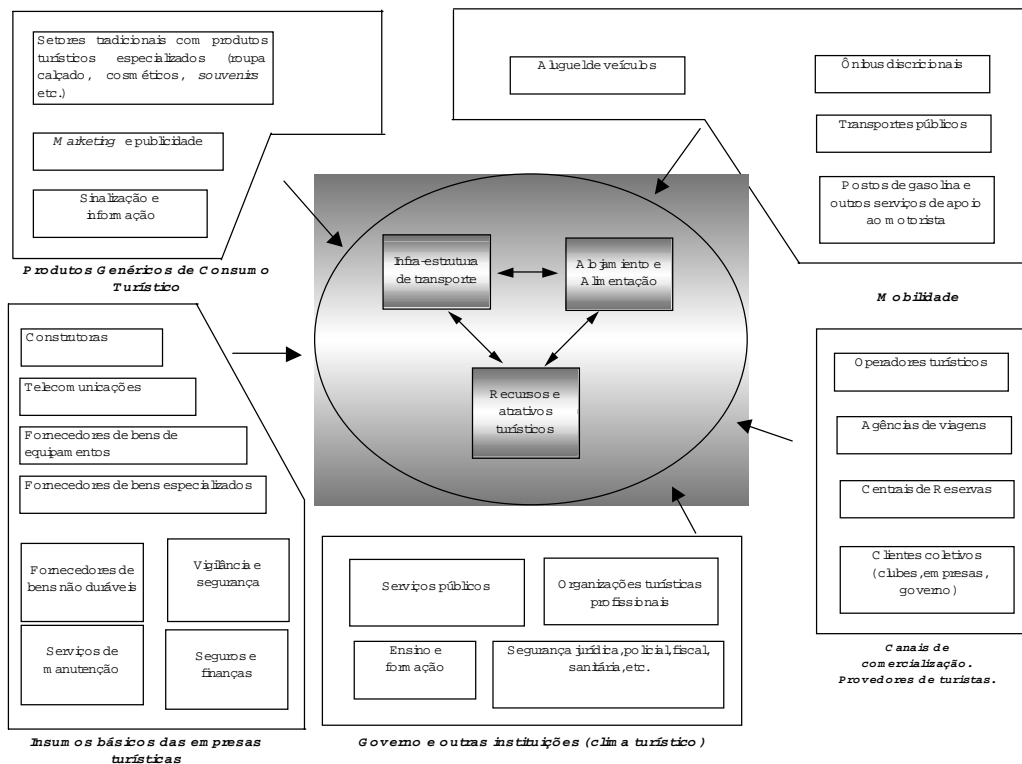
A competitividade turística se alcança, conforme a OMT (2000), no âmbito do destino local, através de uma renovada capacidade de inovação e de melhora constante, nascendo, crescendo e se mantendo dentro dos conjuntos turísticos, considerados como as unidades básicas de competitividade, que participam diretamente no cenário da concorrência nacional ou internacional, competindo com outros conjuntos turísticos. Ou seja, também no turismo, de acordo com o modelo teórico porteriano, a concorrência não ocorre entre países, mas sim entre os *clusters* e os negócios turísticos.

Neste contexto, o setor público e o setor privado devem integrar-se e cooperarem mutuamente para conformar um entorno institucional e empresarial favorável à realização das atividades competitivas de modo eficaz e com um elevado nível de produtividade na utilização dos recursos.

Para Esteve Secall (2002), a competitividade de indústrias ou setores fundamenta-se na “criação de redes empresariais que interatuam e estreitam suas relações graças à sua proximidade e complementaridade física, técnica, econômica e social, em um marco territorial e institucional favorável [...]” [tradução livre nossa], (ESTEVE SECALL, 2002, p.1). Essas redes, segundo o autor, nas quais se assenta a competitividade de qualquer atividade produtiva ou de serviços, podem ser analisadas através do conceito de agrupamento (*cluster*).

Esteve Secall considera que o turismo não é um setor econômico tradicional, mas um conjunto de atividades realizadas por diferentes setores, principalmente de serviços. Neste sentido, a atividade turística se constitui de um núcleo central de empresas, equipamentos e dotações de fatores que, em seu interrelacionamento, conforma o *locus* de fundição da atividade turística. Sobre este centro nuclear incide um amplo conjunto de atividades agrupadas, conforme Esteve Secall, em cinco blocos complementares: produtos genéricos de consumo turístico; insumos básicos das empresas turísticas; mobilidade; canais de comercialização; administração e outras instituições (Figura 3.17).

A integração destes cinco blocos de atividades turísticas com o núcleo central é o que se denomina **o turismo desde o ponto de vista da oferta**; e sua interrelação é o que favorece o aparecimento das vantagens competitivas das empresas que operam no turismo, especialmente quando o núcleo central e os blocos periféricos coincidem no espaço, **ao situarem-se uns próximos dos outros**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (ESTEVE SECALL, 2002, p. 2).



**Figura 3.17 Anatomia das Atividades Turísticas**

Fonte: Esteve Secall, 2002, Anexos.



Em função da necessidade de um marco territorial favorável e do fato das empresas e atividades localizarem-se observando uma relação de proximidade geográfica para, de fato, constituírem um agrupamento, Esteve Secall formula o seu entendimento do conceito de “zona turística”, consoante com tais condicionamentos:

[...] **um território**, normalmente de caráter supramunicipal, caracterizado por uma **grande concentração de atividades turísticas** (ou no qual o turismo é a atividade econômica preferente), onde se ofertam diversos produtos turísticos – ainda que predomine um tipo de produto concreto, **que integra diferentes destinos turísticos**, e que se manifesta como um conglomerado de **três tipos de agrupamentos** de empresas ou entidades turísticas: a) de **caráter empresarial**; b) de **caráter territorial**; e c) de **caráter institucional** [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (ESTEVE SECALL, 2002, p. 2).

Esteve Secall considera a existência de sete características das zonas turísticas que servem para delimitar o seu conteúdo: caráter multiproduto; caráter multissegmento; caráter multimotivação; caráter multidesestino; caráter multicliente; caráter multiorigem; e caráter multiclasse. Em decorrência do anterior, Esteve Secall qualifica o que é um “destino turístico”.

O destino turístico, como parte de uma zona turística ou, simplesmente, como um destino, é também um âmbito geográfico, inferior em tamanho à zona [turística], normalmente de caráter municipal, caracterizado por sua especialização em um produto turístico, por atender a um segmento turístico determinado ou a um tipo de turista atraído por uma só motivação. Portanto, se particularizou-se as características da zona e se escreveu “multi”, passa-se a escrever “mono”, então, encontra-se o conceito “destino turístico”. Ou seja, **a singularidade de caracterização é o traço mais definidor do conceito de destino [turístico]**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (ESTEVE SECALL, 2002, p. 4).

Considerando os conceitos acima explicitados, na abordagem de Esteve Secall, a conjunção dos agrupamentos territoriais, institucionais e empresariais e de suas respectivas vantagens competitivas, é o que vai resultar na competitividade conjunta ou global da zona turística.

[...] a competitividade turística é a capacidade dos agentes que intervêm na atividade turística de um país, de uma região ou de uma zona, para alcançar seus objetivos acima da média do “setor”, de maneira sustentada e sustentável; o que pode

alcançar-se mediante a consecução de rentabilidade financeira acima da média nos âmbitos empresariais, e de rentabilidade social e ambiental como consequência da atuação de organismos e instituições públicas, também se conseguindo obter a máxima satisfação para os turistas. Porque, o objetivo final da competitividade será o melhor atendimento das expectativas de todos os agentes que participam na atividade turística, [tradução livre nossa]. (ESTEVE SECALL, 2002, p. 8).

A competitividade compõem-se de um conjunto de fatores básicos que se apresenta no (Quadro 3.4).

| FATORES EXTERNOS  |  |  |
|---|--|--|
| MACROECONÔMICOS   |  | MACROECONÔMICOS  |
| TANGÍVEIS   |  | Relativos a Zonas Turísticas Concorrentes  |
| PIB<br>Inflação<br>Custos Unitários do Trabalho<br>Tipo de Câmbio Efetivo / Real  |  | Diferencial do PIB<br>Diferencial da Inflação<br>Diferencial dos Custos Unitários do Trabalho<br>Diferencial do Tipo de Câmbio Efetivo / Real  |
| INTANGÍVEIS   |  |  |
| Abertura Exterior<br>Desenvolvimento Tecnológico<br>Nível de Concorrência<br>Cultura Empresarial  |  | Bem a Captação de Turistas<br>Bem em Setores Sensíveis ao Turismo<br>Bem no Interior da Zona Turística<br>Bem no Âmbito do Turismo   |
| FATORES INTERNOS  |  |  |
| EMPRESARIAIS  | INSTITUCIONAIS   | TERRITORIAIS   |
| <i>Se refere a Capacidades "Humanas" de Gestão.</i>   | <i>Tomam visível ou orientam a Empresa e o Território</i>  | <i>Se refere a Capacidades Físicas de Acolhida e Mobilidade</i>  |
| Tamanho<br>Crescimento<br>Produtividade<br>Rentabilidade<br>Grau de Integração em Rede<br>Integração Local<br>Flexibilidade de Produtos e Processos | Proteção do Setor<br>Regulamentação do Setor<br>Consistência de Políticas de Apoio e Promoção<br>Segurança dos Serviços Públicos<br>Confiabilidade dos Serviços Públicos<br>"Clima" Social Favorável<br>Redes "Informais" de Apoio | Qualidade de Recursos<br>Variedade de Recursos<br>Acessibilidade<br>Conectabilidade<br>Flexibilidade de Ofertas Complementares<br>Capacidade de Conectabilidade Empresarial<br>Sustentabilidade do Meio Ambiente |

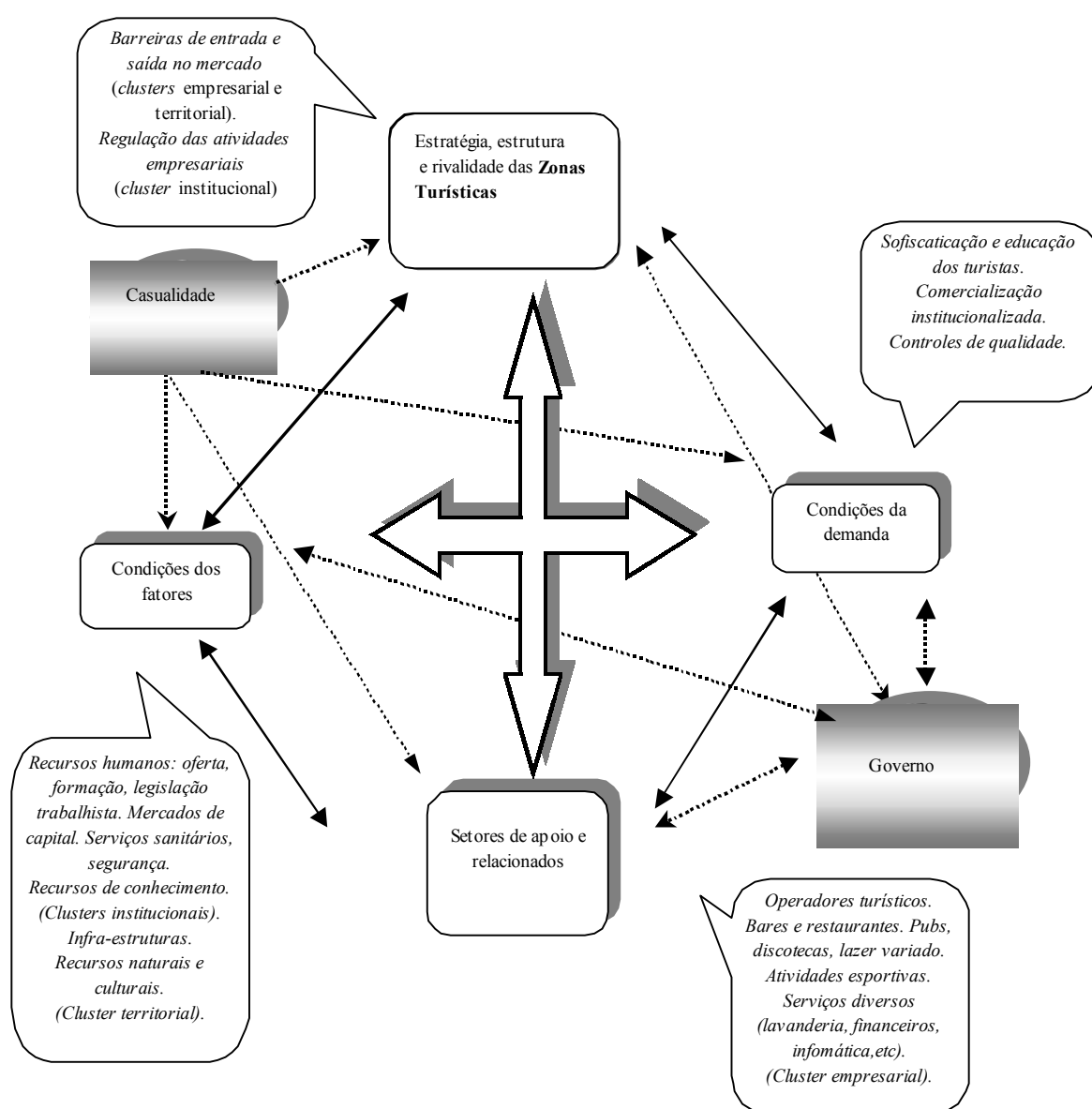
**Quadro 3.4 Fatores Básicos na Competitividade de uma Zona Turística**

Fonte: Esteve Secall, 2002, p. 9.

Deixando de lado os fatores externos de competitividade, os quais a zona turística não tem capacidade de influenciar, Esteve Secall afirma que

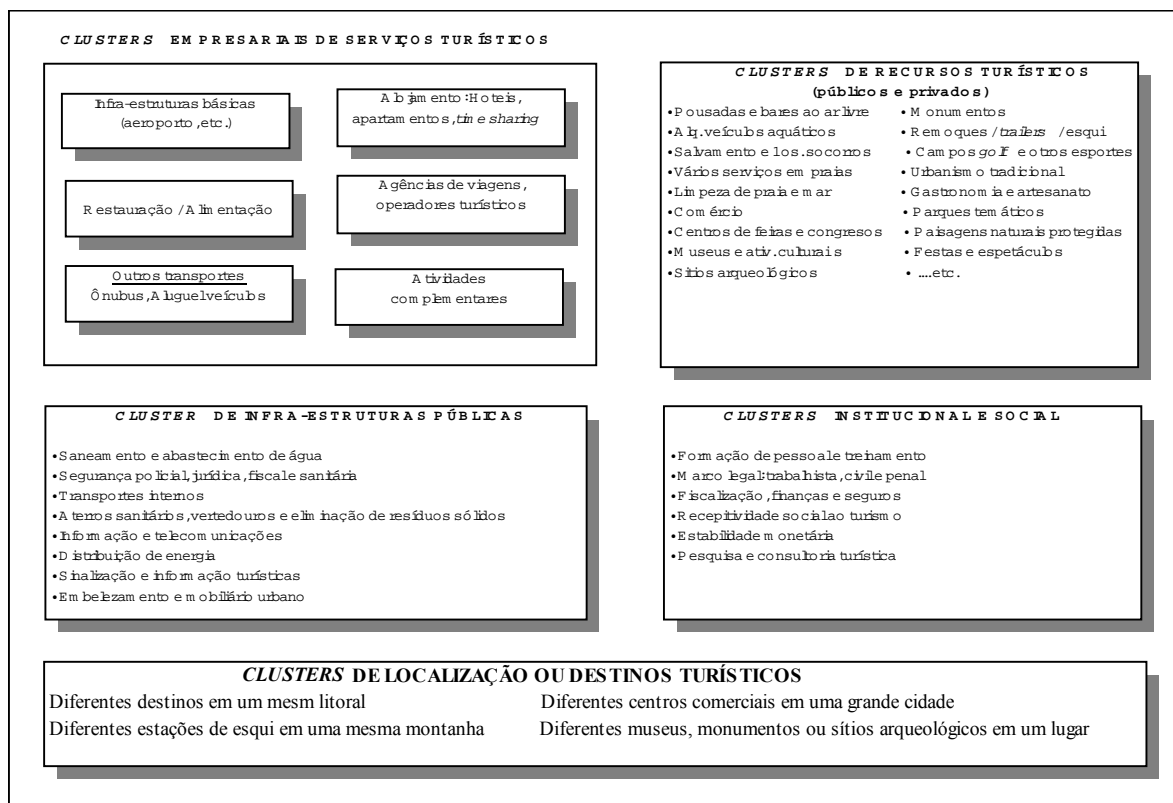
[...] a competitividade de uma zona turística, considerando como tal uma rede de agrupamentos ou clusters empresariais, institucionais e territoriais, se encontra na “reticularidade” – ou intensidade da malha de interrelações, dentro de cada um dos três tipos de clusters, bem como entre os três grupos, [grifo do autor], [tradução livre nossa]. (ESTEVE SECALL, 2002, p. 9).

Logo, a competitividade de uma zona turística resultará da “combinação das competitividades” dos diferentes agrupamentos que a configuram, bem como do nível de estreiteza e coesão dos relacionamentos entre eles. A (Figura 3.18), traz uma adaptação realizada por Esteve Secall da sua tipologia de agrupamentos turísticos ao modelo do Diamante da Competitividade de Michael Porter. Já a (Figura 3.19, p. 388), apresenta a estrutura das zonas turísticas por agrupamentos, na qual o *cluster* territorial encontra-se dividido nos agrupamento de infra-estruturas, de recursos turísticos e de localização.



**Figura 3.18 O Diamante da Competitividade das Zonas Turísticas**

Fonte: Esteve Secall, 2002, Anexos.



**Figura 3.19 Estrutura das Zonas Turísticas por Agrupamentos**

Fonte: Esteve Secall, 2002, Anexos.

Esteve Secall (2002) entende que um agrupamento, *cluster* ou sistema produtivo local é um conceito perfeitamente transportável às atividades turísticas, apresentando como principais características: proximidade geográfica; proximidade técnico-produtiva; interrelação e interdependência; busca da competitividade; atuação conjunta para criar “climas” propícios à sua atividade; favorecimento à inovação e ao fluxo da informação; organicidade e poder para pressionar a administração pública.

Nessa perspectiva, o autor cita Camisón, que define o *cluster* turístico como “grupos de empresas e serviços turísticos relacionados geograficamente, comercial e tipologicamente” [tradução livre nossa], (CAMISÓN, 1998, *apud* ESTEVE SECALL, 2002, p. 13), sendo um conceito similar ao de distrito industrial e ambos ao conceito de destino turístico. Esteve Secall, **identifica esta noção do destino ou *cluster* com o que ele denomina de zona**

**turística, a qual, mais que um agrupamento é um conglomerado de agrupamentos**, ou seja, para o autor **uma zona turística contém, ou pode conter, vários *clusters* turísticos**.

Como já mencionado neste trabalho, nos dias atuais a competição ocorre não entre países ou entre empresas, mas sim, reforça Esteve Secall, entre “redes multidirecionais de empresas”, ou conglomerados de empresas trabalhando em rede, especializadas na produção, comercialização e/ou venda de determinados produtos no mercado; ou seja, **a competição se dá entre os agrupamentos ou sistemas produtivos locais**.

Relativamente ao turismo, uma atividade em que produção e consumo ocorrem simultaneamente, e cujo consumo se materializa numa “experiência vivida” em um determinado lugar ou em um conjunto de lugares concreto, o autor analisa que

**o território que recebe a produção-consumo turísticos é um fator-chave ou determinante dessas redes**. Isto porque a proximidade física e funcional das diferentes ofertas produtivas dos múltiplos setores ou sub-setores turísticos é básica na satisfação da demanda, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (ESTEVE SECALL, 2002, p. 16).

Considerando o caráter transversal da atividade do turismo, Esteve Secall afirma que **não existem “empresas turísticas”**. Segundo o autor,

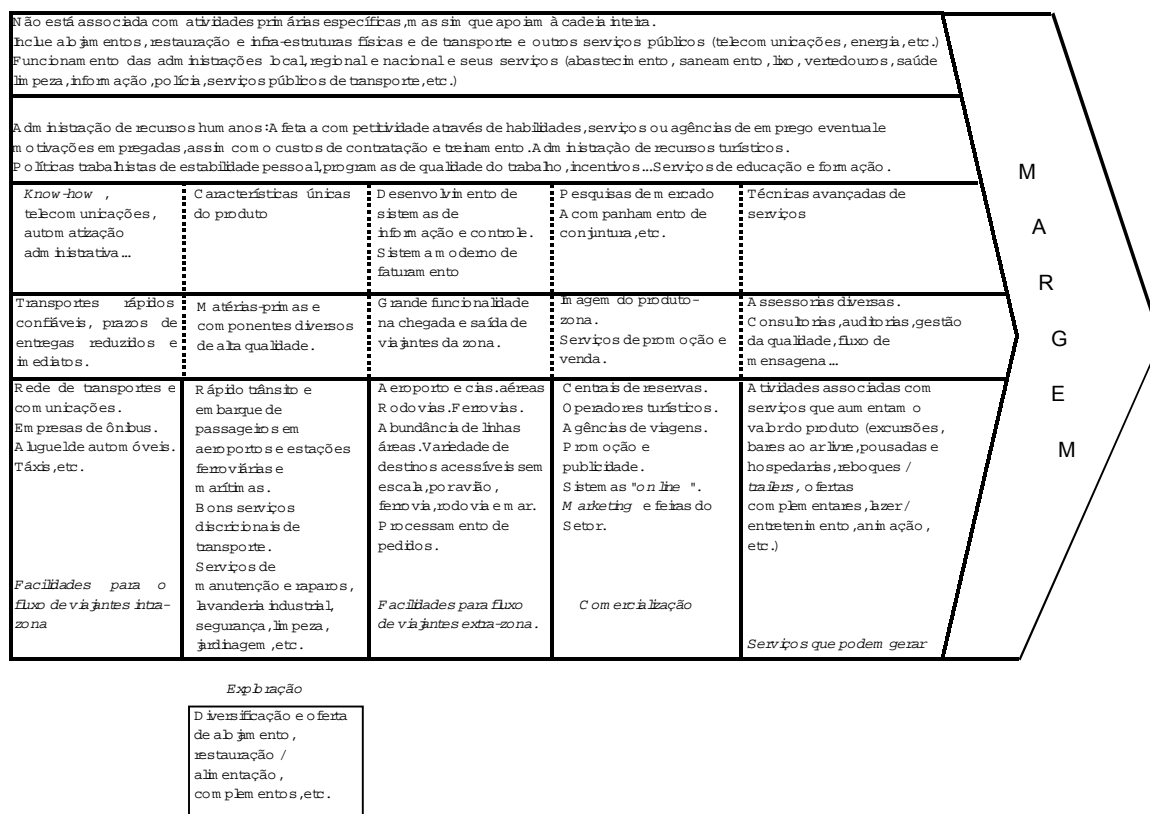
existem empresas hoteleiras, restaurantes, transportadoras, empresas de entretenimento / lazer, etc. Todas elas satisfazem parte das demandas e necessidades do turista, mas **não são empresas turísticas strictu sensu** porque não satisfazem à totalidade das necessidades do cliente-turista. **Não existe nenhum tipo de empresa que possa satisfazer a totalidade das demandas do turista**. [...] Logo, a **atividade turística é uma atividade de empresas que trabalham e se comunicam “em rede”** entre si, já que todas elas atendem ao turista, independente se tais empresas possuem internamente uma estrutura de trabalho em rede ou não. E para que aconteça a produção-consumo turísticos com a máxima eficiência e qualidade, é preciso que tais empresas **funcionem de modo interrelacionado**, pelo menos as “**nucleares**”, ou seja, as **que satisfazem as necessidades essenciais do consumidor turístico: alojamento, transporte e alimentação**, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (ESTEVE SECALL, 2002, p. 16-17).

O tradicional esquema linear de fornecimento dos insumos que propiciam a consecução e oferta do produto turístico está, de acordo com Esteve Secall, tornando-se obsoleto, dando lugar às redes de valor, as quais se baseiam na busca de soluções adaptadas às necessidades não só dos clientes, mas também das empresas “nucleares” da zona turística ou conglomerado de agrupamentos turísticos, sendo impulsionadas por determinados fatores-chave: certeza; rapidez; maiores receitas / rendas; e aumento da produtividade. “[...] na rede de valor **tudo se centra no cliente**. [...] [ela abrange] a **eleição do cliente-turista**, a **criação de valor** e a **entrega-recepção do produto segundo o pactado** [...]” [grifo nosso], [tradução livre nossa], (ESTEVE SECALL, 2002, p. 19).

Em termos competitivos, seguindo a abordagem do autor, o valor, visto pelo lado da demanda, corresponde à quantia que os compradores – os turistas, estão dispostos a pagar pelo conjunto de serviços turísticos que esperam receber, ou seja, é o preço que pagarão pelas “experiências” que uma zona turística pode oferecer-lhes. Já pelo lado da oferta, o valor, em conformidade com a lógica empresarial, equivale ao total das receitas ou rendimentos obtidos pela empresa em sua atividade, o qual deve superar os custos, de modo a garantir a obtenção de uma margem, o lucro das empresas.

Para a análise da vantagem competitiva de determinadas zonas turísticas em relação a outras, a comparação entre as cadeias de valor das distintas zonas concorrentes põe em evidência as diferenças e as respectivas fontes de valor em que se fundamenta sua competitividade (Figura 3.20, p. 391).

Assim, são as análises das cadeias de valor das zonas [turísticas], ao invés do valor agregado (obtido das macromagnitudes contábeis), a melhor forma de conhecer as vantagens ou as desvantagens competitivas das zonas turísticas, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (ESTEVE SECALL, 2002, p. 21)



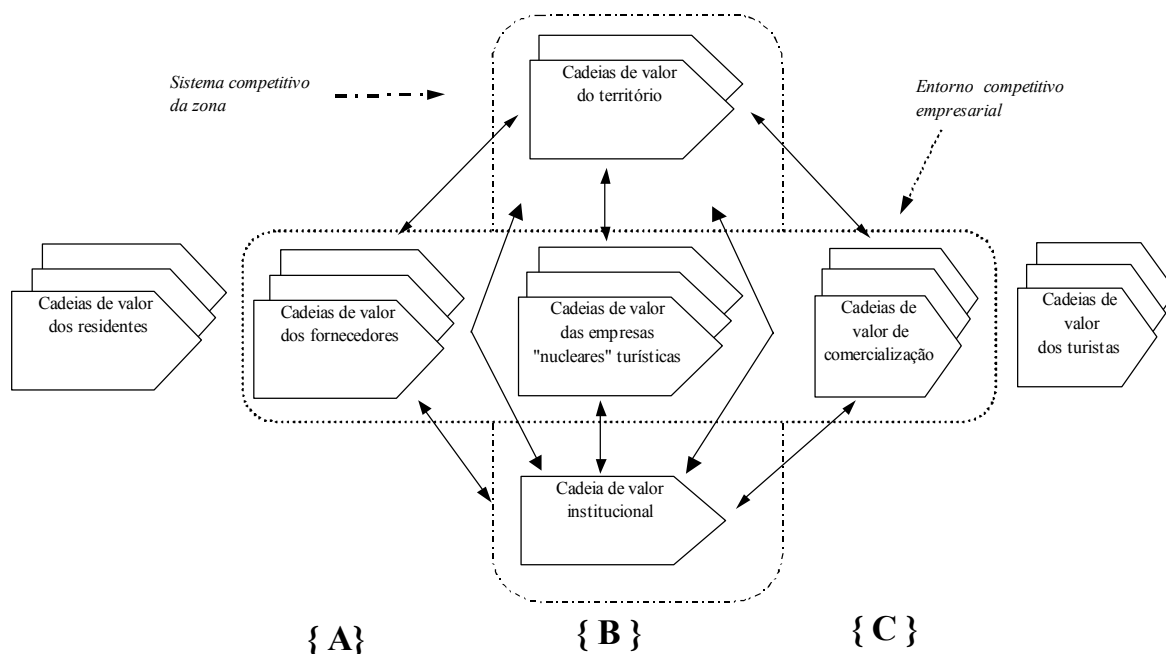
**Figura 3.20 Cadeia de Valor das Zonas Turísticas**

Fonte: Esteve Secall, 2002, Anexos.

Conjugando os esquemas dos agrupamentos ou *clusters* que configuram as zonas turísticas, com os descritos na estrutura das cadeias de valor, Esteve Secall conforma o que ele denomina de “sistema de valor das zonas turísticas” (Figura 3.21, p. 392). No eixo horizontal deste sistema, se encontram representadas as cadeias de valor dos provedores ou fornecedores das empresas nucleares do turismo, seguindo-se as das empresas que constituem o “núcleo central” da atividade turística, e as das empresas distribuidoras e comercializadoras do produto turístico; se situando na origem as cadeias de valor dos residentes da zona turística e no final as correspondentes aos turistas. No eixo vertical aparecem as cadeias de valor do território e a cadeia de valor institucional, junto às cadeias de valor empresariais.

Os três elementos do eixo horizontal conformam o entorno competitivo empresarial da zona turística, enquanto os três elementos do eixo vertical configuram o sistema competitivo da

zona turística. Os consumidores / turistas, são os destinatários últimos de todo o sistema de valor das zonas turísticas.



