



DESVENDANDO A COMPETITIVIDADE TURÍSTICA: UMA ANÁLISE SOBRE PATY DO ALFERES (RJ)

UNVEILING TOURIST COMPETITIVENESS: AN ANALYSIS OF PATY DO ALFERES (RJ)

Grace Nunes da Silva Reis¹

RESUMO

A importância que o turismo tem alcançado para a economia dos destinos turísticos acirrou a competição, quer sejam cidades, regiões ou países. Nesse sentido, o objetivo geral deste estudo foi identificar as lições da literatura científica sobre competitividade e sua aplicabilidade para o destino turístico Paty do Alferes (RJ) na Região Turística Vale do Café, estado do Rio de Janeiro. O estudo caracteriza-se por ser exploratório e descritivo, com uma abordagem quantitativa e qualitativa através do Portal Publicações de Turismo da Universidade de São Paulo (USP), e foi realizada relacionando publicações voltadas ao tema competitividade neste mesmo portal. Como ferramenta o *software* Iramuteq foi usado, que é uma ferramenta para análise estatística de fontes textuais (Nuvem de Palavras e Análise Fatorial de Correspondência e Análise de Similitude). Os resultados alcançados através da análise de similitude que o Iramuteq reteve e dividiu o corpus total de avaliações coletadas em três classes principais: classe 1 - competitividade; classe 2 - turístico; classe 3 - destino, caracterizando que os corpus textual compõem os objetos de pesquisa. Para a análise espacializada, utilizou-se o suporte do *software* QGIS. Por fim, os resultados permitiram traçar estratégias sobre com sugestões da literatura científica para a gestão pública e o desenvolvimento local e regional, sob o quesito competitividade.

Palavras-chave: Competitividade; Destinos turísticos; Desenvolvimento Regional; Gestão Pública.

ABSTRACT

The increasing significance of tourism to the economy of tourist destinations has intensified competition, whether they are cities, regions, or countries. Therefore, the general objective of this study was to identify insights from the scientific literature on competitiveness and its applicability to the tourist destination of Paty do Alferes (RJ) in the Vale do Café Tourist

¹ Discente da Pós-Graduação em Gestão Pública de Turismo e Desenvolvimento Regional (Especialização) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: grace.n.reis@gmail.com



Region, Rio de Janeiro state. The rationale behind this was the limited research on the competitiveness of tourist destinations on the website of Publications of Tourism from the Universidade de São Paulo (USP). The research was characterized as exploratory and descriptive - qualitative and quantitative - conducted with the support of the Iramuteq software, a tool for statistical analysis of textual sources (Word Cloud, Factorial Correspondence Analysis and Similitude Analysis). Spatial analysis was carried out using the QGIS software. Finally, the results enabled the delineation of strategies incorporating suggestions from the scientific literature for public management and local and regional development, focusing on competitiveness.

Keywords: Competitiveness; Tourist destinations; Regional development; Public management.

Submetido em 22.02.2024 Aprovado em: 07.03.2024²

1. INTRODUÇÃO

A importância que o turismo tem adquirido para as economias é evidenciada pela intensificação da concorrência entre destinos turísticos. A escolha de um país, cidade ou região como destino turístico pode significar mais renda, emprego e arrecadação tributária. Por esta razão, a medição da intensidade dos fatores que favorecem ou inibem a atividade turística tornou-se fundamental para o planejamento estratégico destes destinos (Porter,1989). Ou seja, a avaliação da competitividade dos destinos em termos turísticos pode contribuir decisivamente para a priorização das ações tomadas e para a alocação de recursos que beneficiarão o setor.

Com o movimento fordista e pós-fordista, os destinos estão a esforçar-se para aumentar a sua competitividade, atraindo cada vez mais turistas e capturando parcelas maiores em receita. De uma perspectiva macroeconômica, o desenvolvimento do turismo pode ser atribuído às tendências econômicas globais ou regionais, tendências do turismo no mundo ou na região e a competitividade da indústria do turismo no país (Dogru e

² Aprovado pela Banca de Defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da Pós-Graduação em Gestão Pública de Turismo e Desenvolvimento Regional (Especialização) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), composta por: Carla Conceição Lana Fraga, D.Sc. (UFJF) (orientadora); Altair Sancho, Dr. (UFJF).



Sirakaya-Turk, 2017).

Considerando os desafios da gestão pública em turismo, imbricados com a competitividade de destinos, o problema de pesquisa é caracterizado pelas questões: Quais as lições da literatura científica sobre competitividade no desenvolvimento do turismo? Quais as contribuições para o desenvolvimento do destino turístico Paty do Alferes no Estado do Rio de Janeiro, RJ?

Portanto, os objetivos se subdividem em geral e específicos, sendo o geral: identificar as lições da literatura científica sobre competitividade e sua aplicabilidade para o destino turístico Paty do Alferes (RJ) na Região Turística Vale do Café, localizada no Estado do Rio de Janeiro (RJ). Já os objetivos específicos são: (a) compreender a competitividade de destino no contexto da gestão pública e do desenvolvimento do turismo, considerando os pressupostos atuais da sustentabilidade; (b) caracterizar o desenvolvimento do turismo local e regional em Paty do Alferes (RJ).

A justificativa para essa pesquisa é a escassa investigação sobre a competitividade dos destinos, especialmente a partir das perspectivas das partes interessadas das organizações de turismo (Ritchie e Crouch, 2003). Além disso, há pouca literatura sobre os conceitos de poder e empoderamento relacionados ao desenvolvimento do turismo (Hall, 2000).

A pesquisa é exploratória, descritiva e de natureza qualitativa e quantitativa. Hartmann (1988) criticou o uso do método único de pesquisa e a ênfase excessiva na pesquisa quantitativa na área de lazer e turismo. Assim, será utilizado o apoio de dois softwares um para a análise textual (Iramuteq versão 0.7 Alpha 2) (Iramuteq, 2020) (vide Apêndice A) e outro para a abordagem geoespacial (QGIS, Zanzibar, 3.8) (QGIS, 2024).

O trabalho está organizado em quatro seções, além desta Introdução e da Conclusão, sendo a próxima sobre a fundamentação teórica conceitual (seção 2), a seguir a seção 3 sobre metodologia, e por fim a seção 4 que se subdivide em duas partes, a primeira caracterizando o objeto de estudo (4.1) e a segunda enfocando na discussão contextual dos resultados alcançados (4.2).



2. COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICO E A SUSTENTABILIDADE

O objetivo desta seção é fundamentar a competitividade dos destinos no contexto da gestão pública e do desenvolvimento local e regional do turismo, a partir dos pressupostos atuais da sustentabilidade. Em linhas gerais, nota-se que o conceito de competitividade no contexto dos destinos turísticos relaciona-se tanto com a teoria da vantagem comparativa quanto da teoria da vantagem competitiva. Há semelhanças e diferenças entre as duas teorias. Por exemplo, a teoria da vantagem comparativa está mais preocupada com as dotações de produção (recursos), onde destinos poderiam disponibilizar seus recursos para exploração pelos moradores locais e turistas. A teoria da vantagem competitiva está preocupada com a capacidade de um destino usar esses recursos para alcançar benefícios sustentáveis a longo prazo (Ritchie e Crouch, 2003). O Quadro 1 apresenta a síntese das teorias mencionadas:

Quadro 1. Teorias

Teorias	Sínteses
Teoria da vantagem Comparativa (a)	introduz o custo de oportunidade como um fator de análise na escolha entre diferentes opções de diversificação da produção; não requer uma maior produtividade absoluta, mas apenas uma maior produtividade relativa (uma suposição mais fraca) na produção de uma mercadoria.
Teoria da vantagem Competitiva (b)	refere-se à superioridade incontestada de um país ou empresa para produzir melhor um determinado bem; raridade, valor, incapacidade de ser imitado e incapacidade de ser substituído.

Fonte: Elaboração própria a partir de: (a) Porter (1989); (b) Smith (1937)

Ao falar em competitividade de um destino, é importante referir Buhalis (2000) que menciona que a experiência do destino é composta pelos recursos localizados nas regiões, bem como pela infraestrutura básica e turística; No entanto, os destinos não se referem



necessariamente a uma delimitação de área geográfica, mas sim um conceito de percepções, uma vez que pode ser constituído por diferentes países que envolvem um passeio de vários dias. O mais importante de um destino é que ele ofereça um produto de qualidade, com valor e que seja diferenciado para poder competir com outros destinos.

Competitividade e atratividade veem os destinos sob duas perspectivas diferentes (Buhalis 2000), um na perspectiva turística (atratividade) e outro na perspectiva do destino (competitividade). Análises duplas desses dois conceitos fornecem uma perspectiva holística da Competitividade do Destino Turístico e da dinâmica de atratividade - que é definido como a capacidade de um destino de proporcionar benefícios sociais, físicos e econômicos à população de destino, bem como uma experiência satisfatória para o turista.

