

## 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 enlaces 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 proporcionar 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 complementar 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 conseqüência, 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 Michael 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 – técnica – 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 em 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 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 Parte de 7112, 7113-1
10. Agências de viagens e similares	6304	6304
11. Serviços culturais	9232 9233	9232-1, 9232-2 9233-1, 9233-2
12. Serviços esportivos e outros serviços de entretenimento / recreação	Parte de 9214 Parte de 9241 Parte de 9219 Parte de 9249	Parte de 9214 Parte de 9241 9219-1 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 \_\_\_\_ %



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 %):

<b>GRUPO DE DESPESAS</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
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 %):

<b>GRUPO DE DESPESAS</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
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  | <input type="checkbox"/> | Identificação de Fornecedores    |
| 2  | <input type="checkbox"/> | Seleção de Fornecedores          |
| 3  | <input type="checkbox"/> | Nível e Negociação de Preços     |
| 4  | <input type="checkbox"/> | Qualidade de Produtos e Serviços |
| 5  | <input type="checkbox"/> | Assistência Técnica              |
| 6  | <input type="checkbox"/> | Prazo de Entrega / Atendimento   |
| 7  | <input type="checkbox"/> | Localização do Fornecedor        |
| 8  | <input type="checkbox"/> | Transporte                       |
| 9  | <input type="checkbox"/> | Todos constituem problemas       |
| 10 | <input type="checkbox"/> | Não há problemas                 |
| 11 | <input type="checkbox"/> | Outros (especificar):            |

---



---



---

28. Dificuldades de Obter Produtos e Serviços
- |     |                          |                                      |
|-----|--------------------------|--------------------------------------|
| 1.  | <input type="checkbox"/> | Alimentos / Mat. Comestíveis e Afins |
| 2.  | <input type="checkbox"/> | Bebidas e Afins                      |
| 3.  | <input type="checkbox"/> | Mobiliário                           |
| 4.  | <input type="checkbox"/> | Inst. e Equip. de Ar Condicionado    |
| 5.  | <input type="checkbox"/> | Eleto-Eletrônicos                    |
| 6.  | <input type="checkbox"/> | Roupas de Cama, Mesa e Banho         |
| 7.  | <input type="checkbox"/> | Equip. e Utens. p/ Cozinha           |
| 8.  | <input type="checkbox"/> | Equip. p/ Lavanderia                 |
| 9.  | <input type="checkbox"/> | Materiais de Limpeza e Manutenção    |
| 10. | <input type="checkbox"/> | Serviços de Limpeza                  |
| 11. | <input type="checkbox"/> | Serviços de Manutenção               |
| 12. | <input type="checkbox"/> | Serviços de Segurança                |
| 13. | <input type="checkbox"/> | Serviços de Transporte               |
| 14. | <input type="checkbox"/> | Serviços Financeiros e Contábeis     |
| 15. | <input type="checkbox"/> | Serv. Promoção/Propag./Publicidade   |
| 16. | <input type="checkbox"/> | Todos apresentam dificuldades        |
| 17. | <input type="checkbox"/> | Não há dificuldades                  |
| 18. | <input type="checkbox"/> | 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 %):

\* Indicar qual estado ou país

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:

PRODUTO / SERVIÇO	FORNECEDOR	TOTAL PAGO NO ANO	PART. S/ FORNEC.	LOCALIZAÇÃO			
		R\$	%	SSA	BAHIA	ESTADOS	PAÍSES
<b>TOTAL</b>							