**Figura 3.21 O Sistema de Valor das Zonas Turísticas**

Fonte: Esteve Secall, 2002, Anexos.

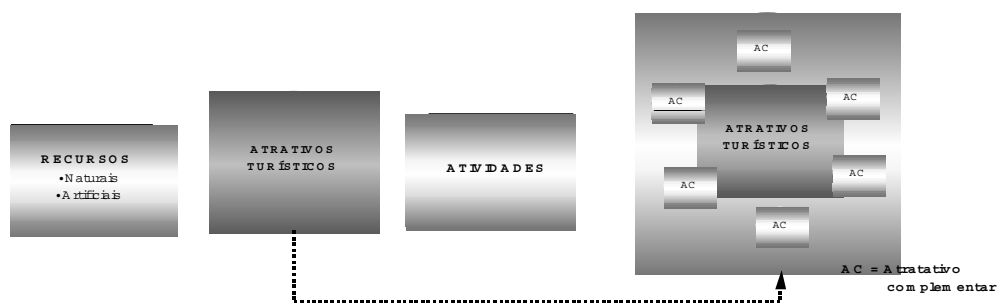
O elemento básico para a possível integração de um *cluster*, de acordo com o Governo do México,

é a existência de um produto turístico consolidado e/ou com potencial de mercado que tenha a **capacidade de gerar uma dinâmica integradora dos distintos elos da cadeia produtiva do “setor”**. Ou seja, o produto turístico deve funcionar como motor na conformação de uma rede integral de serviços apoiados solidamente em esquemas de fornecimento / abastecimento e infra-estruturas de base local e regional, [grifo nosso], [tradução livre nossa]. (MÉXICO (País), 2002a, p. 6).

Neste ponto do trabalho, descreve-se o processo de integração de *clusters* turísticos competitivos, seguindo-se o esquema analítico elaborado pelo Governo do México:

1º- Um agrupamento turístico está referenciado a um espaço geográfico onde se concentram os **atrativos** – principal e complementares, conformados por recursos naturais e/ou artificiais e por atividades que possam ser desenvolvidas (ver Figura 3.22, p. 393).

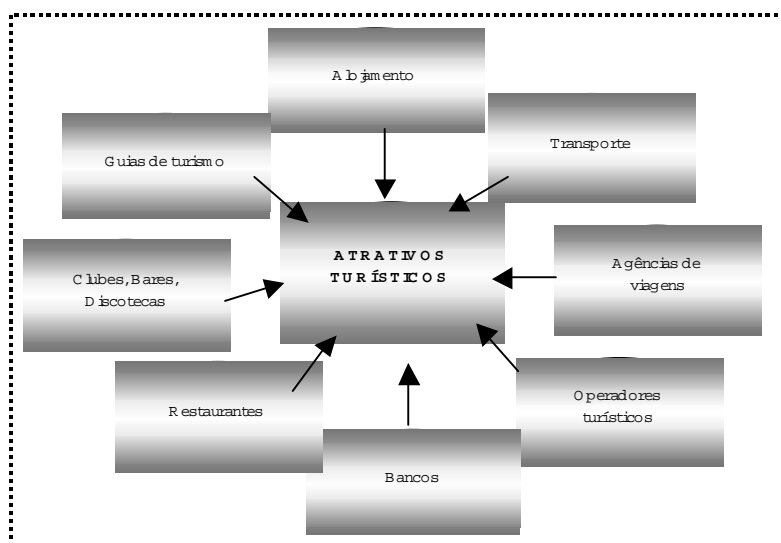




**Figura 3.22 Atrativos Turísticos**

Fonte: México (País). Secretaria de Turismo, 2002a, p. 62.

2º- A oferta de **serviços e equipamentos** possibilita aos turistas desfrutarem e aproveitarem os atrativos do lugar visitado, atuando como elementos facilitadores para a consecução da atividade do turismo (ver Figura 3.23).

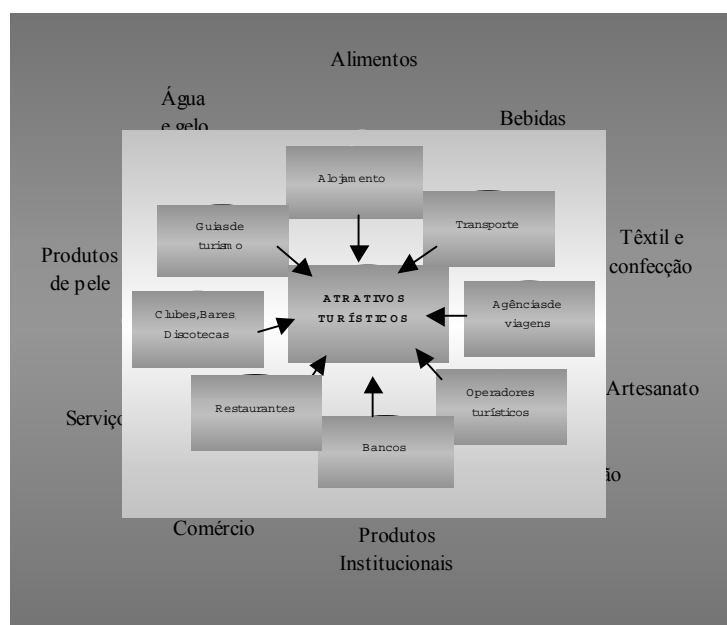


**Figura 3.23 Serviços e Equipamentos**

Fonte: México (País). Secretaria de Turismo, 2002a, p. 62.

3º- As **empresas** que proporcionam a oferta turística necessitam do fornecimento de insumos e elementos institucionais para o desempenho de suas atividades. Os fornecedores ou provedores podem se encontrar estabelecidos no mesmo âmbito geográfico em que atuam os prestadores de serviços turísticos, podendo ocorrer, no entanto, que para algumas

necessidades, se localizem fora das fronteiras regionais e nacionais, em função de fatores econômicos, logísticos ou vinculados à concentração industrial, (Figura 3.24).



**Figura 3.24 Indústrias e Setores Fornecedores**

Fonte: México (País). Secretaria de Turismo, 2002a, p. 63.

4º- As **infra-estruturas** econômicas e sociais funcionam como o enlace da oferta com os mercados, além de propiciarem o fortalecimento e o desenvolvimento da atividade do turismo, (Quadro 3.5).

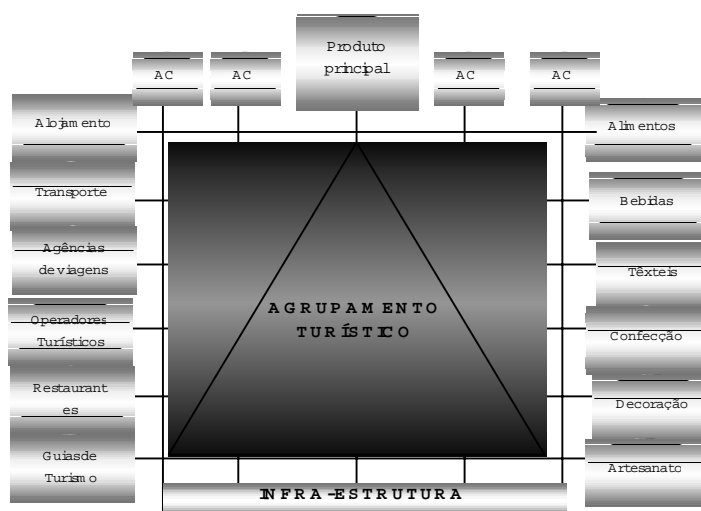
| FÍSICA   | COMERCIAL   | RECURSOS HUMANOS  | RECURSOS FINANCEIROS  |
|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Aeroportos</li> <li>♦ Rodovias</li> <li>♦ Telecomunicações</li> <li>♦ Água potável e esgotos</li> <li>♦ Eletricidade</li> <li>♦ Sinalização</li> <li>♦ Centros de informação</li> <li>♦ Serviços médicos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Centros comerciais</li> <li>♦ Praças turísticas</li> <li>♦ Mercados de artesanato</li> <li>♦ Feiras e exposições</li> <li>♦ Eventos comerciais</li> <li>♦ Praças comerciais</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Universidades</li> <li>♦ Escolas de turismo</li> <li>♦ Escolas de idiomas</li> <li>♦ Centros de capacitação</li> <li>♦ Disponibilidade de recursos humanos</li> <li>♦ Disponibilidade de guias turísticos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ Investimento público</li> <li>♦ Investimento privado</li> <li>♦ Fundos turísticos</li> <li>♦ Fundos de financiamento setorial</li> <li>♦ Programas financeiros federais e estaduais</li> </ul> |

**Quadro 3.5 Indústrias e Setores Fornecedores**

Fonte: México (País). Secretaria de Turismo, 2002a, p. 63.

Os quatro elementos acima descritos, são os componentes da oferta turística de uma região que podem constituir-se na base para a integração de um *cluster* de turismo. A conformação de um agrupamento turístico a partir desses quatro componentes anteriores só se tornará possível (Figura 3.25), de acordo com o Governo do México,

mediante o estabelecimento de relações horizontais e verticais entre as distintas - unidades econômicas que operam dentro do “setor”, no qual tais relações giram em volta do produto principal e são definidas em quatro direções principais: interempresarial (prestadores de serviços turísticos); interinstitucional; empresa-fornecedores; e empresa-instituições, [tradução livre nossa]. (MÉXICO (País), 2002a, p. 64)

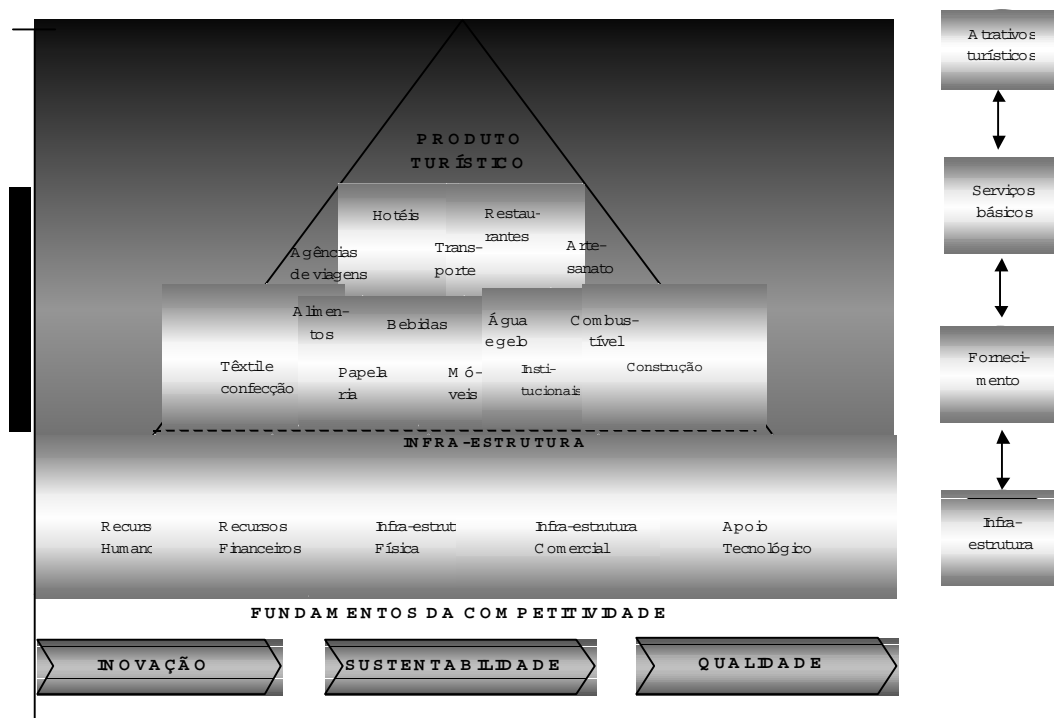


**Figura 3.25 Conectividade entre Agentes Participantes**

Fonte: México (País). Secretaria de Turismo, 2002a, p. 64.

Neste sentido, em conformidade com o Governo do México, a organização turística é o fator fundamental para a criação e o fortalecimento das redes de cooperação e coordenação entre os agentes que participam do agrupamento (Figura 3.26, p. 396).

Adicionalmente, a organização turística deve levar em conta critérios de inovação, de sustentabilidade e de qualidade no desenho e construção das redes de enlace [...] entre os distintos agentes participantes no “setor” turístico, para que o agrupamento resultante opere orientado por um enfoque de competitividade, [tradução livre nossa]. (MÉXICO (País), 2002a, p. 65).



**Figura 3.26 Agrupamento Turístico Competitivo**

Fonte: México (País). Secretaria de Turismo, 2002a, p. 65.

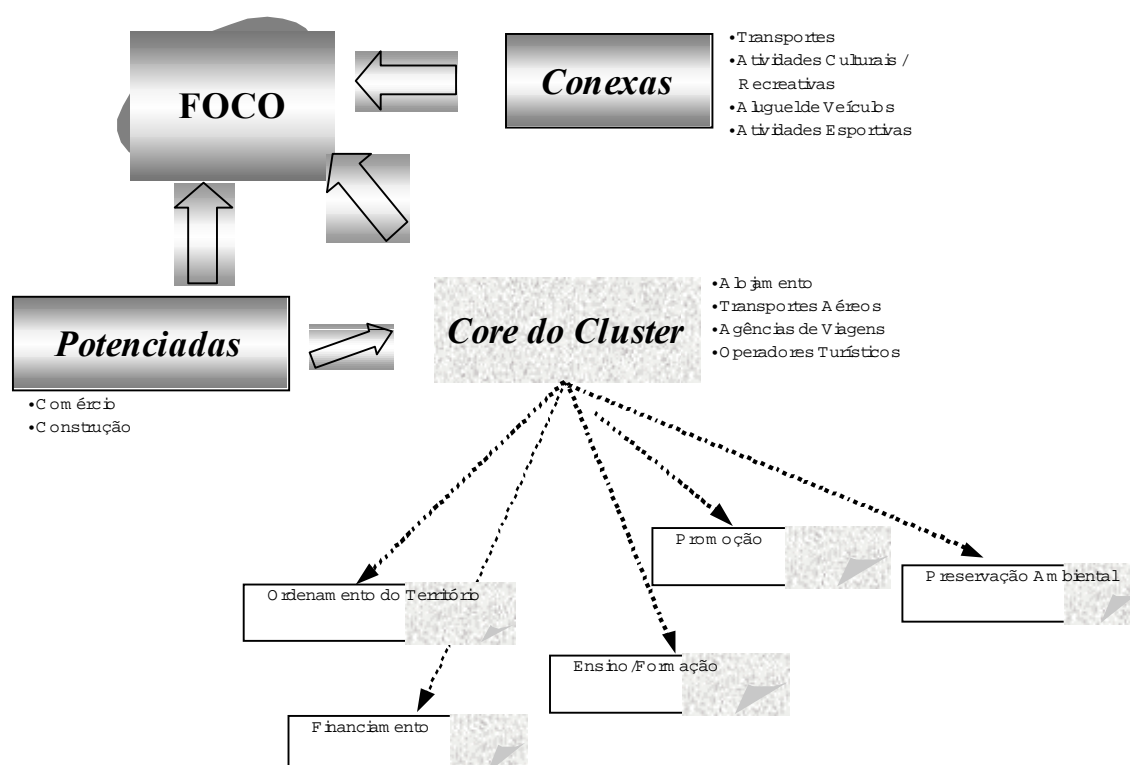
O **turismo**, conforme Gouveia e Duarte (2001), por se constituir uma multiplicidade de atividades de resposta a distintas procuras, apresenta uma característica de heterogeneidade, que **não possibilita a sua consideração como um setor típico de uma classificação de atividades econômicas, e sim como um conceito integrador de atividades ligadas aos serviços prestados ao viajante**, cuja existência é o denominador comum e a razão de ser das atividades turísticas. Nesta perspectiva, **a análise do *cluster* turismo pressupõe como foco “o visitante”**, a partir do qual se pode tentar perceber ou detetar o conjunto de atividades vinculadas à crescente movimentação das pessoas.

O conceito de *cluster* subjacente à abordagem de Gouveia e Duarte, pressupõe que

a atividade turística depende de atividades e empresas relacionadas – a montante, a jusante e na órbita da sua própria esfera de oferta, atuando de forma interligada através da co-responsabilidade dos diversos intervenientes, fundamental para a competitividade do turismo. (GOUVEIA e DUARTE, 2001, p. 17).

Deste modo, as autoras abordam as atividades do *cluster* (Figura 3.27 e Quadro 3.6, p. 398), de acordo com os níveis de aproximação ao foco, o visitante:

- conjunto de atividades características que oferecem bens e/ou serviços que deixariam de existir em quantidades significativas se não houvesse consumo turístico – **núcleo ou “core do cluster”**, como sejam, a restauração [alimentação], o alojamento, os transportes, as agências de viagens e os operadores turísticos [que se destacam pelo efeito estruturante da oferta turística ao integrar em estratégias comuns, a montante e a jusante, as demais atividades];
- conjunto de **atividades conexas** que oferecem serviços ou produtos que são afetados significativamente pelo turismo, ou são importantes para o turismo, independentemente do nível de utilização do produto;
- atividades econômicas não diretamente turísticas, nomeadamente, a construção e outras de forte conteúdo local, **potenciadas pelo turismo**;
- **outras atividades**, de carácter horizontal, que influenciam o desenvolvimento do turismo, [grifo das autoras]. (GOUVEIA e DUARTE, 2001, p. 18).



**Figura 3.27** Atividade do Cluster Turismo e suas Relações com o Foco

Fonte: Gouveia e Duarte, GEPE, 2001, p. 18.

| FOCO: Visitante |  |                        |  |
|-----------------|--|------------------------|--|
| CAE             | Atividades do cluster  |                        | Observações  |
| 55              | Alojamento e restauração   | Core do Cluster        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 551 – Estabelecimento hoteleiros (inclui <i>time sharing</i>);</li> <li>■ 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração; Alojamento privado;</li> <li>■ 553 – Restaurantes; e</li> <li>■ 554 – Estabelecimentos de bebidas (inclui cafeterias, cervejarias, bares, pastelarias, etc., c/ ou s/ espetáculo). A restauração/alimentação pode ou não ser um produto turístico, conforme a localização geográfica e a época do ano.</li> </ul>   |
| 62              | Transportes aéreos   |                        |  |
| 633             | Agências de viagens e de turismo                                   |                        |  |
|                 | Operadores turísticos  |                        |  |
| 60              | Transportes terrestres   | Atividades conexas     | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 601 – Transporte ferroviário;</li> <li>■ 602 – Outros transportes terrestres.</li> </ul> <p>Nestas duas atividades, há claramente uma parte que é imputável ao turismo.</p>   |
| 61              | Transportes por água   |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Uma pequena parcela (transporte de passageiros) é imputável, quase na totalidade, ao turismo.</li> </ul>  |
| 71              | Aluguel de máquinas e equipamentos                                 |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 711 – Aluguel de automóveis; e</li> <li>■ 714 – Aluguel de bens de uso pessoal e doméstico, n.e. (inclui o aluguel de equipamentos desportivos – barcos de recreio, marinas, bicicletas, etc.)</li> </ul>   |
| 92              | Atividades recreativas, culturais e desportivas                    |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculo, (inclui teatros, espetáculos musicais e outras atividades artísticas e literárias, para além dos parques de diversão);</li> <li>■ 9252 – Atividades dos museus e conservação de locais e monumentos históricos;</li> <li>■ 926 – Atividades desportivas (inclui gestão de instalações desportivas, promoção e organização de eventos desportivos e as várias modalidades); e</li> <li>■ 927 – Outras atividades recreativas (inclui os cassinos e a pesca recreativa, entre outros).</li> </ul> |
| 93              | Outras atividades de serviços                                      |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 93401 – Termalismo</li> </ul>   |
| 52              | Comércio varejista   | Atividades potenciadas | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Inclui o comércio de artesanato e <i>souvenirs</i>, as feiras temáticas e o comércio eletrônico de viagens e pacotes de férias.</li> </ul>  |
| 45              | Construção   |                        |  |
| 65              | Intermediação financeira   | Outras Atividades      | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Investimentos elevados por parte de empresas de grande dimensão, com um elevado período de recuperação de capitais que indicam grandes níveis de risco.</li> </ul>  |
| 74              | Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Destacam-se a publicidade e os estudos de mercado.</li> </ul>   |
| 751             | Administração pública em geral, econômica e social.                |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Planejamento;</li> <li>■ Ambiente e ordenamento do território;</li> <li>■ Promoção do produto turístico nacional.</li> </ul>  |
| 80              | Educação   |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 8022 – Ensino secundário técnico e profissional;</li> <li>■ 803 – Ensino superior;</li> <li>■ 80421 – Formação profissional.</li> </ul>   |
| 851             | Atividades de saúde humana   |                        |  |
| 9111            | Organizações econômicas e patronais                                |                        |  |

**Quadro 3.6 Atividades do Cluster Turismo**

Fonte: Gouveia e Duarte, 2001, p. 26.

Para se chegar à identificação das atividades que integram o tecido econômico-produtivo do *cluster* turismo, Gouveia e Duarte sugerem uma metodologia baseada na interação das seguintes análises:

- uma análise quantificada dos fluxos / relações da Matriz das Contas Nacionais, onde se considerariam os impactos que o “*core* do *cluster*” produziu nas diferentes atividades econômicas;
- uma avaliação de natureza qualitativa do núcleo de atores / atividades, através das tendências que se perspectivam em áreas como, a sustentabilidade do turismo ao nível regional, a cooperação dos diferentes níveis de atuação de forma a ir ao encontro das várias motivações do turista que, embora de fraco significado econômico quando medidas pelos métodos quantitativos, assumem, porém, especial importância no processo de modernização, competitividade e atratividade do *cluster*.

A importância econômica das atividades que, direta ou indiretamente, se relacionam com o turismo, entendido como o conjunto das atividades – Alojamento e Restauração [Alimentação], Transportes Aéreos e Agências de Viagens, é estimada a partir dos fluxos inter-setoriais das Matrizes das Contas Nacionais que permitem calcular os efeitos diretos e indiretos daquelas atividades em relação a todos os outros setores da atividade econômica [...] Assim, a partir da aplicação dos multiplicadores de produção podem-se quantificar os efeitos diretos e indiretos produzidos pelas atividades do *core* do *cluster* sobre o conjunto da economia. [...] Utilizando as técnicas de análise matricial [é] possível, também, [se] calcular o peso do conjunto das atividades do *core* do *cluster* [...] no total da economia [...]. (GOUVEIA e DUARTE, 2001, p.19;21).

Em relação à abordagem de Esteve Secall (2002), que privilegia a análise das cadeias de valor como a melhor alternativa para se conhecer o nível de competitividade de uma “zona turística”, percebe-se uma divergência quanto à ênfase colocada na metodologia de Gouveia e Duarte (2001), nos métodos quantitativos e nos agregados macroeconômicos derivados do sistema de contas nacionais, pelo menos nos aspectos relacionados à análise quantificada dos fluxos inter-setoriais do *core* do *cluster*. Quando as autoras fazem referência à avaliação qualitativa do núcleo de atores / atividades, a nível de tendências e perspectivas, se vislumbra uma possibilidade de convergência entre os dois modelos analíticos.

O *core* do *cluster* do turismo engloba, segundo Gouveia e Duarte, um amplo conjunto de entidades produtoras de serviços – alojamento e alimentação e transporte aéreo, e entidades de intermediação – operadores turísticos e agências de viagens, que em conjunto, buscam solucionar e atender, quase que sob encomenda, as necessidades dos turistas.

Uma característica da cadeia de valor do turismo, de acordo com as autoras, é o fato da mesma não envolver um produto físico, traduzindo-se em prestação de serviços, os quais, além de não poderem ser transacionados, têm de ser consumidos no ato da aquisição (Figura 3.28, p. 401).

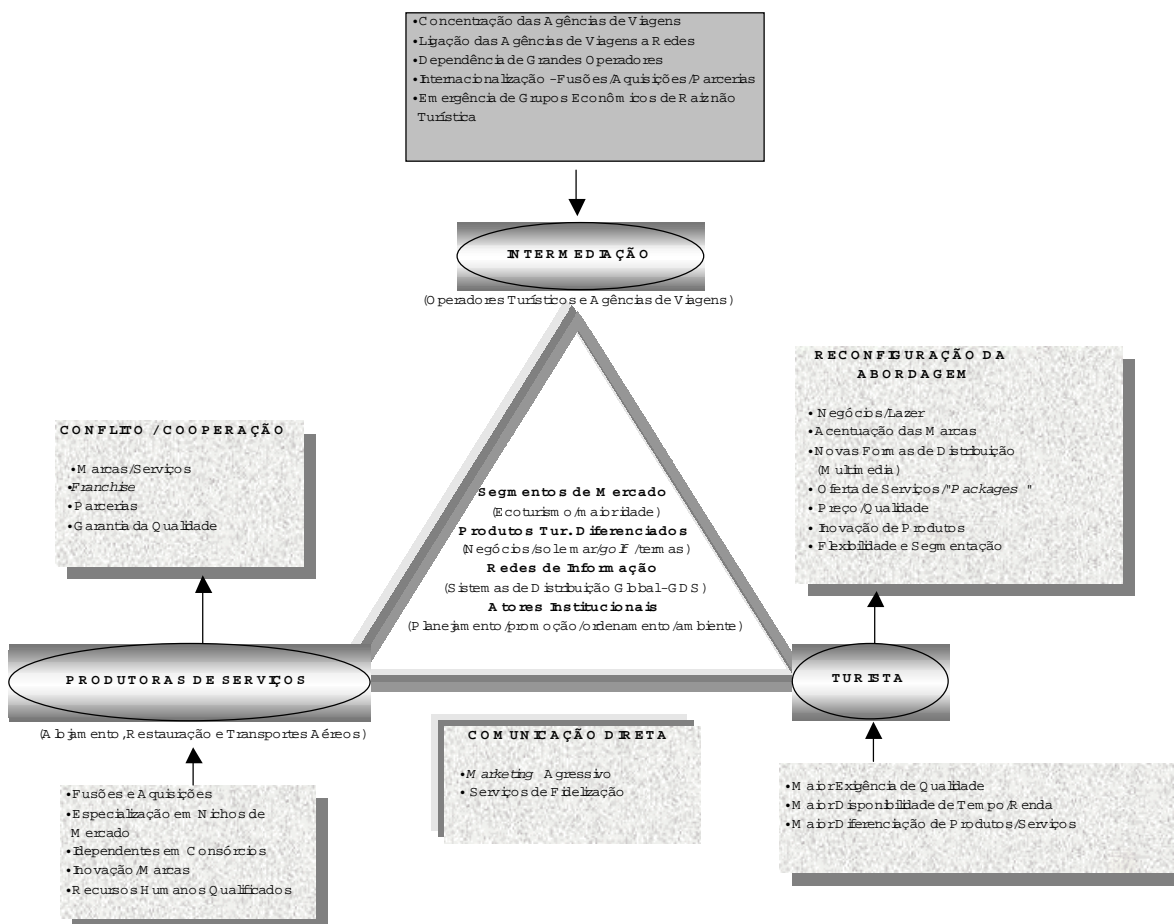
As inter-relações entre os distintos agentes que intervêm no processo só se viabilizam mediante a troca de informação, que passa a se constituir um elemento determinante na atividade do turismo, caracterizando uma modificação da cadeia operacional turística, com a tendência à concentração da demanda através dos meios de informação.

A globalização crescente do turismo que se traduz numa interligação cada vez maior entre os diversos atores turísticos, implica um [também] crescente envolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC), que têm se tornado um dos fatores determinantes da competitividade das atividades turísticas. [...] O desenvolvimento de redes no âmbito da oferta turística apoiado pelas TIC permite o fornecimento de produtos turísticos especializados, inovadores e completos. As organizações turísticas [se] beneficiam cada vez mais com a utilização da Internet no fornecimento de serviços de informação personalizados, na obtenção de conhecimento sobre o mercado e a concorrência, e no desenvolvimento do comércio eletrônico. (GOUVEIA e DUARTE, 2001, p. 25-26).

Nesse contexto, as autoras comentam que a possibilidade de trabalhar em rede propicia uma maior divulgação da oferta turística, fornece um instrumento adicional para a melhoria da gestão empresarial, bem como da informação relativa ao mercado, permitindo assim, a geração de valor novo e diferenciado que se incorpora à respectiva cadeia, resultando na ampliação da competitividade do *cluster* do turismo, a qual, concretamente, se traduzirá na maior rapidez de resposta por parte da oferta turística e na sua maior flexibilidade,



conformando fatores competitivos de fundamental e estratégica relevância para a economia de países e regiões receptores de turismo.



**Figura 3.28 Cadeia de Valor Turística**

Fonte: Gouveia e Duarte, GEPE, 2001, p. 25-26.

Complementando esta abordagem sobre os conceitos de cadeias e *clusters* referidos ao turismo, insere-se três figuras que demonstram a visão de Gollub, Hosier e Woo (2002 ou 2003), do *ICF Consulting*, os quais retratam a estrutura de *cluster* em três distintas configurações.