Classicamente descrito na literatura científica, observa-se que destinos que carecem de atributos naturais ou industriais têm dificuldade em competir com aqueles destinos que possuem uma riqueza de atrativos naturais. Coutinho e Ferraz(1994) foi um dos primeiros autores a reconhecer a noção de “vantagem competitiva sustentável” e argumentou que as empresas deveriam se esforçar para adquirir características únicas e distintas para si. Tais vantagens poderiam ser apresentadas na forma de preços mais baixos, apelos publicitários seletivos e melhorias e inovações. No contexto das organizações empresariais, Hall (2000) em particular solidificou a necessidade de as empresas possuírem vantagens únicas sobre os concorrentes.

Segundo Porter (1989, p.3) “a vantagem competitiva cresce fundamentalmente do valor que uma empresa é capaz de atender aos seus compradores que excede o custo de aquisição da empresa, criando-o”. A literatura introduziu duas áreas de relevância para a gestão estratégica no contexto da vantagem competitiva sustentável (Flagestad e Hope, 2001). Primeiro, a teoria da vantagem dos recursos, que se concentra na relação entre os recursos das empresas e a sua estratégia e, em segundo lugar, as relações entre o ambiente das empresas e suas estratégias, objetivos e planejamento.

Um dos objetivos finais do planejamento inclusive na gestão pública do turismo e



desenvolvimento local e regional é criar produtos de valor para os visitantes experimentarem e para os moradores desfrutarem de uma melhor qualidade de vida como resultado do desenvolvimento do turismo. Vários estudos introduziram e ampliaram o conceito de competitividade dos destinos turísticos tais como os de: Asch e Wolfe, 2001; Ritchie e Crouch (2003), entre outros. De acordo com Asch e Wolfe (2001), a competição entre os destinos turísticos é apenas uma manifestação do âmbito mais amplo da nova concorrência econômica. Assim, embora reconhecendo a importância da dimensão econômica da competitividade, outras dimensões relacionadas com o destino turístico são de igual importância, devido à singularidade do assunto (Ritchie e Crouch, 2003).

Na literatura científica, a competitividade é considerada como “a capacidade do destino de criar e integrar produtos de valor agregado que sustentem recursos enquanto mantém posição de mercado em relação a outros concorrentes” (Hassan, 2000). Também é definido por Ritchie e Crouch (2003) como “a capacidade de um local criar valor e aumentar assim a riqueza através da gestão de ativos e processos, atratividade e proximidade e integrar estas relações num modelo económico e social”.

Além disso, d'Hautesserre (2010) definiu como “a capacidade de um destino manter a sua posição no mercado e partilhá-la e/ou melhorá-la ao longo do tempo”. Go e Govers (2000) vinculam a competitividade do destino para o sucesso da gestão integrada da qualidade dos destinos turísticos e estratégias abrangentes de parceria. Pearce (1997) descreveu a competitividade como técnicas e métodos do destino que podem sistematicamente analisar e comparar os diversos atributos de destinos concorrentes dentro de um contexto de planejamento.

As atrações são consideradas fatores de competitividade do destino turístico (Ritchie e Crouch, 2003). Mihalic (2000) também analisou a competitividade dos destinos a partir das perspectivas ambientais. O autor relaciona a competitividade com os recursos naturais e provocados pelo homem - componentes turísticos, bem como ambientes sociais e culturais.

Na literatura científica sobre turismo existem diferentes conceitos e modelos sobre



competitividade do destino e são apresentados e discutidos juntamente com as percepções e atitudes dos moradores sobre as suas percepções sobre os impactos do turismo (Dwyer e Kim, 2003). Compreender os pontos fortes e fracos dos recursos, a atratividade do destino e o desenvolvimento de estratégias apropriadas são considerados importantes para a competitividade do destino.

Além disso, os conceitos de vantagem comparativa e competitiva fornecem uma fundamentação teórica para o desenvolvimento de um modelo de destino competitividade (Ritchie e Crouch, 2003). A vantagem comparativa diz respeito a uma das dotações de fatores do destino, tanto naturais como criadas. Há cinco amplas categorias de dotações de fatores: (1) recursos humanos, (2) recursos físicos, (3) recursos de conhecimento, (4) recursos de capital e (5) infraestrutura Ritchie e Crouch, 2003, Porter, 1989).

Ainda, no contexto do turismo, Ritchie e Crouch, 2003 sugeriram adicionar recursos históricos e culturais, e expandir a categoria de infraestrutura para incluir superestruturas turísticas, como instalações de alojamento, serviços de alimentação e meios de transporte. A existência e o desenvolvimento desses fatores são considerados fatores motivadores para os turistas visitarem o destino. Além disso, Ritchie e Crouch, 2003 argumentaram que a natureza natural de um local é uma fonte importante de vantagem comparativa no turismo. Da mesma maneira, Grant (2002) considerou os recursos e capacidades tangíveis e intangíveis como fontes de vantagem comparativa e competitiva, e Hunt e Morgan (2002) enfatizou que “os recursos potenciais podem ser caracterizados de forma mais útil como financeiros, físicos, jurídicos, humanos, organizacional, informacional e relacional”. Portanto, recursos podem se traduzir em uma posição de vantagem competitiva no mercado.

Embora a vantagem comparativa esteja relacionada aos recursos disponíveis para um destino, a vantagem competitiva está relacionada com a capacidade de um destino utilizar esses recursos eficazmente a longo prazo (Ritchie e Crouch, 2003). Ainda, segundo Ritchie e Crouch, 2003, um destino dotado com uma riqueza de recursos pode não ser tão competitivo assim. Eles articulam que um destino que tem uma visão turística e compartilha



essa visão com suas diversas partes interessadas compreendendo seus pontos fortes e fracos, e desenvolvem e implementam estratégias adequadas de gestão e marketing, pode ter mais sucesso do que aquele que não tem visão, gestão e capacidades de marketing.

Porter (1989) observou que os locais que estão em desvantagem são muitas vezes encorajados a encontrar formas inovadoras de superar as suas fraquezas comparativas criando e desenvolvendo forças competitivas. Este é o caso quando os destinos atingem o estágio de estagnação. Em termos de gestão pública e desenvolvimento local e regional do turismo, a sustentabilidade tornou-se de grande interesse. Por exemplo, Ritchie e Crouch, 2003 alegam que um destino competitivo é aquele que proporciona o máximo de sucesso, valor e bem-estar aos seus moradores numa base sustentável. O modelo sistemático de destino competitividade sugerido por Ritchie e Crouch, 2003 propuseram que é necessário investigar e compreender as relações de interação entre os determinantes da competitividade do destino.

Na atualidade (desde do ano de 2015) a sustentabilidade é regida pela Agenda 2030 e pelos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) que são citados de acordo com Silva e Maracajá (2023): Cidades e comunidades sustentáveis; Fome zero e agricultura sustentável; Trabalho decente e crescimento econômico; Redução das desigualdades, Cidades e comunidades sustentáveis, Consumo e produção responsável. Logo, estratégias de gestão pública do turismo visando a competitividade - seja em âmbito local ou regional - devem considerar a transversalidade dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. A seguir é detalhada a metodologia adotada neste estudo.

3. METODOLOGIA

A pesquisa é exploratória, descritiva e de natureza qualitativa. Para ser confiável, a pesquisa exploratória deve ser conduzida de forma transparente, honesta e de forma auto-reflexiva - e seguir um conjunto de diretrizes para garantir a sua confiabilidade. A pesquisa exploratória, se conduzida desta forma, pode alcançar grande validade e fornecer



novas maneiras de analisar a realidade (Reiter,2006).

A teorização e o ato de formular hipóteses antes de conduzir a pesquisa são necessárias tanto em pesquisas confirmatórias quanto exploratórias. Isso é porque não há percepção teórica do mundo. Portanto, uma exploração pura, a partir do zero, é impossível. Para produzir mais argumentos científicos, deve-se considerar e incluir essas teorias no processo de pesquisa e torná-las explícitas. A pesquisa exploratória visa, em vez disso, aplicar novas palavras, conceitos, explicações, teorias e hipóteses para a realidade com a expectativa de oferecer novas formas de ver e perceber como funciona esse segmento da realidade, como está organizado ou, mais especificamente, de que maneira diferentes fatores se relacionam causalmente (Popper,2008).

Em outras palavras, oferece uma forma alternativa de “dar sentido” ao mundo, oferecendo novas abordagens e ângulos, e alternativas contra-hegemônicas ao ato de explicar o mundo. Ao observar e analisar a realidade de um ângulo novo e diferente, podemos desvendar facetas da realidade anteriormente ocultas - se conseguirmos demonstrar a credibilidade e robustez da conexão causal que nossa nova abordagem estipula. Este esforço constitui o núcleo da pesquisa exploratória Ritchie e Crouch, 2003.

