

UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP
Programa de Mestrado em Administração

**METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE
CLUSTERS TURÍSTICOS: UMA APLICAÇÃO EM
MUNICÍPIOS LITORÂNEOS DO
ESTADO DE SÃO PAULO**

ANTONIO ADIAS NOGUEIRA

SÃO PAULO

2009

UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP
Programa de Mestrado em Administração

**METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE
CLUSTERS TURÍSTICOS: UMA APLICAÇÃO EM
MUNICÍPIOS LITORÂNEOS DO
ESTADO DE SÃO PAULO**

ANTONIO ADIAS NOGUEIRA

Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado em Administração da Universidade
Paulista – UNIP.

Orientadora: Profa. Dra. Suzana Bierrenbach
de Souza Santos

Área de concentração: Estratégia e seus
Formatos Organizacionais

Linha de pesquisa: Gestão em Rede de
Negócios

SÃO PAULO

2009

Nogueira, Antonio Adias

Metodologia de identificação de clusters turísticos: uma aplicação em municípios litorâneos do Estado de São Paulo / Antonio Adias Nogueira – São Paulo, 2009.

76 f.:il.

Dissertação (mestrado) – Apresentada ao Instituto de Ciências Sociais e Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2009.
Área de Concentração: Rede de negócios

“Orientação: Profª Drª. Suzana Bierrenbach de Souza Santos”

1. Turismo. 2. Clusters. 3. Metodologia. I. Título.

**METODOLOGIA DE IDENTIFICAÇÃO DE CLUSTERS TURÍSTICOS:
UMA APLICAÇÃO EM MUNICÍPIOS LITORÂNEOS
DO ESTADO DE SÃO PAULO**

ANTONIO ADIAS NOGUEIRA

Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado em Administração da Universidade
Paulista – UNIP.

Data da aprovação: ____/____/____

Banca Examinadora

Profa. Dra. Suzana Bierrenbach de Souza Santos
Universidade Paulista - UNIP

Prof. Dr. João Chang Jr.
Universidade Paulista - UNIP

Profa. Dra. Eunice Lacava Kwasnicka
Universidade de São Paulo

AGRADECIMENTOS

A elaboração de um trabalho acadêmico, por mais pessoal que seja, exige o envolvimento de instituições e pessoas que oferecem, na medida das suas atribuições, o suporte e auxílio para a sua realização, e que merecidamente devem ser lembradas com o devido registro de agradecimentos.

Inquestionavelmente, desejo agradecer à minha orientadora, Professora Dra. Suzana Bierrenbach de Souza Santos, pelo encontro do tema adequado, introduzindo-me no fascinante mundo do turismo, visto sob a perspectiva diferenciada de cluster, ambos expressos tantas vezes de forma instigante nas suas orientações no decorrer da convivência acadêmica. A professora Suzana possui competência intelectual invejável, além de simplicidade e humildade, características que tornaram o momento da orientação e produção desta dissertação um privilégio único. Sou-lhe imensamente agradecido pela paciência e por acreditar em minhas modestas ideias, deixando-me expô-las neste trabalho.

Estendo este agradecimento aos demais professores do Curso de Pós-Graduação, na figura do Prof. Dr. Ralph Santos da Silva, coordenador do programa, e colegas de jornada, que direta ou indiretamente contribuíram com sugestões, comentários e críticas sobre o tema escolhido, todos muitos valiosos e, de alguma forma, aproveitados durante a pesquisa.

Concluir esta tarefa somente foi possível a partir do apoio da minha família. A compreensão da minha esposa, nos inúmeros momentos de ausência, foi imprescindível para amenizar a distância durante o período dedicado à pós-graduação, paralelamente à condição de docente. Espero que um dia possa compensar a todos pela pouca dedicação.

Em especial desejo prestar uma homenagem à minha mãe, falecida ao final do curso, que apesar de não poder ver o resultado deste trabalho, certamente estará, em algum lugar, orgulhosa do esforço que fez para a minha educação.

A todos, meus sinceros agradecimentos.

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é identificar a existência de clusters turísticos nos municípios litorâneos do Estado de São Paulo, a partir da aplicação de uma metodologia quantitativa. O turismo moderno, diversificado e globalizado, é importante setor, responsável pela geração de empregos, tornando-se força social de crescimento econômico relevante em termos regionais. A inerente concentração geográfica dessa atividade, um dos elementos constitutivos de um cluster, resulta, por diversas vezes, em uma classificação prévia de cluster turístico. O trabalho baseia-se na definição da OMT – Organização Mundial do Turismo para as atividades características do turismo; em indicadores de concentração, calculados a partir de dados oficiais recentes dessas classes de atividades, envolvendo as variáveis: número de empresas e de empregos; e da utilização de método estatístico de análise fatorial com correspondência múltipla. Realizados os cálculos, se observa que não existe elevada concentração de todas as atividades características do turismo, conforme definido pela OMT, no litoral paulista. A reunião dos municípios em distintos grupos, em função dos fatores de semelhança, revela a existência de diferentes estágios de formação de cluster no ano de 2007. Por fim, destacam-se somente os municípios de Ilhabela, São Sebastião e Ubatuba, caracterizados como clusters turísticos efetivos.

Palavras-chave: Turismo; Clusters; Metodologia.

ABSTRACT

This research aims to identify the existence of touristic clusters in São Paulo seashore cities, based on the application of a quantitative methodology. Modern tourism, varied and globalized, is an important sector, responsible for creating job offers, becoming a social force in regional economical growth. The geographic concentration of this type of activity, one of its main characteristics, may reveal the categories of a touristic cluster. The research uses the TWO – Tourism World Organization definition of characteristic activities of tourism; in concentration indicators, reached through recent official datum on this activity processes, including variables: number of companies and jobs; and the utilization of statistical method of factorial analysis with multiple correspondence. As the calculations, it is visible that there is no such concentration of all the tourism characteristic activities, according to OMT, in São Paulo's seashore. The gathering of these cities in distinct groups, based in common elements, elicits that there are different stages in clusters development in 2007. Concerning the previous arguments, the cities of Ilhabela, São Sebastião and Ubatuba were proved to be working touristic clusters.

Key words: Tourism; Clusters; Methodology.

LISTA DE FIGURAS, TABELAS E QUADROS

Figura 1 – Critérios Metodológicos.....	37
Tabela 1 - Municípios Litorâneos do Estado de São Paulo.....	38
Quadro 1 – Classificação do Municípios Litorâneos de acordo com Tipologia de Enright (1996).....	49

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACTs – Atividades Características do Turismo

CIIUC – *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas lãs Actividades Económicas*

CIUAT – *Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas*

CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas

CNTur – Conselho Nacional de Turismo

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ISIC – *International Standard Industrial Classification*

MTE – Ministério do Trabalho e Emprego

MTUR – Ministério do Turismo

OMT – Organização Mundial do Turismo

PEDT – Programa de Disseminação de Estatísticas do Trabalho

PIB – Produto Interno Bruto

QL – Quociente Locacional ou Quociente de Localização

RAIS – Relatório Anual de Informações Sociais

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEN – Sistema Estatístico Nacional

SNT – Sistema Nacional de Turismo

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	12
1.1.	Objetivo	12
1.2.	Justificativa	13
1.3.	Contribuição	13
1.4.	Delimitação.....	13
1.5.	Dificuldade.....	14
1.6.	Estrutura.....	14
2.	TURISMO	16
2.1.	Antecedentes.....	16
2.2.	Sistema Turístico	18
2.3.	Mercado do Turismo.....	19
2.4.	Turismo no Brasil.....	23
3.	CLUSTER	26
3.1.	Antecedentes.....	26
3.2.	Clusters Turísticos	30
3.3.	Atividades Características do Turismo.....	34
4.	METODOLOGIA	36
4.1.	Método Utilizado	36
4.2.	Etapas do Trabalho	37
4.3.	Municípios Litorâneos.....	37
4.4.	Empresas e Empregos	38
4.5.	Mensuração da Atividade	40
5.	PESQUISA.....	43
5.1.	ACTs Selecionadas	43
5.2.	Análise da Concentração.....	44
5.2.1.	Empresas.....	44
5.2.2.	Empregos.....	45
5.2.3.	Empresas x Empregos	46
5.3.	Análise Fatorial com Correspondência Múltipla	46
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
	REFERÊNCIAS	54
	APÊNDICES	59
	APÊNDICE 1 – Classes de Atividades Definidas como ACTs pela OMT	59
	APÊNDICE 2 – ACTs selecionadas para os Municípios Litorâneos	60
	APÊNDICE 3 – ACTs não selecionadas para os Municípios Litorâneos	61

APÊNDICE 4 – Quociente de Localização para a variável Empresas.....	62
APÊNDICE 5 – Número de Municípios com QL(Empresas) > 1,0.....	63
APÊNDICE 6 – Municípios com QL(Empresas) Significativos de cada uma das 19 ACTs...	64
APÊNDICE 7 – Quociente de Localização para a variável Empregos.....	65
APÊNDICE 8 – Número de Municípios com QL(Empregos) > 1,0	66
APÊNDICE 9 – Municípios com QL(Empregos) mais significativos de cada uma das 19 ACTs	67
APÊNDICE 10 – Principais Concentrações de ACTs e Respective Municípios.....	68
APÊNDICE 11 – Variáveis Submetidas à Análise Fatorial com Correspondência Múltipla ..	69
APÊNDICE 12 – Grupamentos dos Municípios Litorâneos	70
APÊNDICE 13 – Tipologia dos Grupos de Municípios Litorâneos.....	71
ANEXOS.....	72
ANEXO 1 – Atividades do cluster turismo e suas relações com o foco	72
ANEXO 2 – Representação esquemática de bens e serviços turísticos.....	73
ANEXO 3 – Correspondência das ACTs entre a ISIC Rev. 3 e a CIUAT	74
ANEXO 4 – Correspondência das ACTs entre a ISIC Rev. 3 e a CNAE 1.0	75
ANEXO 5 – Mapa com Municípios Litorâneos do Estado de São Paulo	76

1. INTRODUÇÃO

Fenômeno com repercussões sociais, econômicas, culturais e políticas incontestáveis, além de atividade marcante do século XX, o turismo possui características próprias que revelam, entre outros pontos, a complexidade da passagem da sociedade industrial para a pós-industrial.

O turismo reúne quantidade expressiva de indivíduos, empresas, organizações e lugares combinados para atenderem à experiência da viagem, cuja abrangência e diversidade refletem a constante mudança nas necessidades e desejos dos viajantes, responsáveis pelas transformações verificadas nesse mercado nas últimas décadas.

Os diversos elementos formadores do turismo mantêm diferentes tipos de relações de cooperação e competição, em ambiente caracterizado, de um lado, pela intrínseca concentração geográfica dessa atividade e, do outro, a inerente interação das suas partes em processo sistêmico.

Dentro do contexto do mundo globalizado, e a partir da inerente concentração geográfica das suas empresas, o turismo surge como alternativa de geração de emprego e renda para determinadas regiões.

Estas são condições que tornam o turismo importante promotor do crescimento socioeconômico nas regiões, transformando-o em atividade local relevante, além de destacar o interesse teórico e prático pelo tema, enriquecendo a compreensão do fenômeno em si.

O presente estudo metodológico da concentração de atividades relacionadas ao turismo em espaço geográfico delimitado (cluster) oferece a possibilidade de identificar a relevância das atividades em perspectiva regional.

1.1. Objetivo

O objetivo central do trabalho reside na proposta e aplicação de metodologia quantitativa para identificar a existência de clusters turísticos nos municípios litorâneos do Estado de São Paulo.

1.2. Justificativa

O trabalho se iniciou a partir do interesse no estudo da dinâmica existente entre dois fenômenos: a crescente importância da atividade turística para a economia e a existência da concentração de empresas como quebra de paradigma de competitividade.

Portanto, o trabalho se justifica pela importância da análise da atividade turística sob a perspectiva de cluster e, mais especificamente, pela verificação da vocação natural dos espaços geográficos municipais litorâneos para esta atividade.

Vocação que, *à priori*, caracterizaria a existência de clusters turísticos nesses territórios face à localização litorânea, que proporcionaria condições endógenas determinantes para a exploração do turismo. Entretanto, isto pode não corresponder à realidade, pois o fenômeno da concentração geográfica não se manifesta, implicitamente, como o único fator condicionante ao desenvolvimento de determinado cluster.

1.3. Contribuição

O presente trabalho pretende oferecer as seguintes contribuições:

- Contextualizar turismo e clusters;
- Desenvolver o tema de clusters no turismo; e
- Propor metodologia para identificação de clusters turísticos.

Com base na revisão da bibliografia, procurou-se apresentar e aplicar metodologia para avaliar de forma quantitativa a existência de clusters de atividade turística nos municípios do Estado de São Paulo, cujas potencialidades turísticas estão diretamente vinculadas à exploração de ambientes naturais litorâneos.

1.4. Delimitação

Diante da evidência de não abranger todos os aspectos dos fenômenos em estudo (turismo e cluster), não serão examinadas as seguintes questões, que não possuem relação direta com o propósito inicial do trabalho:

- Condições relacionadas aos fatores de produção, oferta e demanda, ou outros necessários à estruturação do setor;

- Efeitos políticos, sociais, culturais ou ambientes resultantes do desenvolvimento do turismo nas regiões pesquisadas;
- Dinâmica dos relacionamentos existentes entre os atores das diversas atividades constituintes do setor;
- Evolução, ao longo de período expressivo de tempo, dos indicadores de atividade e respectivas análises; e
- Estratégias empresariais adotadas ou fatores econômicos que conferem competitividade às regiões.

1.5. Dificuldade

O uso de uma base de dados secundários, produzido por órgão oficial, com registro das atividades formais implica na impossibilidade de medição e análise de uma parcela de estabelecimentos e empregos, pois nem toda a atividade turística é rigorosamente formalizada ou exercida legalmente.

Adicionalmente, a estruturação das estatísticas do turismo a partir de codificação nacional de atividade econômica tão ampla não oferece o nível de segregação adequado, reunindo classes de atividades de difícil caracterização ou nem sempre diretamente relacionadas ao setor.

Agrava-se ainda, no caso específico do turismo, a elevada heterogeneidade das atividades que o setor inclui, dificultando a distinção clara e rigorosa do que realmente é essencial ao turismo.

Essas e outras características, intrínsecas do turismo, impedem a completa e sistemática classificação e mensuração do fenômeno em termos quantitativos, tornando a aplicação da metodologia esquema parcial de interpretação da realidade, fato que não impede, entretanto, a análise inicial da atividade turística sob a perspectiva de cluster.