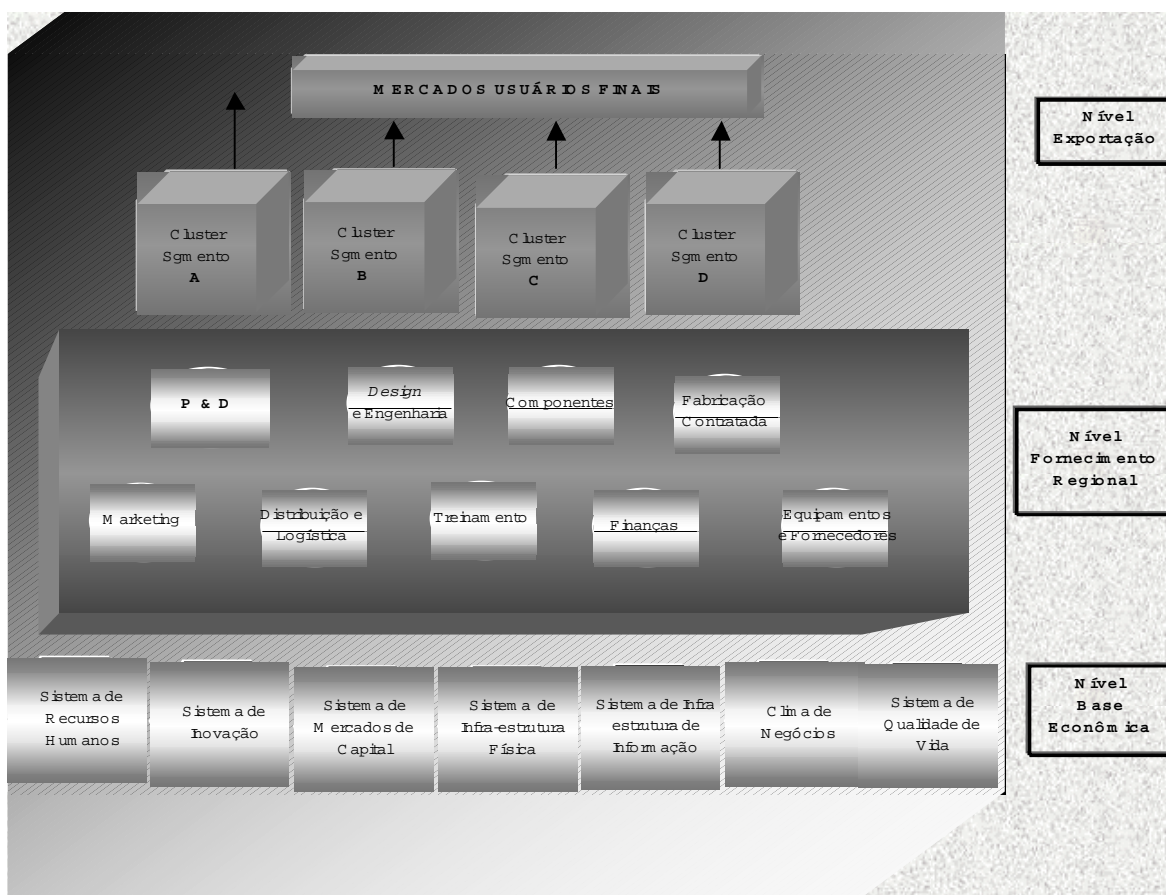
A primeira, (Figura 3.29, p. 403), apresenta uma estrutura de *cluster*, pela qual se percebe que a base econômica e os fornecedores a nível regional devem estar integrados, conformando uma rede econômica e institucional com aptidão para atender aos diferentes agrupamentos de empresas, indústrias, atividades econômicas e negócios - distribuídos nos mais variados

setores da economia, direcionada para *clusters* segmentados, em correspondência a mercados usuários finais também segmentados. Assim, teria-se o *cluster* da construção civil, o *cluster* da indústria automobilística, o *cluster* têxtil, ..., como também o *cluster* do turismo. Como esta segmentação setorial reveste-se de um elevado nível de agregação, caberia em cada um desses “grandes” *clusters*, implementar-se um processo de segmentações sucessivas, orientado por sub-setores, por mercados / motivações e por áreas espaciais ou âmbitos territoriais de abrangência ou influência.

Já a segunda, (Figura 3.30, p. 404), traz uma estrutura de cluster de turismo na qual pode notar-se a divisão do nível das indústrias fornecedoras em três sub-níveis, que suprem as empresas e indústrias de exportação final desde as atividades produtivas mais amplas e genéricas, passando pelas de suporte e relacionadas, até aquelas ditas características ou específicas do turismo. O aspecto central da segmentação evidencia-se ao nível dos mercados finais de exportação, tanto pelo lado da demanda – distintas motivações e experiências de visita / nichos de mercado, como pelo lado da oferta – adequação dos destinos pelo provimento das estruturas receptivas requeridas por cada segmento de mercado.

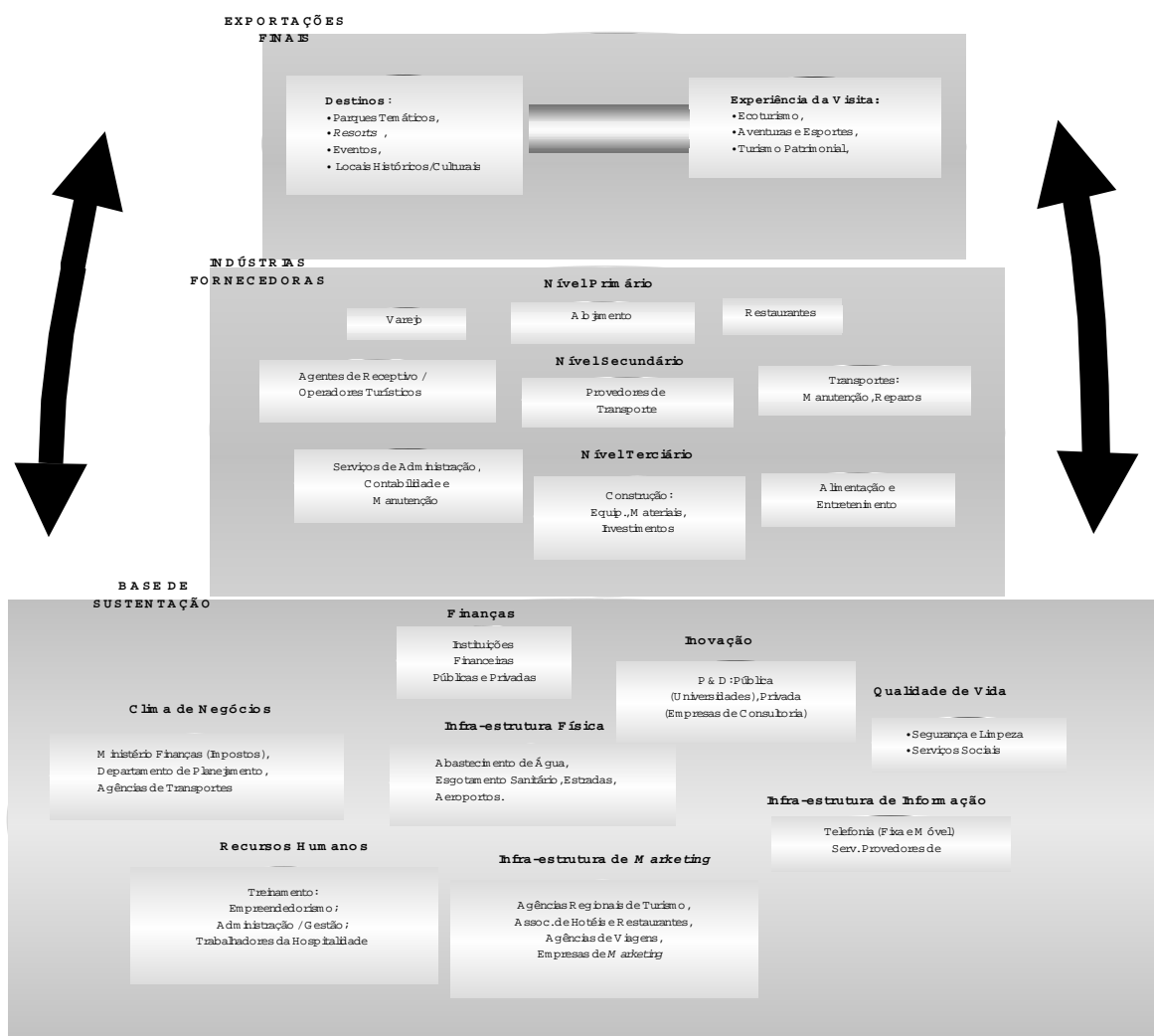
Na terceira, (Figura 3.31, p. 405), a concepção da cadeia de valor regional de turismo contempla os encadeamentos produtivos, horizontais e verticais, dentro da região de destino, bem como os interrelacionamentos e complementariedades com regiões exteriores, que vão, em conjunto, refletir o nível atual e o potencial de crescimento da atividade do turismo, permitindo identificar-se elementos motores e pontos de estrangulamento que irão moldar o patamar de promoção e dinamismo do desenvolvimento turístico de uma determinada região, influenciando a formulação de políticas públicas, gerais e específicas. Vale destacar que dessas interrelações regionais resultarão transações recíprocas de bens, serviços, recursos humanos e financeiros, implicando em exportações e importações, cujos resultados líquidos refletirão na competitividade regional, restando, implícito no processo, a ocorrência de fugas

ou vazamentos, os quais deverão situar-se em um determinado nível de eficiência que não comprometa o caráter competitivo do desenvolvimento do turismo na região ou país de referência.



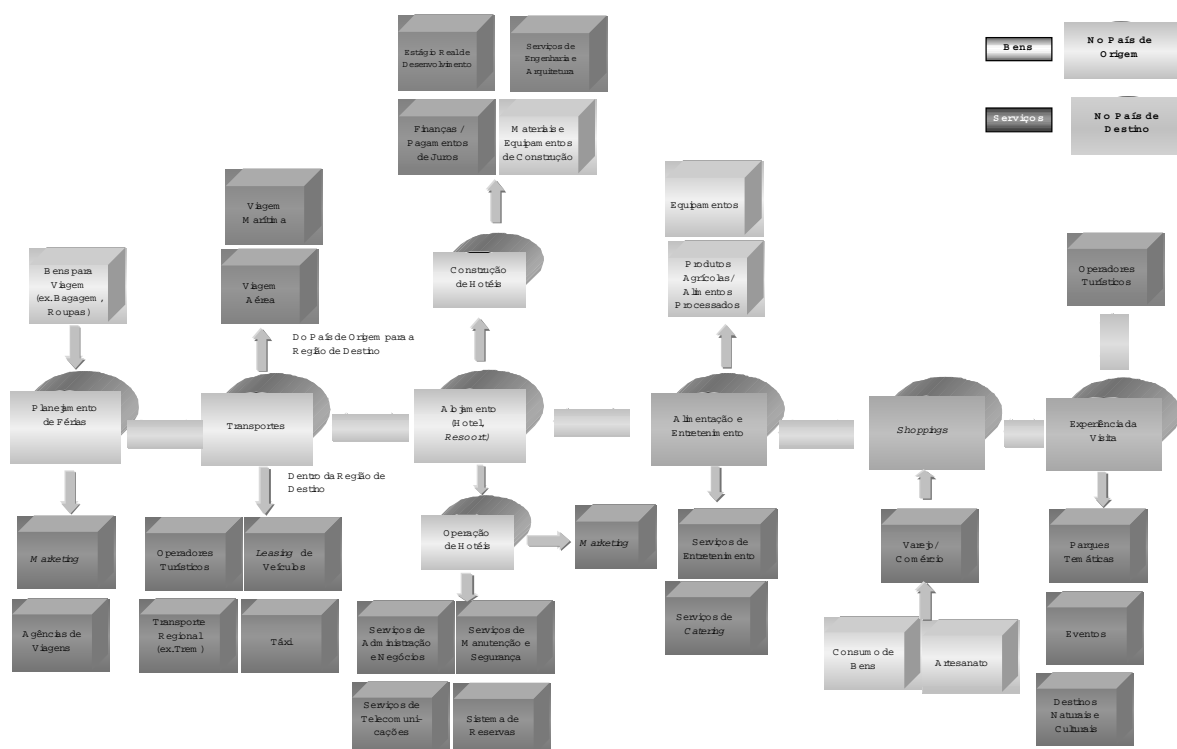
**Figura 3.29** Estrutura do *Cluster*

Fonte: Gollub, Hosier e Woo, 2002 ou 2003, p. 7.



**Figura 3.30 Cluster de Turismo**

Fonte: Gollub, Hosier e Woo, 2002 ou 2003, p. 12.



**Figura 3.31 Cadeia de Valor Regional do Turismo**

Fonte: Gollub, Hosier e Woo, 2002 ou 2003, p. 28.

No capítulo 4, se buscará confirmar através de um trabalho empírico, preliminar e exploratório, a incidência de vazamentos ou fugas do valor imputado como correspondente à contribuição da atividade do turismo para a economia da Bahia, a partir da rede hoteleira de Salvador, capital do Estado, procurando identificar variáveis determinantes de tais vazamentos e “por onde” os mesmos poderão estar ocorrendo, em termos das atividades produtivas que estiverem sendo supridas por fornecedores exógenos à Bahia, de outros estados do Brasil ou mesmo de fora do país.

## **4 UM LEVANTAMENTO TENDO COMO OBJETO A HOTELARIA DE SALVADOR**

### **4.1 Aspectos metodológicos do trabalho empírico**

Tendo em vista que a hotelaria pode ser considerada como o setor mais tradicionalmente “turístico”, em certa medida homogêneo e dotado de identidade própria, constituído para prestar serviços de hospedagem e hospitalidade a clientes majoritariamente não residentes no local onde estão instalados os equipamentos hoteleiros, ela deve desempenhar, dada sua importância e nível orgânico, um papel de liderança na dinâmica do turismo de uma determinada localidade.

Destacando portanto, a relevância assumida pela hotelaria na estrutura receptiva de destinos turísticos, se analisa neste capítulo os resultados de um trabalho empírico realizado com o objetivo de detetar o perfil da rede hoteleira de Salvador, capital do Estado da Bahia, bem como levantar e mensurar alguns indicadores da sua contribuição para o nível de eficiência econômica do turismo para a cidade.

Poderia se ter optado por um outro setor da estrutura produtiva da economia da cidade de Salvador cujas atividades se dirigissem majoritariamente ao atendimento e consumo de visitantes, a exemplo da operação e agenciamento de turismo, dos restaurantes ou de algum segmento mais específico das atividades de entretenimento, porém, a disponibilidade de informações e estatísticas foi um fator que exerceu forte influência na escolha realizada, além de ter ficado explícito no marco teórico referencial que a hotelaria se constitui uma das áreas mais bem delimitadas dentre tantas que integram a ampla “oferta turística”, e, por esta razão, se presta com mais facilidade a estudos e análises.

O questionário utilizado no levantamento de campo, teve sua aplicação prevista apenas para os meios de hospedagem (MHs) do tipo hotel, classificado e assemelhado, que estivessem integrando a base de dados ativa da Empresa de Turismo da Bahia S/A – BAHIATURSA, Órgão Oficial do Turismo da Bahia, ou seja, que estivessem enviando regularmente suas informações de natureza quantitativa, através dos boletins de ocupação hoteleira (BOHs). O levantamento teve início em outubro de 2000, com os MHs alvos somando um total de 50 (cinquenta) hotéis (Tabelas 4.1 e 4.2, p. 408-409).

Cabe aqui um esclarecimento quanto à qualificação dos hotéis como classificados e assemelhados. Os hotéis classificados são aqueles que detinham esta condição segundo os critérios do Instituto Brasileiro de Turismo - Embratur, válidos até 28 de fevereiro de 1997, quando “caiu” o então vigente sistema de classificação hoteleira, tendo sido mantidos nesta condição em função de análise e decisão da área técnica da Bahiatursa.

O conceito de hotéis assemelhados foi introduzido a partir de 1997, por essa mesma área técnica, para referir-se aos hotéis que, não sendo classificados até a data acima, através da pesquisa de “Atualização da Oferta dos Meios de Hospedagem de Salvador” realizada a cada dois anos pela Bahiatursa, obtiveram pontuação, em cada período de realização desta pesquisa, que os classificavam como “padrão A”, processando-se então o seu enquadramento, de acordo com cada faixa pré-estabelecida de pontuação, em uma correspondente categoria por quantidade de estrelas – de 1 a 5.

**Tabela 4.1 Oferta de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis  
Classificados (1) e Assemelhados (2), por Categoria. Salvador - 2000 (3)**

| COD.                         | NOME                        | CAT. | UHs          | LEITOS       |
|------------------------------|-----------------------------|------|--------------|--------------|
| 1                            | Bahia Othon Palace Hotel    | 5    | 278          | 556          |
| 2                            | Hotel Meridien Bahia (4)    | 5    |              |              |
| 3                            | Salvador Praia Hotel        | 5    | 164          | 347          |
| 4                            | Hotel Sofitel Salvador      | 5    | 197          | 288          |
| 5                            | Fiesta Bahia Hotel          | 5    | 244          | 908          |
| 6                            | Tropical Hotel da Bahia     | 5    | 275          | 550          |
| 7                            | Hotel Transamérica Salvador | 5    | 200          | 400          |
| 8                            | Catussaba Hotel             | 5    | 190          | 398          |
|                              |                             |      | <b>1.548</b> | <b>3.447</b> |
| 9                            | Monte Pascoal Praia Hotel   | 4    | 80           | 160          |
| 10                           | Gande Hotel da Barra        | 4    | 77           | 154          |
| 11                           | Marazul Hotel               | 4    | 124          | 171          |
| 12                           | Praiamar Hotel              | 4    | 178          | 369          |
| 13                           | Pituba Plaza Hotel          | 4    | 108          | 198          |
| 14                           | San Marco Hotel             | 4    | 69           | 154          |
| 15                           | Ondina Apart Hotel          | 4    | 85           | 212          |
|                              |                             |      | <b>721</b>   | <b>1.418</b> |
| 16                           | Patamares Praia Hotel       | 3    | 54           | 108          |
| 17                           | Hotel Oceânico              | 3    | 57           | 171          |
| 18                           | Bahia Praia Hotel           | 3    | 39           | 86           |
| 19                           | Hotel Bahia do Sol          | 3    | 85           | 170          |
| 20                           | Belmar Hotel                | 3    | 70           | 154          |
| 21                           | Hotel Atlântico             | 3    | 49           | 113          |
| 22                           | Hotel Itapoã Praia          | 3    | 50           | 101          |
| 23                           | Portobello Ondina P. Hotel  | 3    | 100          | 230          |
| 24                           | Palace Hotel                | 3    | 110          | 220          |
| 25                           | Hotel Vila Velha            | 3    | 98           | 170          |
| 26                           | Bahiamar Hotel              | 3    | 129          | 256          |
| 27                           | Ondimar Hotel               | 3    | 24           | 66           |
| 28                           | Golden Park Hotel           | 3    | 91           | 182          |
| 29                           | Mar Brasil Hotel Residência | 3    | 20           | 42           |
| 30                           | Ondina Plaza Hotel          | 3    | 53           | 170          |
| 31                           | Hotel San Marino            | 3    | 62           | 134          |
| 32                           | Barra Turismo Hotel         | 3    | 60           | 120          |
| 33                           | Hotel Praia da Sereia       | 3    | 49           | 147          |
| 34                           | Hotel Verdemar              | 3    | 61           | 124          |
| 35                           | Sol Plaza Hotel             | 3    | 38           | 78           |
|                              |                             |      | <b>1.299</b> | <b>2.842</b> |
| 36                           | Hotel Amaralina             | 2    | 35           | 59           |
| 37                           | Hotel Imperial              | 2    | 53           | 103          |
| 38                           | Hotel Miron                 | 2    | 42           | 84           |
| 39                           | Pituaçu Praia Hotel         | 2    | 44           | 128          |
| 40                           | Hotel Vila Romana           | 2    | 50           | 107          |
| 41                           | Hotel Portal da Cidade      | 2    | 46           | 106          |
| 42                           | Hotel Praia Dourada         | 2    | 29           | 63           |
| 43                           | Hotel Cores do Mar          | 2    | 30           | 42           |
| 44                           | Suíte Quilombo do Pelô      | 2    | 10           | 21           |
| 45                           | Hotel Vilamar               | 2    | 43           | 86           |
| 46                           | Hotel Pousada da Praça      | 2    | 14           | 38           |
|                              |                             |      | <b>396</b>   | <b>837</b>   |
| 47                           | Hotel Internacional         | 1    | 22           | 54           |
| 48                           | Hotel São José              | 1    | 34           | 74           |
| 49                           | Hotel Pelourinho            | 1    | 49           | 120          |
| 50                           | Hotel Solar da Barra        | 1    | 18           | 33           |
|                              |                             |      | <b>123</b>   | <b>281</b>   |
| <b>TOTAL OFERTA SALVADOR</b> |                             |      | <b>4.087</b> | <b>8.825</b> |

Fonte: Bahiatursa

(1) Segundo critérios da Embratur válidos até 28/02/1997

(2) A partir de 1997

(3) Posição em 31/12/2000

(4) Fechado por questão judicial a partir de maio/2000



**Tabela 4.2 Oferta de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados (1) e Assemelhados (2), por Tamanho do Estabelecimento. Salvador - 2000 (3)**

| COD.                         | NOME                        | CAT. | UHs          | LEITOS       |
|------------------------------|-----------------------------|------|--------------|--------------|
| 1                            | Bahia Othon Palace Hotel    | 5    | 278          | 556          |
| 2                            | Hotel Meridien Bahia (4)    | 5    |              |              |
| 3                            | Salvador Praia Hotel        | 5    | 164          | 347          |
| 4                            | Hotel Sofitel Salvador      | 5    | 197          | 288          |
| 5                            | Fiesta Bahia Hotel          | 5    | 244          | 908          |
| 6                            | Tropical Hotel da Bahia     | 5    | 275          | 550          |
| 7                            | Hotel Transamérica Salvador | 5    | 200          | 400          |
| 8                            | Catussaba Hotel             | 5    | 190          | 398          |
| 9                            | Marazul Hotel               | 4    | 124          | 171          |
| 10                           | Praiamar Hotel              | 4    | 178          | 369          |
| 11                           | Pituba Plaza Hotel          | 4    | 108          | 198          |
| 12                           | Palace Hotel                | 3    | 110          | 220          |
| 13                           | Bahiamar Hotel              | 3    | 129          | 256          |
| <b>Grande Porte</b>          |                             |      | <b>2.197</b> | <b>4.661</b> |
| 14                           | Monte Pascoal Praia Hotel   | 4    | 80           | 160          |
| 15                           | Gande Hotel da Barra        | 4    | 77           | 154          |
| 16                           | San Marco Hotel             | 4    | 69           | 154          |
| 17                           | Ondina Apart Hotel          | 4    | 85           | 212          |
| 18                           | Patamares Praia Hotel       | 3    | 54           | 108          |
| 19                           | Hotel Oceânico              | 3    | 57           | 171          |
| 20                           | Hotel Bahia do Sol          | 3    | 85           | 170          |
| 21                           | Belmar Hotel                | 3    | 70           | 154          |
| 22                           | Portobello Ondina P. Hotel  | 3    | 100          | 230          |
| 23                           | Hotel Vila Velha            | 3    | 98           | 170          |
| 24                           | Golden Park Hotel           | 3    | 91           | 182          |
| 25                           | Ondina Plaza Hotel          | 3    | 53           | 170          |
| 26                           | Hotel San Marino            | 3    | 62           | 134          |
| 27                           | Barra Turismo Hotel         | 3    | 60           | 120          |
| 28                           | Hotel Verdemar              | 3    | 61           | 124          |
| 29                           | Hotel Imperial              | 2    | 53           | 103          |
| <b>Médio Porte</b>           |                             |      | <b>1.155</b> | <b>2.516</b> |
| 30                           | Bahia Praia Hotel           | 3    | 39           | 86           |
| 31                           | Hotel Atlântico             | 3    | 49           | 113          |
| 32                           | Hotel Itapoá Praia          | 3    | 50           | 101          |
| 33                           | Ondimar Hotel               | 3    | 24           | 66           |
| 34                           | Mar Brasil Hotel Residência | 3    | 20           | 42           |
| 35                           | Hotel Praia da Sereia       | 3    | 49           | 147          |
| 36                           | Sol Plaza Hotel             | 3    | 38           | 78           |
| 37                           | Hotel Amaralina             | 2    | 35           | 59           |
| 38                           | Hotel Miron                 | 2    | 42           | 84           |
| 39                           | Pituaçu Praia Hotel         | 2    | 44           | 128          |
| 40                           | Hotel Vila Romana           | 2    | 50           | 107          |
| 41                           | Hotel Portal da Cidade      | 2    | 46           | 106          |
| 42                           | Hotel Praia Dourada         | 2    | 29           | 63           |
| 43                           | Hotel Cores do Mar          | 2    | 30           | 42           |
| 44                           | Suíte Quilombo do Pelô      | 2    | 10           | 21           |
| 45                           | Hotel Vilamar               | 2    | 43           | 86           |
| 46                           | Hotel Pousada da Praça      | 2    | 14           | 38           |
| 47                           | Hotel Internacional         | 1    | 22           | 54           |
| 48                           | Hotel São José              | 1    | 34           | 74           |
| 49                           | Hotel Pelourinho            | 1    | 49           | 120          |
| 50                           | Hotel Solar da Barra        | 1    | 18           | 33           |
| <b>Pequenos Porte</b>        |                             |      | <b>735</b>   | <b>1.648</b> |
| <b>TOTAL OFERTA SALVADOR</b> |                             |      | <b>4.087</b> | <b>8.825</b> |

Fonte: Bahiatursa

(1) Segundo critérios da Embratur válidos até 28/02/1997

(2) A partir de 1997

(3) Posição em 31/12/2000

(4) Fechado por questão judicial a partir de maio/2000

O questionário elaborado para efeito deste estudo, foi estruturado da seguinte forma: um bloco de Dados Gerais do Hotel - identificação e caracterização do meio de hospedagem (MH), um bloco sobre o Nível de Ocupação / Sazonalidade - taxas e periodicidade da ocupação do MH, um bloco sobre a Mão-de-Obra Utilizada - quantificação, perfil e qualificação dos recursos humanos empregados nos estabelecimentos pesquisados, e um bloco sobre a Estrutura de Receitas e Custos, central para o objeto deste estudo (Anexo 2, p. 473).

As informações relacionadas à identificação do estabelecimento, sua tipologia, categorização, capacidade de unidades habitacionais (UHs) e leitos, e a quantificação, distribuição e remuneração da mão-de-obra, referem-se ao ano de início do levantamento de campo, outubro de 2000.

Para subsidiar a análise do estudo da caracterização competitiva da hotelaria de Salvador, se procurou obter informações sobre a taxa de ocupação, período sazonal, faturamento, receita operacional, custo operacional e gastos com fornecedores, numa perspectiva evolutiva de tres anos, para 1997, 1998 e 1999. Visando identificar a origem ou destinação dos recursos para os itens faturamento e gastos com fornecedores se solicitou sua distribuição entre Salvador, Bahia, Outros Estados e Outros Países, apenas para o ano de 1999.

Se propunha, inicialmente, a examinar a estrutura de receitas e custos dos 50 hotéis informantes regulares da Bahiatursa em 2000, visando detetar a possível ocorrência de vazamentos ou fugas da economia de Salvador e da Bahia, propiciados pela saída para outros estados ou até outros países de significativos fluxos monetários, pela remuneração de capitais, mão-de-obra e insumos originados fora da base econômica municipal e estadual, o que poderia estar significando uma redução e a não retenção a nível local e regional de uma relevante parcela dos resultados econômicos gerados pelo turismo da Bahia, em sua capital Salvador, a partir de um importante e estratégico segmento de sua sustentação que é o setor hoteleiro.

Tal constatação poderia permitir sinalizar caminhos e medidas para reduzir tais vazamentos e maximizar a retenção local dos efeitos econômicos do turismo, argumentando-se com a necessidade de políticas setoriais do tipo “substituição de importações”, conducentes a um processo de desenvolvimento regional, sustentável, de base local – de caráter endógeno.

Problemas e dificuldades começaram a surgir quando a pesquisa foi a campo. Enquanto as informações de identificação, ocupação / sazonalidade e mão-de-obra foram prestadas no próprio mês de outubro de 2000, as que tratavam dos aspectos de faturamento e custos se fizeram objeto de intenso esforço de visita, orientação e cobrança, que se arrastou até junho de 2001, quando se resolveu parar de insistir e dar a coleta por terminada.

Dos 50 hotéis que constituíam o universo inicial da coleta e do estudo, se obteve informações de 30 hotéis. Dos 20 restantes, sentiu-se uma forte resistência em fornecer tais informações, alguns, desde o primeiro contato, declararam que não iriam responder o que se pedia, outros foram justificando e adiando tanto que se resolveu não mais insistir e em vários, a maioria de pequeno porte, se percebeu não haver uma estrutura apropriada de conhecimento e controle sistematizado que permitisse responder o que o questionário pedia, de forma a se ter uma informação de qualidade.

Os 30 hotéis que responderam ao questionário, em seu conjunto e nos sub-conjuntos de análise, possuem uma representatividade amostral bastante significativa, em relação aos 50 que se pretendia de início estudar.