A pesquisa exploratória pressupõe, portanto, uma necessidade causal no mundo, mas apenas com o propósito de sugerir uma maneira útil e útil de explicá-lo. Como esta formulação já sugere, a utilidade depende do objetivo da pesquisa, pois a primeira questão que surge desta formulação é: útil para quê e para quem? Ela é bem-sucedida se um conhecimento previamente formulado da teoria e uma hipótese explicam algo muito bem, o que significa que a explicação fornece uma conexão forte e robusta entre uma causa e um resultado, busca fornecer novas explicações que foram anteriormente negligenciadas e pode fazê-lo através do envolvimento ativo do pesquisador no processo de amplificação de suas ferramentas conceituais para permitir-lhe levantar novas questões e fornecer novas explicações sobre uma determinada realidade, a partir de um novo ângulo (Haraway, 2016).

A pesquisa exploratória conduzida torna-se assim um instrumento de expansão do



conhecimento, da consciência e da expansão conceitual e intelectual. Já a pesquisa descritiva pode ser explicada como uma declaração de coisas tal como são atualmente com o pesquisador não tendo controle sobre a variável. Em sua essência, estudos descritivos são usados para descrever vários aspectos do fenômeno. Uma característica importante da pesquisa descritiva se reporta ao fato de que embora a pesquisa descritiva possa empregar uma série de variáveis, apenas uma variável é necessária para realizar um estudo descritivo. Os estudos descritivos estão intimamente associados aos estudos observacionais, mas não são limitados ao método de coleta de dados de observação (Reiter, 2006). As etapas metodológicas adotadas no presente estudo estão descritas no Quadro 2:

Quadro 2. Etapas metodológicas

Etapas	Descrição	Fontes ou <i>softwares</i> de apoio
1	Pesquisa bibliográfica sobre competitividade no turismo	Publicações de Turismo (2024)
2	Coleta e organização de dados secundários (tipo resumo) para elaboração do corpus textual	Iramuteq (2020)
3	Coleta e organização de dados secundários (tipo shp. e kml.)	QGIS (2024)

Fonte: Elaboração própria

Ainda, Walle (1997) explicou que à medida que o turismo se torna um campo multidisciplinar, os investigadores do turismo devem explorar a variedade de ferramentas e técnicas disponíveis para eles, e eles deveriam reconhecer que, “Todos os métodos das ciências sociais são, em essência, trade offs que permitem uma opção pelo abandono de outras alternativas” (Walle, 1997,p.528).

A natureza qualitativa visa compreender a multiplicidade de significados e sentidos que marcam as subjetividades dos sujeitos em sua relação com o social. Considera que a



ampla dimensão e a natureza complexa do objeto de estudo não pode ser compreendida à luz da racionalidade, que costuma parar friamente na realidade externa dos fatos (Bogdan e Biklen, 1994). É importante reconhecer como os dados estão relacionados com a teoria e os conceitos na pesquisa qualitativa. Observa-se que a maioria dos pesquisadores qualitativos depende de uma “abordagem de teoria fundamentada”, na qual os dados são coletados e uma teoria é desenvolvida a partir deles (Strauss, 1987). Já para a análise quantitativa, é importante frisar que justifica-se pelas suas vantagens, destacadas por Johnson e Onwuegbuzie (2004) tais como: (1) útil para obtenção de dados que permitem inferências quantitativas sobre o objeto de estudo; (2) processos rápidos de coleta e análise de dados, inclusive com uso de *software*; (3) fornecimento de dados que quantifiquem e possam dimensionar a realidade investigada; (4) os resultados da pesquisa são obtidos, em geral, independentemente do pesquisador; (5) pode ser aplicado a um grande número de sujeitos e/ou objetos.

Para a análise de conteúdo, em perspectivas qualitativa e quantitativa, foi utilizado o suporte do *software* Iramuteq versão 0.7 Alpha 2 (Iramuteq, 2020), que gera uma série de *outputs* tais como os descritos no Quadro 3:

Quadro 3. *Outputs* do Iramuteq

<i>Outputs</i>	Descrição
Nuvem de Palavras	Consiste em mostrar as palavras presentes num dado corpus textual em tamanhos diferentes conforme representa a frequência.
Análise de Similitude	Permite inferir na construção da estrutura do texto a partir da co-ocorrência entre palavras, sendo baseada na Teoria dos Grafos.
Análise Fatorial por Correspondência (AFC)	É especialmente adequado para descrever matrizes com grande quantidade de dados discretos e sem uma estrutura claramente definida. Este método permite a visualização das relações mais importantes de um grande conjunto de variáveis entre si.

Fonte: Elaboração própria a partir de Camargos e Justos (2013); Salviati (2017); Iramuteq (2020).

Ademais, para a abordagem geográfica foi utilizado o *software* QGIS Zanzibar, 3.8



(QGIS, 2024). Sendo que a pesquisa para o levantamento do corpus textual ocorreu em 26 de fevereiro de 2024 com consulta ao Publicações de Turismo do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade de São Paulo elaborado pelo prof. Glauber Santos (USP,2024a). Este é um portal que reunia nessa data artigos indexados: 17.025 artigos indexados em 52 periódicos no contexto ibero-americano. A partir da busca com o termo: “competitividade” restringido por “título”, o resultado foi de oitenta e sete materiais (n=87) (USP, 2024b).

Após a leitura dos resumos, o corpus textual foi elaborado com trinta e três resumos (n=33), sendo que foram excluídos cinquenta e dois (n=52) trabalhos, pois não se relacionavam com competitividade de destinos turísticos; adicionalmente foram excluídos mais dois (n=2) trabalhos porque não apresentavam resumo em português. Em termos de propriedade do *software* Iramuteq (2020), os termos da categoria advérbios foram ajustados para a condição de suplementar. A seguir os resultados e discussões.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Dado que o foco principal deste estudo foi uma investigação sobre o desenvolvimento do turismo e a competitividade dos destinos considerando a ótica da gestão pública, a partir da fundamentação teórica e da pesquisa (Seção 2) o objetivo da presente seção caracterizar o objeto de estudo: Paty do Alferes no Estado do Rio de Janeiro quanto ao desenvolvimento local e regional (Subseção 4.1); apresentar e discutir os resultados referente as lições que a literatura científica pode oferecer sobre competitividade de destinos para o caso em tela (Subseção 4.2).

4.1. Caracterização do objeto de estudo

O turismo é um fenômeno relativamente novo em Paty do Alferes, fazendo do campo um espaço de pluriatividade e multifuncional, além de trazer um novo ator como



empreendedor: o homem da cidade que busca fazer negócio no meio rural (Santos,2006). Essa atividade requer constante planejamento por parte da gestão pública em âmbitos locais e regionais, para evitar quaisquer impactos negativos e maximizar os positivos no decorrer dos estágios de desenvolvimento do turismo.

Conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (IBGE, 2022a) Paty do Alferes se caracteriza como beleza natural e história em forma de alambiques, museus, laticínios, orquidários, centros de equitação, currais de leite, apiários, pesqueiros, plantações, produtos orgânicos, passeios de jipe, doces caseiros, fazendas históricas e comidas gostosas. Em termos regionais, o município está situado na Região Turística Vale do Café no Estado do Rio de Janeiro, é categorizado como “ D” conforme o mapa do turismo brasileiro (Brasil, 2024); Observa-se que:

“É um instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo – MTur para identificar o desempenho da economia do setor nos municípios que constam no Mapa do Turismo Brasileiro. Esse instrumento, previsto como uma estratégia de implementação do Programa de Regionalização do Turismo, permite tomar decisões mais acertadas e implementar políticas que respeitem as peculiaridades dos municípios brasileiros” (Brasil, 2019,p.2).