1.6. Estrutura

Após a introdução ao trabalho, descrevendo o objetivo, justificativa, contribuição, delimitação, dificuldades e estrutura, segue a revisão teórica (Capítulos II e III), dedicado à revisão da literatura sobre os temas turismo e cluster. Na parte central (Capítulo IV) propõe-se metodologia quantitativa para a identificação de

clusters turísticos, aplicada como estudo de caso aos municípios litorâneos do Estado de São Paulo (Capítulo V). O trabalho é finalizado com a apresentação das principais considerações (Capítulo VI).

2. TURISMO

Este capítulo é a segunda parte da pesquisa e cumpre função principal de descrever os fundamentos relativos ao campo do turismo, tendo como centro a apresentação básica do fenômeno turístico por meio da sua evolução histórica e dinâmica de funcionamento, conceituando, descrevendo e definindo componentes e inter-relações.

2.1. Antecedentes

Independentemente do motivo – sobrevivência, guerra, comércio, religião, diversão ou outras razões igualmente diferentes e relevantes – os deslocamentos ou viagens existem desde o início dos tempos, pois segundo Gastal (2000, p. 7).

Deslocar-se é inerente à condição humana. Por razões de sobrevivência, primeiro. Depois, talvez, por motivações religiosas ou políticas. Hoje, por prazer e busca de um exercício de liberdade. As motivações mudam, mas o resultado transforma-se na mesma ação: milhares de pessoas deixam suas casas para sair pelo mundo e enfrentar o novo, muitas vezes utilizando transportes precários, alimentando-se mal, vivendo na carne o desconforto. Mas viajando.

A interação e o intercâmbio resultantes das “idas e vindas dos povos, das migrações e dos movimentos populares” (ROBERTS, 2003, p. 136) contribuíram para a expansão das práticas civilizatórias, embora o avanço tenha ocorrido, segundo Diamond (2004, p. 14), “de modo muito diferente para os povos de cada parte do globo”.

A diferenciação é observada, por exemplo, nas viagens a lazer realizadas pela alta aristocracia e oficiais do governo durante a era romana, deslocando-se, segundo Theobald (2002, p. 5), do calor de Roma para locais de veraneio na costa marítima.

Molina (2003, p. 22) afirma que “o turismo tem experimentado diversas etapas em seu processo evolutivo”, e Baptista (1990, p. 12), ao estabelecer visão histórica do fenômeno turístico apresenta, sinteticamente, três fases de evolução do turismo:

a) primícias: Grécia, Roma, Jogos Olímpicos, Termas, Residência de Verão, Renascimento, Circuitos no Continente Europeu; b) nascimento (século XIX): incidência da modificação dos meios de transportes, do aumento dos rendimentos e da modificação da mentalidade e c) desenvolvimento: (século XX) incidência da modificação da clientela, desaparecimento do turismo aristocrático, extensão das estações (tempo) turísticas e do reconhecimento do lazer ou ócio.

A partir dessa trajetória é possível observar a amplitude dos diversos aspectos – econômicos, sociais, culturais, ambientais, entre outros – relacionados à criação e manutenção da atividade turística, inclusive a decorrente dos impactos da sua realização.

Lickorish e Jenkins (2000, p. 20) afirmam que “o turismo é uma inovação recente”, pois a população que vivia em comunidades agrícolas até o final do século XVI era estática, permanecendo na vila ou na região. Mesmo no início da revolução industrial no século XVIII, apenas a classe social de maior renda efetuava viagens e lazer, enquanto os trabalhadores permaneciam no mesmo local.

Para Urry (1999, p. 19), “o *Grand Tour* já estava estruturado formalmente no final do século XVII e atendia aos filhos da aristocracia e da pequena fidalguia, e no final do século XVIII, aos filhos da classe média profissional”. Registra-se no século XVIII considerável desenvolvimento da infraestrutura turística, sob a forma de balneários espalhados pela Europa.

A era da revolução da tecnologia e da indústria trouxe, a partir de 1945, mudanças no estilo de vida individual, permitindo rápido crescimento no movimento do turismo, particularmente nos países industrializados (América do Norte, Europa Ocidental e Japão), dominando o cenário mundial até a década de 1980. (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 22, 47).

A partir do crescente interesse pelo turismo começam a ocorrer divergências do seu significado, e a ausência de conceito único torna difícil a definição de palavras como “turismo” e “turista”.

Considerando que a viagem ou deslocamento é elemento vital na noção de turismo, diretamente relacionado à etimologia do termo *tour*, que em francês, em linguagem figurada significa apenas movimento circular, os ingleses no começo do século XVIII transformaram turismo (e turista) em *tourism* (e *tourist*), usado no sentido atual de viagem em circuito, ou deslocamento de ida e volta. (BENI, 2000, p. 35)

Segundo Cunha (1997, p. 3), diversas outras línguas utilizaram as palavras francesas *touriste* e *tourisme* com o sentido restrito de “viagem feita sem fim lucrativo, por distração, repouso ou satisfação da curiosidade de conhecer outros locais e outras pessoas”.

As várias definições que se seguiram apresentaram sérias dificuldades em relação às comparações e análises dos elementos caracterizadores do turismo. Em 1963, a partir da Conferência das Nações Unidas sobre Turismo e as Viagens Internacionais, em Roma, passam a ser adotados os conceitos atualmente em vigor:

- **Visitante:** toda pessoa que se desloca temporariamente para fora de sua residência habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, por razão que não seja a de aí exercer profissão remunerada;
- **Turista:** todo visitante temporário que permanece no local visitado mais de 24 horas; e
- **Excursionista:** todo visitante temporário que permanece menos de 24 horas fora da sua residência habitual.

De acordo com Cunha (2001, p. 21), a generalização da expressão turista “originou importantes diferenças conceituais baseadas nos motivos e na duração da viagem, na origem dos visitantes, no território visitado e utilização de meios de alojamento”, deixando de ser mera discussão acadêmica, ao permitir a distinção entre as profissões, empresas e atividades que estão ou não relacionadas ao turismo.

Segundo Ignarra (2003, p. 14), “os viajantes são consumidores de serviços turísticos, quaisquer que sejam suas motivações” e Lickorish e Jenkins (1997, p. 1) afirmam que o turismo abrange setores convencionais da economia, destacando a dificuldade de descrevê-la como uma indústria no sentido formal da função produtiva, uma vez que não produz algo que possa ser fisicamente mensurado.

2.2. Sistema Turístico

A pertinência da utilização da visão sistêmica no contexto do turismo se acentua, pois essa abordagem é modo de pensar acerca dos elementos que compõem um organismo ou fenômeno, não sendo apenas

uma totalidade de unidades, cada uma gerada por leis de causalidade que operam sobre elas, mas, antes, uma totalidade de relações entre tais unidades. A ênfase é na complexidade organizada, isto é, na circunstância de que a adição de uma nova entidade introduz não apenas a relação dessa entidade para com outros, mas também modifica as relações entre todas as outras entidades (BERTALANFFY et al. 1976, p. 27).

Goeldner *et al.* (2002, p. 30) ao esclarecerem que sistema é “um conjunto de grupos inter-relacionados, coordenados para formar um todo unificado, alcançando um conjunto de objetivos”, destacam que a abordagem permite lidar com as questões macro e micro, ao examinar desde o ambiente competitivo de empresa turística até toda a estrutura turística de uma área, estado ou país.

Segundo Petrocchi (1998, p. 56, grifo do autor), “os sistemas sociais, como o turismo, se enquadram na classificação de sistemas abertos, cujo conceito parte do reconhecimento de que o sistema interage com o meio ambiente e recebe *entradas*, *transformando-as* e apresentando *saídas*”.

A articulação do sistema turístico com outros sistemas lhe confere diversidade, complexidade e abrangência maiores do que a simples união, ou interligação entre estes sistemas. Conforme o destaque de Ansarah (2004, p. 28), a atividade é o “resultado complexo de inter-relações entre diferentes fatores que precisam ser considerados conjuntamente, numa ótica sistêmica”, identificando os seguintes elementos básicos constituintes:

- **Demanda:** conjunto de (possíveis) consumidores de bens e serviços turísticos;
- **Oferta:** conjunto de produtos, serviços e organizações, envolvidos na experiência turística;
- **Espaço:** base geográfica física onde a oferta e a demanda se encontram e que pode ser, ao mesmo tempo, destino turístico; e
- **Operadores:** empresas ou instituições existentes no mercado cuja função é a inter-relação entre a oferta e a demanda turística.

A interdisciplinaridade da atividade turística, representada por um conjunto de empresas, que por sua vez se subdividem em outros elementos de atuação, permite a interação entre o seu sistema e os demais, implicando o fato de que diferentes componentes do produto turístico estão situados em diversas áreas de atuação.

2.3. Mercado do Turismo

Cunha e Cunha (2006, p. 60) afirmam que “o turismo possui um diferencial em relação às outras atividades produtivas, pois é um produto que só pode ser

consumido *in loco*” e, pelo seu potencial de crescimento, assume papel de destaque como estratégia de desenvolvimento local.

Segundo Lage e Milone (2001, p. 56), a demanda turística é a “quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a um dado preço, em determinado período de tempo”, sendo o turista o principal consumidor de produtos turísticos.

Lohmann e Netto (2008, p. 238) classificam a demanda, de forma resumida em:

- **Real:** aquela que efetivamente está ocorrendo, facilmente mensurável; e
- **Potencial:** aquela reprimida que ocorrerá, mas está momentaneamente impedida de fazê-lo.

A demanda é influenciada de diversas formas, algumas delas relacionadas ao próprio indivíduo e ao ambiente em que vive, fazendo com que certos fatores facilitem ou restrinjam a satisfação do desejo turístico, tornando o serviço turístico peculiar, que o diferencia de outros tipos de serviços.

Segundo Urry (1999, p. 63), “quase todos os serviços proporcionados aos turistas têm de estar ao alcance deles no momento e no lugar em que são produzidos. Não pode ser inteiramente realizado nos bastidores, longe do olhar dos turistas”.

Ansarah (2004, p. 21) entende o produto turístico “como mistura de elementos tangíveis e intangíveis, centralizados numa atividade específica e numa determinada destinação”.

Segundo Baptista (1990, p. 12), o produto turístico inclui a “existência ou criação de organizações de distribuição e comercialização do produto turístico”, em um mercado no qual ocorrem as complexas relações entre a oferta e a demanda.

Batista (1990, p.115) assinala que a oferta turística “é constituída por todos os elementos que contribuem para a satisfação das necessidades de ordem psíquica, física e cultural que estão na origem das motivações dos turistas”, reunindo, de forma geral, recursos de diversas naturezas (geográficos, históricos, culturais etc.) existentes em espaço delimitado e estruturas representadas por elementos físicos

(hospedagem, alimentação, transporte etc.) de atendimento às necessidades do turista.

O destino turístico, visto como sistema integrado limitado a uma área geográfica, se confunde com o próprio produto turístico, pois segundo Nordin (2003, p. 17), só é possível em um local que ofereça ao turista a oportunidade de explorar a variedade de atrações e serviços disponíveis.

A dependência do produto turístico ao destino turístico é o resultado do processo produtivo da atividade turística, que consiste na exploração dos recursos turísticos naturais ou artificiais, cujos bens e serviços são, obrigatoriamente, produzidos e consumidos no destino (FAPEC, 2006, p. 10).

Essa dependência traz, segundo Rezende e Rezende (2005, p. 1), “tanto benefícios como problemas para uma determinada região”, exigindo a identificação de possíveis impactos, positivos e negativos, nos níveis econômico, social, ambiental e cultural.

O elemento geográfico é inerente à atividade turística, pois inclui todas as empresas ou organizações localizadas em posições ou regiões diferentes e sujeitas a impactos e contextos distintos, embora o destino turístico seja a razão de ser do turismo, pois “energiza todo o sistema turístico e cria demanda de viagem na região geradora” (COOPER *et al*, 2001, p. 39).

A concentração geográfica na região de destino está intimamente relacionada à evolução desse espaço turístico em um ciclo evolutivo semelhante ao de vida de um produto, cuja curva dependerá de vários fatores, verificando-se, segundo Cooper *et al*. (2001, p. 149), normalmente os seguintes estágios:

- **Exploração:** visitação por pequeno número de turistas em função, principalmente, das atrações naturais, mas limitados por falta de acesso e instalações;
- **Envolvimento:** participação da comunidade local para estimular o turismo e aumentar a oferta de serviços aos turistas;
- **Desenvolvimento:** grande número de visitantes é atraído com possibilidade de mudanças na organização local, para empresas externas, ou participação do setor público;

- **Consolidação:** declínio na taxa de crescimento do número de visitantes, mas ainda mantendo contingente de turistas maior que a população residente;
- **Estagnação:** destinação não está mais em evidência, dependendo de visitantes eventuais, ou de viajantes mais conservadores;
- **Declínio:** com pouca ou nenhuma demanda, pois novos destinos estão sendo procurados pelos turistas; e
- **Renovação:** revitalização do local, buscando novos mercados ou desenvolvendo novos produtos turísticos.

Na observação desses estágios e seus sintomas, transparece a importância inequívoca do volume de turistas que se dirige ao destino, variando desde a inexpressiva presença durante o estágio de exploração, até o ponto de saturação, atingindo o estágio de consolidação, afetando, conseqüentemente, o volume de produtores dispostos a se estabelecer e oferecer bens e serviços.

O exame da concentração geográfica no turismo indica que as organizações estão contidas, fundamentalmente, em ambiente espacial restrito e localizado, vinculado a destino turístico concreto, capaz de oferecer determinado produto turístico resultante de relações econômicas (comércio, transportes, meios de hospedagem, agências de viagens, artesanato, serviços de apoio). Estimula o desenvolvimento da infraestrutura (estradas, aeroportos, saneamento, energia etc.), e gera “benefícios para a comunidade nos locais onde se desenvolve”. (MARIA DA SILVA; COSTENARO, 2004, p. 3).

Peorce (2003, p. 54) esclarece que os modelos surgidos nas décadas de 1970 e 1980 sobre as particularidades de fluxos turísticos destacam, entre outras questões, que as “hierarquias espaciais podem mudar com o tempo e a ideia de fluxo e estruturas em evolução é fundamental para nossa compreensão do porquê desses desenvolvimentos e dos fatores que influem a natureza de distribuições e estruturas em determinado período”.

De acordo com Rejowski e Costa (2003, p. 114), “empreendedores locais, em sua maioria, procuram aproveitar as oportunidades que o setor proporciona”,

fazendo a atividade turística se tornar estratégia de diversificação dos negócios, dentro da visão clássica econômica e seguindo os moldes das demais atividades.

Em termos de relações comerciais e padrões de compras e vendas, a menor ou maior ocorrência de produtores e produção, circunscritos em um espaço geográfico, caracteriza “o conjunto de relações identificáveis e estáveis existentes entre as firmas, que são em parte manifestadas neste ambiente espacial” (GORDON e MCCANN, 2000, p. 518).