O perfil do conjunto desses hotéis será analisado no próximo item deste capítulo, em sua conformação geral, para o total dos 30 hotéis, e para os sub-conjuntos de análise assim definidos: por grupos de categoria dos MHs - 1 + 2 estrelas, 3 estrelas e 4 + 5 estrelas; e por tamanho do estabelecimento - pequeno porte (até 50 UHs), médio porte (de 51 até 100 UHs) e grande porte (acima de 100 UHs).

Os 30 hotéis que constituem a amostra do levantamento realizado, representam, em relação ao universo dos 50 hotéis: 2.542 UHs e 5.131 leitos, ou respectivos 62,2% e 58,1% (Tabelas 4.3 a 4.6, p. 413-416).

Para os sub-grupos que serão examinados no estudo, a representatividade da amostra também é significativa. Para os hotéis de 5 e 4 estrelas corresponde a 61% das UHs e a 55,1% dos leitos, para os de 3 estrelas, 71,1% e 69,4%, e para os de 2 e 1 estrelas, 45,1% e 42,9%, respectivamente. Para os hotéis considerados de grande porte - mais de 100 UHs, a representatividade é de 63,4% para as UHs e 56,6% para os leitos, para os estabelecimentos de médio porte - 51 a 100 UHs, corresponde a 69% para as UHs e a 67,2% para os leitos, e para os de pequeno porte - até 50 UHs, situa-se em 48% para as UHs e em 48,8% para os leitos.

**Tabela 4.3 Amostra de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados (1) e Assemelhados (2), por Categoria. Salvador - 2000 (3)**

| COD.                             | NOME                        | CAT. | Uhs          | LEITOS       |
|----------------------------------|-----------------------------|------|--------------|--------------|
| 1                                | Bahia Othon Palace Hotel    | 5    | 278          | 556          |
| 2                                | Salvador Praia Hotel        | 5    | 164          | 347          |
| 3                                | Hotel Sofitel Salvador      | 5    | 197          | 288          |
| 4                                | Hotel Transamérica Salvador | 5    | 200          | 400          |
| 5                                | Catussaba Hotel             | 5    | 190          | 398          |
|                                  |                             |      | <b>1.029</b> | <b>1.989</b> |
| 6                                | Gande Hotel da Barra        | 4    | 77           | 154          |
| 7                                | Marazul Hotel               | 4    | 124          | 171          |
| 8                                | San Marco Hotel             | 4    | 69           | 154          |
| 9                                | Ondina Apart Hotel          | 4    | 85           | 212          |
|                                  |                             |      | <b>355</b>   | <b>691</b>   |
| 10                               | Patamares Praia Hotel       | 3    | 54           | 108          |
| 11                               | Hotel Bahia do Sol          | 3    | 85           | 170          |
| 12                               | Hotel Atlântico             | 3    | 49           | 113          |
| 13                               | Hotel Itapoá Praia          | 3    | 50           | 101          |
| 14                               | Portobello Ondina P. Hotel  | 3    | 100          | 230          |
| 15                               | Palace Hotel                | 3    | 110          | 220          |
| 16                               | Bahiamar Hotel              | 3    | 129          | 256          |
| 17                               | Ondimar Hotel               | 3    | 24           | 66           |
| 18                               | Golden Park Hotel           | 3    | 91           | 182          |
| 19                               | Hotel San Marino            | 3    | 62           | 134          |
| 20                               | Barra Turismo Hotel         | 3    | 60           | 120          |
| 21                               | Hotel Praia da Sereia       | 3    | 49           | 147          |
| 22                               | Hotel Verdemar              | 3    | 61           | 124          |
|                                  |                             |      | <b>924</b>   | <b>1.971</b> |
| 23                               | Hotel Imperial              | 2    | 53           | 103          |
| 24                               | Hotel Portal da Cidade      | 2    | 46           | 106          |
| 25                               | Hotel Praia Dourada         | 2    | 29           | 63           |
| 26                               | Hotel Cores do Mar          | 2    | 30           | 42           |
| 27                               | Suíte Quilombo do Pelô      | 2    | 10           | 21           |
| 28                               | Hotel Pousada da Praça      | 2    | 14           | 38           |
|                                  |                             |      | <b>182</b>   | <b>373</b>   |
| 29                               | Hotel São José              | 1    | 34           | 74           |
| 30                               | Hotel Solar da Barra        | 1    | 18           | 33           |
|                                  |                             |      | <b>52</b>    | <b>107</b>   |
| <b>TOTAL AMOSTRA SALVADOR</b>    |                             |      | <b>2.542</b> | <b>5.131</b> |
| <b>TOTAL OFERTA SALVADOR</b>     |                             |      | <b>4.087</b> | <b>8.825</b> |
| <b>AMOSTRA/OFERTA SALVADOR %</b> |                             |      | <b>62,20</b> | <b>58,14</b> |

Fonte: Bahiatursa

(1) Segundo critérios da Embratur válidos até 28/02/1997

(2) A partir de 1997

(3) Posição em 31/12/2000

**Tabela 4.4 Amostra de Unidades Habitacionais (UHs) e Leitos dos Hotéis Classificados (1) e Assemelhados (2), por Tamanho do Estabelecimento. Salvador - 2000 (3)**

| COD.                              | NOME                        | CAT. | UHs          | LEITOS       |
|-----------------------------------|-----------------------------|------|--------------|--------------|
| 1                                 | Bahia Othon Palace Hotel    | 5    | 278          | 556          |
| 2                                 | Salvador Praia Hotel        | 5    | 164          | 347          |
| 3                                 | Hotel Sofitel Salvador      | 5    | 197          | 288          |
| 4                                 | Hotel Transamérica Salvador | 5    | 200          | 400          |
| 5                                 | Catussaba Hotel             | 5    | 190          | 398          |
| 7                                 | Marazul Hotel               | 4    | 124          | 171          |
| 15                                | Palace Hotel                | 3    | 110          | 220          |
| 16                                | Bahiamar Hotel              | 3    | 129          | 256          |
| <b>Grande Porte</b>               |                             |      | <b>1.392</b> | <b>2.636</b> |
| 6                                 | Gande Hotel da Barra        | 4    | 77           | 154          |
| 8                                 | San Marco Hotel             | 4    | 69           | 154          |
| 9                                 | Ondina Apart Hotel          | 4    | 85           | 212          |
| 10                                | Patamares Praia Hotel       | 3    | 54           | 108          |
| 11                                | Hotel Bahia do Sol          | 3    | 85           | 170          |
| 14                                | Portobello Ondina P. Hotel  | 3    | 100          | 230          |
| 18                                | Golden Park Hotel           | 3    | 91           | 182          |
| 19                                | Hotel San Marino            | 3    | 62           | 134          |
| 20                                | Barra Turismo Hotel         | 3    | 60           | 120          |
| 22                                | Hotel Verdemar              | 3    | 61           | 124          |
| 23                                | Hotel Imperial              | 2    | 53           | 103          |
| <b>Médio Porte</b>                |                             |      | <b>797</b>   | <b>1.691</b> |
| 12                                | Hotel Atlântico             | 3    | 49           | 113          |
| 13                                | Hotel Itapoá Praia          | 3    | 50           | 101          |
| 17                                | Ondimar Hotel               | 3    | 24           | 66           |
| 21                                | Hotel Praia da Sereia       | 3    | 49           | 147          |
| 24                                | Hotel Portal da Cidade      | 2    | 46           | 106          |
| 25                                | Hotel Praia Dourada         | 2    | 29           | 63           |
| 26                                | Hotel Cores do Mar          | 2    | 30           | 42           |
| 27                                | Suite Quilombo do Pelô      | 2    | 10           | 21           |
| 28                                | Hotel Pousada da Praça      | 2    | 14           | 38           |
| 29                                | Hotel São José              | 1    | 34           | 74           |
| 30                                | Hotel Solar da Barra        | 1    | 18           | 33           |
| <b>Pequeno Porte</b>              |                             |      | <b>353</b>   | <b>804</b>   |
| <b>TOTAL AMOSTRA SALVADOR</b>     |                             |      | <b>2.542</b> | <b>5.131</b> |
| <b>TOTAL OFERTA SALVADOR</b>      |                             |      | <b>4.087</b> | <b>8.825</b> |
| <b>AMOSTRA/OFFERTA SALVADOR %</b> |                             |      | <b>62,20</b> | <b>58,14</b> |

Fonte: Bahiatursa

(1) Segundo critérios da Embratur válidos até 28/02/1997

(2) A partir de 1997

(3) Posição em 31/12/2000

**Tabela 4.5 Representatividade da Amostra de UHs e Leitos dos Hotéis.  
Classificados (1) e Assemelhados (2), por Categoria. Salvador - 2000 (3)**

| OFERTA                     | UHs          | LEITOS       |
|----------------------------|--------------|--------------|
| 5 estrelas                 | 1.548        | 3.447        |
| 4 estrelas                 | 721          | 1.418        |
| <b>5 + 4 estrelas</b>      | <b>2.269</b> | <b>4.865</b> |
| 3 estrelas                 | 1.299        | 2.842        |
| 2 estrelas                 | 396          | 837          |
| 1 estrela                  | 123          | 281          |
| <b>2 + 1 estrelas</b>      | <b>519</b>   | <b>1.118</b> |
| <b>TOTAL OFERTA</b>        | <b>4.087</b> | <b>8.825</b> |
| AMOSTRA                    | UHs          | LEITOS       |
| 5 estrelas                 | 1.029        | 1.989        |
| 4 estrelas                 | 355          | 691          |
| <b>5 + 4 estrelas</b>      | <b>1.384</b> | <b>2.680</b> |
| 3 estrelas                 | 924          | 1.971        |
| 2 estrelas                 | 182          | 373          |
| 1 estrela                  | 52           | 107          |
| <b>2 + 1 estrelas</b>      | <b>234</b>   | <b>480</b>   |
| <b>TOTAL AMOSTRA</b>       | <b>2.542</b> | <b>5.131</b> |
| AMOSTRA/OFERTA %           | UHs          | LEITOS       |
| 5 estrelas                 | 66,47        | 57,70        |
| 4 estrelas                 | 49,24        | 48,73        |
| <b>5 + 4 estrelas</b>      | <b>61,00</b> | <b>55,09</b> |
| 3 estrelas                 | 71,13        | 69,35        |
| 2 estrelas                 | 45,96        | 44,56        |
| 1 estrela                  | 42,28        | 38,08        |
| <b>2 + 1 estrelas</b>      | <b>45,09</b> | <b>42,93</b> |
| <b>REPRESENT. DO TOTAL</b> | <b>62,20</b> | <b>58,14</b> |

Fonte: Elaboração nossa

(1) Segundo critérios da Embratur válidos até 28/02/1997

(2) A partir de 1997

(3) Posição em 31/12/2000

**Tabela 4.6 Representatividade da Amostra de UHs e Leitos dos Hotéis.  
Classificados (1) e Assemelhados (2), por Tamanho do Estabelecimento. Salvador – 2000 (3)**

| OFERTA                     | UHs          | LEITOS       |
|----------------------------|--------------|--------------|
| Grande Porte               | 2.197        | 4.661        |
| Médio Porte                | 1.155        | 2.516        |
| Pequeno Porte              | 735          | 1.648        |
| <b>TOTAL OFERTA</b>        | <b>4.087</b> | <b>8.825</b> |
| AMOSTRA                    | UHs          | LEITOS       |
| Grande Porte               | 1.392        | 2.636        |
| Médio Porte                | 797          | 1.691        |
| Pequeno Porte              | 353          | 804          |
| <b>TOTAL AMOSTRA</b>       | <b>2.542</b> | <b>5.131</b> |
| AMOSTRA/OFERTA %           | UHs          | LEITOS       |
| Grande Porte               | 63,36        | 56,55        |
| Médio Porte                | 69,00        | 67,21        |
| Pequeno Porte              | 48,03        | 48,79        |
| <b>REPRESENT. DO TOTAL</b> | <b>62,20</b> | <b>58,14</b> |

Fonte: Elaboração nossa

(1) Segundo critérios da Embratur válidos até 28/02/1997

(2) A partir de 1997

(3) Posição em 31/12/2000

Examinando-se os questionários respondidos pelos 30 hotéis integrantes da amostra, constatou-se que eles não o fizeram de modo 100% correto e completo, comprometendo o nível de segurança e precisão que pudesse permitir a realização de um estudo quantitativo mais acurado da estrutura de receitas e custos e dos impactos dos vazamentos da economia local que tal estrutura estaria propiciando e assim não se teria condições de certeza para concluir-se em que dimensão estaria sendo afetada a eficiência do turismo na economia da Bahia, a partir de Salvador (Tabela 4.7, p. 417).



**Tabela 4.7 Quantidade de Hotéis que não Informaram Questões. Salvador – 2000**

| QUESTÃO / ANO | 1997 | 1998 | 1999 |
|---------------|------|------|------|
| 5             | 3    | 2    | 2    |
| 7             | 5    | 5    | 3    |
| 10            | 1    | 1    | 1    |
| 16            | 5    | 2    | 2    |
| 17            | 8    | 6    | 7    |
| 18            | 8    | 6    | 6    |
| 19            |      |      | 6    |
| 20            | 5    | 2    | 2    |
| 21            | 7    | 4    | 4    |
| 22            | 7    | 3    | 3    |
| 23            | 11   | 10   | 10   |
| 24            | 5    | 2    | 3    |
| 25            | 7    | 5    | 5    |
| 26            | 5    | 2    | 2    |
| 29            | 9    | 7    | 5    |
| 30            | 13   | 12   | 13   |
| 31            | 11   | 9    | 8    |
| 32            |      |      | 9    |
| 33            |      |      | 10   |

Fonte: Elaboração nossa, a partir de levantamento efetuado nos questionários.

Porém, tais problemas e dificuldades acabaram por reconduzir e ampliar o foco e o conteúdo do estudo, devido ao fato de que as informações obtidas, na forma que foram tabuladas, possibilitaram o alcance de importantes constatações quanto a aspectos relativos à estrutura ocupacional do setor hoteleiro de Salvador e ao seu nível ou potencial de competitividade, permitindo trabalhar os dados sob um enfoque mais qualitativo, inclusive quanto à análise dos vazamentos da economia local que passaram a ser vistos mais sob uma perspectiva de sinalização e tendência, em termos relativos, que sob uma ótica de precisão na quantificação de sua magnitude, em termos absolutos.

No redirecionamento adotado, pela opção de realizar uma análise qualitativa do perfil e da estrutura de competitividade da hotelaria de Salvador, além da abordagem tendencial da ocorrência de vazamentos, foram elegidas as questões-chave, do questionário aplicado, que forneceram os parâmetros quantitativos das principais variáveis estudadas, a saber: Questão 16 - Faturamento Bruto Anual, Questão 20 - Receita Operacional Anual, Questão 22 - Custo Operacional Anual e Questão 29 - Gasto Total com Fornecedores. A partir desses parâmetros quantitativos se analisa o conjunto dos hotéis e os diferentes grupos de categoria e tamanho do

estabelecimento, discriminando a participação relativa dos diversos elementos que compõem cada uma das variáveis estudadas.

Os conjuntos de informações e dados, organizados de acordo com as principais variáveis abordadas, permite retratar o perfil da hotelaria de Salvador no período de 1997 a 1999, contemplando alguns aspectos gerais e de capacidade referidos ao ano 2000. Esse perfil é objeto de análise mais detalhada no ponto seguinte deste capítulo, sob um enfoque de base qualitativa que buscará, entre outros elementos, detectar sinais de estrangulamento e comprometimento do poder de competição da rede hoteleira da capital baiana.

#### **4.2 Análise descritiva: Elementos característicos da hotelaria de Salvador**

As Tabelas que seguem, demonstram os principais resultados do levantamento efetuado com os 30 hotéis de Salvador que responderam ao questionário e que, no ano 2000, enviavam informações com regularidade informações para a Bahiatursa, mesmo com as ressalvas já comentadas.

As tabelas apresentam os dados obtidos organizados pelos tres sub-grupos de categorias e pelos tres sub-grupos de tamanho, como já comentado, e para a totalidade dos 30 hotéis. Essas tabelas foram montadas a partir da tabulação emitida a partir da base de dados digitada e criticada.

Os hotéis de 4 e 5 estrelas detinham no ano 2000, 54% do número de UHs e 52% dos leitos ofertados pela rede hoteleira de Salvador, apresentando uma relação de 1,9 leitos/UH e respondendo por 65% do total do pessoal ocupado. A maior relação leitos/UH, 2,1, foi dos hotéis de 3 estrelas e a menor participação no número de pessoal ocupado pertenceu aos hotéis de 1 e 2 estrelas, com 6%.

Considerando o tamanho do estabelecimento, os hotéis de grande porte representavam 55% das UHs e 51% do número de leitos, com uma relação leitos/UH também de 1,9 e uma

participação de 68% no número do pessoal ocupado. Os hotéis de pequeno porte tiveram a maior relação leitos/UH, de 2,3, respondendo por 11% do pessoal ocupado (Tabela 4.8, p. 424).

Dos hotéis de 4 e 5 estrelas, quanto à forma de administração, 56% possuíam administração contratada, com 33% pertencendo a cadeias hoteleiras. Nos hotéis de 3 estrelas 54% eram administrados pelos próprios proprietários e 46% por administração contratada, enquanto nos hotéis de 1 e 2 estrelas esses percentuais corresponderam a 75% e 25%, respectivamente.

Considerando os hotéis de grande porte, 62,5% apresentaram administração contratada e 37,5% pertenciam a cadeias. Já 55% dos hotéis de médio porte eram administrados pelos seus proprietários, com este percentual situando-se em 73% nos hotéis de pequeno porte.

A propriedade do capital dos estabelecimentos de 4 e 5 estrelas distribuía-se em 33% nacional e 11% internacional. Para os hotéis de 1 e 2 estrelas era 100% local e para os hotéis de 3 estrelas uma parcela de 8% era de propriedade nacional.

Do capital total dos hotéis de grande porte, 37,5% era de propriedade nacional e 12,5% de propriedade internacional. 100% do capital era de propriedade local nos hotéis de pequeno porte, enquanto nos hotéis de médio porte 9% do capital era de propriedade nacional (Tabela 4.9, p. 425).

No ano 2000, a expressiva maioria do pessoal ocupado na hotelaria de Salvador o era em regime fixo, 98%, com os hotéis que mais contratavam mão-de-obra temporária em período de alta estação sendo os de 3 estrelas ou de médio porte.

Os índices referentes à relação pessoal ocupado/UH observada naquele ano, por sub-grupos de hotéis conforme classificação adotada neste trabalho, situou-se em: 0,45 para os de 1 e 2 estrelas, 0,56 para os de 3 estrelas, 0,83 para os de 4 e 5 estrelas, 0,53 para os de pequeno porte, 0,48 para os de médio porte e 0,86 para os de grande porte.

O salário bruto mensal médio variou entre R\$ 700,00 e R\$ 800,00 nos estabelecimentos de 4 e 5 estrelas ou de grande porte, entre R\$ 350,00 e R\$ 450,00 nos de 3 estrelas ou de médio porte, ficando em torno de R\$ 300,00 nos de 1 e 2 estrelas ou de pequeno porte (Tabela 4.10, p. 426).

Do pessoal ocupado no ano 2000, nos hotéis de 4 e 5 estrelas ou de grande porte, próximo de 8% das pessoas vieram de outros estados e 0,2% de outros países. Em termos da remuneração dessas pessoas, a relação anterior teve uma correspondência direta, de 16% e de 3%, respectivamente, indicando ser esta parcela do pessoal ocupado na rede hoteleira de Salvador detentora de um maior nível de remuneração que a média geral do pessoal ocupado (Tabela 4.11, p. 427).

Quando se perguntou sobre a existência de problemas com fornecedores, relacionados com a facilidade de acesso, disponibilidade e capacitação dos mesmos, como também à relação preço-qualidade dos produtos e serviços, responderam não haver problemas: 59% dos hotéis de 3 estrelas, 43% dos hotéis de 1 e 2 estrelas, 15% dos hotéis de 4 e 5 estrelas, 60% dos hotéis de médio porte, 44% dos hotéis de pequeno porte e 12,5% dos hotéis de grande porte – 35% no geral. Em relação aos problemas apontados, as respostas concentraram-se nos aspectos abaixo:

- ✓ hotéis de 1 e 2 estrelas – 14% indicaram a seleção do fornecedor;
- ✓ hotéis de pequeno porte - 11% indicaram a seleção do fornecedor, 11% o prazo de entrega/atendimento e 11% a assistência técnica;
- ✓ hotéis de 3 estrelas – 18% indicaram o prazo de entrega/atendimento e 12% a assistência técnica;
- ✓ hotéis de médio porte - 13% indicaram o transporte;
- ✓ hotéis de 4 e 5 estrelas – 15% indicaram o transporte, 15% a qualidade de produtos e serviços e 12% o prazo de entrega/atendimento;
- ✓ hotéis de grande porte - 17% indicaram o prazo de entrega/atendimento, 13% o transporte e 13% a qualidade de produtos e serviços (Tabela 4.12, p. 428).

Já quando se indagou a respeito da existência de dificuldades com fornecedores, relacionadas com a diversidade e disponibilidade dos produtos e serviços, responderam não haver dificuldades: 53% dos hotéis de 3 estrelas, 50% dos hotéis de 1 e 2 estrelas, 7% dos hotéis de 4 e 5 estrelas, 32% dos hotéis de médio porte, 50% dos hotéis de pequeno porte e 17% dos hotéis de grande porte – 30,5% no geral. Em relação às dificuldades apontadas, as respostas dos hotéis centraram-se nos pontos que seguem:

- ✓ hotéis de 1 e 2 estrelas – 17% indicaram os serviços de manutenção;
- ✓ hotéis de pequeno porte - 19% indicaram os serviços de manutenção;
- ✓ hotéis de 3 estrelas – 16% indicaram os serviços de manutenção;
- ✓ hotéis de médio porte - 16% indicaram os serviços de manutenção, 11% o item roupas de cama, mesa e banho, 11% o item instalações e equipamentos de ar condicionado e 11% o item alimentos e afins;
- ✓ hotéis de 4 e 5 estrelas – 14% indicaram o item roupas de cama, mesa e banho, 14% o item instalações e equipamentos de ar condicionado, 11% os serviços de manutenção, 11% o item alimentos e afins e 11% o item bebidas e afins;
- ✓ hotéis de grande porte - 13% indicaram o item roupas de cama, mesa e banho, 13% o item instalações e equipamentos de ar condicionado e 13% o item bebidas e afins (Tabela 4.13, p. 429).

Do total dos gastos com fornecedores informados pelos hotéis de 4 e 5 estrelas ou de grande porte pesquisados, realizados no ano de 1999, uma parcela correspondeu a compras realizadas em outros estados, a qual, em cada grupo de despesas abaixo indicado, representou as proporções que seguem:

- ✓ alimentos e afins – cerca de 18%;
- ✓ bebidas e afins – entre 19% e 20%;
- ✓ mobiliário – 27%;
- ✓ instalações e equipamentos de ar condicionado – entre 8% e 9%;
- ✓ eletro-eletrônicos – 11%;
- ✓ equipamentos e utensílios de cozinha – entre 40% e 41%;
- ✓ serviços de manutenção – entre 21% e 22%;
- ✓ serviços de transporte – 26%;

- ✓ materiais de limpeza e manutenção – cerca de 15% para os hotéis 4 e 5 estrelas e 9% para os de grande porte (2% para os de médio porte);
- ✓ roupa de cama, mesa e banho – cerca de 34% para os hotéis 4 e 5 estrelas e 38% para os de grande porte (37% para os 3 estrelas, 17,5% para os de médio porte, 11% para os 1 e 2 estrelas e 27% para os de pequeno porte).

Para os demais itens informados na questão gastos com fornecedores, no ano de 1999, os produtos e serviços foram adquiridos localmente, em Salvador e no próprio Estado da Bahia – equipamentos de lavanderia, serviços de limpeza, serviços de segurança, serviços financeiro-contábeis e serviços de promoção, propaganda e publicidade.

Os dados acima são indicativos de potenciais áreas de ocorrência de vazamentos da economia de Salvador e da Bahia, especialmente sobre o desempenho e resultados econômicos obtidos pelos hotéis de 4 e 5 estrelas ou de grande porte.

Observa-se que, o fato dos hotéis não terem informado compras diretas a fornecedores do exterior, não significa que uma parte delas não tenha sido adquirida em outros países, correspondendo a importações efetuadas pela sede ou matriz da cadeia hoteleira situada em estados das regiões Sudeste ou Sul do país e distribuídas internamente para as suas unidades em cidades/estados das demais regiões brasileiras.

É importante destacar-se, com referência ao item roupas de cama, mesa e banho, que hotéis de todos os sub-grupos, de categorias e tamanhos, supriram parte de suas necessidades comprando de empresas localizadas em outros estados, particularmente, em São Paulo e Santa Catarina. Apenas neste item se observou este fato, o que desperta a curiosidade sobre o porque de sua ocorrência – a indústria têxtil da Bahia não produz os tipos de peças que os hotéis necessitam, ou se produz, não tem escala suficiente ou não tem condições de atender aos padrões de qualidade requeridos? A vantagem combinada de quantidade, preço e qualidade compensa os custos de transação, incluindo o custo de transporte, atuando no sentido da decisão dos hotéis por adquirir este item fora da Bahia?

Isso pode sinalizar, *a priori*, que se deva investir para que a indústria têxtil da Bahia tenha mais competitividade e passe a fornecer localmente o que os hotéis de Salvador necessitam, porém, a relação custo – benefício envolvida deve ser bem avaliada antes de se decidir sobre a questão. Outros itens que indicaram tendência de vazamento da economia de Salvador, através de compras efetuadas em outros estados, em proporção significativa, principalmente pelos hotéis de 4 e 5 estrelas e de grande porte, foram: equipamentos e utensílios de cozinha; mobiliário; serviços de transporte; serviços de manutenção; e bebidas, alimentos e afins (Tabela 4.14, p. 430-433).

A (Tabela 4.15, p. 434), apresenta um resumo dos principais indicadores operacionais da hotelaria de Salvador em 1999, em valores correntes médios (R\$) – por UH, por leito e por unidade de pessoal ocupado, referentes ao faturamento bruto, à receita operacional, ao custo operacional e ao gasto com fornecedores.

**Tabela 4.8 Distribuição de Unidades Habitacionais (UHs), Leitos e Pessoal Ocupado por Grupos de Categoria e Tamanho dos Hotéis da Amostra.  
Salvador - 2000**

| CATEGORIA                     | UHs          | PART. %       | LEITOS       | PART. %       | LEITOS/UH   | PESSOAL OCUP. | PART. %       |
|-------------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|-------------|---------------|---------------|
| 1 e 2 Estrelas                | 234          | 9,21          | 480          | 9,35          | 2,05        | 106           | 6,00          |
| 3 Estrelas                    | 924          | 36,35         | 1.971        | 38,41         | 2,13        | 516           | 29,22         |
| 4 e 5 Estrelas                | 1.384        | 54,45         | 2.680        | 52,23         | 1,94        | 1.144         | 64,78         |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>2.542</b> | <b>100,00</b> | <b>5.131</b> | <b>100,00</b> | <b>2,02</b> | <b>1.766</b>  | <b>100,00</b> |
| TAMANHO                       | UHs          | PART. %       | LEITOS       | PART. %       | LEITOS/UH   | PESSOAL OCUP. | PART. %       |
| Pequeno Porte (até 50 UHs)    | 353          | 13,89         | 804          | 15,67         | 2,28        | 188           | 10,65         |
| Médio Porte (de 51 a 100 UHs) | 797          | 31,35         | 1.691        | 32,96         | 2,12        | 385           | 21,80         |
| Grande Porte (acima 100 UHs)  | 1.392        | 54,76         | 2.636        | 51,37         | 1,89        | 1.193         | 67,55         |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>2.542</b> | <b>100,00</b> | <b>5.131</b> | <b>100,00</b> | <b>2,02</b> | <b>1.766</b>  | <b>100,00</b> |

Fonte: Hotéis / Pesquisa Direta; BAHIATURSA / Pesquisa de Atualização da Oferta de Meios de Hospedagem de Salvador – 2000.