Desde 2019, as cinco variáveis da categorização são: (1) Estabelecimentos de Hospedagem; (2) Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem; (3) Estimação de Visitantes Domésticos; (4) Estimação de Visitantes Internacionais Ademais; (5) Montante de Impostos Federais a partir dos Meios de Hospedagem. Nesse sentido, tem-se que a região turística Vale do Café no Estado do Rio de Janeiro, região sudeste do Brasil, é formada por quinze (15) municípios, conforme Quadro 3 e Figura 1:

Quadro 3. Região Vale do Café e categorização dos municípios

Município	Categoria
Barra do Piraí	B
Barra Mansa	C



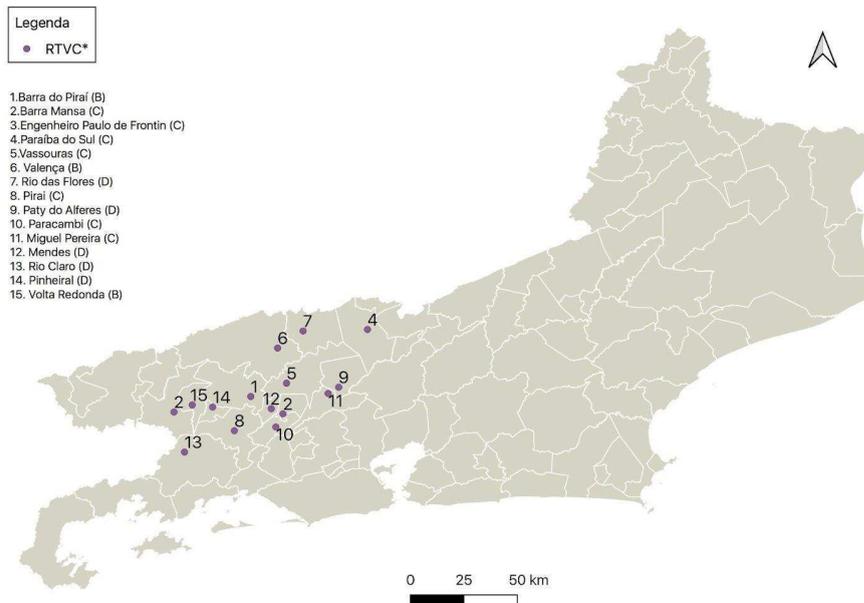
Engenheiro Paulo de Frontin	C
Paraíba do Sul	C
Vassouras	C
Valença	B
Rio das Flores	D
Piraí	C
Paty do Alferes	D
Paracambi	C
Miguel Pereira	C
Mendes	D
Rio Claro	D
Pinheiral	D
Volta Redonda	B

Fonte: Elaboração própria a partir do Brasil (2024).

Como mencionado na Seção 2, a teoria da vantagem dos recursos - que se fundamenta nas relações entre o ambiente das empresas e suas estratégias, objetivos e planejamento também pode ser aplicada aos destinos, nesse sentido compreender as alianças que podem ser formadas na Região Turística Vale do Café pela categorização do turismo é relevante.



Figura 1. Região Turística Vale do Café (Categorização dos municípios)



* Região Turística Vale do Café. Fonte: Elaboração própria com base em IBGE (2020b) e Brasil (2024).

Ainda sobre a referida teoria, observa-se que a maioria dos municípios são categorias “C” e “D”, logo dependendo de municípios que são “B” para maior desenvolvimento em nível regional. Paty do Alferes que é categoria “D” pode, por maior proximidade, estabelecer alianças com Paraíba do Sul (Categoria C), Miguel Pereira (Categoria B) e Vassouras (Categoria). Com base em dados de espacialização, e suporte do *software* QGIS 3.8 Zanzibar a Figura 1 apresenta a Região Turística Vale do Café:

Especificamente sobre Paty do Alferes existe o documento, e, em termos de atrações turísticas oficiais disponíveis no website da Prefeitura Municipal de Paty do Alferes (2024a), tem-se:



Quadro 4. Atrações de Paty do Alferes

Atrações	Descrição
Aldeia de Arcozelo (a)	A história do local começou pelos idos de 1700, quando naquela região começava a ser aberto o “Caminho Novo para Minas Gerais”. Anos depois, foi construído ali um posto de patrulha e apoio aos viajantes que transitavam e trabalhavam no caminho do ouro. Esse posto, que ficou conhecido inicialmente como Roça do Alferes, foi construído no exato local onde hoje é a Aldeia. No século XIX o local passaria a ser a casa grande da Fazenda Freguesia, cujo proprietário foi Emanuel Francisco Xavier, grande exportador e cultivador de café. Nesse período o local foi palco da mais importante fuga de escravos da região, liderada por Manoel Congo.
Centro Cultural Maestro José Figueira (b)	O patrimônio cultural de Paty passa pela figura do Maestro José Figueira, músico consagrado e o maior incentivador na criação de bandas de música em Paty do Alferes. A obra do maestro e sua dedicação à música inspiraram a criação do Centro Cultural Maestro José Figueira, cujas dependências possibilitam a divulgação de manifestações artísticas locais. Criada em 1990, a Banda Maestro José Figueira é a banda oficial de Paty do Alferes e luta para manter a tradição musical na cidade. Com sede no Centro Cultural Maestro José Figueira, a banda faz apresentações periódicas que visam valorizar e difundir a música popular brasileira. Em 2002, os músicos oficiais do município receberam o professor de música Perácio Pimentel, atual dirigente e maestro do grupo. A estrutura do Centro Cultural Maestro José Figueira é uma das maiores da região. Além da arquitetura arrojada, nas instalações modernas e versáteis realizam-se diversos eventos do município. Exposições, apresentações teatrais, cursos e exibição de vídeos são algumas das atividades desenvolvidas em um ambiente onde se integram natureza e arte. O Centro Cultural também abriga a BIBLIOTECA MUNICIPAL OSÓRIO DUQUE ESTRADA, criada em homenagem ao ilustre conterrâneo Patience, autor da letra do Hino Nacional Brasileiro. Formada por um rico e variado acervo com mais de 40 mil títulos, distribuídos pelas Salas de Literatura Brasileira Paschoal Lemme e de Leitura Infantil Roberto Nicolini. Conta, ainda, com uma sala especializada em literatura brasileira, acesso à Internet com monitoramento e possui uma área específica para as crianças, estimulando o hábito da leitura na população mais jovem da cidade. Paschoal Leme foi embaixador, professor e técnico de educação, veio a conhecer Paty de Alferes na década de 1930. O ilustre professor recebeu diversas honrarias destacando-se a de Doutor Honoris Causa da UFF/RJ. Publicou diversas obras, entre elas, “Problemas Brasileiro da Educação”, “A Educação Democrática e Progressista” e “Estudos da Educação” e foi um grande doador do acervo para a Biblioteca Municipal.
Igreja Matriz Nossa	Em 1840, iniciou-se sua construção, a partir de uma doação de terras e dos



<p>Senhora da Conceição de Paty do Alferes (c)</p>	<p>recursos do Capitão-Mor de Ordenança Manoel Francisco Xavier e sua esposa D. Francisca Elisa Xavier. Construída em estilo colonial, a Matriz Conta com estruturas em madeira, nas paredes frontais de pau-a-pique. Foi decorada com peças singulares trazidas para compor seu acervo, tais como a da Nossa Senhora da Conceição e da Nossa Senhora do Rosário, ambas do século XIX, adornando altares da igreja. Inaugurada em 31 de maio de 1844, e administrada pela Irmandade de Nossa Senhora da Conceição, a Matriz destaca-se por sua arquitetura e é profundamente representativa do mais importante período histórico da região. Em 1943, Frei Aurélio Stulzer iniciou as reformas para a comemoração do centenário da Matriz. Concluída em 1944, a restauração, ainda trouxe para a igreja a imagem de Nossa Senhora da Piedade, do século XVIII, padroeira da fazenda de mesmo nome, que pertencera a Francisco Peixoto De Lacerda Werneck, o Barão de Paty do Alferes. Naquela ocasião também foram inauguradas a Praça da Matriz e a Galeria dos Fundadores. Com orientação franciscana desde 1937, a Matriz foi tombada pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em 1973, extrapolando os limites municipais pela sua relevância histórica para o País. A igreja conta ainda com o Espaço Cultural Frei Aurélio Stulzer, que pode ser visitado aos sábados e domingos das 16h às 17h30.</p>
<p>Caminhos do Imperador (d)</p>	<p>Tendo como origem o Caminho Novo de Minas, aberto por Garcia Rodrigues Paes, o Caminho do Imperador servia como uma ligação precária entre Paty do Alferes e Petrópolis, atravessando a Mata Atlântica e sendo apenas percorrido a cavalo. Já no início do século XIX, eram conhecidas várias passagens que ligavam o Córrego Seco a Paty do Alferes, mas é de 1810 o primeiro documento que registra oficialmente o que viria a ser o futuro Caminho do Imperador. A partir da criação de Petrópolis, em 1843, e da chegada dos alemães, em 1845, as autoridades do Governo Provincial Fluminense decidiram pela abertura de uma “estrada carroçável”, para suprir a Colônia com a produção agrícola “daqueles campos mais férteis e menos acidentados”, além de estimular a fabricação de carros e segas (carruagens), conforme relatório de 1851, do presidente da Província do Rio de Janeiro. Apesar dos contratemplos da demora e correções de percursos, em 1858 a obra foi concluída sob a orientação do engenheiro Oto Reimarus, com um percurso de 33 quilômetros, contados a partir da Estrada do Contorno. Uma vez aberto, o Caminho do Imperador foi percorrido por Charles Ribeyrolles, que o descreve em seu livro Brasil Pitoresco (1859) como “panoramas que são esplêndidas pinturas” e apresentando cenários magníficos que, ainda hoje, dão vistas a Baía da Guanabara. As frequentes cavalgadas de D. Pedro II deram nome ao Caminho (ou Estrada) “do Imperador”. Ainda hoje, o percurso que se embrenha pela Mata Atlântica é um passeio ideal para os amantes da ecologia, praticantes de caminhadas, cavalgadas ou trilha de bicicletas. Em toda sua extensão, desfruta-se da exuberante natureza do Caminho do Imperador.</p>