Bahl (2004, p. 31) destaca a importância da delimitação de regiões turísticas para o desenvolvimento do turismo regional, embora “nem todas as localidades congregam atrativos turísticos em quantidade suficiente para se desenvolverem”. Mas independentemente da possível restrição, essa proposição também pode estar associada à de cluster, pois a competitividade se produz em âmbitos locais (BAHL, 2004, p. 39).

Segundo Cunha (2005), o turismo nos últimos 50 anos se destaca “como uma das atividades com maior potencial de expansão em escala mundial, sendo apontada como o segundo setor mais globalizado”, possuindo importante e estratégico papel no desenvolvimento local.

2.4. Turismo no Brasil

O Brasil é o maior país da América Latina, representando quase a metade (47,3%) da extensão territorial da América do Sul, com área de 8.547.403,5 km². Mas apresenta forte concentração das atividades econômicas e da população em estreita faixa litorânea de 8,5 mil km de extensão.

Apesar do inegável potencial turístico natural, conforme destaca Casimiro Filho (2002, p. 29), somente a partir de 1960 foram estabelecidas pelo governo as primeiras ações de incentivo à atividade, por meio da edição da primeira Política Nacional de Turismo.

Apesar de prever a concessão de incentivos fiscais e a isenção de impostos, não conseguiu transformar a atividade em segmento econômico importante para a economia brasileira.

Na década de 1960, ocorre a estruturação institucional do setor com a fundação da EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo, o CNTur – Conselho Nacional de Turismo e o SNT – Sistema Nacional de Turismo.

Na época de sua criação, o principal objetivo da EMBRATUR era fomentar a atividade turística, criando condições para a geração de emprego, renda e desenvolvimento em todo o país¹.

O Conselho Nacional de Turismo é órgão colegiado de assessoramento superior, integrante da estrutura básica do Ministério do Turismo, diretamente vinculado ao Ministro de Estado, responsável por propor diretrizes, oferecer subsídios e contribuir para a formulação e implementação da Política Nacional de Turismo; entre outras atribuições².

A partir da década de 1970, o turismo de massa passa a ser importante alternativa para a geração de emprego e renda, face à existência de vasto patrimônio natural, com hábitos, culturas e tradições.

Essa situação efetivamente não se concretizou, pois a preferência dos turistas se mantinha nas viagens para outros lugares do mundo em busca de bons serviços e baixos custos, e não apenas ambiente natural agradável (MENDONÇA *et al.*, 2003, p. 4), obrigando a EMBRATUR a sistematizar as atividades, com estudos econométricos sobre as atividades turísticas no país.

Desde janeiro de 2003, com a instituição do Ministério do Turismo, a atuação da EMBRATUR, hoje com novo nome de Instituto Brasileiro do Turismo, concentra-se na promoção, no marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.

O Ministério do Turismo passa, então, a desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social.

¹ Disponível em <http://www.turismo.gov.br/>. Acesso: em 15/01/2009.

² Disponível em <http://www.dji.com.br/decretos/d-004686-29-04-2003.htm>. Acesso: em 15/01/2009.

Em 2006, as atividades características do turismo respondiam por 3,6% da economia brasileira, com o valor de produção de R\$ 149,64 bilhões, atingindo 7,1% do valor da produção do setor de Serviços e 3,6% da economia brasileira³.

O segmento de alimentação representou a metade das ocupações das atividades, com um índice equivalente a 2,85 milhões de pessoas. O IBGE também destaca os serviços de transporte rodoviário, que responderam pela ocupação de aproximadamente 1,07 milhão de pessoas (18,89%), seguido pelas atividades recreativas, culturais e desportivas, que empregavam 1,01 milhão de pessoas (17,74%) naquele ano. Ao todo, 5,7 milhões de pessoas trabalhavam em atividades relacionadas ao turismo em 2006, representando 10,1% dos ocupados no setor de serviços e 6,1% dos trabalhadores do país⁴.

Em dezembro de 2007, com o ingresso de US\$ 469 milhões, o Brasil encerrou o ano com US\$ 4,953 bilhões em divisas recebidas por meio do turismo, superando em 14,76% os US\$ 4,316 bilhões registrados em 2006, considerado até então a melhor marca da série histórica iniciada em 1969 (EMBRATUR, 2008, p. 4).

³ Disponível em

http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1379&id_pagina=1.

Acesso: em 20/05/2009.

⁴ Disponível em

http://200.143.12.85/turismo/opencms/institucional/noticias/arquivos/Turismo_acompanhou_ritmo_da_economia_entre_2003_e_2006.html. Acesso: em 20/05/2009.

3. CLUSTER

A terceira parte deste trabalho introduz o conceito de concentração geográfica, presente em uma série de atividades econômicas e, de forma mais intrínseca, na atividade turística.

São apresentados a concepção e os aspectos essenciais relacionados ao fenômeno das concentrações de atividades (cluster), além das formas de aplicação para as organizações em geral e aquelas envolvidas com o turismo.

3.1. Antecedentes

As últimas décadas evidenciaram acentuadas transformações na forma como as organizações se estruturam para permanecer em ambiente cada vez mais competitivo.

Ora pressionadas pelos clientes, ora pela concorrência, ou ambos, movem-se de estruturas rígidas, centralizadas e burocráticas, para formas e posições estratégicas mais flexíveis e adaptativas, adotando “variedade de relacionamentos interorganizacionais que incluem alianças estratégicas, parcerias, fusões, *joint ventures*, franquias, consórcios e várias formas de organização em rede” (RING; VAN DE VEN, 1994, p. 90).

Toffler (1990, p. 188) destaca que “hoje existe a procura de novas maneiras de se organizar, mas é no setor empresarial que a campanha em favor de novos formatos organizacionais está mais avançada”, ocorrendo o rompimento das condições e barreiras de isolamento, em função dos condicionantes advindos com a globalização e as novas tecnologias de informação e comunicação.

Tal fato resultou, entre outras conseqüências, na proliferação de modelo de integração das empresas que, além de repercutir no desempenho empresarial, produz efeitos no processo de desenvolvimento local.

As diferentes formas de se organizar, vistas sob diversas representações, inclusive na perspectiva de uma rede, reconhecem que os mercados são conjuntos interconectados de relações de troca (MOUZAS, 2007, p. 1) e oferecem ao ambiente empresarial contemporâneo alternativa ao paradigma fordista de competição, ao permitir relações recorrentes, envolvendo recursos, amizades, informações entre os

nós representados por indivíduos, organizações, sistemas de informações etc. (CHUNG *et al.*, 2003, p. 269).

O conceito de redes é antigo, embora somente nas últimas décadas tenha se ampliado a literatura sobre o tema. Apesar de bastante utilizado em vários ramos do conhecimento, remonta à teoria dos gráficos e aos trabalhos desenvolvidos pelo matemático e físico suíço Leonhard Paul Euler (1707 - 1783).

Tendo como a origem a sociologia, antropologia e teoria dos jogos (TICHY *et al.*, 1997, p. 508), vem sendo aplicado sob diferentes enfoques nos estudos organizacionais de grandes empresas multinacionais a pequenos empreendimentos; de manufaturas a serviços; de indústrias tradicionais a emergentes; de distritos regionais a economias nacionais (NOHRIA, 1992, p. 1).

No atual ambiente competitivo globalizado, as empresas são levadas, cada vez mais, a estabelecer redes de relacionamentos estratégicos para complementar seus recursos, de forma a atender às renovadas exigências dos consumidores.

A literatura sobre o assunto demonstra que a organização de empresas em: sistemas locais de produção, ou também chamados distritos industriais; aglomerações setoriais/industriais; redes locais; sistemas produtivos locais; arranjos locais; *milieux* inovadores; parques tecnológicos; e sistemas locais de inovação são meios eficientes de se lidar com essas formas de competitividade SCUR (2008, p. 69).

Vizeu (2003) identificou que existem distintas abordagens dentro da teoria organizacional, conduzindo os estudos sobre redes em duas principais vertentes: trabalhos sob a orientação técnico-econômica de tradição norte-americana, sobretudo sob a ótica da estratégia competitiva, e trabalhos com abordagem fenomenológica, sobressaindo-se os postulados culturais locais sobre os administrativos e organizacionais.

Segundo Van Alstyne (1997, p. 5), as organizações que atuam em rede, de forma geral apresentam padrão de comportamento de relações sociais, de longo prazo, entre um conjunto de pessoas, posições e grupos ou organizações com propósitos distintos, mas relacionados à obtenção ou sustentação de vantagem na competição econômica de tal forma que a torne “capaz de gerar valor econômico maior do que as empresas rivais” (BARNEY; HESTERLY, 2007, p. 10).

Ao se superar em relação aos demais, as empresas utilizam seus recursos (ativos, capacidades, competências, informação, conhecimento, reputação etc.) como fator determinante para a obtenção da vantagem competitiva (PETTIGREW *et al.*, 2006, p. 55).

Existem ainda, segundo Sing (2001, p. 7), evidências empíricas e teóricas que sugerem que empresas que trabalhem unidas em rede ou cluster aumentem a suas competências de várias formas, reagindo às rápidas alterações no ambiente econômico global.

A sociedade, a economia e as firmas estão em rede porque “nas novas condições históricas a concorrência é feita em uma rede global de interações”, surgida “no último quartel do século XX, porque a revolução da tecnologia da informação forneceu a base material indispensável para sua criação” (CASTELLS, 1999, p. 119).

Segundo Boaventura (2006, p. 26), a ideia, conceitos e aplicações de redes não são novos, pois “desde os anos 30 eles vêm sendo sistematicamente utilizados por diversas áreas de conhecimento, relacionados às diversas formas de interação e relacionamento entre pessoas, pessoas/grupos, e grupos num dado contexto social”.

Balestrin *et al.* (2005, p. 101) advertem que “o esforço de tentar abranger todas as possibilidades de redes interorganizacionais em algumas dezenas de tipologias predefinidas não deixa de ser uma simplificação forçada da ampla diversidade que este termo abarca”, motivo pelo qual, nesta pesquisa, o termo rede é utilizado em seu sentido amplo, buscando o efeito rede no contexto das aglomerações que ocorrem no segmento turístico.

Existe, freqüentemente, certa dificuldade no entendimento da palavra cluster, seja inicialmente pela necessidade de tradução ou, posteriormente, pelas várias definições utilizadas para conceituar e descrever o termo, fazendo com que a imprecisão na terminologia tenha resultado em certa confusão (ENRIGHT; KAI, 2000, p. 2), pois as numerosas definições e elementos identificadores dificultam a sistematização das pesquisas sobre o tema (BROWN *et al.*, 2007, p. 4).

Na literatura especializada encontram-se diversas formas de definição sobre o conceito econômico de aglomerações industriais, conhecidos como clusters

(MARQUES e SOUZA, 2004, p. 62) resultando na dificuldade de se ter uma única definição clara e precisa sobre o tema.

A primeira menção ao conceito de cluster é creditada ao economista Alfred Marshall (1842 – 1924). Ao observar os padrões da atividade econômica dos distritos industriais da Inglaterra, no início do século XX, identificou três razões para a sua existência: mercado de trabalho agrupado; especialização de fornecedores e abundância de conhecimentos.

A partir dos estudos de Michael Porter, publicado no livro “A Vantagem Competitiva das Nações” (1989), popularizou-se nos meios acadêmicos o conceito de cluster ao reconhecer que grande parte da atividade econômica ocorre em nível regional, a partir de determinantes da vantagem nacional (condições de fatores e de demanda; indústrias correlatas e de apoio; estratégia, estrutura e rivalidade das empresas).

Posteriormente, Porter apresenta em um capítulo do livro “Competição” (1999) o estudo de cluster como uma “concentração geográfica de empresas e instituições interconectadas em uma área particular, unidas por associações ou complementaridades”.

Boaventura (2006, p. 92), afirma que cluster é definido como “conjunto de empresas e entidades que interagem, gerando e capturando sinergias, com potencial de atingir crescimento competitivo superior ao de uma simples aglomeração econômica”, desenvolvendo-se, segundo Casarotto Filho e Pires (2001, p. 69), “sobre a vocação regional, além de incluir associações de suporte privadas ou ligadas ao governo”.

Segundo Sing (2001, p. 6), as pesquisas mostram que clusters ocorrem em distintos tipos de indústrias, e estão presentes em diferentes economias e níveis de abrangência (país, estado, cidade, área urbana ou rural etc.), estabelecendo interações econômicas suficientes para garantir determinadas vantagens competitivas.

Ferreira e Wilhelm (2001) afirmam que clusters constituem “modalidades surpreendentes para a economia de muitas nações, regiões e estados”, representando um novo modo de pensar sobre as economias nacional, estadual e

local, implicando novos comportamentos das empresas, dos governantes e de outras instituições, com vistas ao aumento da produtividade.

Amato Neto (2000, p. 53) destaca que clusters são “formados apenas quando ambos os aspectos, setorial e geográfico, estão concentrados”, tornando-se evidências claras da formação de conglomerados, cuja eficiência coletiva é o resultado de processos internos das relações entre firmas.

Segundo Szafir-Goldstein e Toledo (2004), devem ser “geograficamente caracterizável, com um conjunto relevante de empresas não verticalizadas produzindo o mesmo produto ou produtos similares, bem como seus fornecedores e prestadores de serviços”.

Zacarelli (2002, p.197) define cluster como “agrupamento de objetos similares”, que representam um conjunto de empresas que formam um conglomerado para competir com outras, não pertencentes ao cluster, ou, ainda, para competir com outro cluster, mas não é a proximidade física ou pertencerem ao mesmo setor que definem necessariamente um cluster e sim um relacionamento mútuo que permita formar e manter um conjunto com características competitivas.

Considerado como um arranjo específico dentro do modelo de redes, os clusters são para Zaccarelli (2002) muito freqüentes e importantes economicamente, embora não sejam valorizados na estratégia das empresas existindo de forma natural e espontânea, mesmo que as empresas participantes não tenham consciência da sua existência.

Zaccarelli (2008) observa que determinadas regiões apresentam uma concentração peculiar de empresas, que exploram determinado ramo ou segmento de negócios, decorrendo algum tipo de vantagem competitiva para as empresas agrupadas e para a região.

3.2. Clusters Turísticos

Segundo Porter (1989, p. 210), “a prevalência dos aglomerados nas economias, em vez de empresas ou setores isolados, proporciona importantes *insights* sobre a natureza competitiva e o papel da localização da vantagem competitiva que se situa fora de determinada empresa ou mesmo setor”.