Tabela 4.9 Forma de Administração e Propriedade do Capital dos Hotéis. Salvador – 2000

| FORMA DE<br>ADMINISTRÇÃO<br>E<br>PROPRIEDADE CAPITAL | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |      |        |       |        | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |        |          |        |              |        | GERAL |        |
|--|----------------------------|--------|------|--------|-------|--------|----------------------------------|--------|----------|--------|--------------|--------|-------|--------|
|  | 1 E 2                      |        | 3    |        | 4 E 5 |        | ATÉ 50                           |        | 51 A 100 |        | ACIMA DE 100 |        |       |        |
|  | ABS.                       | %      | ABS. | %      | ABS.  | %      | ABS.                             | %      | ABS.     | %      | ABS.         | %      | ABS.  | %      |
| Forma de Administração                               |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |
| ▪ Proprietário                                       | 6                          | 75,00  | 7    | 53,85  | 1     | 11,11  | 8                                | 72,73  | 6        | 54,55  |              |        | 14    | 46,67  |
| ▪ Adm./Gerente                                       | 2                          | 25,00  | 6    | 46,15  | 5     | 55,56  | 3                                | 27,27  | 5        | 45,45  | 5            | 62,50  | 13    | 43,33  |
| ▪ Cadeia Hotéis                                      |                            |        |      |        | 3     | 33,33  |                                  |        |          |        | 3            | 37,50  | 3     | 10,00  |
| Propriedade do Capital                               |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |
| ▪ Local  | 8                          | 100,00 | 12   | 92,31  | 5     | 55,56  | 11                               | 100,00 | 10       | 90,91  | 4            | 50,00  | 25    | 83,34  |
| ▪ Nacional   |                            |        | 1    | 7,69   | 3     | 33,33  |                                  |        | 1        | 9,09   | 3            | 37,50  | 4     | 13,33  |
| ▪ Internacional                                      |                            |        |      |        | 1     | 11,11  |                                  |        |          |        | 1            | 12,50  | 1     | 3,33   |
| TOTAL  | 8                          | 100,00 | 13   | 100,00 | 9     | 100,00 | 11                               | 100,00 | 11       | 100,00 | 8            | 100,00 | 30    | 100,00 |

Fonte: Hotéis / Pesquisa Direta; BAHIATURSA / Pesquisa de Atualização da Oferta de Meios de Hospedagem de Salvador – 2000.

Tabela 4.10 Pessoal Ocupado nos Hotéis. Salvador – 2000

| Tabela 4.16 - Pessoal Ocupado nos Hotéis, Salvador - 2000 |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |
|---|----------------------------|--------|------|--------|-------|--------|----------------------------------|--------|----------|--------|--------------|--------|-------|--------|
| PESSOAL OCUPADO   | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |      |        |       |        | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |        |          |        |              |        | GERAL |        |
|   | 1 E 2                      |        | 3    |        | 4 E 5 |        | ATÉ 50                           |        | 51 A 100 |        | ACIMA DE 100 |        |       |        |
|   | ABS.                       | %      | ABS. | %      | ABS.  | %      | ABS.                             | %      | ABS.     | %      | ABS.         | %      | ABS.  | %      |
| Total   | 106                        | 100,00 | 516  | 100,00 | 1.144 | 100,00 | 188                              | 100,00 | 385      | 100,00 | 1.193        | 100,00 | 1.766 | 100,00 |
| ✓ Fixo  | 101                        | 95,28  | 512  | 99,22  | 1.117 | 97,64  | 182                              | 96,81  | 382      | 99,22  | 1.166        | 97,74  | 1.730 | 97,96  |
| ✓ Temporário  | 5                          | 4,72   | 4    | 0,78   | 27    | 2,36   | 6                                | 3,19   | 3        | 0,78   | 27           | 2,26   | 36    | 2,04   |
| ✓ Terceirizado  | 17                         | 16,04  | 62   | 12,02  | 51    | 4,46   | 19                               | 10,11  | 37       | 9,61   | 74           | 6,20   | 130   | 7,36   |
| Contrata na Alta Estação                                  |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |
| ✓ Não   | 5                          | 62,50  | 3    | 23,08  | 3     | 33,33  | 5                                | 45,45  | 3        | 27,27  | 3            | 37,50  | 11    | 36,67  |
| ✓ Sim   | 3                          | 37,50  | 10   | 76,92  | 6     | 66,67  | 6                                | 54,55  | 8        | 72,73  | 5            | 62,50  | 19    | 63,33  |
| ✓ Quantidade  | 6                          |        | 35   |        | 55    |        | 15                               |        | 25       |        | 56           |        | 96    |        |
| Pessoa Ocup./UH   | 0,45                       |        | 0,56 |        | 0,83  |        | 0,53                             |        | 0,48     |        | 0,86         |        | 0,70  |        |
| Pessoa Ocup./Leito  | 0,22                       |        | 0,26 |        | 0,43  |        | 0,23                             |        | 0,23     |        | 0,45         |        | 0,34  |        |
| Salário Bruto Médio/Mês (R\$)                             | 323                        |        | 362  |        | 763   |        | 281                              |        | 450      |        | 711          |        | 612   |        |

Fonte: Hotéis / Pesquisa Direta; BAHIA TURSA / Pesquisa de Atualização da Oferta de Meios de Hospedagem de Salvador – 2000.

Tabela 4.11 Pessoal Ocupado nos Hotéis e Salários, de acordo com a Procedência das Pessoas. Salvador – 2000

| PROCEDÊNCIA DAS PESSOAS | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |         |        |         |        | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |        |          |        |              |        | GERAL     |        |
|-------------------------|----------------------------|--------|---------|--------|---------|--------|----------------------------------|--------|----------|--------|--------------|--------|-----------|--------|
|                         | 1 E 2                      |        | 3       |        | 4 E 5   |        | ATÉ 50                           |        | 51 A 100 |        | ACIMA DE 100 |        |           |        |
|                         | ABS.                       | %      | ABS.    | %      | ABS.    | %      | ABS.                             | %      | ABS.     | %      | ABS.         | %      | ABS.      | %      |
| Pessoal Ocupado         |                            |        |         |        |         |        |                                  |        |          |        |              |        |           |        |
| ✓ Salvador              | 96                         | 90,80  | 482     | 93,41  | 787     | 74,63  | 181                              | 96,14  | 315      | 96,67  | 869          | 74,72  | 1.365     | 81,39  |
| ✓ Bahia                 | 7                          | 6,13   | 28      | 5,43   | 183     | 17,37  | 4                                | 2,13   | 11       | 3,33   | 203          | 17,45  | 218       | 13,00  |
| ✓ Outros Estados        |                            |        | 5       | 0,97   | 83      | 7,85   |                                  |        |          |        | 88           | 7,57   | 88        | 5,25   |
| ✓ Outros Países         | 3                          | 3,07   | 1       | 0,19   | 2       | 0,15   | 3                                | 1,73   |          |        | 3            | 0,26   | 6         | 0,36   |
| Total Pessoal Ocupado   | 106                        | 100,00 | 516     | 100,00 | 1.055   | 100,00 | 188                              | 100,00 | 326      | 100,00 | 1.163        | 100,00 | 1.677     | 100,00 |
| Salários (R\$)          |                            |        |         |        |         |        |                                  |        |          |        |              |        |           |        |
| ✓ Salvador              | 32.594                     | 95,18  | 163.785 | 87,63  | 479.222 | 59,53  | 51.736                           | 98,11  | 143.726  | 97,91  | 480.138      | 58,08  | 675.600   | 65,84  |
| ✓ Bahia                 | 1.293                      | 3,77   | 14.294  | 7,65   | 175.240 | 21,77  | 640                              | 1,21   | 3.066    | 2,09   | 187.200      | 22,65  | 190.827   | 18,59  |
| ✓ Outros Estados        |                            |        | 6.164   | 3,30   | 126.398 | 15,70  |                                  |        |          |        | 132.482      | 16,03  | 132.562   | 12,92  |
| ✓ Outros Países         | 359                        | 1,05   | 2.652   | 1,42   | 24.171  | 3,00   | 359                              | 0,68   |          |        | 26.823       | 3,24   | 27.181    | 2,65   |
| Total Salários          | 34.246                     | 100,00 | 186.895 | 100,00 | 805.031 | 100,00 | 52.735                           | 100,00 | 146.792  | 100,00 | 826.643      | 100,00 | 1.026.170 | 100,00 |

Fonte: Hotéis / Pesquisa Direta; BAHIATURSA / Pesquisa de Atualização da Oferta de Meios de Hospedagem de Salvador – 2000.

Tabela 4.12 - Problemas com Fornecedores indicados pelos Hotéis. Salvador – 2000

| PROBLEMA |                       | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |      |        |       |        | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |        |          |        |              |        | GERAL |        |
|----------|-----------------------|----------------------------|--------|------|--------|-------|--------|----------------------------------|--------|----------|--------|--------------|--------|-------|--------|
|          |                       | 1 E 2                      |        | 3    |        | 4 E 5 |        | ATÉ 50                           |        | 51 A 100 |        | ACIMA DE 100 |        |       |        |
|          |                       | ABS.                       | %      | ABS. | %      | ABS.  | %      | ABS.                             | %      | ABS.     | %      | ABS.         | %      | ABS.  | %      |
| ✓        | Não há problema       | 6                          | 42,87  | 10   | 58,83  | 4     | 15,38  | 8                                | 44,43  | 9        | 59,99  | 3            | 12,51  | 20    | 35,09  |
| ✓        | Prazo Entrega/Atend.  | 1                          | 7,14   | 3    | 17,65  | 3     | 11,54  | 2                                | 11,11  | 1        | 6,67   | 4            | 16,67  | 7     | 12,28  |
| ✓        | Transporte            | 1                          | 7,14   | 1    | 5,88   | 4     | 15,39  | 1                                | 5,56   | 2        | 13,33  | 3            | 12,50  | 6     | 10,53  |
| ✓        | Qualid. Prod./Serv.   | 1                          | 7,14   |      |        | 4     | 15,39  | 1                                | 5,56   | 1        | 6,67   | 3            | 12,50  | 5     | 8,77   |
| ✓        | Assistência Técnica   | 1                          | 7,14   | 2    | 11,76  | 2     | 7,69   | 2                                | 11,11  | 1        | 6,67   | 2            | 8,33   | 5     | 8,77   |
| ✓        | Identif. Fornecedor   | 1                          | 7,14   | 1    | 5,88   | 2     | 7,69   | 1                                | 5,56   | 1        | 6,67   | 2            | 8,33   | 4     | 7,02   |
| ✓        | Seleção Fornecedor    | 2                          | 14,29  |      |        | 2     | 7,69   | 2                                | 11,11  |          |        | 2            | 8,33   | 4     | 7,02   |
| ✓        | Localiz. Fornecedor   | 1                          | 7,14   |      |        | 2     | 7,69   | 1                                | 5,56   |          |        | 2            | 8,33   | 3     | 5,26   |
| ✓        | Nível e Negoc. Preços |                            |        |      |        | 2     | 7,69   |                                  |        |          |        | 2            | 8,33   | 2     | 3,51   |
| ✓        | Todos são Problemas   |                            |        |      |        | 1     | 3,85   |                                  |        |          |        | 1            | 4,17   | 1     | 1,75   |
| ✓        | Outros                |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |
| TOTAL    |                       | 14                         | 100,00 | 17   | 100,00 | 26    | 100,00 | 18                               | 100,00 | 15       | 100,00 | 24           | 100,00 | 57    | 100,00 |

Fonte: Hotéis / Pesquisa Direta; BAHIATURSA / Pesquisa de Atualização da Oferta de Meios de Hospedagem de Salvador – 2000.

**Tabela 4.13 - Dificuldades encontradas pelos Hotéis na obtenção de Produtos e Serviços. Salvador – 2000**

| Tabela 115 - Dificuldades encontradas pelos hotéis na obtenção de Produtos e Serviços Básicos - 2009 |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |  |
|--|----------------------------|--------|------|--------|-------|--------|----------------------------------|--------|----------|--------|--------------|--------|-------|--------|--|
| DIFICULDADE  | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |      |        |       |        | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |        |          |        |              |        | GERAL |        |  |
|  | 1 E 2                      |        | 3    |        | 4 E 5 |        | ATÉ 50                           |        | 51 A 100 |        | ACIMA DE 100 |        |       |        |  |
|  | ABS.                       | %      | ABS. | %      | ABS.  | %      | ABS.                             | %      | ABS.     | %      | ABS.         | %      | ABS.  | %      |  |
| ✓ Não há dificuldade   | 6                          | 50,01  | 10   | 52,64  | 2     | 7,14   | 8                                | 50,00  | 6        | 31,58  | 4            | 16,67  | 18    | 30,52  |  |
| ✓ Serviços Manutenção  | 2                          | 16,67  | 3    | 15,80  | 3     | 10,71  | 3                                | 18,75  | 3        | 15,79  | 2            | 8,33   | 8     | 13,57  |  |
| ✓ Roupa Cama/Mesa/Banho  | 1                          | 8,33   | 1    | 5,26   | 4     | 14,30  | 1                                | 6,25   | 2        | 10,53  | 3            | 12,50  | 6     | 10,17  |  |
| ✓ Instl./Equip. Ar Condicion.  | 1                          | 8,33   | 1    | 5,26   | 4     | 14,30  | 1                                | 6,25   | 2        | 10,53  | 3            | 12,50  | 6     | 10,17  |  |
| ✓ Alimentos e Afins  |                            |        | 1    | 5,26   | 3     | 10,71  |                                  |        | 2        | 10,53  | 2            | 8,33   | 4     | 6,78   |  |
| ✓ Mobiliário   | 1                          | 8,33   | 1    | 5,26   | 2     | 7,14   | 1                                | 6,25   | 1        | 5,26   | 2            | 8,33   | 4     | 6,78   |  |
| ✓ Bebidas e Afins  |                            |        |      |        | 3     | 10,71  |                                  |        |          |        | 3            | 12,50  | 3     | 5,08   |  |
| ✓ Serviços Transporte  |                            |        |      |        | 2     | 7,14   |                                  |        | 1        | 5,26   | 1            | 4,17   | 2     | 3,39   |  |
| ✓ Eletro-Eletrônicos   |                            |        | 1    | 5,26   | 1     | 3,57   |                                  |        | 1        | 5,26   | 1            | 4,17   | 2     | 3,39   |  |
| ✓ Equip./Utens. Cozinha  |                            |        |      |        | 2     | 7,14   |                                  |        |          |        | 2            | 8,33   | 2     | 3,39   |  |
| ✓ Serv. Prom./Propa./Publ.   |                            |        | 1    | 5,26   |       |        | 1                                | 6,25   |          |        |              |        | 1     | 1,69   |  |
| ✓ Material. Limpeza/Manut  |                            |        |      |        | 1     | 3,57   |                                  |        |          |        | 1            | 4,17   | 1     | 1,69   |  |
| ✓ Serv. Financ./Contabil.  | 1                          | 8,33   |      |        |       |        | 1                                | 6,25   |          |        |              |        | 1     | 1,69   |  |
| ✓ Equip. Lavanderia  |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |  |
| ✓ Serviços Segurança   |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |  |
| ✓ Serviços Limpeza   |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |  |
| ✓ Todos são Dificuldades   |                            |        |      |        |       |        |                                  |        |          |        |              |        |       |        |  |
| ✓ Outros   |                            |        |      |        | 1     | 3,57   |                                  |        | 1        | 5,26   |              |        | 1     | 1,69   |  |
| TOTAL  | 12                         | 100,00 | 19   | 100,00 | 28    | 100,00 | 16                               | 100,00 | 19       | 100,00 | 24           | 100,00 | 59    | 100,00 |  |

Fonte: Hotéis / Pesquisa Direta; Bahiatursa / Pesquisa de Atualização da Oferta de Meios de Hospedagem de Salvador – 2000.

Tabela 4.14 - Gasto Total Anual dos Hotéis com Fornecedores em 1999. Salvador – 2000

| Tabela 4.14 – Gasto Total Anual dos Hotéis com Fornecedores em 1999: Salvador – 2000 |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
|--|----------------------------|--------|--------|----------------------------------|----------|-----------|------------|-------|
| ANO  | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |        | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |          |           | GERAL<br>% |       |
|  | 1 E 2                      | 3      | 4 E 5  | ATÉ 50                           | 51 A 100 | ACIMA 100 |            |       |
|  | %                          | %      | %      | %                                | %        | %         |            |       |
| <b>Alimentos e Afins</b>   |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓  | Salvador                   | 97,08  | 99,44  | 71,62                            | 76,68    | 100,00    | 71,80      | 81,21 |
| ✓  | Bahia                      | 2,92   | 0,56   | 10,53                            | 21,32    |           | 10,46      | 7,11  |
| ✓  | Outros Estados             |        |        | 17,85                            |          |           | 17,74      | 11,68 |
| ✓  | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |
| <b>Bebidas e Afins</b>   |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓  | Salvador                   | 100,00 | 100,00 | 61,31                            | 100,00   | 100,00    | 64,00      | 71,55 |
| ✓  | Bahia                      |        |        | 18,49                            |          |           | 17,21      | 13,60 |
| ✓  | Outros Estados             |        |        | 20,20                            |          |           | 18,79      | 14,85 |
| ✓  | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |
| <b>Mobiliário</b>  |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓  | Salvador                   | 100,00 | 100,00 | 72,71                            | 100,00   | 100,00    | 72,71      | 80,37 |
| ✓  | Bahia                      |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓  | Outros Estados             |        |        | 27,29                            |          |           | 27,29      | 19,63 |
| ✓  | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |
| <b>Instl./Equip. Ar Condicion.</b>   |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓  | Salvador                   | 100,00 | 100,00 | 92,01                            | 100,00   | 100,00    | 91,31      | 96,50 |
| ✓  | Bahia                      |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓  | Outros Estados             |        |        | 7,99                             |          |           | 8,69       | 3,50  |
| ✓  | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |
| <b>Eletro-Eletrônicos</b>  |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓  | Salvador                   | 100,00 | 100,00 | 71,92                            | 100,00   | 100,00    | 71,92      | 74,23 |
| ✓  | Bahia                      |        |        | 17,23                            |          |           | 17,23      | 15,81 |
| ✓  | Outros Estados             |        |        | 10,85                            |          |           | 10,85      | 9,96  |
| ✓  | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |

Continua

Continuação da Tabela 4.14

Continuação da Tabela 4.14

| ANO                             | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |        | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |          |           | GERAL<br>% |       |
|---------------------------------|----------------------------|--------|--------|----------------------------------|----------|-----------|------------|-------|
|                                 | 1 E 2                      | 3      | 4 E 5  | ATÉ 50                           | 51 A 100 | ACIMA 100 |            |       |
|                                 | %                          | %      | %      | %                                | %        | %         |            |       |
| <b>Roupa Cama/Mesa/Banho</b>    |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓                               | Salvador                   | 77,31  | 63,12  | 51,26                            | 58,90    | 82,42     | 45,55      | 53,15 |
| ✓                               | Bahia                      | 11,86  |        | 14,75                            | 14,20    |           | 16,11      | 12,84 |
| ✓                               | Outros Estados             | 10,83  | 36,88  | 33,99                            | 26,90    | 17,58     | 38,34      | 34,01 |
| ✓                               | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |
| <b>Equip./Utens. Cozinha</b>    |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓                               | Salvador                   | 100,00 | 100,00 | 42,28                            | 100,00   | 100,00    | 39,65      | 51,95 |
| ✓                               | Bahia                      |        |        | 18,21                            |          |           | 19,04      | 15,16 |
| ✓                               | Outros Estados             |        |        | 39,51                            |          |           | 41,31      | 32,89 |
| ✓                               | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |
| <b>Equip. Lavanderia</b>        |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓                               | Salvador                   | 100,00 |        | 71,89                            | 100,00   | 100,00    | 66,67      | 72,04 |
| ✓                               | Bahia                      |        |        | 28,11                            |          |           | 33,33      | 27,96 |
| ✓                               | Outros Estados             |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓                               | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |
| <b>Material. Limpeza/Manut.</b> |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓                               | Salvador                   | 42,19  | 90,04  | 71,37                            | 2,30     | 98,51     | 80,73      | 82,81 |
| ✓                               | Bahia                      | 57,81  | 9,96   | 13,66                            | 97,70    |           | 9,89       | 12,14 |
| ✓                               | Outros Estados             |        |        | 14,97                            |          | 1,49      | 9,38       | 5,05  |
| ✓                               | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |
| <b>Serviços Limpeza</b>         |                            |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓                               | Salvador                   | 100,00 | 100,00 | 87,16                            | 100,00   | 100,00    | 87,16      | 87,83 |
| ✓                               | Bahia                      |        |        | 12,84                            |          |           | 12,84      | 12,17 |
| ✓                               | Outros Estados             |        |        |                                  |          |           |            |       |
| ✓                               | Outros Países              |        |        |                                  |          |           |            |       |

Continua





Continuação da Tabela 4.14

Continuação da Tabela 4.14

| ANO                      | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |       | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |          |           | GERAL<br>% |
|--------------------------|----------------------------|--------|-------|----------------------------------|----------|-----------|------------|
|                          | 1 E 2                      | 3      | 4 E 5 | ATÉ 50                           | 51 A 100 | ACIMA 100 |            |
|                          | %                          | %      | %     | %                                | %        | %         |            |
| Serv. Prom./Propa./Publ. |                            |        |       |                                  |          |           |            |
| ✓                        | Salvador                   | 100,00 | 72,21 |                                  | 100,00   | 71,66     | 83,29      |
| ✓                        | Bahia                      |        | 27,79 |                                  |          | 28,34     | 16,71      |
| ✓                        | Outros Estados             |        |       |                                  |          |           |            |
| ✓                        | Outros Países              |        |       |                                  |          |           |            |
| Outros                   |                            |        |       |                                  |          |           |            |
| ✓                        | Salvador                   | 66,50  | 96,64 | 96,28                            | 13,86    | 100,00    | 96,22      |
| ✓                        | Bahia                      | 33,50  | 3,36  |                                  | 86,14    |           | 0,79       |
| ✓                        | Outros Estados             |        |       | 3,72                             |          |           | 2,99       |
| ✓                        | Outros Países              |        |       |                                  |          |           |            |
| Total                    |                            |        |       |                                  |          |           |            |
| ✓                        | Salvador                   | 83,68  | 96,55 | 70,24                            | 36,95    | 99,20     | 78,50      |
| ✓                        | Bahia                      | 15,41  | 2,60  | 11,90                            | 61,83    |           | 9,06       |
| ✓                        | Outros Estados             | 0,91   | 0,85  | 17,86                            | 1,22     | 0,80      | 12,44      |
| ✓                        | Outros Países              |        |       |                                  |          |           |            |

Fonte: Hotéis / Pesquisa Direta; Bahiaturso / Pesquisa de Atualização da Oferta de Meios de Hospedagem de Salvador – 2000.

Tabela 4.15 Resumo dos Indicadores de Desempenho Operacional dos Hotéis em 1999 (R\$). Salvador – 2000

| INDICADOR                    | CATEGORIA MH (Nº ESTRELAS) |        |        | TAMANHO ESTABELECIMENTO (Nº UHs) |          |              | GERAL  |
|------------------------------|----------------------------|--------|--------|----------------------------------|----------|--------------|--------|
|                              | 1 E 2                      | 3      | 4 E 5  | ATÉ 50                           | 51 A 100 | ACIMA DE 100 |        |
|                              | R\$                        | R\$    | R\$    | R\$                              | R\$      | R\$          | R\$    |
| <b>Faturamento Bruto</b>     |                            |        |        |                                  |          |              |        |
| ✓ Por UH                     | 17.097                     | 10.679 | 24.532 | 16.137                           | 10.062   | 24.719       | 18.584 |
| ✓ Por Leito                  | 8.335                      | 4.991  | 12.828 | 6.955                            | 4.742    | 13.261       | 9.238  |
| ✓ Por Pessoa Ocupada         | 37.743                     | 18.667 | 29.400 | 28.428                           | 20.829   | 28.449       | 26.640 |
| <b>Receita Operacional</b>   |                            |        |        |                                  |          |              |        |
| ✓ Por UH                     | 6.641                      | 4.405  | 11.985 | 6.335                            | 4.249    | 11.995       | 8.481  |
| ✓ Por Leito                  | 3.238                      | 2.060  | 6.337  | 2.742                            | 1.998    | 6.528        | 4.232  |
| ✓ Por Pessoa Ocupada         | 15.066                     | 7.766  | 15.050 | 11.383                           | 8.942    | 14.365       | 12.664 |
| <b>Custo Operacional</b>     |                            |        |        |                                  |          |              |        |
| ✓ Por UH                     | 6.291                      | 2.743  | 9.551  | 6.178                            | 3.162    | 8.648        | 6.488  |
| ✓ Por Leito                  | 3.068                      | 1.293  | 5.072  | 2.722                            | 1.477    | 4.706        | 3.250  |
| ✓ Por Pessoa Ocupada         | 14.274                     | 4.861  | 11.959 | 11.290                           | 7.141    | 10.356       | 9.745  |
| <b>Gasto c/ Fornecedores</b> |                            |        |        |                                  |          |              |        |
| ✓ Por UH                     | 139                        | 924    | 2.910  | 320                              | 1.209    | 2.532        | 1.803  |
| ✓ Por Leito                  | 66                         | 434    | 1.560  | 133                              | 565      | 1.395        | 901    |
| ✓ Por Pessoa Ocupada         | 491                        | 1.635  | 3.834  | 682                              | 2.732    | 3.149        | 2.844  |

Fonte: Hotéis / Pesquisa Direta; Bahiatursa / Pesquisa de Atualização da Oferta de Meios de Hospedagem de Salvador – 2000.

### 4.3 Análise fatorial: Resultados preliminares indicativos de vazamentos da economia do turismo de Salvador a partir do setor hoteleiro

#### 4.4.1 Construção das variáveis “Tamanho do Estabelecimento” e “Problemas no Mercado Local” usando Componentes Principais

**Variável “Tamanho do Estabelecimento” – Objetivo:** criar uma variável síntese da informação que represente o tamanho do estabelecimento, que, pressupostamente, deve apresentar características distintas de resultados, segundo o porte do negócio. A criação desta variável TAMANHO se RECOMENDA, pois, isoladamente, cada um dos critérios representativos se revela incompleto e pode levar a diferentes conclusões sobre a hierarquia dos hotéis. A classificação pelo número de **empregados** pode esconder falhas técnicas, de modo que, o hotel com maior número de empregados pode, em verdade, ser um hotel com uma tecnologia menos avançada e não ser o hotel líder. A classificação pelo número de **leitos** pode sofrer do mesmo problema. Um hotel grande, em número de leitos, pode não resultar de uma posição estratégica da firma, mas, ao contrário, tratar-se de uma construção antiga e não adaptada às novas condições do mercado. O **faturamento**, por sua vez, nada diz a respeito da estrutura de custos do empreendimento e revela muito pouco sobre as “características tecnológicas” da firma. A proposta dessa metodologia é criar um indicador síntese dessas variáveis (incluindo ainda a variável discreta limitada “categoria”), de modo a permitir a hierarquização dos empreendimentos, por um critério que revele a importância relativa de cada firma no setor.

Uma visão mais sistematizada da metodologia dos componentes principais pode ser apreendida em Anderson, T. W., *An introduction to multivariate statistical analysis* (2003).

Para tanto se aplicou uma transformação linear em cada uma das variáveis consideradas, de modo a limitar o intervalo de variação entre 0 e 1. Após, usando o método de componentes

principais, foram calculados os pesos relativos de cada variável no indicador síntese. Os pesos assim calculados são reportados na (Tabela 4.16).

**Tabela 4.16 Pesos calculados pelo Método de Componentes Principais (em%)**

| Variável      | Peso  |
|---------------|-------|
| ✓ Categoria   | 23,51 |
| ✓ Leitos      | 25,67 |
| ✓ Empregados  | 25,66 |
| ✓ Faturamento | 25,16 |

Nota: A primeira componente responde por 89,48% da variância total.

**Variável “Problemas no Mercado Local” – Objetivo:** criar uma variável que sintetize as informações com relação aos problemas declarados com fornecedores de produtos e serviços locais. Atribuiu-se pesos iguais a cada um dos itens das duas questões que tratam do assunto. Para cada declarante efetuou-se a soma das respostas positivas para problemas locais, de modo a se ter uma distribuição de intensidade nas declarações positivas. Esse resultado foi normalizado linearmente para que o intervalo de distribuição ficasse entre 0 (nenhum problema declarado) e 1 (o maior número de problemas declarados).

#### 4.3.2. Análise de regressão

Para a análise de regressão se criou uma variável “vazamento”, correspondendo aos itens de custos como percentual do faturamento gastos com fornecedores externos ao estado da Bahia. O modelo de regressão estimou a variação nesse percentual explicada pelo índice de “Tamanho do Estabelecimento” e pelo índice de “Problemas com Fornecedores Locais”. A regressão estimada e seus resultados são dados a seguir:

$$vazamento = \beta_0 + \beta_1 tamanho + \beta_2 problemas + \varepsilon_i \quad (\text{Tabela 4.17, p. 437})$$

$$vazamento = \beta_0 + \beta_1 tamanho + \varepsilon_i \quad (\text{Tabela 4.18, p. 437})$$

**Tabela 4.17 Variável Dependente: Vazamento como % do Faturamento**

| Número de observações | 24          |             |       |        | F(1, 22)                     | 12.90    |
|-----------------------|-------------|-------------|-------|--------|------------------------------|----------|
| R quadrado            | 0.7004      |             |       |        | P > F                        | 0.0002   |
| Variável              | coeficiente | erro-padrão | est-t | P >  t | intervalo de confiança a 95% |          |
| Constante             | -3.91485    | 2.155952    | -1.82 | 0.084  | -8.398398                    | .5686984 |
| Tamanho               | 12.50874    | 7.078662    | 1.77  | 0.092  | -2.212141                    | 27.22963 |
| Problemas             | 19.801      | 6.077488    | 3.26  | 0.004  | 7.162169                     | 32.43982 |

Nota: Erros-padrão calculados utilizando a matriz de White para correção de heterocedasticidade.