Praças do Município (e)	sem dados
Museu da Cachaça (f)	<p>Inaugurado em 1991, é uma das atrações de Paty do Alferes e foi o primeiro do gênero no País. Seus idealizadores, Íris e Iale Renan (já falecido), passaram anos de pesquisas em bibliotecas, colecionando centenas de garrafas compradas em todo o Brasil. O vasto e peculiar acervo é apresentado aos visitantes junto a quadros, coleções de crônicas e artigos, livros especializados, trovas populares, um antigo mini alambique, dentre muitas outras peças. A importante história da cachaça tem, no Museu, exemplos de uma indústria artesanal de aguardente, duas adegas e um bar para degustação gratuita. A cachaça é hoje conhecida internacionalmente como um produto genuinamente brasileiro. Ao ser base para aperitivos como a caipirinha, traduz o paladar nacional, ganhando <i>status</i> de produto de exportação e mais um símbolo do Brasil para o mundo, tal qual o samba e o futebol. A história da bebida feita da cana-de-açúcar remonta aos primórdios do século XVI. Inicialmente, a espuma da caldeira em que se purificava o caldo da cana servia apenas como alimento para os animais, sem nenhum teor alcoólico. Na segunda metade do século XVI, passou a ser produzida e destilada em alambiques de barro, e depois cobre, adquirindo a constituição como a conhecemos hoje. Era comum nesta época que os senhores de engenho dessem cachaça aos escravos junto à primeira refeição do dia, almejando mais resistência no duro trabalho dos canaviais. Com o tempo e o aumento da produção, a cachaça saiu das senzalas e chegou às casas grandes, tornando-se uma bebida comum e importante no Brasil Colônia. Degustada também nas casas portuguesas, a cachaça adquiriu papel econômico, uma vez que ela passou a ser consumida largamente. Este consumo provocou uma reação que culminou com a proibição da venda de cachaça na Bahia, em 1635, e, quatro anos depois, tentou-se impedir a sua fabricação. A cachaça já estava estabilizada na economia nacional na época da vinda da Corte Portuguesa para o Brasil (1808), tornando-se um estandarte da nossa brasilidade e forma de protesto, já que nos brindes dos locais ela era usada em lugar do tradicional vinho, principalmente os portugueses. Hoje, se espalham pelo País incontáveis destilarias, de todos os portes e variedades, seja em garrafas de cristal ou no mais simples vasilhame PET. A cachaça alcançou o patamar de produto genuinamente brasileiro, abrindo fronteiras e divulgando nossa cultura.</p>

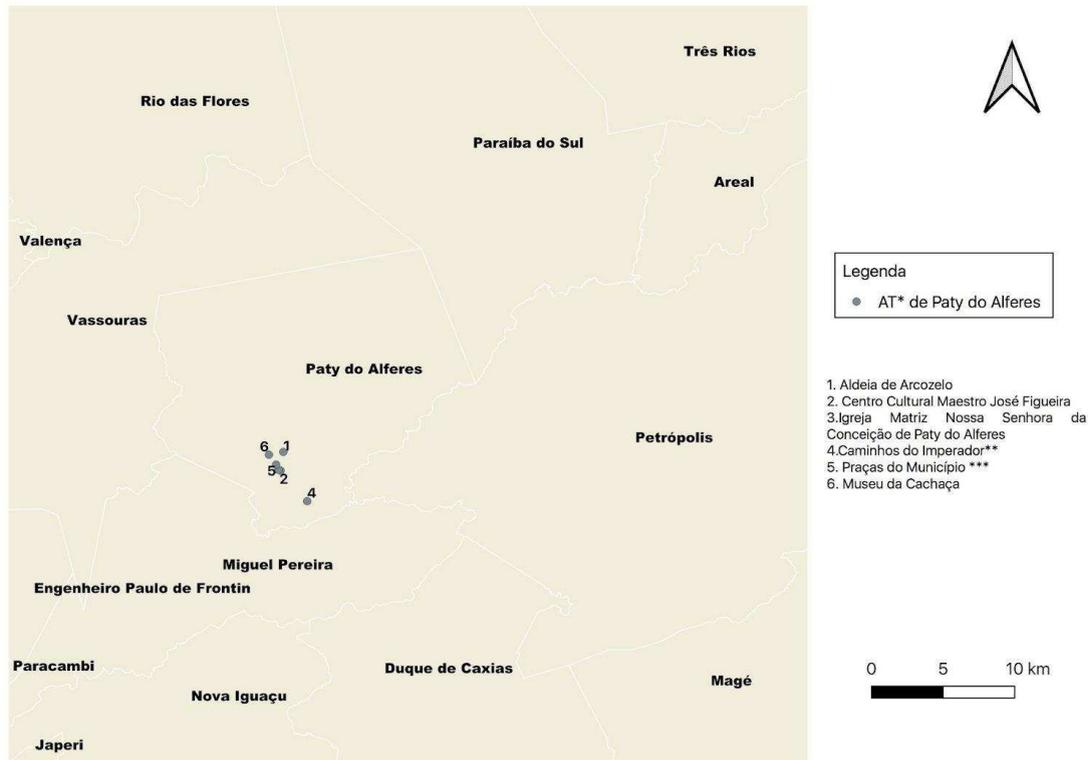
Fonte: Elaboração própria a partir de consulta a: (a) Prefeitura Municipal de Paty do Alferes (2024b); (b) Prefeitura Municipal de Paty do Alferes (2024c); (c) Prefeitura Municipal de Paty do Alferes (2024d); (d) Prefeitura Municipal de Paty do Alferes (2024e); (e) Prefeitura Municipal de Paty do Alferes (2024f); (f) Prefeitura Municipal de Paty do Alferes (2024g).

Em nível de desenvolvimento local, a Figura 2 demonstra a distribuição dessas



atrações no município de Paty do Alferes:

Figura 2. Atrações turísticas de Paty do Alferes (RJ)



*AT - Atrativo Turístico; ** Foi adotado uma praça de referencia - Praça George Jacob Abdue; *** Foi adotado um ponto de referência para o Caminho do Imperador: Área de Proteção Ambiental - APA Palmares. Fonte: Elaboração própria a partir de consulta à IBGE (2020b) e Brasil (2024).

A partir das atrações (Figura 2), que são nomeadas pela Prefeitura de Paty do Alferes (2024a) como “pontos turísticos”, é possível compreender que em termos de competitividade, a segmentação do turismo pode dialogar com alguns segmentos, tais como: o turismo cultural e o turismo rural. Além disso, há uma concentração no centro da cidade, embora o Caminho do Imperador seja uma ligação com outro município: Petrópolis.

Nesse contexto, observa-se que existem produtos em Paty do Alferes que podem ser



aliados na busca pela competitividade deste destino no cenário global de viagens, um deles é a cachaça. Outro elemento a ser considerado é a origem da raça de cavalos Mangalarga Marchador, pois é um fato que é agregado à história do Município de Paty do Alferes caracterizando-o como parte relevante da atratividade, inclusive por conta da Festa do Cavalo (Prefeitura Municipal de Paty do Alferes, 2019; Prefeitura Municipal de Paty do Alferes, s.d.). Por fim, ressalta-se que em linhas gerais a Secretaria Municipal de Turismo de Paty do Alferes tem por finalidade:

“1) Promover a realização de programas de fomento ao turismo; 2) Promover a articulação com órgãos públicos e privados visando ao aproveitamento de incentivos e recursos destinados ao turismo; 3) Estimular a adoção de medidas que visem o desenvolvimento do turismo no Município; 4) Efetuar o calendário anual de eventos do Município e proceder a sua divulgação e organização; 5) Prestar apoio técnico e administrativo ao Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico (Prefeitura de Paty do Alferes, 2024h).

Portanto, nota-se que o turismo local e regional deve estar intimamente alinhado com as propostas de desenvolvimento sustentável, conforme Agenda 2030 e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos pela Organização das Nações Unidas (ONU Brasil, 2024) mencionados na Seção 2. Logo, para a gestão pública do turismo é essencial o planejamento e a gestão com enfoque na sustentabilidade. A seguir são apresentados e discutidos os resultados.