Esta conclusão é estendida ao ambiente de clusters de negócios na medida em que cada cluster busca formas diferentes de vantagem competitiva junto a seu público-alvo, tornando importantes as questões relativas ao posicionamento, não apenas para o cluster em si, competindo com outras entidades supraorganizacionais, mas para praticamente qualquer organização que dele faça parte.

De acordo com Rejowski e Costa (2003, p. 114), “empreendedores locais, em sua maioria, procuram aproveitar as oportunidades que o setor proporciona”, fazendo com que a atividade turística se torne estratégia de diversificação dos negócios, dentro da visão clássica econômica e seguindo os moldes das demais atividades.

Segundo Berton *et al.* (2005, p. 5), um cluster está associado ao conjunto de empresas e instituições espacialmente concentradas que estabelecem entre si relações verticais (e os diversos estágios de determinada cadeia) e horizontais (envolvendo o intercâmbio de fatores, competências e informações entre agentes similares).

A distância física entre as empresas é, segundo Cortright (2006, p.6), a dimensão mais óbvia de um cluster, e toda a literatura sobre o tema está intrinsecamente baseada na proximidade geográfica.

Para Cunha e Cunha (2006), as características da atividade turística podem ser analisadas sob a perspectiva de clusters além deste enfoque, pois apesar do produto turístico estar circunscrito a uma área física e a atores sociais, também possui outras características que definem o potencial das atividades de turismo: a complementaridade e interdependência dos componentes do conglomerado; a interação e organização dos atores locais; e a integração com o ambiente cultural e econômico.

De acordo com Gouveia e Duarte (2001, p.17), o conceito de cluster turístico pressupõe a dependência de atividades e empresas relacionadas à montante, a jusante e na órbita da própria esfera da oferta turística, atuando de forma integrada nos seguintes níveis de proximidade do foco turístico: núcleo (hospedagem, alimentação, agência de turismo etc.), conexas (transporte, artesanato etc.), potenciadas (comércio, construção, saúde etc.) e outras atividades.

Na delimitação do espaço geográfico de caráter turístico Bahl (2004, p. 55) assinala “a necessidade de se estabelecer cluster que permita identificar rede de equipamentos e serviços básicos associados ao atendimento aos turistas, a localização das estruturas e infraestruturas de apoio e a forma de ordenação institucional e privada do turismo nas localidades”.

O cluster turístico possui, segundo Beni (2004), “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”.

Peorce (2003, p. 180) afirma que o modelo básico para a organização espacial do turismo, baseia-se “em áreas turísticas extraídas e difundidas como áreas espaciais em relação às demais”, cuja compilação dos dados turísticos se relaciona com outras estatísticas, a partir da mesma base real, como, por exemplo, os números sobre empresas ou emprego.

Clusters existem e se desenvolvem porque as firmas e outros atores econômicos e sociais percebem alguma vantagem na proximidade, que não estaria disponível, no mesmo grau, de outra forma. Existem diversos fundamentos relacionados aos clusters (CORTRIGHT, 2006, p. 18) indicando que diferentes aspectos, isolados ou combinados, são responsáveis pelo seu estabelecimento, enquanto outros pelo seu crescimento.

Segundo Thomazi (2006, p. 53), três aspectos definem a organização de um cluster “tamanho, amplitude e estágio de desenvolvimento, o que determinará a natureza de sua apresentação”, ressaltando que não existem clusters idênticos, pois são experiências únicas cujos resultados indicam estágios diferenciados de organização.

De acordo com Gouveia e Duarte (2001, p. 18), o conjunto de atividades relacionadas aos recursos e atrativos turísticos, infraestruturas, equipamentos, empresas de serviços e outros setores dentro do espaço geográfico podem ser reunidos em categorias segundo o nível de proximidade da atividade turística com o turista, mais próximo ou mais distante da própria existência ou finalidade da atividade.

Desta forma, consideram-se as atividades do cluster (**Anexo 1**) de acordo com a seguinte classificação:

- **Core:** conjunto de atividades características que deixariam de existir em quantidade significativa se não houvesse consumo turístico;
- **Conexas:** conjunto de atividades que são importantes ou afetadas significativamente pelo turismo, independentemente do nível de utilização do produto turístico;
- **Potencializadas:** conjunto de atividades não relacionadas ao turismo, mas impulsionadas por essa atividade; e
- **Outras:** conjunto das demais atividades que influenciam o desenvolvimento do turismo.

Segundo Rosenfeld (1997, p. 11), o dinamismo de um cluster, e não apenas o tamanho ou a capacidade individual das firmas, é a chave para a sinergia e, então, sua competitividade, citando a tipologia progressiva definida por Enright (1996) para a caracterização de clusters:

- **Efetivos:** clusters organizados, que obtiveram êxito e são capazes de realizar plenamente o seu potencial, nos quais a produção representa mais do que uma simples soma das partes;
- **Ocultos:** clusters que obtêm resultados abaixo do normal esperado, onde as oportunidades existem, mas não são exploradas e ainda não são percebidas as sinergias; e
- **Potenciais:** clusters onde algumas das exigências estão sendo atendidas, mas a massa crítica necessária e/ou as condições chave ou forças são ainda incipientes.

Souza Santo e Chang consideram que a escala e concentração existente em um cluster “oculto” não são suficiente para a realização completa da sua capacidade, pois a interação entre trabalhadores e empregadores é fraco e as empresas nem compartilham uma visão do futuro, nem agem conjuntamente como um cluster.

Para estes autores, os clusters “potenciais” possuem alguns dos elementos comuns para o funcionamento, mas faltam muitos atributos para alcançar as

vantagens de agrupamentos, pois apesar da existência de escala potencial, influência política, ou base tecnológica, podem estar ausentes características merecedoras da classificação de cluster efetivo.

3.3. Atividades Características do Turismo

Dentro das fronteiras do cluster turístico estão presentes várias empresas responsáveis por produtos e atividades, que estabelecem uma nova forma de desenvolvimento socioeconômico de uma região.

Este trabalho utiliza a classificações de atividades econômicas definidas pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística para os produtos turísticos (**Anexo 2**), distribuídos em “categorias que refletem a importância do consumo turístico no seu consumo total” (2008, p. 9), mantendo compatibilidade com a classificação definida pela OMT – Organização Mundial do Turismo.

São classificados quanto à similaridade de processos de produção, das características dos bens e serviços e da finalidade para a qual os bens e serviços são produzidos da seguinte forma:

- **Produtos característicos:** são aqueles que deixariam de existir em quantidade significativa ou para os quais o nível de consumo estaria sensivelmente diminuído em caso de ausência de visitantes do turismo;
- **Produtos conexos:** são uma categoria residual que inclui aqueles produtos que apesar de identificados como específicos do turismo em um dado país, não são assim reconhecidos em nível mundial; e
- **Produtos específicos:** representam a totalidade dos produtos contidos nas categorias anteriores.

A OMT desenvolveu em 1991 a CIUAT – Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas⁵ (*Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas*) compatível com a terceira revisão da ISIC – *International Standard Industrial Classification*, elaborada pelas Nações Unidas, utilizando integralmente a mesma estrutura, de forma a garantir a compatibilidade internacional das estatísticas de turismo.

⁵ Disponível em <http://www2.inegi.gob.mx/estestint/ficha.asp?id=839>. Acesso: em 22/04/2009.

Do conjunto de atividades econômicas contidas na CIUAT destacam-se as ACTs – Atividades Características do Turismo, responsáveis pela produção de bens e serviço definidos como característicos do turismo (**Anexo 3**).

As ACTs são grupos heterogêneos de atividades econômicas com influência no comportamento do consumo dos turistas, ou, de outra forma, são aquelas que, de algum modo, têm sua produção afetada por esse consumo.

No Brasil, a classificação de atividades econômicas oficialmente adotada pelo SEN – Sistema Estatístico Nacional e pelos cadastros e registros da administração pública é a CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas, que guarda compatibilidade com a ISIC, garantindo a comparabilidade internacional das estatísticas produzidas no país.

Publicada pela primeira vez no Diário Oficial da União em dezembro de 1994, a CNAE foi o resultado de processo de revisão das classificações de atividades econômicas, mais completo que os procedimentos periódicos de atualização e aperfeiçoamento até então adotados pelo IBGE, como parte do planejamento dos censos econômicos.

A classificação das ACTs definidas pela OMT, no Brasil, faz-se exclusivamente a partir da compatibilização dos códigos de atividades econômicas da ISIC Rev.3 com a CNAE 1.0 (**Anexo 4**).

A revisão para a versão 2.0 teve por objetivo dotar o país de classificação de atividades econômicas atualizada com as mudanças na estrutura e composição da economia brasileira.

Tendo em vista que os dados secundários utilizados neste trabalho são de 2007 e estão classificados segundo esta nova versão, faz necessária a correspondência das ACTs entre as diferentes versões (**Anexo 5**).

Onze itens e suas subdivisões são considerados pelo IBGE como ACTs e estão relacionados a serviços de alojamento, alimentação, transportes além das atividades das agências de viagens e recreativas e do aluguel de bens móveis, contemplando quase todas as atividades recomendadas pela OMT, como o procedimento mais adequado para a obtenção de dados comparáveis no tempo, no espaço e de forma coerente com o sistema estatístico nacional.

4. METODOLOGIA

Dentro da tipologia de estudos científicos, a presente pesquisa caracteriza-se pela natureza aplicada de conhecimentos para o estudo do fenômeno turístico, sob a ótica do modelo de concentração setorial de empresas em espaço geográfico delimitado.

Prevalece no trabalho a abordagem quantitativa, ao utilizar dados numéricos e o emprego de recursos e técnicas estatísticas em estudo de caso múltiplo, a fim de validar a possível existência de clusters.

0.1. Método Utilizado

Peorce (2003, p. 180) assinala que a natureza multifacetada do turismo permite o emprego de ampla série de fatores potenciais para o seu estudo, mas adverte que independentemente da aplicação específica de determinada análise da estrutura espacial do turismo, são três as questões, de natureza abrangente, comumente suscitadas:

1. Quais unidades espaciais devem ser apreciadas?
2. Quais elementos ou fatores devem ser analisados?
3. Quais técnicas de análise e de apresentação devem ser utilizadas?

As respostas aos dois primeiros questionamentos conduzem, nesta dissertação, à elaboração de um método em torno dos seguintes elementos:

- Os municípios litorâneos no Estado de São Paulo;
- As atividades turísticas realizadas nestes municípios; e
- O número de empresas e empregos formais envolvidos nestas atividades.

Esta construção permite a compilação de informações relativas ao turismo, a partir de uma mesma base de dados sobre os números de estabelecimentos e respectivos empregos formais, para todas as classes de atividade econômica, em cada um dos municípios avaliados.

O terceiro questionamento da proposta de Peorce (2003, p. 180) é respondido a partir do desenvolvimento e aplicação de metodologia quantitativa, sem especulações subjetivas, que levem à identificação objetiva de clusters.

Tais informações possibilitarão a análise da atividade turística a partir da perspectiva de concentração das diferentes atividades dentro de agrupamento geográfico definido gráfico (**Figura 1**).

Figura 1 – Critérios Metodológicos



Fonte: Elaborado pelo autor

A base de dados utilizada neste trabalho é a da RAIS – Relatório Anual de Informações Sociais e provém do MTE – Ministério do Trabalho e Emprego, uma vez que ela congrega as informações necessárias e no nível de abrangência requerido.

0.2. Etapas do Trabalho

Considerando que o fenômeno turístico decorre do deslocamento de viajantes para determinado espaço geográfico, onde se localiza o trabalho das organizações e pessoas envolvidas com o turismo, estão previstas as seguintes etapas:

- Apresentar a abrangência e limite da região turística objeto da pesquisa;
- Relacionar as classes de atividades econômicas e classificá-las segundo a vinculação específica ao turismo litorâneo;
- Coletar, classificar e consolidar dados pertinentes às classes de atividades econômicas dos estabelecimentos e empregos circunscritos ao espaço geográfico delimitado; e
- Mensurar, comparar e avaliar as variáveis.

0.3. Municípios Litorâneos

Petrocchi (1998, p. 115) esclarece que ao se considerar as características do turismo brasileiro existe a predominância de produtos turísticos para praia, montanha, ecologia e cidade, e “que podem sofrer divisões para atender aos

diversos segmentos de mercado, pois assim o sistema estará preparado para a concorrência no competitivo mercado do turismo”.

A modalidade de turismo predominante no Brasil é litorânea em função das lindas praias existentes no extenso litoral, onde “mais de $\frac{3}{4}$ da população brasileira está concentrada em estreita faixa próxima ao mar em que tais aglomerações foram historicamente favorecidas” (CRUZ, 2001, p. 48).

O Estado de São Paulo conta atualmente com quinze municípios litorâneos (**Anexo 6**), objeto de investigação desta pesquisa (**Tabela 1**).

Destes, o município mais recente é Ilha Comprida, elevado a esta condição em 1992, sendo constituído por dois distritos de mesmo nome, então pertencentes a Iguape e a Cananéia. O município de Bertioga emancipou-se de Santos um pouco antes, em 31/12/1991.

Tabela 1 - Municípios Litorâneos do Estado de São Paulo

Código IBGE	Município	Área (km ²)	População 2007 (mil hab)	Densidade Populacional (hab/km ²)	Sigla
3506359	Bertioga	492	39.091	79,5	BERT
3509908	Cananéia	1.242	12.039	9,7	CANA
3510500	Caraguatatuba	484	88.815	183,5	CARA
3518701	Guarujá	143	296.150	2.071,0	GUAR
3520301	Iguape	1.981	28.977	14,6	IGUA
3520400	Ilhabela	348	23.886	68,6	IBEL
3520426	Ilha Comprida	189	8.875	47,0	ICOM
3522109	Itanhaém	599	80.778	134,9	ITAN
3531100	Mongaguá	143	40.423	282,7	MONG
3537602	Peruíbe	326	54.457	167,0	PERU
3541000	Praia Grande	149	233.806	1.569,2	PRAI
3548500	Santos	280	418.288	1.493,9	SANT
3550704	São Sebastião	403	67.348	167,1	SAOS
3551009	São Vicente	148	323.599	2.186,5	SAOV
3555406	Ubatuba	712	75.008	105,3	UBAT

Fonte: Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> Acesso: em 7/11/2008.

0.4. Empresas e Empregos

No turismo, os bens e serviços são produzidos por unidades econômicas, como resultado de processo no qual se combinam elementos e ações, que se

destinam a terceiros (turistas), sendo a empresa unidade econômica formal por excelência.

O conceito de concentração da atividade turística subentende que o setor é formado de uma série de atividades realizadas por empresas correlacionadas, e na própria esfera da atividade, todas interligadas e responsáveis pela evolução e dinâmica deste mercado.

A análise dos municípios turísticos litorâneos, do agregado das atividades envolvidas com o produto turístico, será realizada a partir da identificação de dois elementos principais:

- **Empresas:** número de empresas formais participantes da atividade turística; e
- **Empregos:** número de empregos formais participantes da atividade turística.

As relações socioespaciais produzidas pelo turismo estão circunscritas ao conceito de região ou território delimitado e passam a ser a base para a análise dos seus elementos constituintes, a partir da reunião dos elementos descritos anteriormente, possuindo as seguintes características comuns:

- São formados por empresas que atuam direta ou indiretamente, com a atividade turística;
- São formados, na sua maioria, por pequenas e médias empresas; e
- Apresentam atores geograficamente próximos.

Os dados sobre o número de empresas e empregos das unidades econômicas foram obtidos por intermédio de coleta direta da base de dados da RAIS, instituído pelo Decreto nº. 76.900, de 23/12/75, e que tem por objetivo⁶:

- Atender às necessidades de controle da atividade trabalhista no país;
- Prover os dados para a elaboração de estatísticas do trabalho; e
- Disponibilizar as informações do mercado de trabalho às entidades governamentais.

⁶Disponível em http://www.rais.gov.br/RAIS_SITIO/oque.asp. Acesso: 07/10/2008.

Os dados da RAIS de 2007, obtidos da base de dados do PEDT – Programa de Disseminação de Estatísticas do Trabalho e relativas às classes de atividade consideradas como ACTs pela OMT, são utilizados nesta pesquisa, representando importante fonte de estudos, examinados à luz da estatística para a elaboração das análises descritas neste trabalho.

4.5. Mensuração da Atividade

Rejowski (1996, p. 20) salienta que “cada vez mais o estudo do turismo vem despertando interesse de várias áreas do conhecimento no meio acadêmico”, destacando que a compreensão do fenômeno requer envolvimento, coordenação e cooperação com outras disciplinas.

Tendo em vista o aumento de competitividade como uma das principais características de clusters (organização da atividade, compartilhamento de recursos e infraestrutura, redução de custos, entre outros) e a importância do turismo como instrumento de desenvolvimento regional (geração de emprego e renda) é relevante estabelecer critérios que permitam verificar se os principais elementos que caracterizam o turismo (atrações, hospedagem, alimentação, transporte, agências, entre outros), existentes em determinada região geográfica, caracterizam efetivamente um cluster turístico.

Torres Santos (2007, p.41) afirma que “a mensuração da concentração ou especialização regional de determinada indústria pode ser realizada a partir de um conjunto de medidas e técnicas”, destacando que um dos indicadores mais populares é o QL - Quociente de Localização ou Quociente Locacional.

Piekarski e Torkomian afirmam que o QL é um indicador largamente adotado, tanto na literatura de economia regional, como em estudos destinados ao planejamento de ações governamentais, principalmente em âmbito estadual.

Esse quociente permite identificar, para cada atividade específica, quais municípios apresentam participação relativa superior na média do estado ou país (SEBRAE, 2002, p. 4), determinando “se um município em particular possui especialização em um setor específico” ao comparar duas estruturas setoriais-espaciais, estabelecendo a razão entre a “economia em estudo” e a “economia de referência” (CROCCO *et al.* 2003, p. 10).

Em termos analíticos, a fórmula de cálculo do QL (1) pode ser interpretada como “medida de especialização regional, uma vez que compara a importância relativa do setor k na unidade territorial i , com a que o mesmo setor detém no espaço de referência”, avaliando em que medida a unidade territorial i é especializada no setor k (TORRES SANTOS, 2007, p. 61).

$$QL_{ik} = \frac{\frac{x_{ik}}{\sum_{i=1}^n x_{ik}}}{\frac{\sum_{i=1}^n x_i}{\sum x}} \quad (1)$$

onde: x_{ik} = valor da variável para a unidade territorial i e o setor de atividade k .

$\sum_{i=1}^n x_{ik}$ = valor total da variável para o setor k .

$\sum_{i=1}^n x_i$ = valor total da variável na unidade territorial i .

$\sum x$ = valor global da variável em todos os k setores de atividade e todas as i unidades territoriais.

Este indicador relaciona o peso de uma determinada variável, número de estabelecimentos ou empregos, de um determinado setor de atividade em um local, frente ao total dessa mesma variável no Estado ou País.

Assim, o $QL > 1,0$ indicará locais onde o peso da variável de um determinado setor encontra-se acima da participação verificada, nesse mesmo setor, no Estado ou no País, ou seja, que existe uma concentração dessa atividade neste local, e nesta condição, são investigados os municípios e atividades, pois há possibilidade da presença de clusters.

Análise Fatorial é uma técnica de estatística multivariada que pode ser aplicada com diversas finalidades, tanto com o fim de reduzir o número de variáveis de resposta, em casos nos quais a sua quantidade dificulta a análise e discussão, como para permitir identificar uma estrutura subjacente a essas variáveis ou seja, “buscar e definir os constructos fundamentais ou dimensões assumidas como inerentes às variáveis originais (HAIR *et al*, 2005, p. 94).

Técnicas analíticas multivariadas podem, mesmo não dispondo de modelos teóricos previamente estruturados, reduzir, classificar, agrupar, e investigar a dependência entre variáveis, de predição e de elaborar hipóteses e testá-las (JOHNSON; WICHERN, 1992).

São úteis para descobrir regularidades no comportamento de duas ou mais variáveis e para testar modelos alternativos de associação entre tais variáveis, incluindo a determinação de quando e como dois ou mais grupos diferem em seu perfil multivariado.

Neste trabalho a análise fatorial é empregada de forma a resumir as informações contidas nas classes de atividades econômicas, ligadas às empresas e empregos no turismo nos municípios litorâneos, em um número menor de fatores não diretamente observáveis.

5. PESQUISA

Este capítulo desenvolve a aplicação da metodologia, com o intuito de identificar a existência de clusters de turismo nos municípios litorâneos do Estado de São Paulo a partir da análise das características de concentração das atividades que compõem o núcleo da atividade turística, tendo como referência o número de empresas e empregos.

5.1. ACTs Selecionadas

Como o turista consome grande variedade de produtos e serviços, as estatísticas sobre a contribuição do setor de turismo no total de riqueza produzida no país (PIB) ou sobre a geração de empregos, levam em consideração um conjunto de atividades características do turismo, que representam a maior parte dos gastos dos turistas com as atividades diretamente vinculadas aos seus interesses, durante a permanência no local escolhido.

Do total de 672 classes de atividades definidas na CNAE 2.0, 50 classes são recomendadas pela OMT como ACTs (**Apêndice 1**), das quais 19 foram selecionadas para este trabalho (**Apêndice 2**), com o objetivo de observar de forma mais específica o setor nos 15 municípios litorâneos.

Essas atividades representam parcela expressiva do produto turístico, e não existiriam em quantidade significativa se não houvesse o consumo turístico (hotéis e similares, restaurantes e outros estabelecimentos, agências de viagens, operadores turísticos, por exemplo), ou as que são importantes ou afetadas significativamente pelo turismo (transporte aéreo de passageiros não-regulares, atividades de recreação e lazer, por exemplo), independentemente do nível de utilização do produto turístico.

Outras são atividades não relacionadas ao turismo, mas impulsionadas por essa atividade (locação de automóveis sem condutor, transporte rodoviário, por exemplo), também foram selecionadas, além das demais atividades que influenciam no desenvolvimento do turismo.

O rol de 31 classes de atividades econômicas não selecionadas (**Apêndice 3**) dentre as ACTs é composto por aquelas que não puderam ser caracterizadas como tendo envolvimento direto ou indireto com a atividade turística existente em um ambiente litorâneo.

Estão nesta situação, por exemplo, atividades que não possuem relação direta com o turismo (criação artística, ensino de esportes, estacionamento de veículos, transportes ferroviário de carga, transporte aéreo de carga etc.) e outras cuja vinculação com turismo torna-se de difícil caracterização (clubes sociais, concessionárias de rodovias, navegação de apoio etc.).

5.2. Análise da Concentração

Na primeira análise realizada foram utilizados os dados da RAIS 2007, para o cálculo dos QLS referentes ao número de empresas e trabalhadores formais, para todos os municípios litorâneos do Estado de São Paulo, detalhado por classe para cada uma das 19 atividades econômicas previamente selecionadas.

O cálculo é realizado para todas as classes, de tal forma a selecionar as classes de ACTs cujos pares atividades-municípios apresentassem valor superior a 1,0, sendo considerados, *à priori*, potenciais indícios de concentração geográfica da atividade turística.

5.2.1. Empresas

O que se observa, inicialmente, na compilação dos QLS para empresas (**Apêndice 4**) é que das 19 ACTs apenas uma atividade (“restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”) possui QL > 1,0 em todos os municípios, seguida por “hotéis e similares” em 14 municípios, e das “atividades de recreação e lazer não especificados” em 12 municípios (**Apêndice 5**).

Tal fato demonstra que nem todas as empresas das classes de atividades relacionadas às ACTs estão efetivamente presentes na maioria dos municípios litorâneos, ou seja, apenas um reduzido número de atividades turísticas possui uma concentração significativa nestes municípios.

A análise de cada atividade com maior índice de concentração de empresas revela heterogeneidade na distribuição espacial destas atividades, com destaque para Cananéia e Ilhabela, reunindo cada uma 4 diferentes atividades, dentre as 19 existentes (**Apêndice 6**).

Os municípios de Bertioga, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Praia Grande e São Vicente foram omitidos desta tabela por não apresentarem nenhum QL de empresas a ser destacado.

Estas análises revelam que as atividades cuja concentração de empresas estão presente na maioria dos municípios não são, necessariamente, as que possuem concentrações mais significativas em cada um dos municípios litorâneos.

É o caso, por exemplo, das atividades de “Agências de viagens” e “Operadores turísticos”, com a maior concentração de empresas verificada no município de Ilhabela.

5.2.2. Empregos

O cálculo do QL para empregos é realizado (**Apêndice 7**), confirmando, de forma mais acentuada, a reduzida quantidade de ACTs, com quociente maior que 1,0 nos mesmos municípios, evidenciando que em uma parcela ainda menor de atividades, a variável empregos é significativa para a maioria destes municípios litorâneos.

Apesar dos QLs calculados para a variável emprego nas ACTs apresentarem-se menores que aqueles registrados em relação às empresas, observa-se que são praticamente idênticos aos obtidos com base nas três principais classes de atividades econômicas selecionadas para análise.

Desta forma, se verifica que as atividades de “hotéis e similares”, além de “restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”, e das “atividades de recreação e lazer não especificados”, também estão presentes em quase todos os municípios (**Apêndice 8**).

O maior índice de concentração de empregos de uma determinada atividade em relação aos demais municípios indica heterogeneidade na distribuição destas atividades, com destaque novamente para os municípios de Cananéia e Ilhabela, reunindo cada um 4 diferentes atividades, dentre as 19 selecionadas neste trabalho (**Apêndice 9**).

Os municípios de Iguape, Mongaguá e Peruíbe omitidos desta tabela por não apresentarem nenhum QL de empregos a ser destacado.

Confirma-se, desta forma, que as atividades cuja concentração de empregos está presente na maioria dos municípios não são, necessariamente, as mais significativas em relação às demais regiões e nem mesmo para o município.

5.2.3. Empresas x Empregos

A partir dos QLs $> 1,0$ são apresentadas as ACTs e municípios com maior concentração de estabelecimentos ou empregos (**Apêndice 10**).

A concentração relativamente elevada de determinada atividade (hotéis e restaurantes, por exemplo) na maioria das unidades territoriais não implica, obrigatoriamente, que esta atividade seja preponderante em cada um dos territórios.

Tal fato indica que a estrutura hoteleira e de alimentação desses municípios (em termos de empresas e empregos) é mais concentrada em relação ao conjunto da economia dos demais municípios e do próprio espaço de referência, com evidência de potencial de polo de concentração das atividades.

Embora predominem as atividades mencionadas, existem assimetrias regionais significativas em termos de ACTs, indicando concentrações diferenciadas, provavelmente vinculadas a estágios de exploração do produto turístico vinculado ao sol e à praia.

5.3. Análise Fatorial com Correspondência Múltipla

Para a depuração da análise anterior aplicou-se o método não-paramétrico de análise fatorial com correspondência múltipla, para os QLs de empresas e empregos, em 14 das 19 classes de atividades, resultarem em 28 variáveis (**Apêndice 11**) necessárias à produção de fatores utilizados nas análises subseqüentes.

Cinco classes de atividade tiveram que ser expurgadas para a aplicação da análise fatorial com correspondência múltipla por conterem menos de 4 municípios com QL diferente de zero para qualquer uma das duas variáveis utilizadas: empresas e empregos.

Isso se deve à característica do modelo de análise fatorial que não pode separar os municípios em grupos semelhantes quando praticamente todas as observações de uma variável são iguais.

As seguintes ACTs foram expurgadas nesta operação:

- Gestão de instalações de esportes – GEE/GET;
- Terminais Rodoviários e Ferroviários – TRE/TRT;
- Transporte Aéreo não regular – TAE/TAT;

- Transporte por navegação de travessia – TNE/TNT; e
- Trens Turísticos, teleféricos e similares – TTE/TTT.

Com as variáveis estabelecidas, foi aplicado o modelo de análise fatorial com o auxílio do SPAD 3.6 – *Système Portable pour l'Analyse des Données*, com os grupamentos representados em forma de gráfico (**Apêndice 12**).

O conjunto dos 15 municípios litorâneos do Estado de São Paulo foram reunidos em 4 grupos e a partir das características destes grupos foi criada a seguinte tipologia (**Apêndice 13**).

Para os municípios do **Grupo 1** (Municípios com desenvolvimento turístico ainda incipiente), o QL da variável HOT⁷ (Emprego – Hotéis e similares) é igual a 1 (exceção de Guarujá e de Caraguatatuba onde este indicador encontra-se na modalidade 2) e o QL da variável HOE⁸ (Empresas – Hotéis e similares) também é igual a 1 (a exceção do município de Peruíbe, onde este indicador é igual a 2).

Os municípios do **Grupo 2** (Município com potencial turístico) apresentam as seguintes semelhanças, pois 100% destas modalidades estão neste grupo⁹: AGT = 1 (Emprego – Agências de viagens); CFT = 1 (Emprego – Atividades de condicionamento físico) e TFT = 1 (Emprego – Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente).

Estes municípios apresentam também igualdade nos seguintes indicadores:

- RET = 1 (Emprego – Manutenção e reparação de embarcações);
- OPT = 1 (Emprego – Operadores turísticos);
- OPE = 1 (Empresas – Operadores turísticos); e
- BTT = 1 (Emprego – Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental).

Como a modalidade 1 nestes casos é igual a zero, significa que não existe nenhum emprego formal nestas atividades econômicas nestes municípios, sendo

⁷ HOT=1 Significa que o coeficiente de localização do emprego é o mais baixo no caso de Hotéis e similares e situa-se entre 0,34 a 5,21, enquanto que HOT=2 entre 5,22 e 10,07.

⁸ HOE=1 Significa que o coeficiente de concentração de empresas é o mais baixo no caso de Hotéis e similares e situa-se entre 0,78 a 5,09, enquanto que HOE=2 entre 5,10 e 9,40.

⁹ O fato de estas variáveis estarem na modalidade 1 significa que estes municípios apesar de apresentarem poucas empresas nestas classes de atividade econômica, todo o trabalho é desenvolvido pelo proprietário e sua família sendo que as AGT e TFT são imprescindíveis para o desenvolvimento do turismo.

que no caso de Operadores turísticos não há também nenhuma empresa que explore essa atividade instalada.

Caraguatatuba, Peruíbe e São Vicente apresentam os seguintes indicadores:

- OPT = 1 (Emprego – Operadores turísticos);
- OPE = 1 (Empresas – Operadores turísticos);
- SRT = 1 (Emprego – Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente); e
- SRE = 1 (Empresas – Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente).

Isto significa que nestes três municípios não existem as duas classes de atividade econômica, ou seja, não há nenhuma empresa ou emprego ligado à estas atividades que são associadas ao desenvolvimento turístico.

O **Grupo 3** (Cluster turismo desenvolvido), constituído unicamente pelo município de Ilhabela, apresenta mais variáveis na modalidade mais alta, indicando que os QLS destas variáveis são os maiores sendo, portanto, o município mais desenvolvido do ponto de vista turístico.

As variáveis definidoras deste grupo e suas modalidades são:

- HOE = 6 (Empresas – Hotéis e similares);
- RST = 6 (Emprego – Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente);
- RSE = 6 (Empresas – Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente); e
- AGE = (Empresas – Agências de viagens).

Finalmente, no **Grupo 4** (Cluster turístico em fase final de desenvolvimento) encontram-se as seguintes variáveis definidoras e suas modalidades:

- RST = 5 (Emprego – Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente);
- RSE = 4 (Empresas – Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente);
- AGT = 4 (Emprego – Agências de viagens); e
- HOT = 3 (Emprego – Hotéis e similares).

Assim, constata-se que de acordo com os critérios metodológicos propostos, a totalidade da costa litorânea do Estado de São Paulo não se configura como cluster de turismo pleno, mas relativamente restrito a três dos quinze municípios (**Quadro 1**).

Quadro 1 – Classificação do Municípios Litorâneos de acordo com Tipologia de Enright (1996)

Município	Tiplogia
Bertioga	Cluster oculto
Caraguatatuba	
Guarujá	
Peruíbe	
Praia Grande	
Santos	
São Vicente	
Cananéia	Cluster potencial
Iguape	
Ilha Comprida	
Itanhaém	
Mongaguá	
Ilhabela	Cluster efetivo
São Sebastião	
Ubatuba	

Fonte: Elaborado pelo autor

Apenas os municípios litorâneos de Ilhabela, São Sebastião e Ubatuba podem ser considerados, efetivamente, clusters turísticos com concentração de empresas e empregos nas atividades turísticas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ato de viajar está presente desde a antiguidade, e o turismo, na forma como é conhecido na atualidade, tornou-se um fenômeno mundial de grandes implicações sócio-político-econômicas e culturais. Reconhecidamente uma atividade urbana típica da era industrial, o turismo vem, ao longo do tempo, se desenvolvendo a partir da sua estrutura sistêmica, influenciando e sendo influenciado pelos outros sistemas com os quais se relaciona.

A importância do setor tem crescido, passando a receber a atenção de organizações públicas, privadas e instituições acadêmicas, todos interessados nos aspectos práticos e teóricos do turismo e áreas correlatas. Uma série de atividades estão envolvidas na formação do produto turístico (combinação de todos os serviços e bens), realizadas por empresas relacionadas com a atividade turística: operadoras; agências; hotéis; restaurantes; atrativos em geral; comércio voltado para os turistas; dentre outras.

Um número considerável de pessoas também é responsável pelo produto turístico, e como resultado, observa-se o desenvolvimento regional a partir também da geração de empregos. Por sua vez, os gastos realizados no destino turístico proporcionam renda para proprietários, empregados e demais negócios afins, cujos resultados e efeito multiplicador positivo favorecem o crescimento da economia da região.

O estudo da concentração da atividade econômica, em um espaço geográfico, condição implícita do fenômeno de cluster, tem se tornado freqüente na literatura acadêmica a partir dos trabalhos de Michael Porter sobre competitividade entre nações e regiões, principalmente em setores industriais. Para o turismo, a análise sob esta perspectiva é recente, tendo em vista a necessidade de adaptação do conceito diante da dificuldade de caracterização de todas suas atividades formadoras, além de sua elevada heterogeneidade.

Algumas abordagens inovadoras estão surgindo nos estudos do turismo, utilizando múltiplas análises, diferentes metodologias e métodos de cálculo para medir e interpretar suas particularidades. Dentre estes estudos, alguns procuram identificar, de forma objetiva, a existência de clusters neste setor.

Comprovar a concentração de empresas de um setor em uma determinada localidade não é uma tarefa simples, mas a literatura sobre o tema tem registrado, freqüentemente, a utilização do Quociente de Localização, com o objetivo de captar a existência de uma concentração local na produção de determinado bem ou serviço, se é superior na média do estado ou país, identificando se uma região em particular possui concentração de um setor específico,

O cálculo deste quociente foi realizado nas classes consideradas atividades características do turismo, relação esta desenvolvida pela OMT, selecionando-se para este trabalho aquelas que possuíam maior envolvimento com a atividade turística realizada em território litorâneo.

Sobre esta seleção foram analisados os quocientes para empresas e empregos com valor superior a 1,0, e inicialmente, foi identificada a inexistência de concentração efetiva em todos os municípios, devido à heterogeneidade de atividades turísticas presentes em cada município, embora tenha se observado a predominância das atividades hoteleira e de alimentação.

Esta análise foi complementada pela aplicação do método estatístico de análise fatorial com correspondência múltipla aplicado às mesmas variáveis, mas em um número menor de classes de atividades, procurando as semelhanças existentes entre estes municípios em termos das variáveis mais importantes e semelhança de resultados do coeficiente de localização para empresas e empregos, o que resultou na reunião dos municípios em quatro grupos distintos.

Cada grupo de municípios corresponde a um estágio diferenciado de evolução do cluster, sob a perspectiva de concentração das atividades turísticas das variáveis empresas e empregos, evoluindo da forma mais incipiente para a mais desenvolvida. Os grupos foram reduzidos para três, com uma tipologia que identifica clusters como sendo ocultos, potenciais ou efetivos, adequando à proposta de tipologia feita por Enright (1996).

A adoção desta tipologia resultou na determinação de que apenas os municípios litorâneos de Ilhabela, São Sebastião e Ubatuba, constituem-se em “clusters efetivos” no que diz respeito à concentração das principais atividades características para o turismo litorâneo.

Disto se conclui que apesar dessa região litorânea possuir atrativos naturais que poderiam desencadear a formação de um cluster turístico, onde a atividade turística representa uma das principais fontes de receitas para o município, a existência de cluster somente se verifica em três dos doze municípios litorâneos do Estado de São Paulo, em função da debilidade ou ausência da maioria das classes de atividades características do turismo.

A utilização de uma metodologia exclusivamente quantitativa não representa, necessariamente, uma restrição ou limitação ao trabalho e suas análises devem ser vistas como iniciais ao estudo dos fenômenos descritos.

Sob este aspecto, sugere-se que a partir destes resultados seja empreendida uma pesquisa de campo que busque informações qualitativas a respeito de outras variáveis importantes para a avaliação do grau de desenvolvimento de um cluster, tais como: a cooperação existente e a transferência de tecnologia e de informações no interior do cluster; a criação de um capital social nestas localidades; etc.

Outra sugestão que poderia ser feita refere-se a um estudo mais aprofundado sobre que ACTs realmente são importantes para cada tipo de turismo, uma vez que neste setor o produto gerado varia de local para local de acordo com o tipo de turismo que é desenvolvido.

Esta análise poderia, caso fosse de interesse especial, ser efetuada sobre todas as classes definidas como atividades características do turismo, ou dentro de uma tipologia de classes, com a identificação da relação de proximidade com a atividade turística litorânea, verificando a pertinência desta relação com o produto turístico.

Resta a limitação imposta pelo uso do quociente de localização, pois apesar de identificar locais de concentração setorial, com base em variáveis distintas (empresas ou empregos), não é adequado para indicar a relação entre a concentração de empregos e o porte das empresas, ocorrendo situação onde poucas empresas utilizam mão-de-obra intensiva, indicando de forma falsa a existência de um cluster.

Desta forma, recomenda-se a ampliação do presente estudo, com a inclusão de análises quantitativas sobre outros conjuntos de dados e indicadores, além de análises qualitativas obtidas da observação *in loco* da dinâmica de organização e

funcionamento das atividades turísticas nos municípios, objetivando avaliar as interações produzidas entre empresas, empregos e atividades.

REFERÊNCIAS

- AMATO NETO, João. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para as pequenas e médias empresas**. São Paulo: Atlas, 2000.
- ANSARAH, Marília G. R. (org.) **Turismo, como aprender, como ensinar**, 2. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2004. 400 p. ISBN 85-7359-183-8
- BAHL, Miguel. **Agrupamentos turísticos municipais**. Curitiba: Protexoto, 2004. 176 p. ISBN 85-89026-28-0.
- BALESTRIN, Alsones; VARGAS, Lilia M.; FAYARD, Pierre. **O efeito rede nos pólos de inovação: um estudo comparativo**. Revista de Administração (RAUSP), v. 40, n. 2, p. 159-171, 2005.
- BAPTISTA, Mário. **O turismo na economia: uma abordagem técnica, econômica, social e cultural**. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística, 1990. 640 p.
- BARNEY, Jay B.; HESTRLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. Tradução: Monica Rosemberg. São Paulo: Pearson, 2007. 326 p. Tradução de: Strategic management and competitive advantage: concepts. ISBN 978-85-7605-113-8
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2000. 517 p. ISBN 85-7359-031-9
- BENI, Mario Carlos. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2004. 208 p. ISBN 85-85887-85-0.
- BERTALANFFY, L. Von *et al.* **Teoria dos sistemas**. 1. Ed. Tradução: Maria da Graça Lustosa Becskeházy. Rio de Janeiro: FGV, 1976. 143 p. Extraído de: The social sciences problems and orientations
- BERTON, Luiz H.; CUNHA, Sieglinde K.; CUNHA, João Carlos. **Planejamento e Governança de um Cluster Turístico ENANPAD**, 2005.
- BOAVENTURA, João Maurício G. *et al.* **Rede de negócios – tópicos em estratégia**. São Paulo: Saint Paul Editora, 2006.
- BROWN, Kerry A. *et al.* **Towards a New Conceptualisation of Clusters**. In Chapman, Ross, Eds. Proceedings Managing Our Intellectual and Social Capital: 21st ANZAM Conference, pages pp. 1-13, Sydney, Australia, 2007.
- CASAROTTO FILHO, Nelson; PIRES, Luis Henrique. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência Italiana**. São Paulo: Atlas, 2001.
- CASIMIRO FILHO, Francisco. **Contribuições do turismo à economia brasileira**. Piracicaba: Tese (Doutorado em Economia Aplicada), ESALQ-USP, 2002.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução: Roneide Venâncio Majer. 6. ed. São Paulo: Terra e Paz, 1999. 698 p. Tradução de: The rise of the network society. ISBN 85-219-0329-4.
- CHUNG, Walter W.C.; YAMB, Anthony Y.K.; CHAN, Michael F. S. **Networked enterprise: a new business model for global sourcing**. International Journal of Production Economics. 2003.

CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. **Turismo no Brasil: 2007 a 2010**. Julho 2006.

COOPER, Chris *et al.* **Turismo, princípios e prática**. Tradução: Roberto Cataldo Costa. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 559 p. Tradução de: Tourism – principles and prACTsice. ISBN 85-7307-843-X.

CORTRIGHT, Joseph. ***Making sense of clusters: regional competitiveness and economic development***. The Brookings Institution Metropolitan Policy Program, March, 2006.

CROCCO, Marco A. *et al.* **Metodologia para identificação de arranjos produtivos locais potenciais**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2003.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001. 107 p. ISBN 85-7241-343-X.

CUNHA, Licínio. **Economia e política do turismo**. Portugal: McGraw-Hill, 1997. 346 p. ISBN 972-8238-85-8

CUNHA, Licínio. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Editorial Verbo, 2001. 447 p. ISBN 972-22-2085-3

CUNHA, Sieglinde K.; CUNHA, João Carlos. **Cluster de Turismo: abordagem teórica e avaliação**. Revista de Desenvolvimento Econômico, Ano VIII, n. 13, Jan 2006

DIAMOND, Jarred M. **Armas, germes e aço: os destinos das sociedades humanas**. Tradução: Silvia de Souza Costa. Rio de Janeiro: Record, 2004. 472 p. Tradução de: Guns, germs and steel. ISBN 85-01-05600-6

EMBRATUR. **Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo**. Ministério do Turismo, Março/2008.

ENRIGHT, Michael J. ***Regional clusters and economic development: a research agenda*** In: U. Staber, N. V. Schaeer, and B. Sharma, editors, Business Networks: Prospects for Regional Development. New York: Ed. Gruyter, 1996.

ENRIGHT, Michael J.; KAI, Sun H. ***Survey on the characterization of regional clusters: initial results***. Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program, 2000.

FAPEC – Fundação de Apoio à Pesquisa, ao Ensino e à Cultura. **Estudo da cadeira produtiva do turismo em Mato Grosso do Sul**. Novembro 2006.

FERREIRA, Hélio C.; WILHELM, Pedro Paulo H. **Cluster CMB/SC: perspectivas para o desenvolvimento do segmento cama, mesa e banho da indústria têxtil de Santa Catarina na virada do milênio**. ENANPAD, 2001.

GASTAL, Suzana (org.) **Turismo: 9 propostas para um saber-fazer**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000. 150 p. ISBN 85-7430-118-3.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, Robert W. **Turismo, princípios, práticas e filosofias**. Tradução: Roberto Cataldo Costa. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 478 p. Tradução de: Tourism: principles, prACTsices, philosophies. ISBN 85-7307-32210-5.

GORDON, Ian R.; MCCANN, Philip. ***Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Networks?*** Urban Studies, vol. 37, .n. 3, 513–532, 2000

GOUVEIA, Merícia; DUARTE, Teresinha. **O cluster turismo em Portugal.** Setembro 2001.

HAIR, Joseph *et al.* **Análise multivariada de dados.** 6. ed. São Paulo: Bookman, 2005. 600 p. ISBN 85-363-0482-0

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística **Introdução à Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE versão 2.0**

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2000-2005.** Estudos de Pesquisa e Informações Econômicas. n. 7. Rio de Janeiro, 2008.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. 205 p. ISBN 85-221-0333-X.

LAGE, Beatriz H. G.; MILONE, Paulo Cesar. **Economia do turismo.** São Paulo: Atlas, 2001. 226 p. ISBN 85-224-3856-5.

LICKORISH, Leonard J; JENKINS, Carson L. ***An Introduction to Tourism.*** Oxford: Reed Educational and Professional Publishing Ltd 1997. 244 p. ISBN 0 7506 1956 2

LICKORISH, Leonard J; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo.** Tradução: Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 317 p. Tradução de: An introduction to tourism. ISBN 85-352-0688-4.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo, conceitos, modelos e sistemas.** São Paulo: Aleph, 2008. 486 p.. ISBN 85-7657-0554-4.

MARIA DA SILVA, Jussara; COSTENARO, Alessandra. **Planejamento Estratégico: um recurso para o desenvolvimento do turismo municipal.** ENANPAD, 2004

MARQUES, Juliana D. C. M.; SOUZA, Carlos L. **Clusters como instrumento estratégico de regeneração urbana sustentável.** Cadernos de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo. São Paulo. V. 4. N. 1 p. 59-72, 2004.

MENDONÇA, M. C. A.; BATALHA, M. O.; SANTOS, A. C. **A indústria do turismo: história, características e tendências.** Organizações Rurais e Agroindustriais, UFLA, v. 5, p. 49-56, 2003

MOLINA, Sergio. **O pós-turismo.** Tradução Roberto Sperling. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2002. 130 p. ISBN 85-85887-83-4.

MOUZAS, S. *et al.* ***Developing network insight.*** Industrial Marketing Management. 2007.

NOHRIA, Nitin. ***Networks and organizations: structure, form and action.*** Boston: Harvard Business School Press, 1992, 1-22

NORDIN, Sara, ***Tourism clustering and innovation.*** European Tourism Research Institute, 2003. ISBN 91-970001-9-1.

OHSON, R. A.; WICHERN, D. W. **Applied multivariate statistical analysis.** 3. ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1992.

PEORCE, Douglas G. **Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado e viagens**. Tradução: Saulo Krieger. São Paulo: Aeplin, 2003. 388 p. Tradução de: *Tourism today: a geographical analysis*.

PETROCCHI, Mário. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998. 381 p. ISBN 85-86082-82-1.

PETTIGREW, Andrew; THOMAS, Howard; WHITTINGTON, Richard. **Handbook of strategy & management**. London: Sage, 2006, 494 p. ISBN 1-4129-2121-X

PIEKARSKI, Ana Elisa T.; TORKOMIAN, Ana Lúcia V. **Identificação de clusters industriais: uma análise de métodos quantitativos**. XI Simpep - Simpósio de Engenharia Produção.

PORTER, Michael E. **A vantagem competitiva das nações**. Tradução: Waltensir Dutra. 16. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989. 896 p. Tradução de: *The competitive advantage of nations*. ISBN 85-700-1758-8

PORTER, Michael E. **Competição, estratégias competitivas essenciais**. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. 16. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999. 515 p. Tradução de: *On competition*. ISBN 85-352-0447-6

REJOWSKI, Miriam. **Turismo e pesquisa científica**. São Paulo: Papirus, 1996, 167 p. ISBN 85-308-0413-9.

REJOWSKI, Miriam; COSTA, Benny K. (org.) **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégias e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003, 316 p. ISBN 85-224-3555-3.

REZENDE, Cristiane F.; REZENDE, Daniel C. **Impactos do turismo: uma análise sob a ótica da população receptora**. ENANPAD, 2005.

RING, Peter S.; VAN DE VEN, Andrew H. **Developmental processes of cooperative interorganizational relationships**. *Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 1, 1994, 90-118.

ROBERTS, J. M. **O livro de ouro da história do mundo**. Tradução: Laura Alves e Aurélio Rebello. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003. 8126 p. Tradução de: *The shorter history of the word*. ISBN 85-00-00796-6

ROSENFELD, S. **Bringing business clusters into the mainstream of economic development**. *European Planning Studies*, vol. 5 Issue 1, p3, 21 p. Fev/1997.

SCUR, Gabriela. **A importância da proximidade geográfica na geração de conhecimento em SLP**. *Revista de Relações Humanas*. Centro Universitário, n. 24 São Paulo: FEI, abr 2008. ISSN 0102-9835

SEBRAE. **Subsídios para a identificação de clusters no Brasil: atividades da indústria**. Pesquisa e planejamento estratégico. Agosto/2002.

SING, Indira. **Natural resource based clusters in the new economy: theory and reality**. 4th Annual International Conference of The Competitiveness Institute, Tucson, Arizona, October, 2001.

SOUZA SANTOS, Suzana B. **Estratégias empresariais adotadas pela hotelaria em clusters turísticos no Estado de São Paulo**. Universidade Paulista, 2008.

SOUZA SANTOS, Suzana B.; CHANG Jr., João; e CHANG, Mateus S. **Aperfeiçoamento da metodologia de identificação de clusters: uma aplicação**

ao turismo no Estado de Santa Catarina. No prelo Revista ALCANCE. Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI.

SZAFIR-GOLDSTEIN, Cláudia; TOLEDO, Geraldo L. **Vantagens competitivas em cluster industriais.** VII SEMEAD. 2004.

THEOBALD, William (Org.) **Turismo global.** Tradução: Anna Maria Capovilla, Maria Cristina Guimarães Cupertino, João Ricardo Barros Penteado. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2002. 510 p. Tradução de: Global tourism. ISBN 85-7359-177-3.

THOMAZI, Silvia. **Cluster de turismo: introdução ao estudo de arranjo produtivo local.** São Paulo: Aleph, 2006, 144 p. ISBN 85-7657-018-1.

TICHY, N.; TUSHMAN, M.; FOMBRUN, C. **Social networks analysis for organizations.** Academy of Management Review, 1979, v.4, n.4, p. 507-519

TOFFLER, Alvin; TOFFLER, Heidi. **Powershift: as mudanças do poder.** Tradução: Luiz Carlos do Nascimento Silva. Rio de Janeiro: Record, 1990. 613 p. Tradução de: Powershift: the overthrow of the elites.

TORRES SANTOS, Cristina C. **Identificando clusters: uma proposta metodológica com aplicação empírica ao setor do turismo.** Portugal, 2007. Dissertação (Mestrado em Economia), Universidade do Porto.

URRY, John. **O olhar do turista, lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** Tradução de: Carlos Eugenio Marcondes de Moura. 2. ed. São Paulo: Nobel Studio, 1999. 231 p. Tradução de: The tourist gaze. ISBN 85-85445-53-X.

VAN ALSTYNE, Marshall. **The state of network organization: a survey in three frameworks.** Journal of Organizational Computing. 1997.

VIZEU, Fábio. **Pesquisas sobre redes interorganizacionais: uma proposta de distinção paradigmática.** Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração/Universidade Federal do Paraná - CEPPAD/UFPR, 2003.

ZACCARELLI, Sérgio Baptista *et al.* **Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios.** São Paulo: Atlas, 2008, 225 p. ISBN 978-85-224-5060-2.

ZACCARELLI, Sérgio Baptista *et al.* **Estratégia e sucesso nas empresas.** São Paulo: Saraiva, 2002, 244 p. ISBN 85-02-03112-0.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – Classes de atividades definidas como ACTs pela OMT

CNAE 2.0	Descrição da Atividade
79112	Agências de viagens
77390	Aluguel de máquinas e equipamentos não especificados anteriormente
90019	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
52401	Atividades auxiliares dos transportes aéreos
52397	Atividades auxiliares dos transportes aquaviários não especificadas anteriormente
52290	Atividades auxiliares dos transportes terrestres não especificadas anteriormente
93131	Atividades de condicionamento físico
92003	Atividades de exploração de jogos de azar e apostas
91031	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental
91023	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares
93298	Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente
82997	Atividades de serviços prestados principalmente às empresas não especificadas anteriormente
93191	Atividades esportivas não especificadas anteriormente
93123	Clubes sociais, esportivos e similares
52214	Concessionárias de rodovias, pontes, túneis e serviços relacionados
90027	Criação artística
85911	Ensino de esportes
52231	Estacionamento de veículos
90035	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
93115	Gestão de instalações de esportes
52311	Gestão de portos e terminais
55108	Hotéis e similares
77110	Locação de automóveis sem condutor
77195	Locação de meios de transporte, exceto automóveis, sem condutor
33163	Manutenção e reparação de aeronaves
33171	Manutenção e reparação de embarcações
50301	Navegação de apoio
79121	Operadores turísticos
93212	Parques de diversão e parques temáticos
56112	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas
56201	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada
79902	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente
52222	Terminais rodoviários e ferroviários
51200	Transporte aéreo de carga
51129	Transporte aéreo de passageiros não-regular
51111	Transporte aéreo de passageiros regular
49248	Transporte escolar
49116	Transporte ferroviário de carga
50114	Transporte marítimo de cabotagem
50122	Transporte marítimo de longo curso
49124	Transporte metroferroviário de passageiros
50912	Transporte por navegação de travessia
50211	Transporte por navegação interior de carga
50220	Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares
49221	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional
49213	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, municipal e em região metropolitana
49299	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente
49230	Transporte rodoviário de táxi
50998	Transportes aquaviários não especificados anteriormente
49507	Trens turísticos, teleféricos e similares

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das ACTs propostas pela OMT (1991)

APÊNDICE 2 – ACTs selecionadas para os Municípios Litorâneos

CNAE 2.0	Descrição da Atividade
33171	Manutenção e reparação de embarcações
49221	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional
49299	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente
49507	Trens turísticos, teleféricos e similares
50912	Transporte por navegação de travessia
51129	Transporte aéreo de passageiros não-regular
52222	Terminais rodoviários e ferroviários
55108	Hotéis e similares
56112	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas
77110	Locação de automóveis sem condutor
77195	Locação de meios de transporte, exceto automóveis, sem condutor
79112	Agências de viagens
79121	Operadores turísticos
79902	Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente
91031	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental
93115	Gestão de instalações de esportes
93131	Atividades de condicionamento físico
93212	Parques de diversão e parques temáticos
93298	Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente

Fonte: Elaborado pelo autor

APÊNDICE 3 – ACTs não selecionadas para os Municípios Litorâneos

CNAE 2.0	Descrição da Atividade
77390	Aluguel de máquinas e equipamentos não especificados anteriormente
90019	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
52401	Atividades auxiliares dos transportes aéreos
52397	Atividades auxiliares dos transportes aquaviários não especificadas anteriormente
52290	Atividades auxiliares dos transportes terrestres não especificadas anteriormente
92003	Atividades de exploração de jogos de azar e apostas
91023	Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares
82997	Atividades de serviços prestados principalmente às empresas não especificadas anteriormente
93191	Atividades esportivas não especificadas anteriormente
93123	Clubes sociais, esportivos e similares
52214	Concessionárias de rodovias, pontes, túneis e serviços relacionados
90027	Criação artística
85911	Ensino de esportes
52231	Estacionamento de veículos
90035	Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
52311	Gestão de portos e terminais
33163	Manutenção e reparação de aeronaves
50301	Navegação de apoio
56201	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada
51200	Transporte aéreo de carga
51111	Transporte aéreo de passageiros regular
49248	Transporte escolar
49116	Transporte ferroviário de carga
50114	Transporte marítimo de cabotagem
50122	Transporte marítimo de longo curso
49124	Transporte metroferroviário de passageiros
50211	Transporte por navegação interior de carga
50220	Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares
49213	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, municipal e em região metropolitana
49230	Transporte rodoviário de táxi
50998	Transportes aquaviários não especificados anteriormente

Fonte: Elaborado pelo autor

APÊNDICE 5 – Número de Municípios com QL(Empresas) > 1,0

Atividades Características do Turismo (ACTs)	CNAE 2.0	Número de Município com QL > 1,0
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	56112	15
Hotéis e similares	55108	14
Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	93298	12
Locação de meios de transporte, exceto automóveis, sem condutor	77195	10
Manutenção e reparação de embarcações	33171	8
Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional	49221	8
Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	91031	8
Parques de diversão e parques temáticos	93212	8
Locação de automóveis sem condutor	77110	7
Operadores turísticos	79121	6
Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente	79902	6
Atividades de condicionamento físico	93131	5
Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente	49299	4
Terminais rodoviários e ferroviários	52222	4
Trens turísticos, teleféricos e similares	49507	3
Transporte por navegação de travessia	50912	3
Transporte aéreo de passageiros não-regular	51129	3
Agências de viagens	79112	3
Gestão de instalações de esportes	93115	2

Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Elaborado pelo autor

APÊNDICE 7 – Quociente de Localização para a variável Empregos

[illegible]

Fonte: Elaborado pelo autor

APÊNDICE 8 – Número de Municípios com QL(Empregos) > 1,0

Atividades Características do Turismo (ACTs)	CNAE 2.0	Número de Município com QL > 1,0
Hotéis e similares	55108	13
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	56112	13
Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	93298	12
Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional	49221	9
Manutenção e reparação de embarcações	33171	6
Locação de meios de transporte, exceto automóveis, sem condutor	77195	6
Operadores turísticos	79121	4
Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	91031	4
Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente	49299	3
Transporte por navegação de travessia	50912	3
Locação de automóveis sem condutor	77110	2
Atividades de condicionamento físico	93131	2
Parques de diversão e parques temáticos	93212	2
Trens turísticos, teleféricos e similares	49507	1
Terminais rodoviários e ferroviários	52222	1
Agências de viagens	79112	1
Transporte aéreo de passageiros não-regular	51129	0
Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente	79902	0
Gestão de instalações de esportes	93115	0

Fonte: Elaborado pelo autor

Fonte: Elaborado pelo autor

APÊNDICE 10 – Principais concentrações de ACTs e respectivos Municípios

Atividades Características do Turismo (ACTs)	Empresas	Empregos
Concentração elevada na maioria dos municípios		
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	Sim	Sim
Hotéis e similares	Sim	Sim
Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	Sim	Sim
Concentração elevada em relação aos demais municípios		
Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	Cananéia	
Agências de viagens	Ilhabela	
Atividades de condicionamento físico		Caraguatatuba
Locação de automóveis sem condutor		Caraguatatuba
Locação de meios de transporte, exceto automóveis, sem condutor	Cananéia	
Manutenção e reparação de embarcações	Cananéia	
Operadores turísticos	Ilhabela	
Parques de diversão e parques temáticos	Cananéia	Caraguatatuba
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	Ilhabela	
Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente	Ilhabela	Caraguatatuba
Concentração elevada em relação ao município		
Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	Bertioga, Cananéia, Guarujá, São Sebastião e São Vicente	
Hotéis e similares		Iguape, Ilhabela, Ilha Comprida, Mongaguá e Peruíbe
Manutenção e reparação de embarcações		Cananéia, Praia Grande, Santos e São Sebastião

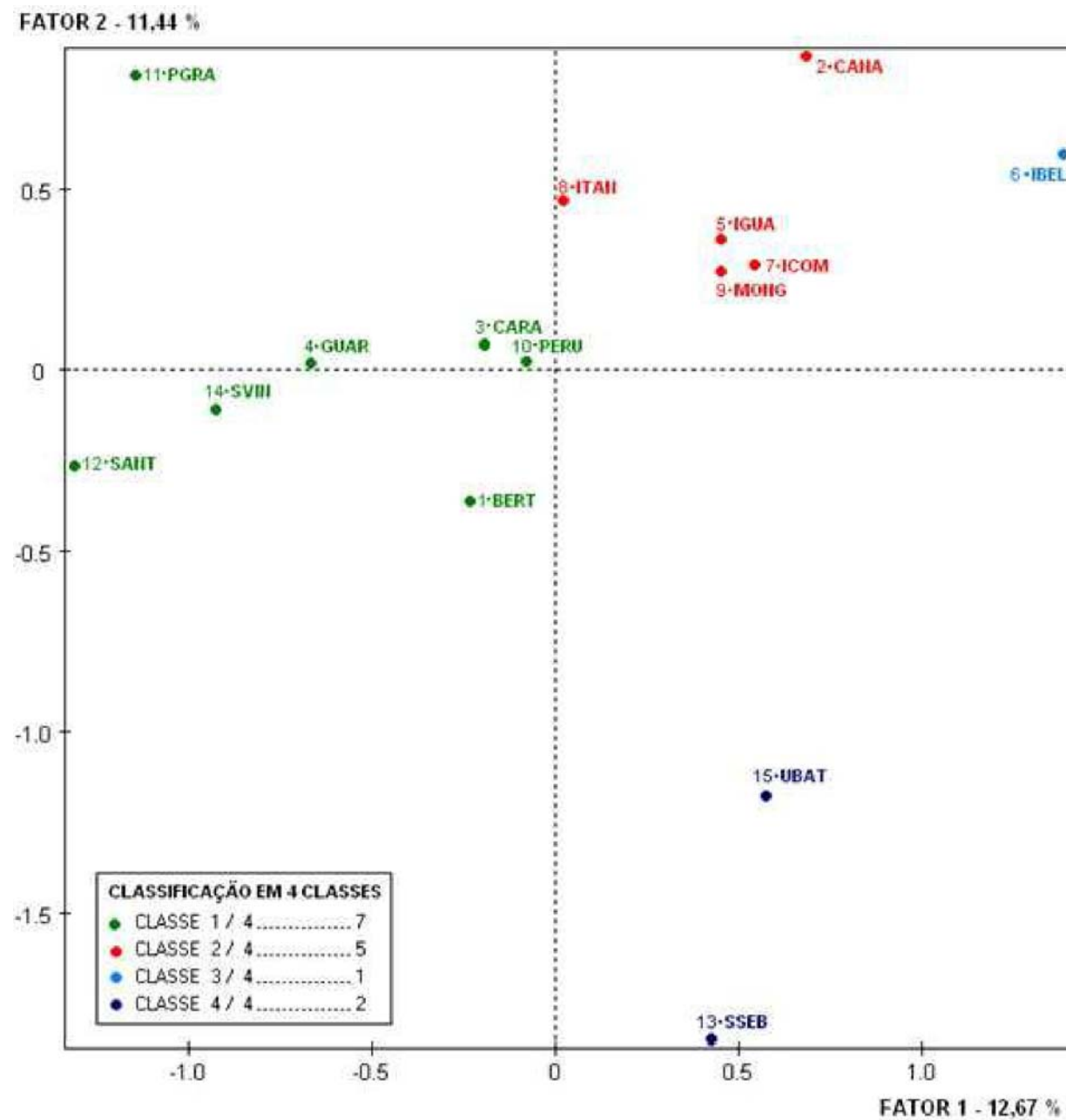
Fonte: Elaborado pelo autor

APÊNDICE 11 – Variáveis submetidas à Análise Fatorial com Correspondência Múltipla

Atividades Características do Turismo (ACTs)	Sigla	Variáveis	
		Empresas	Emprego
Agências de viagens	AG	AGE	AGT
Atividades de condicionamento físico	CF	CFE	CFT
Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental	BT	BTE	BTT
Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	RL	RLE	RLT
Hotéis e similares	HO	HOE	HOT
Locação de automóveis sem condutor	LA	LAE	LAT
Locação de meios de transporte, exceto automóveis, sem condutor	LT	LTE	LTT
Manutenção e reparação de embarcações	RE	REE	RET
Operadores turísticos	OP	OPE	OPT
Parques de diversão e parques temáticos	PQ	PQE	PQT
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	RS	RSE	RST
Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente	SR	SRE	SRT
Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional	TP	TPE	TPT
Trens turísticos, teleféricos e similares	TT	TTE	TTT

Fonte: Elaborado pelo autor

APÊNDICE 12 – Grupamentos dos Municípios Litorâneos



Fonte: Elaborado pelo autor, utilizando SPAD 3.6

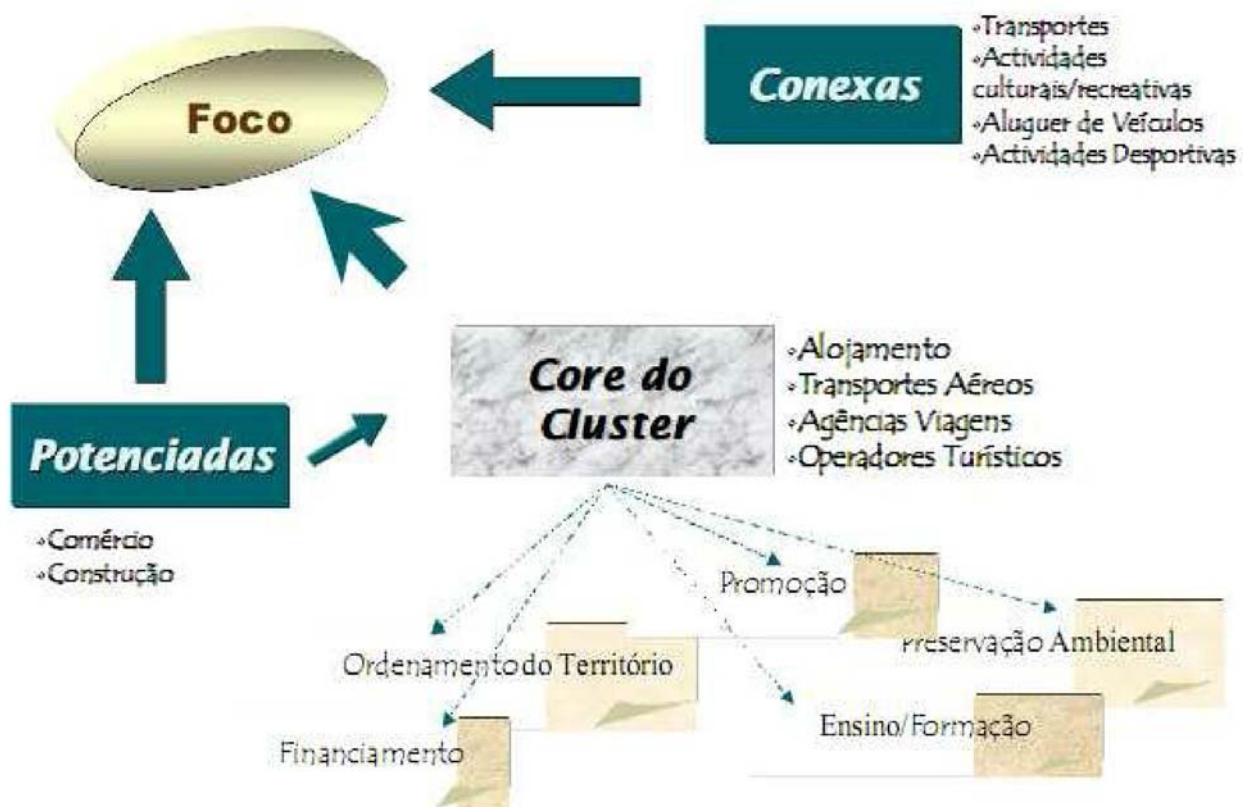
APÊNDICE 13 – Tipologia e respectivos grupos de Municípios Litorâneos

Grupo	Tipologia	Município
1	Cluster com desenvolvimento turístico incipiente	Bertioga
		Caraguatatuba
		Guarujá
		Peruíbe
		Praia Grande
		Santos
		São Vicente
2	Cluster potencialmente turístico	Cananéia
		Iguape
		Ilha Comprida
		Itanhaém
		Mongaguá
3	Cluster turístico desenvolvido	Ilhabela
4	Cluster em fase final de desenvolvimento	São Sebastião
		Ubatuba

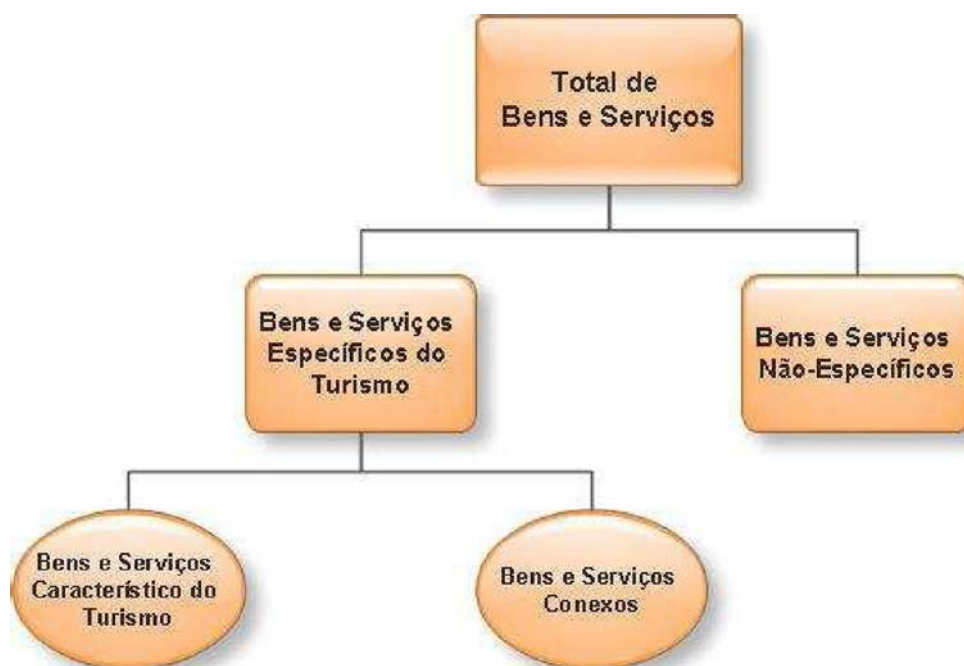
Fonte: Elaborado pelo autor a partir das classes geradas pelo SPAD 3.6

ANEXOS

ANEXO 1 – Atividades do cluster turismo e suas relações com o foco



Fonte: Gouveia e Duarte (2001, p. 18)

ANEXO 2 – Representação esquemática de bens e serviços turísticos

Fonte: IBGE (2008)

ANEXO 3 – Correspondência das ACTs entre a ISIC Rev. 3 e a CIUAT

Descrição das Atividades Características do Turismo (ACTs)	International Standard Industrial Classification (ISIC Rev. 3)	Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas (CIUAT)
Hotéis e similares	5510	5510
Segundas residências em propriedades (imputada)	(1) 7010	(1) 7010
Restaurantes e similares	5520	5520
Serviços de transporte ferroviário de passageiros	(1) 6010	6010-1 e 6010-2
Serviços de transporte rodoviário de passageiros	(1) 6021 e (1) 6022	6021-1, 6021-2, 6021-3, 6022-1, 6022-2, 6022-3 e 6022-4
Serviços de transporte marítimo de passageiros	(1) 6110 e (1) 6120	6110-1, 6110-2, (1) 6110, 6120-1, 6120-2, 6120-3 e (1) 6120
Serviços de transporte aéreo de passageiros	(1) 6210 e (1) 6220	6210-1, 6220-1 e 6220-2
Serviços anexos ao transporte de passageiros	(1) 6303	6303-1, 6303-2 e 6303-3
Aluguel de bens e equipamentos de transporte	(1) 7111, (1) 7112 e (1) 7113	7111-1, 7111-2, 7111-3, (1) 7112 e 7113-1
Agências de viagens e similares	6304	6304
Serviços culturais	9232 e 9233	9231-1, 9232-2, 9233-1 e 9233-2
Serviços desportivos e de outros serviços de lazer	(1) 9214, (1) 9241, (1) 9219 e (1) 9249	(1) 9214, 9241, 9219-1 e 9249

(1) Somente uma parte das classes ou grupos está diretamente relacionada com as ACT.

Fonte: IBGE (2008)

ANEXO 4 – Correspondência das ACTs entre a ISIC Rev. 3 e a CNAE 1.0

Descrição das Atividades Características do Turismo (ACTs)	International Standard Industrial Classification (ISIC Rev. 3)	Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 1.0)
Hotéis e similares	551	55.1
Restaurantes e similares	552	55.2
Serviços de transporte ferroviário de passageiros	(1) 6010	60.1
Serviços de transporte rodoviário de passageiros	(1) 6021 e (1) 6022	6024 e 6025
Serviços de transporte marítimo de passageiros	(1) 611 e (1) 612	(1) 61.1 e (1) 61.2
Serviços de transporte aéreo de passageiros	(1) 621 e 622	(1) 62.1 e (1) 62.2
Serviços anexos ao transporte de passageiros	(1) 6303	63.2
Agência de viagens e similares	6304	63.3
Aluguel de bens e equipamentos de transporte	(1) 7111, (1) 7112 e (1) 7113	7110.7121. 7122 e 7123
Serviços culturais	9232 e 9233	9252 e 9253
Serviços desportivos e de outros serviços de lazer	(1) 9214, (1) 9219, (1) 9241 e (1) 9249	9231, 9232, 9239, 9261 e 9262

(1) Somente uma parte das classes ou grupos está diretamente relacionada com as ACT.

Fonte: IBGE (2008)