**Tabela 4.18 - Variável Dependente: Vazamento como % do Faturamento**

| Número de observações | 24          |             |       |        | F(1, 22)                     | 8.05     |
|-----------------------|-------------|-------------|-------|--------|------------------------------|----------|
| R quadrado            | 0.4735      |             |       |        | P > F                        | 0.0096   |
| Variável              | coeficiente | erro-padrão | est-t | P >  t | intervalo de confiança a 95% |          |
| constante             | -4.859367   | 2.439657    | -1.99 | 0.059  | -9.918906                    | .2001717 |
| tamanho               | 26.14102    | 9.215796    | 2.84  | 0.010  | - 7.028628                   | 45.25341 |

Nota: Erros-padrão calculados utilizando a matriz de White para correção de heterocedasticidade.

Na primeira regressão, observada na Tabela 4.17, foram incorporadas as duas variáveis construídas. Pelos resultados obtidos, utilizando no total 24 observações, nota-se que a variável “*problemas*” e a variável “*tamanho*” têm um impacto sobre o vazamento. Vale ressaltar que, conjuntamente, as variáveis “*problemas*” e “*tamanho*”, são altamente significativas e possuem um poder de explicação de 70%, obtido pelo resultado do R quadrado.

Na segunda regressão, Tabela 4.18, “matando-se” apenas a variável “*tamanho*”, para assim captar seu efeito isoladamente - já que o pressuposto é de que quanto maior o estabelecimento, maior o índice de vazamento. Esta solução revela-se, altamente significante na explicação do modelo, com um impacto relativamente maior desta variável sobre o vazamento.

Dessa maneira, corrobora-se os indícios de que tanto o tamanho do estabelecimento quanto os problemas gerados por fornecedores de produtos e serviços locais possuem efeitos positivos em relação ao “vazamento” externo no setor hoteleiro.

Como consequência, o vazamento no setor hoteleiro afeta o conjunto da atividade do turismo em Salvador, sendo influenciado e influenciando o grau de endogeneização da eficiência econômica do turismo na capital baiana e no Estado da Bahia, causando a redução do nível de retenção local dos resultados econômicos da atividade do turismo obtidos a partir do desempenho da hotelaria de Salvador, notadamente dos estabelecimentos de 4 e 5 estrelas ou de grande porte.

## CONCLUSÃO

Todos os tipos de concentrações geográficas de conjuntos produtivos, quer sejam de empresas, indústrias, cadeias produtivas, setores ou atividades econômicas, negócios, centros de inovação tecnológica, núcleos que agreguem conhecimento, capital físico, capital humano ou capital social, podem, genericamente, serem denominados de agrupamentos, ou do seu equivalente de origem anglo-saxônica, *cluster*.

Especificamente, esses agrupamentos assumem diferenciadas denominações, conforme o enfoque dominante ou o conjunto de características de cada um, assim tem-se uma variedade de conceitos ou metodologias conformando “diferentes” tipos de agrupamentos: distritos industriais, meios inovadores, arranjos produtivos locais, sistemas produtivos locais, parques tecnológicos, tecnopolos, ..., além de suas derivações ou dissidências.

O termo *cluster*, no seu uso genérico, significando a noção de reunião ou grupo de elementos de qualquer natureza, pode ser utilizado para referir-se a todos os tipos de conjuntos produtivos, qualquer que seja o seu foco e dimensão, não servindo, entretanto, para caracterizá-los em suas especificidades.

O uso generalizado que o termo ganhou, a partir dos trabalhos de Michael Porter, transformou-o em mero substantivo, responsável pela grande confusão reinante no meio acadêmico em relação ao que é e o que deixa de ser um *cluster*. Tal confusão, na perspectiva desta tese deixa de existir, quando se visualiza que o termo deve ser utilizado apenas na condição de substantivo, pois assim, todo grupo, de qualquer coisa, é, de fato, um *cluster*. Entende-se que essa confusão tende a se perpetuar com a insistência em utilizar-se o termo na função de adjetivo, procurando-se desta forma qualificar as especificidades de distintos agrupamentos e enquadrá-los, a todos, indiferenciadamente, no modelo teórico-metodológico porteriano de *cluster*.

A própria difusão e massificação do termo, conseqüência da sua universal e prescritiva utilização, preconizada e imprimida pelo próprio Michael Porter ao seu conceito e metodologia, podem ser apontadas como responsáveis pela sua banalização, a tal ponto que, para resgatar a identidade do seu modelo, Michael Porter deve, inclusive, procurar um novo termo que traduza as especificidades do seu tipo de *cluster* – caracterizado como um *cluster* nacional e setorial; com ênfase nas grandes empresas e complexos industriais; e com enfoque empresarial e microeconômico.

Quanto mais ampliada for a dimensão do *cluster*, mais abstrata a sua referência espacial, assumindo o conceito apenas uma utilidade didática de teorização. Para uma concreta utilização do conceito para efeito de estudo das concentrações geográficas de empresas, dos seus enlances funcionais, institucionais e territoriais, do seu planejamento e do papel que desempenha no desenvolvimento regional, menor deverá ser sua dimensão territorial de referência e mais restrito o seu enquadramento teórico.

Ao se procurar incluir no conceito de *cluster*, conforme a concepção de Michael Porter, todos os tipos de aglomerações de empresas existentes, se pretende uma aplicação universal deste conceito, o que carece de base científica e reforça o seu caráter didático, teórico e abstrato, perdendo o mesmo, todo o sentido prático de um modelo de análise de desenvolvimento urbano-regional. Além disso, pela sua caracterização nitidamente empresarial e microeconômica, o conceito de *cluster* não pode ser tomado como uma estratégia de desenvolvimento regional, não na amplitude preconizada por Porter.

O “setor” turístico é excessivamente amplo e heterogêneo, para poder ser tratado como um todo. A verdadeira concorrência no “setor” turístico ocorre entre segmentos estratégicos distintivos dedicados a fornecer serviços em um âmbito geográfico determinado - o destino turístico, o qual pode fazer parte de um ou mais *clusters*, em função dos diferenciados produtos que seja capaz de articular.



Trabalhar com âmbitos territoriais dispersos, excessivamente amplos e pouco homogêneos, dificulta realizar-se diagnósticos precisos do “setor” turístico. Ao se trabalhar com *clusters* no turismo torna-se necessário contemplar um nível geográfico reduzido, concreto, um destino turístico ou um *microcluster* turístico.

O destino turístico ou *microcluster* pode ser identificado como uma zona turística, de dimensão micro-regional. A zona turística pode ela mesma ser um agrupamento, ou constituir-se em um conglomerado de agrupamentos - uma zona turística contém, ou pode conter, vários *clusters* turísticos.

O *cluster* de turismo pode ser identificado espacialmente sob duas óticas: uma de natureza geral, através das zonas e pólos turísticos em que uma região encontra-se dividida, e outra de natureza específica, vinculando aos municípios e localidades que integram as zonas turísticas os diferenciados segmentos nos quais a região seja dotada de recursos de base para uma inserção competitiva no cenário nacional e internacional do mercado de viagens e turismo.

Se, por um lado, os traços singulares da atividade turística, trazem uma dimensão muito mais ampliada e complexa ao seu enquadramento e tratamento como uma única cadeia produtiva ou um único *cluster*, *vis a vis* um setor econômico ou uma indústria convencional, com maior grau de homogeneidade, por outro lado, uma atividade de tal porte e importância só pode ser planejada como um sistema integrado, considerando-se o conjunto de variáveis envolvidas – culturais, sociais, psicológicas, político-legais, ecológicas, econômicas e tecnológicas, com vistas ao desenvolvimento sustentado da região em análise. Esse desenvolvimento compreende o alcance dos objetivos de proteção e preservação ambiental, o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida da comunidade residente, a satisfação das necessidades e expectativas do turista e a integração econômica local e regional, levando-se em conta as distintas dimensões da sustentabilidade: ecológica, social, cultural, econômica e espacial / territorial, considerando suas respectivas capacidades de suporte ou de carga.

Os diversos aspectos que aqui se analisa são de grande utilidade para auxiliar no processo de identificação dos componentes dos destinos turísticos ou *microclusters* – infra-estruturas de base econômica, fornecedores / suporte / transporte, produtos / serviços, mercados / clientes. As informações obtidas com a visualização das deficiências sistêmicas de integração entre esses componentes subsidiarão o processo de superação dos pontos de estrangulamentos, que poderão resultar no fortalecimento dos elos da(s) cadeia(s) produtiva(s) relacionadas ao turismo da região em estudo.

Para vários dos autores abordados nesta tese, os agrupamentos contêm uma determinada quantidade de cadeias produtivas, de distinta tipologia e diferenciados padrões de qualidade. Porém, em um nível mais agregado e geograficamente localizado, tais agrupamentos podem representar, na prática, aglomerações urbanas e conjuntos de instituições em torno de uma cadeia produtiva – especialização funcional do destino turístico.

Neste sentido, os *clusters* podem ser entendidos como concentrações geográficas de elos da cadeia produtiva. Quanto mais avançado e desenvolvido o cluster, maior será o número de elos da cadeia concentrados em um âmbito geográfico restrito, o que corresponderá ao adensamento regional da cadeia produtiva – o provimento de bens e serviços intermediários da cadeia passa a ser realizado por fornecedores locais.

Enquanto a configuração de cadeia privilegia elementos verticais de comando, relacionando-se com atividades nas quais existem economias de escala apropriáveis, a configuração de *cluster* sustenta-se em mecanismos horizontais de coordenação nos quais estão presentes economias externas dificilmente apropriáveis.

Não se pode considerar os conceitos de cadeia e de *cluster*, em particular referidos ao turismo, dissociados da dimensão espacial que caracteriza a atividade, a qual se concretiza em um âmbito geográfico delimitado, conformando o sistema territorial do turismo. Em verdade, pode se dizer que o turismo constitui uma atividade econômica “totalmente territorializada”,

desde que seus ativos fundamentais, os atrativos naturais e os construídos, a história e a cultura – “práticas e relações”, além de localizados espacialmente numa determinada região, marquem em seu conjunto uma identidade social e territorial, com o poder de atrair investimentos públicos e privados, nacionais e internacionais, que irão propiciar uma “embalagem” competitiva para esta atividade, cujos elementos cruciais e estratégicos de competitividade são os diferenciais desses ativos que não podem ser “criados ou imitados com facilidade em outros lugares”. Se pode confirmar então, que quando se trata de agrupamentos de empresas, ou arranjos produtivos, ou *clusters*, cujo núcleo seja a atividade econômica do turismo, a proximidade geográfica é um componente relevante e indispensável da abordagem conceitual a ser adotada, com o aspecto da territorialidade sendo a base de sustentação da natureza endógena do desenvolvimento da região e de sua competitividade.

Por todos esses aspectos envolvidos, não se pode falar de “um” turismo e sim de “vários” turismos, logo não se pode delimitar e analisar “uma” cadeia produtiva ou “um” *cluster* de turismo e sim “diversas” cadeias produtivas e “diversos” *clusters* relacionados ao turismo.

Considerando esse caráter transversal da atividade do turismo, vários dos autores analisados chegam a afirmar que não existem “empresas turísticas” *strictu sensu* porque nenhuma empresa ou setor, tomado isoladamente, satisfaz à totalidade das necessidades do cliente-turista. Não existindo nenhum tipo de empresa que satisfaça a totalidade das demandas do turista, a atividade turística pode ser considerada como uma atividade de empresas que trabalham e se comunicam “em rede”. É preciso que tais empresas funcionem de modo interrelacionado, principalmente as que se reputam como “nucleares”, ou seja, que satisfazem as necessidades essenciais do consumidor turístico: alojamento, transporte e alimentação.

Entende-se o conceito de rede como de natureza transversal, perpassando todos os tipos de agrupamentos, apresentando menor ou maior dimensão, intensidade, complexidade,

conectividade, interatividade, virtualidade, ..., a depender das especificidades de cada configuração de agrupamento.

Do mesmo modo, considera-se a atividade do turismo também de caráter transversal, perpassando, com menor ou maior intensidade, influência e dinamismo, todas as configurações de cadeias e *clusters*, integrando em determinada medida as relações inter-setoriais derivadas dos encadeamentos produtivos, a montante e a jusante, de uma dada economia de base local ou regional.

Alguns elementos peculiares à dinâmica da atividade do turismo em países receptores, caracterizados como economicamente menos desenvolvidos, apresentam-se influenciados pelos círculos viciosos ou ciclos de causalidade presentes na própria estrutura produtiva de sua economia.

A atividade do turismo nos países mais atrasados, em sua movimentação internacional, é predominantemente de natureza receptora, ou importativa, de visitantes. No caso de o desenvolvimento do turismo nesses países acarretar um elevado conteúdo importador pelo lado da oferta - a nível de insumos, recursos humanos e capital, para suprir a demanda dos turistas, isso provocará a ocorrência de vazamentos ou fugas da economia nacional ou regional, que acabarão por diminuir os benefícios líquidos do consumo turístico realizado pelos visitantes, reduzindo o nível da eficiência do turismo na economia do país ou da região.

Por outro lado, o baixo nível de renda peculiar aos países em desenvolvimento limita o poder de compra da demanda interna, implicando num reduzido nível de gastos e no insatisfatório desempenho do turismo doméstico.

As desigualdades socioeconômicas e regionais que marcam esses países, decorrentes de uma estrutura econômica concentradora da renda e da riqueza neles geradas, aliada a um baixo nível de investimentos em infra-estrutura econômica e social, resulta na persistência e

agravamento de problemas relacionados à exclusão, pobreza e violência, frutos de um ineficiente suprimento público de educação, saúde, segurança e limpeza.

Desse quadro desdobra-se o fato de que a modesta ou média situação econômica e social dos residentes nesses países, se traduz na existência de turistas nacionais detentores de uma modesta ou média situação econômica e social, o que irá implicar na exigência de um nível apenas satisfatório na qualidade dos serviços, dificultando a consolidação de uma “cultura” de qualidade na prestação de serviços, nos âmbitos nacional e regional.

Nesse contexto, um agravante a ser colocado é a fragmentação dos agentes que atuam nos diversos sub-sistemas que compõem o sistema maior – o turismo, prevalecendo uma visão setorial e segmentada que turva a percepção e o entendimento sobre o aspecto central e estratégico do sistema em seu conjunto que é a capacidade do destino turístico de produzir valor de forma global.

A miopia competitiva desses agentes, públicos e privados, irá contribuir para a perenização dos pontos de estrangulamentos e o não adensamento das cadeias produtivas existentes, além de inibir o surgimento de novas cadeias, o que propiciaria uma maior diversificação da estrutura produtiva da economia. Como consequência desse processo vicioso e negativo, de natureza circular, tem-se a falta de competitividade do país ou da região no mercado do turismo, a nível internacional ou nacional.

Em essência, não é o turismo que fomenta o desenvolvimento de uma região atrasada, mas sim é o próprio nível de desenvolvimento dessa região que converte o turismo em uma atividade favorável ou não a este processo.

Ao abordar-se a relação turismo e desenvolvimento, um aspecto relevante a analisar é o grau de debilidade econômica de uma região ou de um município considerado turístico, pois quanto mais ou menos deprimido economicamente ela ou ele for, o turismo irá se inserir no contexto socioeconômico cumprindo funções de distintos matizes e alcances: como atividade

dominante, como atividade estruturante, como atividade complementare ou como atividade residual, dependendo de onde se localizem as atividades turísticas e da importância que estas assumem na economia da região ou do município.

A depender do grau de diversificação da estrutura produtiva da região, aquela que possuir um elevado conteúdo importador, em termos de capital, insumos e mão-de-obra, para poder atender às necessidades de produtos e serviços dos seus visitantes, arcará com o agravante da ocorrência, como visto, de um determinado grau de vazamento dos benefícios econômicos do turismo para uma outra região, resultando que os benefícios líquidos serão concretizados numa proporção mais reduzida.

Diante desse quadro, deve ocorrer a superação de algumas deficiências para que o turismo se insira como atividade potencializadora de desenvolvimento para uma região economicamente deprimida: poucas atrações, falta de infra-estrutura, falta de espírito empresarial, ambiente de pobreza, comprometimento dos recursos (ambientais) e falta de renda local para viabilizar a o turismo em escala econômica.

Alguns outros aspectos que podem se tornar grandes desafios e refletir-se negativamente no desenvolvimento turístico, dificultando a saída de uma região do ciclo vicioso em que possa se encontrar: pouca cooperação/articulação na cadeia; baixa capacitação administrativa e gerencial; cadeia incompleta/fortes gargalos; escopo de produtos e serviços oferecidos muito reduzido; tecnologia defasada/pouco difundida; excessiva verticalização da cadeia.

Considerando a especificidade do turismo, que em seu fluxo receptivo internacional para uma região receptora corresponde tecnicamente a uma exportação, a aplicação da teoria da base econômica em um contexto de atração massiva desse tipo de fluxo, sem a região produzir internamente os produtos e serviços para atender às preferências dos consumidores turistas e tendo sua economia dependente majoritária ou exclusivamente da atividade turística, representaria efeitos desfavoráveis para o crescimento da economia local. A crescente

dependência de generalizado fornecimento exógeno, resultaria na ausência de mecanismos que favorecessem a endogeneização da propriedade dos fatores produtivos e dos resultados da exploração e comercialização dos recursos de base da região: paisagens, história, cultura, etc.

O conteúdo importador do turismo na região seria muito acentuado e traria implicações negativas para a região receptora. Primeiro, os benefícios econômicos gerados pelo turismo não seriam apropriados em sua maior parcela a nível local, pelas já comentadas fugas que ocorreriam da economia interna para o exterior, em função da repatriação das remunerações dos recursos produtivos importados utilizados no turismo – recursos humanos, materiais e insumos, tecnologia e capital. Segundo, não havendo condições favoráveis ao crescimento auto-sustentado do turismo e da economia da região, com recursos de base local, a médio e longo prazo o ciclo de vida do destino turístico atingiria as fases de saturação e declínio, perdendo competitividade e participação de mercado.

Neste ponto crítico, os turistas e o turismo se desviariam para outros destinos, deixando a região desprovida de sua maior ou única atividade econômica dinâmica, relegando-a à estagnação e a uma condição de dependência estrutural de vantagens comparativas baseadas em recursos naturais ou mão-de-obra barata, sem condições de inserção positiva no mercado exterior e com um mercado interno pobre, atrofiado e defasado.

Para a ampliação do ciclo de vida do destino turístico será fundamental se trabalhar os conceitos de segmentação e especialização, com os objetivos de qualidade, competitividade e sustentabilidade, alcançáveis mediante a promoção do desenvolvimento econômico e turístico com um maior grau de “endogenia”, ou seja, pela “endogeneização” ou internalização da maior parte da oferta dos *inputs* necessários à dinamização e (re)vitalização do destino turístico, implicando na diversificação e no adensamento das cadeias de valor relacionadas à estrutura produtiva da economia da região em estudo.

Torna-se assim evidente, que países ou regiões que tenham de importar um maior valor de *inputs* para abastecer as chamadas “empresas turísticas”, se encontram em desvantagem competitiva face a outros países ou regiões cujo valor correspondente às “importações turísticas” seja relativamente menor. É necessário também se considerar, que nem sempre as vantagens comparativas atuarão no sentido de compensar o custo da importação de determinados bens e serviços.

Na aplicação dos conceitos de cadeias e *clusters* à produção e aos serviços turísticos, existem duas formas de se tentar explicitar as áreas de enlace do turismo na economia: determinar de forma clara quais são as áreas da economia sobre as quais o turismo incide de modo mais representativo; e analisar os encadeamentos que ocorrem entre atividades e setores fornecedores de bens e serviços antes, durante e depois da produção turística.

O turismo se converte em uma rede de relações que podem criar pontos de estrangulamentos ou sinergias, constituindo-se em um conglomerado de atividades de diversos matizes. Para suprir os bens e serviços necessários ao atendimento da demanda por turismo, não só a internacional como também a doméstica, pode se recorrer a fornecedores localizados fora das fronteiras do país ou região, implicando, como visto, em fugas ou saídas de recursos da região em questão. Para o desenvolvimento da competitividade do turismo, no entanto, há que se admitir um determinado e eficiente nível de fugas - de importações e remuneração aos proprietários dos fatores produtivos não residentes, de origem exógena à região, se orientando por um seletivo e eficiente processo de “substituição de importações”. Em simultâneo, se deve identificar e procurar mitigar os pontos de estrangulamentos das cadeias produtivas existentes na região, bem como criar novos elos que ampliem e diversifiquem a estrutura de cadeias, visando fortalecer e adensar os encadeamentos produtivos que atuem como motores do aumento da eficiência econômica do turismo tanto na escala local, como nas escalas regional, nacional e internacional.



A magnitude macroeconômica do turismo no mundo globalizado oferece relevantes possibilidades de desenvolvimento para blocos econômicos e países. No âmbito regional de um país, o tipo de conformação dos encadeamentos produtivos do turismo pode minimizar este potencial.

O turismo é referenciado como uma atividade econômica detentora de relevante potencial de propulsão do desenvolvimento. Numa perspectiva regional e analisando a hotelaria, setor mais homogêneo e caracteristicamente turístico, a constatação de vazamentos da economia local e o seu dimensionamento permitirá comprovar ou não tal potencial, possibilitando melhor qualificar o escopo de políticas públicas e de investimentos setoriais e infra-estruturais. Conhecendo-se a real importância do setor hoteleiro para o turismo e deste para a economia local, poderá ser alcançada sua melhor valoração e inserção no processo do planejamento voltado para o desenvolvimento regional.

Conseguindo-se mensurar o grau de nacionalização ou internacionalização de sua estrutura / perfil de compras, pode-se constatar que quanto mais elevado maior o impacto na economia local – em termos de neutralidade ou negatividade, significando um maior vazamento e sinalizando que, nestas condições, produzir localmente poderá se traduzir em uma vantagem competitiva para a região, tendo-se em conta a relação custo-benefício de se criar ou fortalecer os elos das cadeias produtivas locais com base em um processo seletivo de substituição de importações.

Destaca-se alguns elementos e questões relevantes a se considerar em um estudo de cadeias, objetivando o fortalecimento e o provimento dos elos das seqüências de encadeamentos, para trás e para frente, sob a perspectiva de se identificar e reduzir o grau de vazamento da economia local através da atividade da hotelaria e, por consequência, do turismo:

- ✓ a demanda pelo setor hoteleiro induz a demanda por bens e serviços de vários outros setores da economia – isto leva à consideração dos conceitos de externalidades, cadeia produtiva e *cluster* ou agrupamento;

- ✓ a medida da contribuição local da rede hoteleira pode levar à formulação de políticas para ampliar seu escopo;
- ✓ a determinação do efeito líquido do turismo, a partir da contribuição do setor hoteleiro;
- ✓ poderia este efeito ser aumentado via “substituição de importações”?
- ✓ o grau de vazamento que estiver ocorrendo é insatisfatório, satisfatório ou excessivo? – medida de eficiência;
- ✓ o diagnóstico de por onde está vazando de modo significativo – ou seja, em quais setores se está tendo um custo elevado para importar?
- ✓ deixar claro que o que se está perdendo por não se produzir localmente é diferente do custo de se estar importando – questão de eficiência;
- ✓ valerá a pena ou se conseguirá internalizar o impacto econômico que vaza? – a depender do custo, para alguns bens e serviços sim, mas para outros será melhor continuar importando – também uma questão de eficiência;
- ✓ dificilmente um estabelecimento isolado irá suprir a produção local do que se estiver importando, aqui tem-se uma questão envolvendo infra-estrutura e uma perspectiva de longo prazo – compensaria?
- ✓ ao aspecto anterior corresponde decisões de investimentos, o que exigirá a coordenação de setor(es) líder(es) e/ou do Estado, para se adotar a decisão mais rentável.

No levantamento realizado neste trabalho, constatou-se que os hotéis de 4 e 5 estrelas ou de grande porte, que constituem o segmento da hotelaria de Salvador mais moderno, inovador ou com maior capacidade de absorção de novas tecnologias de gestão, dotados de melhor qualificação a nível de instalações, equipamentos, serviços e pessoal, com maior condição de atrair turistas de maior poder aquisitivo e segmentos dinâmicos como o turismo de negócios e de eventos, além de uma melhor condição de acesso ao mercado internacional, tendo portanto condições de maior competitividade, são aqueles em que se apresenta a maior participação de cadeias nacionais e internacionais, significando, apenas contabilizando os 9 hotéis da amostra inseridos nesta classificação, 55% da oferta de UHs, com 44% a 50% da propriedade do

capital sendo de base exógena, de agentes econômicos não residentes ou não domiciliados em Salvador e na Bahia.

Esses hotéis têm uma demanda mais selecionada e diferenciada, em relação aos demais, que procuram atender com vantagens de qualidade e preço, para alcançar níveis de produtividade - com base em menores custos, diferenciação e especialização, que os tornem mais competitivos no mercado. Neste sentido, este grupo de hotéis adquire bens e serviços que não são encontrados na economia local ou que, em o sendo, não apresentam qualidade e preço compatíveis com os requerimentos dos próprios hotéis e dos seus clientes. Os problemas e dificuldades com os fornecedores locais constituem, portanto, uma das razões que levam esses hotéis a comprar fora de Salvador e da Bahia. Os recursos aplicados nessas aquisições representam vazamentos da economia local, cujas fontes se procurou identificar no trabalho empírico apresentado nesta tese, o qual constitui um levantamento limitado que pode ser aperfeiçoado e expandido.

As informações obtidas de um levantamento desta natureza se revestem de grande importância, pois permitirão estabelecer relações do tipo: se o capital do empreendimento for de propriedade local, maior será o efeito multiplicador, enquanto se for de propriedade de cadeias, o efeito multiplicador será de menor magnitude. Além disso, esta e outras relações ou constatações permitirão formular-se propostas de políticas públicas setoriais, por exemplo, face a relação anterior, seria interessante que a expansão ou modernização da hotelaria e do turismo de Salvador ou da Bahia ocorresse em base local?

Ocupa-se agora este espaço, para se fazer referência a algumas experiências relacionadas com concentrações geográficas de empresas configuradas em variadas formas ou rótulos de agrupamentos, nas quais não é percebida a inclusão da atividade do turismo.

Haguenauer e Prochnik (2000), em seu estudo sobre cadeias produtivas e oportunidades de investimento no Nordeste do Brasil, identificaram 10 (dez) cadeias principais: construção;

agroindustrial; petroquímica; pecuária, outros animais, abate e laticínios; têxtil, vestuário e calçados; grãos, óleos e frutas; eletro-eletrônica; química; metal mecânica; e papel e gráfica.

Cassiolato e Szapiro (2003), comentam que desde 1997 a RedeSist estudou e trabalhou com 26 (vinte e seis) arranjos produtivos locais, dentre os quais: alta tecnologia e telecomunicações – Campinas, SP e PR; têxtil e vestuário - RJ; couros e calçados – RS; mármore e granito – ES; metal mecânica – ES; automobilístico – MG; aço – ES; aeronáutico – SP; fumo – RS; cacau – BA; couro e calçados – PB; rochas ornamentais – RJ; biotecnologia – MG; software – RJ e SC; móveis – SP; soja – PR; vinho – RS; materiais avançados – São Carlos, SP; frutas tropicais – NE; cerâmica – SC; têxtil e vestuário – SC; e móveis – ES, MG e RJ.

Conejos *et al.* (1997), no estudo que realizaram sobre as mudanças estratégicas na Região da Cataluña, na Espanha, devidas à política de *clusters*, analisaram 9 (nove) casos de *microclusters*: jogos de madeira; maquinaria agrícola; joalheria; couros / curtumes; móveis domésticos; carnes; têxtil; edição e artes gráficas; e eletrônica de consumo.

Já com relação a experiências específicas de agrupamentos ou *clusters* de turismo, não são muitos os casos exitosos conhecidos. Três pontos comuns podem ser mencionados como determinantes do alcance de resultados pouco satisfatórios de concentrações geográficas de empresas numa configuração de *cluster* tendo como atividade nuclear o turismo:

- ✓ os projetos originam-se de “cima para baixo”, através de empresas ou grupos de empresas líderes, ou de associações privadas, ou ainda da iniciativa governamental, objetivando “criar” a estrutura do *cluster* e “colocá-la para funcionar”;
- ✓ para a realização de projetos desta natureza se recorre, em geral, à contratação de empresas internacionais de consultoria, que são encarregadas de “elaborá-los” e “implementá-los”;
- ✓ no cumprimento de sua “missão”, tais empresas utilizam-se de “modelos” adotados indistintamente em vários países e, inclusive, utilizados em projetos de *clusters* industriais, sem qualquer afinidade com os serviços e o turismo.

O problema fundamental da simples transferência de modelos elaborados por consultorias externas internacionais, e mesmo nacionais, é que, apesar dessas empresas contarem com o respaldo de recursos técnicos avançados e o suporte de uma relevante base teórica, elas não conseguem alcançar muito sucesso quando ultrapassam a fase de diagnóstico e passam à definição e implementação de estratégias, ou por desconhecimento das especificidades da atividade do turismo, ou da realidade local e regional a ser trabalhada, ou por ambos.

É o caso do *Monitor Group*, empresa de Michael Porter, que prestou serviços de consultoria aos Estados da Bahia e do Amazonas, entre os anos 2000 e 2001, para estudo de diagnóstico, viabilidade, definição de estratégias e implementação dos projetos do “*Cluster* de Entretenimento da Bahia” e do “*Cluster* de Turismo do Amazonas”, respectivamente.