4.2. Resultados e Discussões

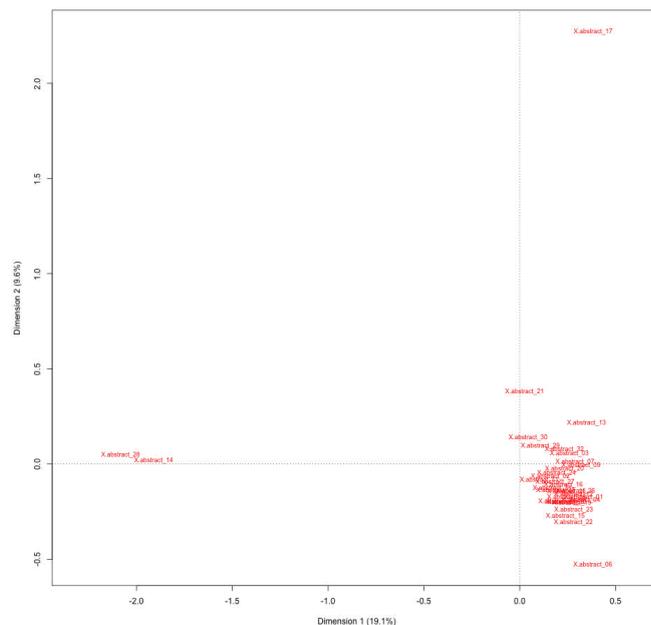
Ficou evidente na revisão da literatura a partir da literatura clássica sobre o tema, que a competitividade do destino é a capacidade do destino de criar produtos e experiências de qualidade e valor acrescentado, entregues a potenciais clientes para aumentar a riqueza e criar um posicionamento favorável para o destino, gerenciando sabiamente produtos turísticos e integrando-os num modelo socioeconómico (Ritchie e Crouch, 1999).



palavras e as organiza graficamente de acordo com sua frequência, que o termo “competitividade” (n=124) é aquele que teve maior frequência - comprovando assim seu destaque no corpus de análise da pesquisa. Seguida de *turístico* (n=105), *destino* (n=95), *turismo* (n=46), *estudo* (n=39), *modelo* (n=36), *desenvolvimento* (n=34).

Para aprofundar o debate sobre as contribuições da literatura científica para o caso Paty do Alferes, a seguir é apresentada a Figura 4 com a Análise Fatorial de Correspondência (AFC) que considerou termos ativos por modalidade e a lei hipergeométrica com frequência mínima de 10, conforme especificações do *software* Iramuteq (2020):

Figura 4. Análise Fatorial de Correspondência (AFC)



Fonte: Elaboração própria a partir de Iramuteq (2020)

O uso de *clusters* permite avaliar a dimensionalidade, identificar *outliers* e hipóteses sugeridas sobre competitividade. A separação por classes da AFC permite avaliar os dados observados, agrupando por similaridade ou distâncias (dissimilaridades). Portanto, a partir da Figura 4 observa-se que os trabalhos (codificados como “*abstract_n*”, sendo n= 1 a 33) estão



distribuídos pelo plano cartesiano da seguinte forma: (a) Primeiro Quadrante: O trabalho codificado com o número 17 é o mais distante, nesse sentido cumpre explicar que os autores tratam os modelos de competitividade de destinos turísticos em um nível de desenvolvimento em que todas as características que de alguma forma influenciam a competitividade foram mapeadas, sem, no entanto, identificar quais fatores são decisivos para a competitividade. A técnica Análise Comparativa Qualitativa (QCA) foi empregada para identificar quais dimensões de competitividade são decisivas para os destinos de sol e areia brasileiros, adotando os fluxos de turistas domésticos e internacionais como variáveis critério. Nossos resultados sugerem que as dimensões: Acesso, Aspectos Culturais, Economia Local e Capacidade Empresarial - com maior influência no desempenho dos destinos. Além disso, os resultados indicam que não é necessário ter um alto nível de desenvolvimento em um grande número de dimensões para obter um desempenho superior. Os resultados fornecem orientação prática para a gestão de destinos de sol e praia (Vieira *et al.*, 2019). (b) Segundo Quadrante: por exemplo, o artigo 28, tem como objetivo verificar as relações de cooperação e possíveis vantagens para os empreendimentos turísticos e para a cidade de Cavalcante/GO, no que diz respeito à competitividade dos negócios e à sustentabilidade do destino. Contudo, não foi possível relacionar a cooperação diretamente com a competitividade e com o desenvolvimento sustentável das empresas e da região como um todo (Santos, 2014). (c) Terceiro Quadrante: Encontra-se sem formação de *cluster* de trabalhos; (d) Quarto Quadrante: a concentração de trabalhos nesse quadrante demonstra a evolução da relevância do turismo como segmento econômico mundial, o tema da competitividade turística ganha espaço nas pesquisas acadêmicas. A identificação de *rankings* de competitividade, bem como as variáveis que os compõem, oferecem diversos direcionamentos para o desenvolvimento do setor.

A partir do modelo de competitividade proposto por Ritchie e Crouch (2003), que aborda a multidimensionalidade da competitividade e do seu aspecto econômico, como a verificação de indicadores específicos que aumentem a prosperidade dos destinos turísticos com um impacto negativo mínimo; houve a análise de artigos sobre competitividade turística



Com base na Figura 5 é possível extrair lições da literatura científica para o caso em questão, ou seja Paty do Alferes e a região Turística Vale do Café, a seguir o Quadro 5 sintetiza e orienta nesta direção:

Quadro 5. Contribuições da literatura científica para a competitividade de destinos

Halos	Lições da literatura científica	Estratégias de competitividade para a gestão pública do turismo	
		Local (Paty do Alferes)	Regional (Vale do Café)
1- Competitividade	Competitividade depende de metodologia e modelo . Competitividade está ligada à sustentabilidade .	Com base na teoria da vantagem comparativa com o desenvolvimento de uma metodologia alinhada com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, Paty do Alferes poderia estabelecer oferta diferencial na Região Turística Vale do Café, enfocando no Museu da Cachaça e na História sobre Cavalos Mangalarga. Isto, como complementar a oferta de municípios categorizados como “C” ou “B” (notadamente, por proximidade: Miguel Pereira, Vassouras e Paraíba do Sul), atraindo a demanda turística desses outros municípios para permanecer mais tempo na região turística em questão.	
2- Destino	Os destinos precisam de planejamento e gestão , sendo essencial construir indicadores para avaliação do desempenho .	Paty do Alferes apresenta uma Secretaria de Turismo que se ocupa do planejamento e gestão pública, sendo estratégico se aliar a outros municípios de melhor desempenho quanto ao desenvolvimento do turismo em nível regional.	
3- Desenvolvimento Turístico	A pesquisa exploratória consegue apontar e identificar dados úteis para desenvolvimento turístico .	Paty do Alferes e a região turística na qual está inserida devem considerar apoiar pesquisas do tipo exploratórias para apoiar estratégias de desenvolvimento local e regional do turismo.	
4 - Turismo	Ampliar a metodologia a partir de dados relacionados ao local e ao nacional .	Paty do Alferes e a região turística na qual está inserido podem ampliar as metodologias buscando relacionar as realidades locais em perspectiva nacional sobre o tema competitividade de destinos.	



5 - Análise	A análise está diretamente ligada ao termo utilizar , o que pressupõe a aplicabilidade prática em prol do desenvolvimento local e regional	Recomenda-se que a competitividade turística de Paty seja desenvolvida a partir da análise de dados, levando em consideração a utilização dos estudos no que tange estratégias de gestão pública e desenvolvimento local e regional.
6 - Base	No Brasil , a competitividade tem como base o <i>tourism</i> (termo em inglês que significa turismo).	Paty do Alferes como um município brasileiro que tem como uma de suas base o turismo, pode a partir das teorias de competitividade e o alinhamento com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) buscar fortalecer o plano municipal de turismo em nível local, e a Região Turística em nível regional.

Fonte: Elaboração própria

Com base no Quadro 5, observa-se que Paty do Alferes e a região turística na qual está inserida podem se beneficiar das lições aprendidas com a literatura científica formulando novas estratégias para a competitividade de destinos no âmbito da gestão pública e do desenvolvimento local e regional. A análise de similaridade foi conduzida para identificar a relação entre palavras, possíveis ligações e coocorrência no corpus textual. O tamanho da fonte das palavras corresponde à frequência de sua repetição nos textos, e à espessura do halo entre os termos reflete a intensidade da relação. Conforme relatado por Camargo e Justo (2013), o Iramuteq permite o estudo estatístico de dados textuais e a frequência de cálculo de palavras dentro de um gráfico nuvem de palavras e a teia de correlação na Análise de Similaridade. Assim, diferentes grupos de ligação são identificados e estes são rotulados como halos e esses grupos são formados pela conexão do corpus textual.

A partir da análise de similaridade foi possível identificar a intensidade de co-ocorrência das palavras e os indícios da conexão entre elas. O gráfico de similaridade apresenta uma estrutura em árvore com halos; portanto, o conteúdo dos resumos selecionados pode ser caracterizado pela identificação das palavras mais utilizadas e pela proximidade entre elas.

Além do que foi destacado sobre a incidência das primeiras palavras no corpus textual,



como na Figura 5, nota-se que existe um halo central formado pela palavra “competitividade” justificando a afirmação de que os textos giram em torno deste e de outros dois halos que estão ligados aos outros com maior frequência. palavras como: “destino” e “turístico”. Além disso, existem três sub-halos que por sua vez estão ligados ao halo principal: (1) que está ligado ao halo formado por “análise”; (2) outro ligado ao “turismo” (3) um último reforçando “base”. Esses tipos de análise textual conseguem identificar os temas chave, que podem ser úteis para se refletir sobre competitividade de destinos turísticos.

Assim, essa estratégia permite conhecer mais sobre o comportamento dos destinos turísticos quando a respeito de sua competitividade a partir da literatura científica consultada. Como mencionado na fundamentação teórica (Seção 2) posicionar um destino turístico consiste em definir ou escolher como ele quer ser percebido pelos turistas. Ainda, ressalta-se que na opinião de Kotler (2006), significa dizer que o destino turístico é diferente, pois seus produtos / serviços têm características particulares e se estes são considerados importantes e preferidos por determinados turistas, permitem que se torne a melhor opção. Isto, para que sejam percebidos com uma diferença de competição pelo público-alvo.

Ressalta-se a relevância que os objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS) devem assumir nesse contexto. Ficou evidente que a criação de novas formas alternativas do turismo, bem como o desenvolvimento de novas tecnologias e a evolução da procura dos consumidores levaram os destinos a mudarem sua forma de trabalhar devido ao risco de reduzir a sua competitividade e fazendo com que os turistas visitem outros lugares “mais exóticos” para atender às suas necessidades.

Outro ponto de destaque, a qualidade do destino turístico e a gestão integrada estão claramente ligadas às necessidades regionais e questões de ordenamento do território e de desenvolvimento. O ordenamento do território de um destino visa os seus benefícios econômicos, sociais e o desenvolvimento ambiental, dentro de suas estratégias de planejamento incorporadas ao turismo sustentável. Isso é necessário para não criar uma exploração excessiva dos recursos turísticos e a ocorrência de um risco futuro de incapacidade



total para qualquer atividade turística, uma vez que os danos ambientais podem ser irreparáveis.

Portanto, pode-se concluir que a resposta da literatura científica aponta para uma visão holística, ou seja é preciso planejar e gerir o destino como um todo - isso significa não apenas criar produtos e serviços de qualidade, especificados e especializados para determinados segmentos e nichos (micro-nichos) de mercado em um determinado destino, mas sim o alcance do desenvolvimento sustentável. Por fim, fica evidente na literatura científica consultada que a compreensão do destino como um complexo sistema e como um conjunto de organizações e atores, cujos papéis estão interligados e devem ser coordenados, representa uma necessidade para desenvolver as estratégias certas para um futuro sustentável dos destinos em médio e longo prazo.

5. CONCLUSÃO

As transformações socioeconômicas exigem adaptações por parte dos planejadores e gestores públicos do turismo. Portanto, entender os mecanismos de desenvolvimento no turismo em níveis local e regional se torna um ponto crucial para atender às demandas competitivas do mercado brasileiro no cenário global de viagens. Estas exigências competitivas dizem respeito a um ambiente em que é necessário ter uma estrutura dinâmica e descentralizada que potencia ganhos e simultaneamente, evitando a perda de autonomia e flexibilidade nas possíveis relações colaborativas.

Portanto, o conhecimento do estado da arte a partir da literatura científica auxilia a compreender as variáveis envolvidas. No decorrer da pesquisa, o uso do *software* Iramuteq para a análise textual nos auxiliou a perceber que os resultados encontrados por semelhantes ou diferentes abordagens podem ser úteis para o desenho de estratégias relativas à competitividade de destinos turísticos (vide Quadro 5).

Ressalta-se que embora vários estudos científicos no turismo utilizam o *software* IRaMuTeQ para processar textos obtidos de diferentes maneiras, na busca realizada não se encontrou pesquisas científicas que fizessem a análise lexical da competitividade dos



destinos turísticos, utilizando o Software IRaMuTeQ. Portanto, aparentemente, o presente estudo parece ser o primeiro a explorar este *software* como uma ferramenta viável e ágil para possibilitar esta análise.

Por outro lado, o *software* QGIS 3.8 Zanzibar auxiliou a ter uma visão espacial tanto de Paty do Alferes, quanto da Região Turística na qual está inserido, permitindo notar, pela categorização dos municípios turísticos (A - E) os respectivos estágios de desenvolvimento quanto ao turismo.

Logo, nas estratégias sugeridas (Quadro 6) foi destacado o papel do pesquisador como ainda mais proeminente, dado que os resultados não podem apontar lacunas entre teoria e prática a serem preenchidas no âmbito da gestão pública e o desenvolvimento local e regional do turismo. Futuros estudos, podem avançar, promovendo a revisão integrativa da literatura (RIL) e focar na sustentabilidade. Ainda, podem adicionar a submissão de propostas ao Comitê de Ética (CEP), a fim de realizar pesquisas com seres humanos considerando dados primários, seja através de questionários, e entrevista junto aos vários atores e organizações do contexto estudado. Por fim, uma sugestão para estudos futuros é, com base nestes resultados encontrados, propor e testar um modelo teórico das relações entre os *clusters* de gestão ambiental (verde), competitividade (rosa) e exploratório (azul) - Figura 5.

REFERÊNCIAS

AGENCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO INTERNACIONAL DO TURISMO (EMBRATUR), Disponível em <<https://embratur.com.br/2024/01/18/brasil-supera-estimativa-da-omt-com-chegada-de-cerca-de-6-milhoes-de-turistas-em-2023>>. Acessado em 21 de março de 2024

ASCH, D.; WOLFE, B. **New Economy-New Competition: The Rise of the Consumer?**. Springer, 2001.



BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. Portugal: Porto Editora, 1994.

BRASIL. **Mapa do Turismo Brasileiro**. 2024. Disponível em <<https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html>>. Acessado em: 28 de Fevereiro de 2024.

BRASIL. **Programa de Regionalização do Turismo. Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro Perguntas e Respostas**. Brasília, Agosto de 2019. Disponível em <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/Perguntas_espostas_Categorizacao_2019.pdf> Acessado em: 28 de Fevereiro de 2024.

BUHALIS D. Marketing do destino competitivo do futuro. **Gestão de Turismo** 21(1): 97–116, 2000.

COUTINHO, L. G.; FERRAZ, J.C. (Coords.). **Estudo da competitividade da indústria brasileira**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1994

CAMARGO, B. V. J, A. M. **Iramuteq: Um Software Gratuito para Análise de Dados Textuais**. **Temas em Psicologia**, 21 (2), 513-518, 2013.

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. R. B. Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. **Journal of Business Research**, v. 44, n. 3, p. 137–152, 1999

DA SILVA, I. C. A., e Maracajá, K. F. B. (2021). Analisando os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) na gastronomia do Sertão Paraibano. **Research, Society and Development**, 10(7). <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i7.16501>

D'HAUTESERRE, A.M. "Government policies and indigenous tourism in New Caledonia." **Asia Pacific Journal of Tourism Research** 15.3 (2010): 285-303.

DWYER, L. ; KIM, C. Destination competitiveness: determinants and indicators. **Current Issues in Tourism**, v. 6, n. 5, 2003.

DOGRU, T. SIRAKAYA - TURK, E. and CROUCH, G.I., 2017. "Remodeling international



tourism demand: Old theory and new evidence," **Tourism Management**, Elsevier, vol. 60(C), paginas 47-55

FLAGESTAD, A. and HOPE, A.H. "Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective." **Tourism Management** 22.5, 445-461, 2001.

GO, F. M., and GOVERS R. "Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness." **Tourism management** 21.1 (2000): 79-88.

GRANT, M. "Innovation in tourism planning processes: Action learning to support a coalition of stakeholders for sustainability." **Tourism and Hospitality Planning & Development** 1.3 (2002): 219-237.

HALL, D. **Tourism and Sustainable Community Development**. Routledge, London, 336, 2000.

HASSAN, S. S. "Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry." **Journal of travel research** 38.3, 239-245, 2000.

HARAWAY, D.J. **Staying with the trouble: Making kin in the Chthulucene**. Duke University Press, 2016.

HARTMANN, R. Combining Field Methods in Tourism Research. **Annals of Tourism Research**, 5(1), 88–105, 1988. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90073-4](http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(88)90073-4)

IBGE. **Paty do Alferes. Panorama.** (2024a). Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/paty-do-alferes/panorama>> Acessado em: 28 de Fevereiro de 2024.

IBGE. **Malha Municipal. Rio de Janeiro.** (2022b). Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/malhas-territoriais/15774-malhas.html>> Acessado em: 28 de Fevereiro de 2024.

IRAMUTEQ. **Iramuteq.** 05.11.2020. Disponível em <<http://www.iramuteq.org/>> Acesso em



28 de Fevereiro de 2024.

JOHNSON, R.B. e Onwuegbuzie, A. J. **Pesquisa de métodos mistos: um paradigma de pesquisa cuja hora chegou.** *Pesquisador Educacional*, 33, 14-26, 2004. DOI: <http://dx.doi.org/10.3102/0013189X033007014>

KOTLER, P. KELLER, K. L. **Administração de marketing.** 12. Ed. São Paulo: Pearson Hall, 2006. 750p.