O mesmo sucedeu com a *ICF Consulting* na proposição do *cluster* de turismo para os estados da Região Nordeste do Brasil, dentro do projeto “Iniciativa pelo Nordeste”, e com a *McKinsey & Company*, dentro do projeto “Cresce Minas: um projeto brasileiro”, no que concerne à implementação de *clusters* no setor serviços, incluindo o turismo, no Estado de Minas Gerais. Para um maior detalhamento e informações sobre esses projetos, ver Monitor Group (2001), Dall’Acqua (2003, p. 138-146), ICF Consulting *et al.* (2000) e Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG, 2000).

No Brasil, as iniciativas mais exitosas de formação de um cluster em torno do turismo, parecem ter sido ou estar sendo as experiências da Serra Gaúcha, com centro em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, e de Bonito, no Mato Grosso do Sul. No caso de Bonito, analisando o estudo realizado por Barbosa e Zamboni (2000), se percebe alguns elementos de importante influência para o sucesso, mesmo que relativo, desta iniciativa:

- ✓ a homogeneidade da área física ...;
- ✓ a delimitação geográfica da área de abrangência do cluster...;
- ✓ a homogeneidade dos atrativos turísticos, baseado em recursos naturais;

- ✓ a existência de um mercado relacionado com tais atrativos, bem definido quanto à motivação principal dos visitantes, o qual, apesar de apresentar-se com alguma variação em termos de segmento, tem como ponto comum a ênfase ao “turismo de natureza sustentável”.
- ✓ a utilização do termo “turismo de natureza sustentável”, para designar a tipologia de atrativos locais agrupados em três modalidades: “ecoturismo”, “turismo de aventura e especializado” e “turismo de lazer”.

As distintas escalas de delimitação que podem ser percebidas nos elementos acima listados, podem significar a razão dos resultados que se preconizam como satisfatórios, até aqui alcançados pela estrutura de *cluster* de turismo de Bonito: delimitação da amplitude geográfica do entorno, delimitação da área de abrangência do próprio *cluster*, delimitação dos segmentos e sub-segmentos do turismo de natureza sustentável, e, conseqüentemente, delimitação do mercado alvo.

Ao se trabalhar uma configuração de cluster de turismo, portanto, algumas questões-chave devem ser levantadas e devidamente equacionadas:

- ✓ qual a atividade de especialização setorial?
- ✓ qual a relação de similaridade entre a atividade de especialização e as demais atividades econômicas presentes na região?
- ✓ qual a dimensão geográfica / territorial?
- ✓ qual o âmbito da proximidade geográfica / territorial?
- ✓ qual o grau de homogeneidade e compatibilidade entre a função, atividade de especialização, e o território?
- ✓ qual a atividade nuclear, diretamente vinculada ao produto final?
- ✓ quais as atividades complementares, de suporte e relacionadas?
- ✓ qual e como visualizar e alcançar o mercado usuário final?
- ✓ qual o grau de nacionalização ou internacionalização da estrutura?
- ✓ qual a origem e magnitude de vazamentos da economia em decorrência do grau de exogenia derivado da questão anterior, e, como conseqüência desta questão;
- ✓ qual o grau de endogenia do desenvolvimento turístico – atual, possível e pretendido?

Uma proposta de modelo analítico fundamentado em estrutura de *cluster* deve, portanto, contemplar a mensuração do nível de incidência e grau de vazamento do turismo na economia regional, bem como a identificação de quais as atividades que estariam propiciando o escoamento de recursos para fora da economia local. Esta é a perspectiva do trabalho empírico realizado para efeito desta tese, ressalvadas as limitações já referidas.

Neste sentido, concordando com a metodologia de Rodríguez Dominguez (2001) no que se refere à delimitação de *microclusters* cuja atividade econômica nuclear seja o turismo, como objeto central de análise, discorda-se da sua rejeição quanto ao recurso às técnicas de contabilidade social. Concorda-se adicionalmente com a metodologia empregada por Lobo e Melo (2002), com referência à abordagem que realizam do processo de *clusterização*, onde a caracterização setorial do *cluster* deriva da classificação das atividades econômicas e das relações intersetoriais obtidas das matrizes das contas nacionais – matrizes insumo-produto. Ambas as metodologias encontram-se explicitadas no capítulo 2 desta tese, item 2.4 e no capítulo 3, item 3.2.2.

Acrescentaria-se à metodologia de Lobo e Melo a utilização do marco conceitual da CST, particularmente na sua já consolidada definição de produtos e atividades característicos da atividade turística, específicos e conexos; e à integração das duas metodologias, adicionaria-se levantamentos empíricos específicos nos moldes do que se apresentou no capítulo 4 deste trabalho, evidentemente que aperfeiçoado e expandido, contemplando e diferenciando questões relativas à demanda e à oferta, além de pesquisas relacionadas à investigação prospectiva do mercado, com ênfase à multisegmentação da demanda e da oferta turísticas.

Nesse contexto, evidencia-se a coerência da aplicabilidade dos conceitos de cadeias e de agrupamentos ou *clusters* à atividade do turismo, passando a constituir-se a metodologia de estudo e fomento de *clusters* de turismo, com as ressalvas levantadas e as reduções de escopo

propostas nesta tese, em um concreto instrumento de modelagem de estratégias de crescimento e desenvolvimento regional, tendo como atividade nuclear o turismo.

Se elege desta forma a especialização produtiva – o turismo, como elemento representativo das explicações do desenvolvimento econômico de base local e regional, informadas por uma perspectiva funcional, sem negligenciar-se, no entanto, que o alcance e sustentação do desenvolvimento regional resulta da interação entre a função e o território.



## REFERÊNCIAS

- ABLAS, Luiz A. de Q. Efeitos do turismo no desenvolvimento regional. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 42-52, maio 1991.
- ABLAS, Luiz A. de Q.; CZAMANSKI, Stan. “Agrupamentos” e complexos industriais: uma revisão de métodos e resultados. In: COMUNE, Antonio E. *et al.* **Economia urbana: localização e relações intersetoriais**. São Paulo: IPE-USP, 1982. (Série Relatórios de Pesquisa, 9)
- AGARWALA, A. N., SINGH, S. P. (Coord.). **A economia do subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Forense, 1969.
- AKTOUF, Omar. Governança e pensamento estratégico: uma crítica a Micahael Porter. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.42, n. 3, p. 43-53, Jul./Set. 2002.
- ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria L. Capital social e desenvolvimento local. In: LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José E.; MACIEL, Maria L. **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003. p. 423-440.
- ALBAGLI, Sarita; BRITTO, Jorge (Org.). **Glossário de arranjos produtivos locais. Projeto Políticas de Promoção de Arranjos Produtivos Locais de MPMEs**. Rio de Janeiro: UFRJ/RedeSist, 2003. ([www.ie.ufrj.br/redesist](http://www.ie.ufrj.br/redesist))
- ALMEIDA, Paulo H. Pequena empresa e desenvolvimento local: os limites da abordagem competitiva. In: FISCHER, Tânia (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador, BA: Casa da Qualidade, 2002. p. 245-260.
- ALVES, Manuel Brandão. A formação dos sistemas urbanos. COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional**. Coimbra: APDR, 2002. p. 123-157.
- AMARAL FILHO, Jair do. **É negócio ser pequeno, mas em grupo**. Fortaleza: [s.n.], 2002. 21 f.
- \_\_\_\_\_. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. **Planejamento e Políticas Públicas**, Brasília – DF, n. 23, p. 261-286, junho 2001.
- AMORIM, Mônica Alves. **Clusters como estratégia de desenvolvimento industrial no Ceará**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1998.
- ANDRADE, Manuel Correia de. **Espaço, polarização e desenvolvimento: uma introdução à economia regional**. São Paulo: Atlas, 1987.
- ARMELLINI DI SANTI, M. Mauricio; ISABELLA REVETRIA, Fernando R. **Turismo receptivo em Uruguay: uma evaluación del aporte al producto, el empleo y las remuneraciones**. Montevideo, 2003. Mimeografado.

AZZONI, Carlos Roberto. Desenvolvimento do turismo ou desenvolvimento turístico. Reflexões com base em duas regiões atrasadas em São Paulo. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 37-53, novembro 1993.

BAHIA (Estado). Companhia de Desenvolvimento do Recôncavo. **Plano de Turismo do Recôncavo**: resumo. Salvador: CONDER, 1970.

BANCO DO NORDESTE. **O Setor Turismo**. Fortaleza: Banco do Nordeste / ETENE, 2000. (Estudos Setoriais, 10).

BARBOSA, Maria A. C.; ZAMBONI, Roberto A. **Formação de um “cluster” em torno do turismo de natureza sustentável em Bonito – MS**. Brasília: IPEA, 2000. (Texto para Discussão nº 772). Mimeografado.

BARRETO, Margarita; REJOWSKI, Mirian (Org.). **Turismo**: interfaces, desafios e incertezas. Caxias do Sul; RS: EDUCS, 2001.

BARROS, Alexandre Rands. Raízes históricas das idéias que subsidiam as políticas de *clustering*. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 22, n. 1 (85), p. 131-149, janeiro-março/2002.

BENI, Mario Carlos. **Globalização do turismo**: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2003. – (Turismo).

\_\_\_\_\_. A serra gaúcha e seu potencial para conversão em *cluster* turístico. In: BARRETO, Margarita; REJOWSKI, Mirian (Org.). **Turismo**: interfaces, desafios e incertezas. Caxias do Sul; RS: EDUCS, 2001. p. 105-113.

BERG, Leo van den; BRAUN, Erik; WINDEN, Willem van. *Clusters* de crecimiento en las ciudades europeas: una nueva perspectiva de política pública. In: SUBIRATS, Joan (Coord.). **Redes, territorios y gobierno. Nuevas respuestas locales a los retos de la globalización**. Barcelona: Disputació de Barcelona / UIMP, 2002. p. 109-139.

BOULLÓN, Roberto C. **Planificación del espacio turístico**. México, DF: Trillas, 1997 (reimp. 2001).

BRASIL. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Fórum de Competitividade**: Diálogo para o Desenvolvimento – Documento Básico. Brasília, 2002. 17 p.

BRITTO, Jorge. **Características estruturais dos clusters industriais na economia brasileira**. Rio de Janeiro: IE/UFRJ, 2000. (Nota Técnica nº 29/00 – Versão Preliminar – Projeto de Pesquisa: Arranjos e Sistemas Produtivos Locais a as Novas Políticas de Desenvolvimento Industrial e Tecnológico).

CALLIZO SONEIRO, Javier. **Aproximación a la geografía del turismo**. Madrid: Síntesis, 1991. (Espacios y Sociedades, 21)

CARNER, Françoise. **Encadenamientos generados por el sector turismo**. México: CEPAL, 2001.

CARVALHO, Marly M. de; LAURINDO, Fernando J. B. **Estratégias para competitividade**. São Paulo: Futura, 2003.

CASSIOLATO, José E.; SZAPIRO, Marina. Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. In: LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José E.; MACIEL, Maria L. **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003. p. 35-50.

CASSIOLATO, José E.; LASTRES, Helena M. M. O enfoque em sistemas produtivos e inovação locais. In: FISCHER, Tânia (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador, BA: Casa da Qualidade, 2002. p. 61-76.

CIERVA y de HOCES, Ricardo de la. **Turismo: teoria – tecnica – ambiente**. Madrid: Ed. River, 1963.

CLEMENTE, Ademir; HIGACHI, Hermes Y. **Economia e desenvolvimento regional**. São Paulo: Atlas, 2000.

COMUNE, Antonio E. *et al.* **Economia urbana: localização e relações intersetoriais**. São Paulo: IPE-USP, 1982. (Série Relatórios de Pesquisa, 9)

CONEJOS, Jordi *et al.* **Cambio estrategico y clusters en Cataluña**. Barcelona: Gestión 2000, 1997.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS INDÚSTRIAS. **Cadeia produtiva do turismo. Necessidades de tecnologia e de recursos humanos no horizonte 2010 – Investigação Delphi**. Rio de Janeiro: CNI, 1998. Mimeografado.

COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional**. Coimbra: APDR, 2002.

CROCIA, Nilson. Análise regional e destinações turísticas: possibilidades teóricas e situações empíricas. **Turismo - Visão e Ação**, Itajaí - SC, ano 4, n. 11, p. 9-32, abril-dezembro 2002.

DALL'ACQUA, Clarisse T. B. **Competitividade e participação: cadeias produtivas e a definição dos espaços geoeconômico, global e local**. São Paulo: Annablume, 2003.

DANTAS, Alexis; KERTSNETZKY, Jacques; PROCHNIK, Victor. Empresa, indústria e mercados. In: KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia (Org.). **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

DURSTON, John. **Qué es el capital social comunitario?** Santiago de Chile: CEPAL, 2000. (Serie Políticas Sociales, 38)

\_\_\_\_\_. Construyendo capital *social comunitario*. **Revista de la CEPAL**, Santiago de Chile, n. 69, p. 103-118, diciembre 1999.

ESTEVE SECALL, Rafael. **Los agrupamientos (clusters) turísticos como base analítica de la competitividad de los territorios de orientación turística**. Málaga: Universidad de Málaga, 2002. Mimeografado.

\_\_\_\_\_. **Turismo, democratización o imperialismo?** Málaga: Universidad de Málaga, 1983. (Coleção Meridiano, 11)

FAISSOL, Speridião (Org.). **Urbanização e regionalização, relações com o desenvolvimento econômico.** Rio de Janeiro: IBGE, 1978.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS – FIEMG. **Cresce Minas: um projeto brasileiro.** Belo Horizonte: FIEMG, 2000.

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis. **Teoría y técnica del turismo.** Tomo I. Madrid: Ed. Nacional, 1974.

FIGUEROLA PALOMO, Manuel. **Teoría económica del turismo.** Madrid: Alianza Editorial, 1985.

FISCHER, Tânia (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcos teóricos e avaliação.** Salvador, BA: Casa da Qualidade, 2002.

FRIEDMANN, John; WEAVER, Clyde. **Territorio y función: la evolución de la planificación regional.** Madrid: IEAL, 1981.

FURIÓ BLASCO, Elies. Análisis económico y turismo. El turismo como un bien Mengeriano de primer orden. **Estudios y perspectivas en turismo**, Buenos Aires, v. 10, n. 3 e 4, p. 229-250, 2001.

\_\_\_\_\_. Turismo, bienes públicos y efectos externos de mercado. **Papers de Turisme**, València, n. 21, p. 29-61, 1997.

\_\_\_\_\_. **Turismo y territorio. Interrelación entre la función y el territorio a partir del enfoque de enlaces.** 1994. 997 f. Tesis (Doctorado en Ciencias Económicas) – Facultat d'Economia, Universitat de València, València.

GALVÃO, Olímpio J. de A. *Clusters e distritos industriais: estudos de casos em países selecionados e implicações de política.* **Planejamento e Políticas Públicas**, Brasília – DF, v. 1, n. 1, p. 3-49, Junho 1989.

GARRIDO, Inez Maria D. A. **Modelos multiorganizacionais no turismo: cadeias, clusters e redes.** 2001. 124 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

GODED SALTO, Mónica. **El impacto del turismo sobre el desarrollo económico: el caso de Argentina.** 1998. 425 f. Tesis (Doctorado en Economía Internacional y Desarrollo) – Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

GODINHO, Isabel Maria. Os modelos de Richardson e de Von Böventer. In: COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional.** Coimbra: APDR, 2002. p. 201-218

GOLLUB, James; HOSIER, Amy; WOO, Grace. Using cluster-based economic strategy to minimize tourism leakages. San Francisco, California: ICF / GEDP, 2002 ou 2003.

GOUVEIA, Merícia; DUARTE, Teresinha. **O cluster turismo em Portugal**. Lisboa: GEPE, 2001. Mimeografado.

HADDAD, Paulo Roberto. Etapas de organização de um *cluster* produtivo: uma exposição diagramática. **CLUSTER – Revista Brasileira de Competitividade**, Belo Horizonte, v. 2, n. 4, p. 40-49, Abril/Julho 2002.

\_\_\_\_\_. *Clusters e desenvolvimento regional no Brasil*. **CLUSTER – Revista Brasileira de Competitividade**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 44-54, Agosto/Novembro 2001.

HADDAD, Paulo Roberto (Org.). **A competitividade do agronegócio e o desenvolvimento regional no Brasil; estudo de clusters**. Brasília: CNPq / Embrapa, 1999.

HADDAD, Paulo Roberto (Ed.). **Planejamento regional: métodos e aplicação ao caso brasileiro**. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 1972.

HAGUENAUER, Lia; PROCHNIK, Victor. **Identificação de cadeias produtivas e oportunidades de investimento no Nordeste**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2000.

HANSEN, Dean Lee. Espaço local e os novos processos de desenvolvimento econômico. In: SILVA, Nilton P. da.; HANSEN, Dean Lee (Org.). **Economia regional e outros ensaios**. Aracaju: Editora UFS, 2001. p. 77-100.

HANSEN, Dean Lee (Org.). **Economia regional e outros ensaios**. Aracaju: Editora UFS, 2001.

HANSEN, Niles M. Teoria dos pólos de desenvolvimento em um contexto regional. In: FAISSOL, Speridião (Org.). **Urbanização e regionalização, relações com o desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: IBGE, 1978. p. 143-160.

HAVAS, Francisco Ignácio. **Planejamento para o desenvolvimento do turismo**. Rio de Janeiro: Embratur, 1981. Mimeografado.

HIGGINS, Benjamin. **Desarrollo econômico: princípios, problemas, políticas**. Madrid: Gredos, 1970.

HIRSCHMAN, Albert O. **Estratégia do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

ICF CONSULTING *et al.* **A Iniciativa pelo Nordeste. Relatório Final**. Recife: Datamétrica, 2000. Mimeografado.

IGLIORI, Danilo Camargo. **Economia dos clusters industriais e desenvolvimento**. 2000. 155 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Instituto de Pesquisas Econômicas da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

IVARS, Josep A. **Planificación turística de los espacios regionales em España**. Madrid: Síntesis, 2003.

KEYNES, John M. **A teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. 2 ed., São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Col. Os Economistas)

KLIKSBERG, Bernardo. Capital social y cultura, *claves esenciales* del desarrollo. **Revista de la CEPAL**, Santiago de Chile, n. 69, p. 85-102, diciembre 1999.

KOTLER, P.; JATUSRIPITAK, S; MAESINCEE, S. **O marketing das nações**. São Paulo: Futura, 1997.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

KRUGMAN, Paul. **Geografía y comercio**. Barcelona: Antonio Bosch, 1992.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia (Org.). **Economia industrial**: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LANE, Theodore. O multiplicador da base urbana: avaliação de sua situação atual. In: SCHWARTZMAN, Jacques (Org.). **Economia regional**: textos escolhidos. Belo Horizonte: CEDEPLAR / CETREDE – MINTER, 1977.

LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José E.; MACIEL, Maria L. **Pequena empresa**: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

LIRA, Iván Silva. **Disparidades, competitividad territorial y desarrollo local y regional en América Latina**. Santiago de Chile: ILPES, 2003. (Serie Gestión Pública, 33)

LOBO, Angela; MELO, Margarida. **O automóvel. Um cluster (globalmente) inovador**. Lisboa: GEPE / Ministério da Economia, 2002. (DT 43)

LOPES, Antonio Simões. O espaço econômico. In: COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional**. Coimbra: APDR, 2002. p. 35-59.

\_\_\_\_\_. **Desenvolvimento regional**. 4. ed., Lisboa: Gulbenkian, 1995.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia**: tratado introdutório. Vol.. I. 2ª ed., São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Col. Os Economistas)

MELO, Ricardo L. de. Economias de escala, externalidades e desenvolvimento regional. In: SILVA, Nilton P. da.; HANSEN, Dean L. (Org.). **Economia regional e outros ensaios**. Aracaju: Editora UFS, 2001. p. 45-75.

MÉXICO (País) (2002a). Secretaria de Turismo. **Integración de agrupamientos turísticos competitivos**: “clusters turísticos”. México, DF: SECTUR, 2002. (Fascículo de Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos, 5)

MÉXICO (País) (2002b). Secretaria de Turismo. **Competitividad y desarrollo de productos turísticos**. México, DF: SECTUR, 2002. (Fascículo de Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos, 1)

MEYER-STAMER, Jörg. **Estratégias de desenvolvimento local e regional: clusters**, política de localização e competitividade sistêmica. São Paulo: ILDES / FES, 2001. (Policy Paper nº 28).

MEYER-STAMER, Jörg; MAGGI, Claudio; SEIBEL, Silene. **Cadeia de valor global do setor cerâmico**: um estudo comparativo dos *clusters* de Sassuolo, Castellón e Criciúma. Florianópolis: [s.n.], 2001.

MONCAYO JIMÉNEZ, Edgard. **Evolución de los paradigmas y modelos interpretativos del desarrollo territorial**. Santiago de Chile: ILPES, 2001. (Serie Gestión Pública, 13)

MONFORT MIR, Vicente M. **Competitividad y factores críticos de éxito en la “hotelería de litoral”**: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola. Madrid, FITUR / IFEMA, 2000.

MONITOR GROUP. **Criando o Cluster de Entretenimento do Estado da Bahia. Sumário Executivo**. São Paulo, Salvador: Monitor Group, 2001. Mimeografado.

MUÑOZ DE ESCALONA, Francisco. **Es diferente el turismo?** Madrid, 2002. 33p. Mimeografado.

\_\_\_\_\_. Turismo rural integrado: una fórmula innovadora basada en un desarrollo científico. **Estudios Turísticos**, Madrid, n. 121, p. 5-25, 1994.

\_\_\_\_\_. Turismo y desarrollo. **Estudios Turísticos**, Madrid, n. 115, p. 23-44, 1992.

\_\_\_\_\_. **Crítica de la economía turística**: enfoque de oferta versus enfoque de demanda. 1991. 485 f. Tesis (Doctorado en Ciencias Económicas) – Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

\_\_\_\_\_. Un sector productivo: el sector turístico. **Papers de Turisme**, València, n. 3, p. 5-17, 1990.

MUSA, Edson; SOUZA, César. **Desenvolvimento de clusters turísticos como fonte de competitividade**. São Paulo: Monitor Group, 2002. Mimeografado.

MUSA, Fernando. Uma visão de conjunto. **CLUSTER – Revista Brasileira de Competitividade**, Belo Horizonte, Edição Especial, p. 194-207, Novembro 2001.

MYRDAL, Gunnar. **Teoria econômica e regiões subdesenvolvidas**. 3. ed., Rio de Janeiro: Saga, 1972.

NETO, João Amato. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais**: oportunidades para as pequenas e médias empresas. São Paulo: Atlas, 2000.

NURKSE, Ragnar. **Problemas de formação de capital em países subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.

OMT. **Cooperación entre los sectores público y privado. Por una mayor competitividad del turismo**. Madrid: OMT, 2000.

ONU *et al.* **Cuenta satélite de turismo**: recomendaciones sobre el marco conceptual. Nueva York: ONU, 2001.

PAZ, Raul José. **O turismo na economia da Região Metropolitana de Salvador**. Salvador: CENPES, 1986. Mimeografado.

PERROUX, François. O conceito de pólo de crescimento. In: FAISSOL, Speridião (Org.). **Urbanização e regionalização, relações com o desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: IBGE, 1978. p. 97-110.

PIRES, Márcio de S. **Construção do modelo endógeno, sistêmico e distintivo de desenvolvimento regional e a sua validação através da elaboração e da aplicação de uma metodologia ao caso do Mercoeste**. 2001. 210 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

POLÈSE, Mario. **Economia urbana e regional**: lógica espacial das transformações económicas. Coimbra: APDR, 1998.

PORTER, Michael. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. 4. ed., Rio de Janeiro: Campus, 1999.

\_\_\_\_\_. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

PROCHNIK, Victor. **Cadeias produtivas na política de ciência, tecnologia e inovação**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO NORDESTE DO BRASIL – PRODETUR-NE II. **Ajuda memória**: Missão de Identificação do Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID. [S.I.: s.n.], [2001?]. Mimeografado.

PROVINCIALI, Vera L. N. **Cadeia produtiva do turismo**: concepção. Aracaju, SE: 2002. Mimeografado.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. 3. ed., Rio de Janeiro: FGV, 2002.

RABAHY, Wilson Abrahão. **Planejamento do turismo**: estudos econômicos e fundamentos econométricos. São Paulo: Loyola, 1990.

RIBEIRO, José Manuel Félix. *Clusters* e políticas de inovação – conceitos e relevância para Portugal. **Economia & Prospectiva**, Lisboa, n. 17, p. 109-129, Julho/Setembro 2001.



RODRIGUES, Ana Isabel. **A engenharia turística como factor de desenvolvimento regional**: alguns conceitos e aplicações. Beja, PT: ESTIG / Instituto Politécnico de Beja, 2002. Mimeografado.

RODRIGUES, Adyr A. B. (Org.). **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, Maria del Mar. **Competitividade e análise estratéxica do sector turístico**: unha primeira aproximación á potencial creación dun *cluster* institucional para a mellora competitiva da zona Rías Baixas. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia, 2001.

ROMÃO, Maurício Costa. **Desenvolvimento no limiar do terceiro milênio**: duas propostas complementares para a formulação de uma nova política regional (versão preliminar para discussão). Recife, 1998. Mimeografado.

ROSTOW, W. W. **Etapas do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Zahar, 1961.

SANTOS, Domingos (2002a). O modelo de causalidade circular e cumulativa e o modelo centro-periferia. In: COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional**. Coimbra: APDR, 2002. p. 189-200.

SANTOS, Domingos (2002b). A perspectiva territorialista. In: COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional**. Coimbra: APDR, 2002. p. 218-228.

SANTOS, Domingos (2002c). Teorias de inovação de base territorial. In: COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional**. Coimbra: APDR, 2002. 285-313.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 2. ed., São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Col. Os Economistas)

\_\_\_\_\_. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SCITOVSKY, Tibor. Dois conceitos de economias externas. In; AGARWALA, A. N., SINGH, S. P. (Coord.). **A economia do subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Forense, 1969. p. 301-313.

SESSA, Alberto. **Turismo e política de desenvolvimento**. Tradução Lourdes Fellini Sartor. Porto Alegre: Uniontur, 1983. 167 p. Tradução de: *Turismo e Política di Sviluppò*.

SILVA, João Albino; PERNA, Fernando. Turismo e desenvolvimento auto-sustentado. In: COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional**. Coimbra: APDR, 2002.

SILVA, João Albino. **Turismo como atividade econômica sustentada**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO E DESENVOLVIMENTO, 1995, Canela, RS. Mimeografado.

SILVA, Jorge A. S. Nova dinâmica espacial da cultura e do turismo na Bahia – base para o planejamento do desenvolvimento turístico fundamentado nos conceitos e práticas de *cluster*

econômico. **Turismo - Visão e Ação**, Itajaí – SC, ano 4, n. 10, p. 43-61, outubro 2001-março 2002.

SILVA, Mário Rui; SILVA, Sandra. Crescimento endógeno. In: COSTA, José Silva (Coord.). **Compêndio de economia regional**. Coimbra: APDR, 2002. 174-189.

SILVA, Nilton P. da.; HANSEN, Dean L. (Org.). **Economia regional e outros ensaios**. Aracaju: Editora UFS, 2001.

SILVA, Sylvio B. de M. e; SILVA, Barbara-Christine N. **Estudos sobre globalização, território e Bahia**. Salvador: UFBA, 2003.

SILVA, Sylvio B. de M. e. Geografia, turismo e crescimento: o exemplo do Estado da Bahia. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (Org.). **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 122-143.

SOUZA, Myrtis Arrais. **A cadeia turística**. Fortaleza: Banco do Nordeste, ETENE, 1998. Mimeografado.

SOUZA, Nali de J. de. **Desenvolvimento econômico**. 4ª ed., São Paulo: Atlas, 1999.

SPINOLA, Noelio D. **Política de localização industrial e desenvolvimento regional**: a experiência da Bahia. Salvador: UNIFACS, 2003.

SUBIRATS, Joan (Coord.). **Redes, territorios y gobierno. Nuevas respuestas locales a los retos de la globalización**. Barcelona: Disputació de Barcelona / UIMP, 2002.

TENANI, Paulo. A chave de todas as portas. **Valor Econômico**, São Paulo, 3, 4 e 5 out. 2003. Caderno EU, p. 12-13.

TINARD, Yves. **Turismo**: economía y gestión. Barcelona: Bosch, 1996.

TOLEDO, Geraldo L.; ÁLVAREZ VALDÉS, Jesús; CASTROMAN POLLERO, Álvaro. Estratégias competitivas em América Latina. Estudo de caso: Costa Rica, México e Brasil. **Revista Econômica do Nordeste – REN**, Fortaleza, v. 33, n. 4, p. 817- 830, outubro-dezembro 2002.

TOLOSA, Hamilton C. Pólos de crescimento: teoria e política econômica. In: HADDAD, Paulo Roberto (Ed.). **Planejamento regional**: métodos e aplicação ao caso brasileiro. Rio de Janeiro, 1972. p. 189-243.

VALLS, Josep-Francesc. **Las claves del mercado turístico**: cómo competir en el nuevo entorno. Bilbao: Deusto, 1996.

VEIGA, José Eli da. A face territorial do desenvolvimento. In: Encontro Nacional de Economia, XXVII, 1999, Belém, PA. **Anais...** Belém, PA: ANPEC, 1999. p. 1301-1318.

VEJA: revista semanal. São Paulo: Ed. Abril, n. 47, 26 nov. 2003, 182 p.

VERA REBOLLO, J. Fernando (Coord.). **Análisis territorial del turismo**. Barcelona: Ariel, 1997.

VERA REBOLLO, J. Fernando e MARCHENA GÓMEZ, Manuel. Turismo y desarrollo: un planteamiento actual. **Papers de Turisme**, 3, p. 59-84, 1990.

## **ANEXOS**

## **Anexo 1 LISTA DE PRODUTOS CARACTERÍSTICOS DO TURISMO E ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS DO TURISMO**

### **A. Lista de produtos característicos do turismo**

A lista de produtos característicos do turismo é provisória e corresponde àqueles produtos considerados como característicos para efeito de comparação internacional de resultados. Em consequência, a lista de produtos específicos do turismo se apresenta de tal forma que pode resultar uma proposta de como, no futuro, os países que levem à cabo uma Conta Satélite de Turismo (CST), poderiam apresentar os resultados turísticos de forma comparável às distintas organizações internacionais. Os códigos correspondem à Classificação Central de Produtos (CCP) do Sistema de Contas Nacionais (SCN), 1993, exceto para o item 1.2, para cuja informação não existe código na CCP.

#### **1. Serviços de Alojamento**

##### **1.1 Hotéis e outros serviços de alojamento**

|         |   |
|---------|---|
| 63110.0 | Serviços de alojamento em hotéis e motéis   |
| 63191.0 | Serviços de centros de férias e lares ou residências de férias  |
| 63192.0 | Serviços de arrendamento de alojamentos mobiliados  |
| 63193.0 | Serviços de albergues da juventude  |
| 63194.0 | Serviços de centros de entretenimento e férias para crianças  |
| 63195.0 | Serviços para acampamentos e áreas para reboques ou trailers  |
| 63199.1 | Serviços de vagão de trem com cama e similares em outros meios de transporte; residências de estudantes |

##### **1.2 Serviços de segundas residências por conta própria ou gratuitos**

Esta sub-classe compreende o aluguel imputado das segundas residências ocupadas por seus proprietários ou os serviços de alojamento facilitados a título gratuito e dos apartamentos em multipropriedade.

|         |  |
|---------|--|
| 72211.1 | Serviços auxiliares das atividades de multipropriedade |
|---------|--|

#### **2. Serviços de fornecimento de alimentos e bebidas**

|         |  |
|---------|--|
| 63210.0 | Serviços de fornecimento de comida com serviços completos de restaurante   |
| 63220.0 | Serviços de fornecimento de comida em estabelecimentos de auto-atendimento |
| 63290.0 | Outros serviços de fornecimento de comida                                  |
| 63300.0 | Serviços de fornecimento de bebidas para consumo no local                  |

#### **3. Serviços de transporte de passageiros**

##### **3.1 Serviços de transporte interurbano por via ferroviária**

|         |  |
|---------|--|
| 64111.1 | Serviços regulares de transporte ferroviário     |
| 64111.2 | Serviços não regulares de transporte ferroviário |

##### **3.2 Serviços de transporte por via rodoviária**

|         |   |
|---------|---|
| 64213.0 | Serviços regulares de transporte interurbano de passageiros por rodovia           |
| 64214.0 | Serviços regulares especiais de transporte interurbano de passageiros por rodovia |
| 64219.1 | Serviços regulares de ascensores para esqui                                       |
| 64219.2 | Serviços de teleféricos e ascensores por cabo ou corrente                         |
| 64221.0 | Serviços de táxi  |
| 64222.0 | Serviços de aluguel de automóveis com motorista                                   |
| 64223.0 | Serviços de aluguel de ônibus locais, interurbanos e interestaduais com motorista |

### 3.3 Serviços de transporte marítimo

|         |   |
|---------|---|
| 65111.0 | Serviços de transporte de viajantes em embarcações / navios de cabotagem e transoceânicos                       |
| 65119.1 | Outros serviços regulares de transporte de viajantes em embarcações de cabotagem e para o exterior              |
| 65119.2 | Outros serviços não regulares de transporte de viajantes em embarcações de cabotagem e para o exterior          |
| 65119.3 | Serviços de cruzeiro  |
| 65130.1 | Serviços de aluguel de embarcações de cabotagem e para o exterior com tripulação para o transporte de viajantes |
| 65211.0 | Serviços de transporte de viajantes em <i>ferries</i> para navegação interna                                    |
| 65219.1 | Serviços regulares de viajantes   |
| 65219.2 | Serviços de excursões panorâmicas   |
| 65219.3 | Serviços de cruzeiros   |
| 65230.0 | Serviços de aluguel de embarcações com tripulação para transporte de viajantes para navegação interna           |

### 3.4 Serviços de transporte aéreo

|         |   |
|---------|---|
| 66110.0 | Serviços de transporte de passageiros por linhas aéreas regulares     |
| 66120.1 | Serviços de transporte de passageiros por linhas aéreas não regulares |
| 66120.2 | Serviços de excursões panorâmicas em aeroplano ou helicóptero         |
| 66400.0 | Serviço de aluguel de aeronaves com tripulação                        |

### 3.5 Serviços conexos de transporte de passageiros

|         |   |
|---------|---|
| 67300.0 | Serviços de ajuda à navegação   |
| 67400.0 | Serviços auxiliares de transporte por ferrovia                                    |
| 67510.0 | Serviços de estacionamento / estações de ônibus                                   |
| 67530.1 | Terminais de estacionamento de transporte de passageiros                          |
| 67610.0 | Serviços de exploração de portos e vias de navegação (exceto carga e descarga)    |
| 67690.1 | Serviços auxiliares de transporte por via aquática relacionados com o combustível |
| 67690.2 | Serviços de manutenção e conservação de embarcações particulares de passageiros   |
| 67710.0 | Serviços de exploração de aeroportos (exceto carga e descarga)                    |
| 67790.0 | Outros serviços auxiliares de transporte aéreo ou espacial                        |

### 3.6 Aluguel de equipamentos para transporte de passageiros

|         |  |
|---------|--|
| 73111.0 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de automóveis ou caminhões sem motorista   |
| 73114.1 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de reboques / trailers sem motorista       |
| 73115.1 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de barcos de passageiros sem tripulação    |
| 73116.1 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de aeronaves de passageiros sem tripulação |

### 3.7 Serviços de manutenção e reparação de equipamentos de transporte de viajantes

|         |  |
|---------|--|
| 87143.0 | Serviços de manutenção e reparação de reboques / trailers, semi-reboques e outros veículos com motor, não classificados em outro lugar |
| 87149.1 | Serviços de manutenção e reparação de embarcações de passeio de uso particular   |
| 67149.2 | Serviços de manutenção e reparação de aviões de passeio de uso particular  |

## 4. Serviços de agências de viagens, operadores de turismo e guias de turismo

### 4.1 Serviços de agências de viagens

|         |                                 |
|---------|---------------------------------|
| 67811.0 | Serviços de agências de viagens |
|---------|---------------------------------|

### 4.2 Serviços de operadores de turismo

|         |                                   |
|---------|-----------------------------------|
| 67812.0 | Serviços de operadores de turismo |
|---------|-----------------------------------|

#### 4.3 Serviços de informação turística e de guias de turismo

|         |                                  |
|---------|----------------------------------|
| 67813.0 | Serviços de informação turística |
| 67820.0 | Serviço de guias de turismo      |

### 5. Serviços Culturais

#### 5.1 Representações artísticas

|         |  |
|---------|--|
| 96230.0 | Serviços de exploração de salas de espetáculos |
| 96310.0 | Serviços relacionados com os atores            |

#### 5.2 Museus e outros serviços culturais

|         |  |
|---------|--|
| 96411.0 | Serviços relacionados com museus, exceto sítios / lugares e edifícios históricos       |
| 96412.0 | Serviços de conservação de lugares e edifícios históricos                              |
| 96421.0 | Serviços relacionados com jardins botânicos e zoológicos                               |
| 96422.0 | Serviços relacionados com reservas naturais incluindo serviços de conservação da fauna |

### 6. Serviços recreativos e outros serviços de entretenimento

#### 6.1 Esportes e serviços recreativos e esportivos

|         |   |
|---------|---|
| 96510.0 | Serviços de promoção e organização de provas de competição esportivas e de recreação / entretenimento |
| 96520.1 | Serviços de campos de <i>golf</i>   |
| 96520.2 | Serviços de exploração de pistas de esqui   |
| 96520.3 | Circuitos de corridas   |
| 96520.5 | Serviços de praia e parques recreativos   |
| 96590.1 | Esportes de aventura e risco  |

#### 6.2 Outros serviços de entretenimento e recreação

|         |  |
|---------|--|
| 96910.1 | Serviços relacionados com parques temáticos            |
| 96910.2 | Serviços relacionados com parques de atrações          |
| 96910.3 | Serviços relacionados com férias e parques de atrações |
| 96920.1 | Serviços relacionados com cassinos                     |
| 96920.2 | Serviços relacionados com máquinas caça-níqueis        |

### 7. Serviços turísticos diversos

#### 7.1 Serviços financeiros e de seguros

|         |   |
|---------|---|
| 71100.1 | Serviços de tiquetes / bilhetes de viagens                  |
| 71100.2 | Serviços de crédito para viagens                            |
| 71311.1 | Serviços de seguros de vida                                 |
| 71320.1 | Serviços de seguros de acidentes em viagem                  |
| 71320.2 | Serviços de seguros de enfermidades em viagem               |
| 71334.1 | Serviços de seguros particulares dos viajantes em aeronaves |
| 71334.2 | Serviços de seguros dos viajantes em embarcações            |
| 71339.1 | Serviços de seguro de viagens                               |
| 71552.0 | Serviços de câmbio de moedas                                |

### 7.2 Outros serviços de aluguel de bens

|         |  |
|---------|--|
| 73240.1 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de equipamentos de transporte terrestre não motorizado |
| 73240.2 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de equipamentos de transporte aéreo não motorizado     |
| 73240.3 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de equipamentos para esportes de inverno               |
| 73240.4 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de equipamentos de praia ou para esportes aquáticos    |
| 73240.5 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de equipamentos de <i>camping</i>                      |
| 73240.6 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de selas para montaria                                 |
| 73290.1 | Serviços de <i>leasing</i> ou aluguel de câmaras fotográficas                                |

### 7.3 Outros serviços turísticos

|         |  |
|---------|--|
| 85970.0 | Serviços de organização de feiras e exposições |
| 97230.4 | Serviços de balneários                         |
| 91131.1 | Serviços de licenças de pesca                  |
| 91131.2 | Serviços de licenças de caça                   |
| 91210.1 | Serviços de emissão de passaportes             |
| 91210.2 | Serviços de emissão de vistos                  |
| 96620.2 | Serviços de guia (montanha, caça e pesca)      |
| 97910.0 | Serviços de acompanhamento ou escolta          |

### **B. Lista de atividades características do turismo**

As atividades características do turismo se podem identificar como aquelas atividades produtivas cuja produção principal é um produto característico do turismo. Dado que o conjunto destas atividades não conformam um ramo de atividade (indústria) único, de acordo com a definição do SCN 1993, a CST define as “indústrias turísticas” como todos os estabelecimentos cuja atividade produtiva principal é uma atividade característica do turismo.

| Descrição de atividades   | CIU Rev. 3 (1)   | CIUAT (2)  |
|---|--|--|
| 1. Hotéis e similares   | 5510   | 5510   |
| 2. Segundas residências em propriedade (imputada)                       | Parte de 7010  | Parte de 7010  |
| 3. Restaurantes e similares   | 5520   | 5520   |
| 4. Serviços de transporte de passageiros por ferrovia                   | Parte de 6010  | 6010-1, 6010-2   |
| 5. Serviços de transporte de passageiros por rodovia                    | Parte de (6021 e 6022)   | 6021-1, 6021-2, 6021-3, 6022-1, 6022-2, 6022-3, 6022-4               |
| 6. Serviços de transporte marítimo de passageiros                       | Parte de (6110 e 6120)   | 6110-1, 6110-2, Parte de 6110, 6120-1, 6120-2, 6120-3, Parte de 6120 |
| 7. Serviços de transporte aéreo de passageiros                          | Parte de (6210 e 6220)   | 6210-1<br>6220-1, 6220-2   |
| 8. Serviços conexos ao transporte de passageiros                        | Parte de 6303  | 6303-1, 6303-2, 6303-3   |
| 9. Aluguel de bens de equipamento de transporte de passageiros          | Parte de (7111, 7112 e 7113)                                     | 7111-1, 7111-2, 7111-3<br>Parte de 7112, 7113-1                      |
| 10. Agências de viagens e similares                                     | 6304   | 6304   |
| 11. Serviços culturais  | 9232<br>9233   | 9232-1, 9232-2<br>9233-1, 9233-2                                     |
| 12. Serviços esportivos e outros serviços de entretenimento / recreação | Parte de 9214<br>Parte de 9241<br>Parte de 9219<br>Parte de 9249 | Parte de 9214<br>Parte de 9241<br>9219-1<br>Parte de 9249            |

#### **Anexo 2. Lista de Produtos Característicos do Turismo e Atividades Características do Turismo**

Fonte: ONU *et al.*, 2001, p. 129-134.

Nota: (1) CIU Rev. 3 – Classificação Individual Internacional Uniforme de todas as Atividades Econômicas, Revisão 3.

(2) CIUAT – Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas.



## Anexo 2 QUESTIONÁRIO APLICADO NO LEVANTAMENTO DE CAMPO

Questionário

Data: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Entrevistado/Nome e Função: \_\_\_\_\_

### A - DADOS GERAIS

1. Nome da Empresa: \_\_\_\_\_

Razão Social \_\_\_\_\_

Fantasia \_\_\_\_\_

2. Endereço:

|           |     |           |     |
|-----------|-----|-----------|-----|
| RUA/AV.   |     | BAIRRO    |     |
| MUNICÍPIO | CEP | FONE      | FAX |
| e-mail    |     | HOME PAGE |     |

3. Identificação do Estabelecimento:

☐ Hotel ☐ Flat/Apart ☐ Pousada ☐ Pensão/Hosp. ☐ Albergue ☐ \_\_\_\_\_

Classificação do Estabelecimento ☐ EMBRATUR \_\_\_\_ Estrel. ☐ ABIH \_\_\_\_ Aster. ☐ Não classif.

Forma de Administração:

☐ Proprietário ☐ Adm./Gerente ☐ Franquia ☐ Cadeia Hotel. ☐ \_\_\_\_\_

Cadeia Hoteleira / Franquia à qual o estabelecimento pertence / representa:

|       |        |       |
|-------|--------|-------|
| Nome  | Estado | País  |
| _____ | _____  | _____ |

4. Capacidade Hoteleira (no caso de Flat/Apart, considerar somente os apartamentos disponíveis para a hospedagem de visitantes/turistas):

|                             |                    |                       |                     |
|-----------------------------|--------------------|-----------------------|---------------------|
| Total de Apartamentos (UHs) | Camas de Casal (C) | Camas de Solteiro (S) | Leitos (L) = 2C + S |
| _____                       | _____              | _____                 | _____               |

**B – NÍVEL DE OCUPAÇÃO / SAZONALIDADE**

5. Qual a Taxa Média Anual de Ocupação? 1997  1998  1999

6. Quais os períodos de:

|               |                      |                      |                      |
|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| ALTA ESTAÇÃO  | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| MÉDIA ESTAÇÃO | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| BAIXA ESTAÇÃO | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

7. Qual a Taxa Média de Ocupação por Período Sazonal ?

| ANO           | 1997                 | 1998                 | 1999                 |
|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| ALTA ESTAÇÃO  | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| MÉDIA ESTAÇÃO | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| BAIXA ESTAÇÃO | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

**C - MÃO-DE-OBRA UTILIZADA**

8. Mão-de-obra Utilizada pela Empresa Atualmente: Total  Fixa  Temporária

9. Do total da Mão-de-Obra Utilizada quantos são Terceirizados?

10. Distribuição da Mão-de-Obra e Salário, por Área:

| ÁREA   | QUANTIDADE           |
|--|----------------------|
| 1. Hospedagem (Governança + Recepção/Portaria) | <input type="text"/> |
| 2. Alimentos e Bebidas                         | <input type="text"/> |
| 3. Eventos                                     | <input type="text"/> |
| 4. Administrativa / Financeira                 | <input type="text"/> |
| 5. Comercial                                   | <input type="text"/> |
| 6. Manutenção / Limpeza                        | <input type="text"/> |
| 7. Outras                                      | <input type="text"/> |
| <b>TOTAL</b>                                   | <input type="text"/> |

11. Total da Folha Bruta de Pagamento de Pessoal Mensal:  R\$

12. Procedência dos Empregados:

SSA \_\_\_\_ %  Bahia \_\_\_\_ %  Outros Estados \_\_\_\_ %  Estrangeiros \_\_\_\_ %

13. Distribuição dos Salários, segundo procedência dos Empregados:

SSA \_\_\_\_ %     Bahia \_\_\_\_ %     Outros Estados \_\_\_\_ %     Estrangeiros \_\_\_\_ %

14. Contrata Mão-de-Obra no Período da Alta Estação? (   ) Sim (   ) Não

15. Caso Afirmativo: Quantos (em média/período)?

## D – ESTRUTURA DE RECEITAS E CUSTOS

16. Qual o Faturamento Bruto Anual (em R\$)?

1997

1998

1999

17. Qual o Faturamento Bruto por Período Sazonal (em R\$ ou em %)?

| PERÍODO       | 1997 | 1998 | 1999 |
|---------------|------|------|------|
| ALTA ESTAÇÃO  |      |      |      |
| MÉDIA ESTAÇÃO |      |      |      |
| BAIXA ESTAÇÃO |      |      |      |

18. Distribuição do Faturamento Bruto Anual por Grupo de Despesas (em R\$ ou %):

| GRUPO DE DESPESAS                          | 1997 | 1998 | 1999 |
|--|------|------|------|
| 1. Remuneração do Capital / Lucro          |      |      |      |
| 2. Remuneração da Mão-de-Obra (c/encargos) |      |      |      |
| 3. Pagamento de Financiamentos / Juros     |      |      |      |
| 4. Pagamento a Fornecedores                |      |      |      |
| 5. Pagamento de Tributos                   |      |      |      |
| 6. Outros                                  |      |      |      |
| <b>TOTAL</b>                               |      |      |      |

19. Distribuição do Faturamento Bruto por Grupo de Despesas e Destino dos Recursos - 1999 (em R\$ ou %):

\* Indicar qual estado ou país

| GRUPO DE DESPESAS                          | SSA | BAHIA | ESTADOS | PAÍSES | TOTAL |
|--|-----|-------|---------|--------|-------|
| 1. Remuneração do Capital / Lucro          |     |       |         |        |       |
| 2. Remuneração da Mão-de-Obra (c/encargos) |     |       |         |        |       |
| 3. Pagamento de Financiamentos / Juros     |     |       |         |        |       |
| 4. Pagamento a Fornecedores                |     |       |         |        |       |
| 5. Pagamento de Tributos                   |     |       |         |        |       |
| 6. Outros                                  |     |       |         |        |       |
| <b>TOTAL</b>                               |     |       |         |        |       |

20. Qual a Receita Operacional Anual (em R\$)?      1997       1998       1999

21. Estrutura da Receita Operacional Anual por Área / Departamento (em R\$ ou %):

| ÁREA / DEPARTAMENTO                       | 1997 | 1998 | 1999 |
|---|------|------|------|
| 1. Hospedagem / Habitações                |      |      |      |
| 2. Alimentos e Bebidas (Habitações)       |      |      |      |
| 3. Alimentos e Bebidas (Rest./Bar/Cafet.) |      |      |      |
| 4. Eventos / Locação Espaços              |      |      |      |
| 5. Serviços de Comunicação (Tel./Fax).    |      |      |      |
| 6. Serviços de Informática                |      |      |      |
| 7. Lavanderia                             |      |      |      |
| 8. Garagem                                |      |      |      |
| 9. Outros                                 |      |      |      |
| <b>TOTAL</b>                              |      |      |      |

22. Qual o Custo Operacional Anual (em R\$)?      1997       1998       1999

23. Estrutura do Custo Operacional Anual por Área / Departamento (em R\$ ou %):

| ÁREA / DEPARTAMENTO                       | 1997 | 1998 | 1999 |
|---|------|------|------|
| 1. Hospedagem / Habitações                |      |      |      |
| 2. Alimentos e Bebidas (Habitações)       |      |      |      |
| 3. Alimentos e Bebidas (Rest./Bar/Cafet.) |      |      |      |
| 4. Eventos / Locação Espaços              |      |      |      |
| 5. Serviços de Comunicação (Tel./Fax).    |      |      |      |
| 6. Serviços de Informática                |      |      |      |
| 7. Lavanderia                             |      |      |      |
| 8. Garagem                                |      |      |      |
| 9. Outros                                 |      |      |      |
| <b>TOTAL</b>                              |      |      |      |

## 24 - Estrutura do Custo Operacional Anual por Grupo de Despesas (em R\$ ou %):

| GRUPO DE DESPESAS                      | 1997 | 1998 | 1999 |
|--|------|------|------|
| 1. Custos Fixos                        |      |      |      |
| 2. Mão-de-Obra (c/ encargos)           |      |      |      |
| 3. Manutenção Interna e Externa        |      |      |      |
| 4. Promoção / Propaganda / Publicidade |      |      |      |
| 5. Comunicações                        |      |      |      |
| 6. Energia Elétrica (Força e Luz)      |      |      |      |
| 7. Água / Saneamento                   |      |      |      |
| 8. Combustíveis                        |      |      |      |
| 9. Mercadorias / Materiais Diversos    |      |      |      |
| 10. Serviços Diversos                  |      |      |      |
| 11. Seguros                            |      |      |      |
| 12. Tributos                           |      |      |      |
| 13. Empréstimos                        |      |      |      |
| 14. Arrendamentos                      |      |      |      |
| 15. Outros                             |      |      |      |
| <b>TOTAL</b>                           |      |      |      |

## 25 - Estrutura do Custo com Mão-de-Obra (em R\$ ou %):

| GRUPO DE DESPESAS                  | 1997 | 1998 | 1999 |
|------------------------------------|------|------|------|
| 1. Remuneração Líquida             |      |      |      |
| 2. Encargos Sociais                |      |      |      |
| 3. Prestações Sociais Facultativas |      |      |      |
| 4. Outras                          |      |      |      |
| <b>TOTAL</b>                       |      |      |      |

## 26 - Estrutura do Custo com Tributos, Taxas e Contribuições (em R\$ ou %):

| GRUPO DE DESPESAS                  | 1997 | 1998 | 1999 |
|------------------------------------|------|------|------|
| 1. IRPJ                            |      |      |      |
| 2. IRPF                            |      |      |      |
| 3. ISS                             |      |      |      |
| 4. ISS s/ faturamento              |      |      |      |
| 5. ICMS                            |      |      |      |
| 6. SIMPLES                         |      |      |      |
| 7. IPTU                            |      |      |      |
| 8. TFF (TLF)                       |      |      |      |
| 9. COFINS                          |      |      |      |
| 10. PIS                            |      |      |      |
| 11. PIS s/ faturamento             |      |      |      |
| 12. INSS                           |      |      |      |
| 13. FGTS                           |      |      |      |
| 14. Contribuição Sindical          |      |      |      |
| 15. Contribuição Sindical s/ lucro |      |      |      |
| 16. Máquinas e Motores             |      |      |      |
| 17. ECAD                           |      |      |      |
| 18. Outros                         |      |      |      |
| <b>TOTAL</b>                       |      |      |      |

27. Problemas com Fornecedores
- |    |  |                                  |
|----|--|----------------------------------|
| 1  |  | Identificação de Fornecedores    |
| 2  |  | Seleção de Fornecedores          |
| 3  |  | Nível e Negociação de Preços     |
| 4  |  | Qualidade de Produtos e Serviços |
| 5  |  | Assistência Técnica              |
| 6  |  | Prazo de Entrega / Atendimento   |
| 7  |  | Localização do Fornecedor        |
| 8  |  | Transporte                       |
| 9  |  | Todos constituem problemas       |
| 10 |  | Não há problemas                 |
| 11 |  | Outros (especificar):            |

---



---



---

28. Dificuldades de Obter Produtos e Serviços
- |     |  |                                      |
|-----|--|--------------------------------------|
| 1.  |  | Alimentos / Mat. Comestíveis e Afins |
| 2.  |  | Bebidas e Afins                      |
| 3.  |  | Mobiliário                           |
| 4.  |  | Inst. e Equip. de Ar Condicionado    |
| 5.  |  | Eleto-Eletrônicos                    |
| 6.  |  | Roupas de Cama, Mesa e Banho         |
| 7.  |  | Equip. e Utens. p/ Cozinha           |
| 8.  |  | Equip. p/ Lavanderia                 |
| 9.  |  | Materiais de Limpeza e Manutenção    |
| 10. |  | Serviços de Limpeza                  |
| 11. |  | Serviços de Manutenção               |
| 12. |  | Serviços de Segurança                |
| 13. |  | Serviços de Transporte               |
| 14. |  | Serviços Financeiros e Contábeis     |
| 15. |  | Serv. Promoção/Propag./Publicidade   |
| 16. |  | Todos apresentam dificuldades        |
| 17. |  | Não há dificuldades                  |
| 18. |  | Outras (especificar):                |

---



---



---

29. Qual o Gasto Total Anual com Fornecedores (em R\$)?      1997       1998       1999

30 - Qual o Gasto Total com Fornecedores por Período Sazonal (em R\$ ou em %)?

| PERÍODO       | 1997 | 1998 | 1999 |
|---------------|------|------|------|
| ALTA ESTAÇÃO  |      |      |      |
| MÉDIA ESTAÇÃO |      |      |      |
| BAIXA ESTAÇÃO |      |      |      |

31 - Distribuição do Gasto Total Anual com Fornecedores por Produtos / Serviços (em R\$ ou %):

| PRODUTOS / SERVIÇOS                     | 1997 | 1998 | 1999 |
|---|------|------|------|
| 1. Alimentos / Mat. Comestíveis e Afins |      |      |      |
| 2. Bebidas e Afins                      |      |      |      |
| 3. Mobiliário                           |      |      |      |
| 4. Inst. e Equip. de Ar Condicionado    |      |      |      |
| 5. Eletro-Eletrônicos                   |      |      |      |
| 6. Roupas de Cama, Mesa e Banho         |      |      |      |
| 7. Equip. e Utens. P/ Cozinha           |      |      |      |
| 8. Equip. p/ Lavanderia                 |      |      |      |
| 9. Materiais de Limpeza e Manutenção    |      |      |      |
| 10. Serviços de Limpeza                 |      |      |      |
| 11. Serviços de Manutenção              |      |      |      |
| 12. Serviços de Segurança               |      |      |      |
| 13. Serviços de Transporte              |      |      |      |
| 14. Serviços Financeiros e Contábeis    |      |      |      |
| 15. Serv. Promoção/Propag./Publicidade  |      |      |      |
| 16. Outros                              |      |      |      |
| <b>TOTAL</b>                            |      |      |      |

32 - Distribuição do Gasto Total com Fornecedores por Produtos/Serviços segundo Origem do Fornecimento/Destino dos Recursos - 1999 (em R\$ ou %):

| PRODUTOS / SERVIÇOS                     | SSA | BAHIA | ESTADOS | PAÍSES | TOTAL |
|---|-----|-------|---------|--------|-------|
| 1. Alimentos / Mat. Comestíveis e Afins |     |       |         |        |       |
| 2. Bebidas e Afins                      |     |       |         |        |       |
| 3. Mobiliário                           |     |       |         |        |       |
| 4. Inst. e Equip. de Ar Condicionado    |     |       |         |        |       |
| 5. Eletro-Eletrônicos                   |     |       |         |        |       |
| 6. Roupas de Cama, Mesa e Banho         |     |       |         |        |       |
| 7. Equip. e Utens. P/ Cozinha           |     |       |         |        |       |
| 8. Equip. p/ Lavanderia                 |     |       |         |        |       |
| 9. Materiais de Limpeza e Manutenção    |     |       |         |        |       |
| 10. Serviços de Limpeza                 |     |       |         |        |       |
| 11. Serviços de Manutenção              |     |       |         |        |       |
| 12. Serviços de Segurança               |     |       |         |        |       |
| 13. Serviços de Transporte              |     |       |         |        |       |
| 14. Serviços Financeiros e Contábeis    |     |       |         |        |       |
| 15. Serv. Promoção/Propag./Publicidade  |     |       |         |        |       |
| 16. Outros                              |     |       |         |        |       |
| <b>TOTAL</b>                            |     |       |         |        |       |

33 - Indique de cinco a dez dos principais fornecedores do seu Hotel, discriminando-os por cada produto ou serviço que forneçam, de acordo com os grupos de produtos/serviços apresentados nas questões 16 e 17, e que tenham tido um maior peso ou representatividade no valor do gasto total com pagamentos a fornecedores efetuados por esta Empresa no ano de 1999:

[illegible]