KRUG F.S. **Iramuteq em um acervo literário: amostra de um trabalho possível** [Dissertação]. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo; 2017.

MIHALIC, T. "Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness." *Tourism management* 21.1, 65-78, 2000.

MORGAN, R. E. and SHELBY, D. H. Determining marketing strategy: a cybernetic systems approach to scenario planning, *European Journal of Marketing*, 36 (4), 2002. DOI: 450-478. <http://dx.doi.org/10.1108/03090560210417264>

ONU Brasil. **SDGS.** Disponível em <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PEARCE, D. "Tourism and the autonomous communities in Spain." *Annals of Tourism Research* 24.1, 156-177, 1997.

PREFEITURA DE PATY DO ALFERES **Notícias. Prefeitura promove a Festa do Cavalo 2019.** 2019. Disponível em <<https://patydoalferes.rj.gov.br/prefeitura-promove-festa-do-cavalo-2019/>>. Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA DE PATY DO ALFERES (s.d.). Prefeitura Municipal de Paty do Alferes. **Conheça Paty do Alferes.** Disponível em <https://patydoalferes.rj.gov.br/wp-content/uploads/2020/06/CONHECA_PATY_DO_ALFERES_RJ.pdf>. Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.



PREFEITURA MUNICIPAL DE PATY DO ALFERES (2024a). Disponível em <<https://patydoalferes.rj.gov.br/>> . Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PATY DO ALFERES. **Arcozelo**. (2024b). Disponível em <<https://patydoalferes.rj.gov.br/pontos-turisticos/aldeia-de-arcozelo/>> . Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PATY DO ALFERES. **Centro Cultural** (2024c). Disponível em <<https://patydoalferes.rj.gov.br/pontos-turisticos/centro-cultural/>>. Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PATY DO ALFERES. **Igreja Matriz** (2024d). Disponível em: <<https://patydoalferes.rj.gov.br/pontos-turisticos/igreja-matriz/>>.Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PATY DO ALFERES. **Caminho do Imperador** (2024e). Disponível em: <<https://patydoalferes.rj.gov.br/pontos-turisticos/caminho-do-imperador/>>. Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PATY DO ALFERES. **Praças do Município** (2024f). Disponível em: <<https://patydoalferes.rj.gov.br/pontos-turisticos/pracas-do-municipio/>>. Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PATY DO ALFERES. **Museu da Cachaça** (2024g). Disponível em: <<https://patydoalferes.rj.gov.br/pontos-turisticos/museu-da-cachaca/>>. Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PATY DO ALFERES. **Secretarias. Turismo** (2024h). Disponível em: <<https://patydoalferes.rj.gov.br/secretarias/turismo/>>. Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

POPPER, R.; MEDINA, J. **12. Foresight in Latin America**. In: Georghiou L, Harper JC, Keenan M, Miles I, Popper R (eds) The handbook of technology foresight: concepts and practice. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK, Northampton, MA, USA, p. 256-286,



2008.

PORTER, M. E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Elsevier. 16th ed. 1989.

QGIS. **Um Sistema de Informação Geográfica livre e aberto**. Disponível em <https://qgis.org/pt_BR/site/> Acessado em: 26 de fevereiro de 2024.

RITCHIE, J. R. B. and Crouch, G. I. (2003). **The competitive destination: A sustainable tourism perspective**. Wallingford, UK: CABI.

REITER, B. The Hermeneutic Foundations of Qualitative Research. **Qualitative Methods** (Fall 2006), pp,18-24. 2006.

SALVIATI, M.E. **Manual do aplicativo Iramuteq**. Planaltina, DF. Março de 2017. Disponível em: <<http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>> Acessado em: 27 de Fevereiro de 2024.

SANTOS, M. dos. **Contribuição à compreensão do conceito de competitividade nas organizações**. São Paulo: Anhembi-Morumbi University, 2006.

SANTOS, M. C., Ferreira, A. M., and Costa, C. Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations. **Tourism and Management Studies**, 10 (1), 73–81, 2014.

SMITH, A. **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**, Ed. Edwin Cannan, New York: The Modern Library, originally published in 1776, Book IV, 1937.

STRAUSS A. L. **Análise qualitativa para cientistas sociais**. Cambridge University Press, 1987.

USP (2024a). **Publicações de Turismo**. Disponível em <<http://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/>> Acessado em: 27 de Fevereiro de 2024.

USP (2024b). **Sobre o Publicações de Turismo**. Disponível em



<<http://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/sobre.php/>> Acessado em: 27 de Fevereiro de 2024.

VIEIRA J. *et al.* (2019). **Generation Z and key-factors on e-commerce: A study on the portuguese tourism sector.** *Administrative Sciences*, 10(4), 103.

WALLE, A. H. "Quantitative versus qualitative tourism research." **Annals of tourism research** 24.3, 524-536, 1997.

APÊNDICE A - Corpus Textual

Cod.	Autores (ano)	Título	Revista
**** *abstract_01	Vieira, Elenara Vieira de Hoffmann, Valmir Emil (2007)	Avaliação de Competitividade em Destinos Turísticos sob a Ótica dos Stakeholders: Aplicação do modelo de Dwyer e Kim (2001, 2003)	Turismo: Visão e Ação
**** *abstract_02	Chim-Miki, Adriana Fumi Batista-Canino, Rosa Maria (2016)	A pesquisa sobre coopetição: Em direção a uma melhor compreensão do construto e sua aplicação no turismo	Turismo: Visão e Ação
**** *abstract_03	Vieira, Daniel Pires Hoffmann, Valmir Emil Dias, Cleidson Nogueira Carvalho, José Márcio (2019)	Atributos Determinantes da Competitividade dos Destinos de Sol e Praia Brasileiros	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo
**** *abstract_04	Lins, Amanda Vanderlinda Flores, Luiz Carlos da Silva Flores, Raquel Oliveira de Mattos da Silva (2018)	Visão baseada em recursos: Uma Análise da Vantagem Competitiva de Balneário Camboriú na Percepção dos Stakeholders	Applied Tourism
**** *abstract_05	Estevão, Cristina Estevão	Fatores de Competitividade Turística: A Área Regional de Turismo do Algarve	Pasos - Revista de



	Nunes, Sara (2015)		Turismo y Patrimonio Cultural
**** *abstract_06	Beni, Mário Carlos (1993)	Competitividade das destinações turísticas a longa distância: realidade e perspectivas de desenvolvimento na América do Sul	Revista Turismo em Análise
**** *abstract_07	Añaña, Edar da Silva Pereira, Melise de Lima Anjos, Francisco Antonio dos (2015)	Competitividade de Destinos Turísticos na Visão da Demanda: introdução de um novo método de avaliação	Revista Turismo em Análise
**** *abstract_08	Carmona, Viviane Celina Costa, Benny Kramer Ribeiro, Henrique César Melo (2014)	Competitividade e turismo: estudo da produção científica internacional	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo
**** *abstract_09	Montanari, Maria Gabriela Giraldi, Janaina de Moura Engracia (2013)	Competitividade no turismo: Uma comparação entre Brasil e Suíça	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo
**** *abstract_10	Santos, Glauber Eduardo de Oliveira Uvinha, Ricardo Ricci (2022)	Elaboração de um índice de competitividade turística municipal: Compilação de dados, métodos de estimação e validação	Turismo: Visão e Ação
**** *abstract_11	Gonçalves Vianna, Silvio Luiz Mendes Filho, Luiz Augusto Machado (2015)	A importância da competitividade nas destinações turísticas	Rosa dos Ventos
**** *abstract_12	Ramos, Bruno Alves Dias, Reinaldo (2010)	Aspectos de competitividade e complementaridade nos circuitos turísticos de Minas Gerais	Caderno Virtual de Turismo



**** *abstract_13	Ascanio, Alfredo (2008)	Competência Turística e Estratégias: a coerência entre modelos	Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
**** *abstract_14	Gomes de Moraes, Adriana (2006)	Competitividade e sustentabilidade: é possível as cidades turísticas serem sustentáveis e competitivas ao mesmo tempo?	Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
**** *abstract_15	Vianna, Silvio Luiz Gonçalves Anjos, Sara Joana Gadotti dos Anjos, Francisco Antonio dos (2016)	Competitividade na destinação turística: Análise do desempenho real frente ao desempenho percebido pelos gestores	Applied Tourism
**** *abstract_16	Alves, Simone (2015)	Para um Modelo de Medição da Competitividade Turística Sustentável para os Municípios: Evidência Empírica Brasileira	Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
**** *abstract_17	Blanco Cerradelo, Lidia Diéguez Castrillón, María Isabel Gueimonde Canto, Ana (2015)	Proposta de indicadores de recursos de competitividade turística em áreas naturais protegidas	Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural