

## Recursos Turísticos, Especialização em Turismo e Crescimento Económico

### Tourism Resources, Tourism Specialization and Economic Growth

Nino Fonseca

Received for publication: October 9, 2019

Revision accepted for publication: February 27, 2020

#### **RESUMO**

Utilizando como ponto de partida o modelo de crescimento económico de Lanza e Pigliaru (1994), o presente trabalho introduz e analisa o efeito da heterogeneidade das dotações de recursos turísticos na escolha relativa à especialização total em turismo de maior ou de menor qualidade. Dessa suposição resulta de imediato que as economias com dotações de recursos reduzidas não conseguem oferecer produtos turísticos de qualidade elevada, ao passo que aquelas com dotações elevadas dificilmente oferecerão produtos turísticos de baixa qualidade. Conclui-se que os níveis de desenvolvimento económico alcançados no longo prazo serão tanto mais elevados quanto maior for a qualidade dos produtos turísticos oferecidos. Palavras-chave: Especialização em turismo; qualidade; recursos turísticos; crescimento económico.

#### **ABSTRACT**

Using the economic growth model of Lanza and Pigliaru (1994) as a starting point, this paper introduces and analyzes the effect of heterogeneity of the endowments of tourist resources on the choice between total specialization in higher or lower-quality tourism. From this assumption it immediately follows that economies with reduced resource endowments are unable to offer high quality tourism products, while those with high endowments are unlikely to offer low quality tourist products. It is concluded that the levels of economic development achieved in the long run will be all the greater the higher the quality of the tourism products offered.

Keywords: Tourism specialization; quality; tourism resources; economic growth.

**JEL Classification:** F43; O41; Z32.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo é encarado por muitas economias, independentemente da sua dimensão ou nível administrativo (regional ou nacional), como uma possível estratégia de crescimento e desenvolvimento económico. Contudo, e por um lado, a teoria do crescimento exógeno (Solow, 1956) atribui ao progresso técnico o papel de condição *sine qua non* do crescimento económico. Por outro lado, as teorias do crescimento endógeno (Lucas, 1988; Romer, 1986, 1987) não só reforçam esta tese como sugerem que o progresso técnico e, concomitantemente, o crescimento económico, resultam da investigação e desenvolvimento e da acumulação de capital físico e humano.

Contudo, a maior parte das atividades económicas que concorrem para a formação de produtos turísticos são intensivas em mão-de-obra e, por isso mesmo, pouco capazes de gerar ou incorporar inovações capazes de aumentar significativamente a produtividade dos fatores. Assim, fica-se com a ideia de que uma economia que afete mais recursos ao turismo do que a outros setores mais intensivos em bens de capital físico ou humano pode vir a comprometer a sua taxa de crescimento económico de longo prazo. Mas tal não é necessariamente verdade. Aliás, existem vários estudos empíricos que demonstram que as economias especializadas em turismo podem registar taxas de crescimento económico mais elevadas do que outros tipos ou conjuntos de economias (Li, Jin e Shi, 2018; Nunkoo et al., 2019).

Lanza e Pigliaru (1994) sugerem que, em determinadas circunstâncias, a especialização de uma economia em turismo (vista como uma atividade caracterizada pela baixa produtividade) pode levar a que essa economia cresça mais do que outra especializada em manufatura (considerada uma atividade de produtividade relativamente superior). De facto, a literatura tem demonstrado que as atividades características do turismo, nomeadamente a hotelaria, são caracterizadas por baixos níveis e taxas de crescimento da produtividade do trabalho (Pechlaner e Tschurtschenthaler, 2003; Pham, 2019; Webber et al. 2018). Lanza e Pigliaru (1994) concluem ainda que uma economia especializada em turismo de qualidade elevada auferirá, no longo prazo, receitas mais elevadas (e, portanto, alcançará um nível de desenvolvimento económico mais elevado) do que outra especializada em turismo de qualidade baixa. A dedução deste resultado parte do pressuposto de que todas as economias pequenas especializadas em turismo estão dotadas de uma quantidade exógena e idêntica de recursos naturais suscetíveis de aproveitamento turístico. É uma suposição aceitável, mas, do nosso ponto de vista, suscetível de melhoria.

Se pretendermos uma maior proximidade à realidade, parece-nos plausível admitir, por um lado, que existem outros recursos, para além dos naturais, passíveis de constituir ou transformar em atração turística. Esta constatação sugere que a especialização e o desenvolvimento turísticos não dependem exclusivamente da presença de recursos naturais. Recursos culturais dos mais variados tipos, entre outros, também podem constituir a base da oferta turística de qualquer economia (Breda, 2004; Denicolai et al. 2010; Jensen-Verbeke, 1986, entre outros). Por outro lado, diferentes cidades, regiões ou países, mesmo que de semelhante dimensão geográfica, parecem ser bastante diferenciados em termos de dotação de recursos turísticos, quer do ponto de vista quantitativo (e.g. diferentes praias têm áreas de diferentes extensões, diferentes cidades têm mais ou menos monumentos e museus, eventos, centros de congressos, etc.), quer do ponto de vista tipológico (e.g. praias e monumentos

são atrações turística de tipos diferentes associadas, na maior parte das vezes, a diferentes tipos de produtos turísticos).

Para se perceber melhor o que está em causa, tomemos como referência a lista de lugares considerados Património da Humanidade pela Unesco.<sup>1</sup> Países distintos mas comparáveis entre si no que diz respeito à sua dimensão geográfica, avaliada através do respetivo número de habitantes, revelam quantidades tremendamente díspares de lugares presentes nessa lista e, como tal, de recursos naturais e culturais suscetíveis de constituírem atrações de turismo cultural ou de natureza. Por exemplo, a Tailândia (66 milhões de habitantes) e a França (67 milhões de habitantes) contam, respetivamente, com 5 e 45 lugares listados. Quênia (48 milhões de habitantes) e Espanha (47 milhões de habitantes) com 7 e 48. Já Cuba (11 milhões de habitantes) e Portugal (10 milhões de habitantes) contam, respetivamente, com 9 e 17 lugares naquela lista.

Numa outra perspetiva, dentro dos dez principais destinos turísticos em 2018, todos eles com mais de 70 milhões de turistas, vamos encontrar países completamente diferentes quer em termos de área geográfica (e.g. Hong-Kong com 2.700 km<sup>2</sup>, contra os mais de 9 milhões de km<sup>2</sup> dos EUA ou da China), de população (e.g. Hong-Kong com 7,5 milhões de habitantes, contra a Ucrânia com 42 milhões, a Turquia com 82 milhões, o México com 126 milhões, os EUA com 329 milhões ou a China com 1.400 milhões) ou dos já referidos lugares considerados Património da Humanidade (e.g. Hong-Kong com zero lugares listados, contra Ucrânia com 7, a Turquia com 18 ou a China com 55)

O objetivo deste trabalho é analisar o efeito da heterogeneidade das dotações de recursos turísticos na escolha relativa à especialização em turismo de maior ou menor qualidade, utilizando como base o modelo de Lanza e Pigliaru (1994). Por uma questão de simplicidade, admitiremos aqui que dita heterogeneidade se resume à quantidade disponível de recursos, suposição esta, como veremos, suficiente para analisar questões de grande relevância prática. De facto, se as várias economias diferem em termos da dimensão das respetivas dotações de recursos turísticos, aquelas com menor quantidade dos mesmos poderão procurar compensar essa escassez através da atração de um maior número de turistas.<sup>2</sup> Ou, muito simplesmente, poderão ver os seus recursos saturados pela presença de elevados níveis de procura turística. Quer a primeira situação (intencional), quer a segunda (acidental), poderão acarretar consequências negativas sobre a qualidade dos seus produtos turísticos e, eventualmente, sobre as suas perspetivas de crescimento económico. Coloca-se então uma questão, concomitante ao objetivo acima definido: será que a dimensão da dotação de recursos turísticos condiciona o desempenho económico das economias especializadas em turismo? É a esta questão que pretendemos dar uma resposta com este trabalho.

Na secção seguinte fazemos uma breve revisão da literatura relacionada, tendo em vista situar o nosso contributo. Na secção 3 apresentamos uma versão simplificada do modelo que

<sup>1</sup> <https://whc.unesco.org/en/list/&order=country#alphaP> (acedido em 10 de fevereiro de 2020).

<sup>2</sup> Supondo, como se verá adiante, que o objetivo de longo prazo das empresas é a maximização das receitas totais. Esta hipótese é uma simplificação que pode ser justificada pelo facto de os únicos custos envolvidos serem os relativos ao pagamento de salários. Como todas as economias estão dotadas com a mesma quantidade de trabalho, os custos de todas elas são idênticos, permitindo-se a equivalência entre os problemas de maximização do lucro e da receita total. Por outro lado, a suposição pode ser justificada também pela relevância que os preços, e não só as quantidades, desempenham no contexto da atividade turística enquanto fatores de criação de riqueza.

Lanza e Pigliaru (1994) desenvolveram, por sua vez adaptado a partir do modelo de Lucas (1988) com *learning-by-doing*, e destinado a descrever quais as condições que se devem verificar para que a especialização em turismo não seja prejudicial ao crescimento económico. Apesar de a abordagem de Lanza e Pigliaru (1994) se referir à questão da especialização de um país em turismo, aqui iremos supor que dito modelo é igualmente aplicável a outros referenciais geográficos, nomeadamente regiões ou locais. Assumindo a verificação daquelas condições, na secção 4 procuramos avaliar em que circunstâncias é que a aposta na oferta de um produto turístico de qualidade elevada é preferível à aposta na oferta de um produto turístico de qualidade inferior. O modelo aí apresentado difere do proposto por Lanza e Pigliaru (1994) pelo facto de assumir, ao contrário deste, a hipótese de heterogeneidade das dotações de recursos turísticos. Na última secção apresentamos as nossas principais conclusões e avançamos com várias recomendações úteis em matéria de política económica.

## 2. BREVE REVISÃO DA LITERATURA

O nosso trabalho insere-se dentro de uma linha de investigação que recorre a modelos teóricos tendo em vista analisar o papel da expansão do turismo no crescimento económico de longo prazo de uma pequena economia aberta. Que seja do nosso conhecimento, esta linha de investigação foi inaugurada pelo trabalho de Lanza e Pigliaru (1994), que tomamos como ponto de partida e desenvolvemos nos moldes descritos na secção anterior. Importa salientar, no entanto, e embora tal não seja explicitamente reconhecido por Lanza e Pigliaru (1994), que a tónica e a abordagem por eles seguida tem proximidades óbvias com o trabalho de Baumol (1967). Este último constitui uma das primeiras referências a respeito do estudo do crescimento económico de uma economia com dois setores cujas taxas de crescimento da produtividade são diferentes.

A variável crucial da nossa análise é a qualidade do produto turístico, que também já foi alvo de atenção em seis estudos anteriores. Gómez et al. (2008) estudam o comportamento de longo prazo de uma pequena economia aberta completamente especializada em turismo. Neste modelo, de inspiração neoclássica, a acumulação de capital na indústria turística é o motor do crescimento económico. O turismo corresponde a um bem composto que inclui o capital privado, o capital público e o capital natural (isto é, o ambiente). A qualidade, entendida neste trabalho numa perspetiva ampla, aparece refletida numa função preço hedónica. De acordo com esta função, os turistas estão dispostos a pagar tanto mais quanto mais elevados forem os níveis de capital público, privado e natural por turista. Por outro lado, um maior fluxo de turistas contribui para diminuir a qualidade percebida do produto turístico por via do aumento do grau de congestão turística e de deterioração do capital natural/ambiente. O objetivo dos autores é analisar os efeitos decorrentes da tributação das dormidas turísticas.

Concluem que no longo prazo a tributação turística contribui para melhorar a qualidade ambiental bem como para diminuir a capacidade de alojamento e o número de turistas. Na perspetiva dos residentes, o efeito negativo sobre o bem-estar dos residentes decorrente da redução do número de visitantes é mais do que compensado pelo aumento dos preços do pacote turístico. Este aumento decorre da melhoria do ambiente, da diminuição do grau de

congestão turística e, também, do aumento da qualidade dos serviços de alojamento, pois as receitas tributárias permitem aumentar os investimentos público e privado relacionados com o turismo.

Num trabalho imediatamente posterior, o mesmo coletivo de autores socorre-se do mesmo modelo para analisar uma questão distinta. Nesse trabalho, Lozano et al. (2008) estudam o papel da interação entre a congestão turística e a qualidade dos serviços turísticos privados no desempenho de longo prazo de uma pequena economia aberta especializada em turismo.

Concluem que o destino turístico acabará por atingir um ponto de estagnação decorrente da escassez de recursos ambientais. No entanto, a duração da fase de crescimento económico, bem como o nível de utilidade alcançado pelos residentes, depende da qualidade dos serviços turísticos privados. Em concreto, a qualidade mais elevada do alojamento turístico implica um período mais longo até à estagnação económica, bem como menores fluxos turísticos, maior qualidade ambiental e menor congestão dos bens públicos.

Logo a seguir, Álvarez-Albelo e Hernández-Martin (2009) recorrem a modelos de crescimento exógeno, com funções produção de Cobb-Douglas, para analisar o papel da especialização em turismo de luxo no crescimento económico de longo prazo. Apresentam-nos dois modelos, sendo que em ambos existe uma economia grande e rica que produz um bem de capital transacionável e uma economia pequena e pobre que produz serviços turísticos igualmente transacionáveis. Os modelos diferem, apenas, na natureza do bem turístico, que num caso é de luxo e no outro não. Por sua vez, o bem turístico é caracterizado como sendo ou não de luxo em função das preferências dos consumidores. Como tal, é a existência (ou não) de um nível mínimo de consumo do bem turístico que torna a função utilidade dos consumidores oriundos do país grande não homotética levando, por isso, à caracterização desse bem como sendo (ou não) de luxo.

Concluem que a economia turística pode crescer de forma sustentada ao longo do tempo graças à melhoria contínua dos termos de troca, a qual resulta da existência de um diferencial de produtividade entre os dois tipos de bens analisados. Constatam ainda que o diferencial de crescimento é significativamente maior, a favor da economia turística, quando o turismo é um bem de luxo.

Este tipo de questões volta a ser alvo de análise numa sequência de três trabalhos interligados, desta feita no âmbito das teorias do crescimento endógeno. No modelo proposto por Pina e Martínez-García (2013) e Albaladejo et al. (2014), o turismo é o motor de crescimento económico de longo prazo das economias turísticas, estando esse crescimento assegurado pela manutenção da qualidade dos serviços turísticos. Por sua vez, essa qualidade corresponde à quantidade de capital físico por unidade de serviço turístico produzido, apelidada pelos autores de “taxa intrínseca de atratividade do turismo”.

A conclusão geral é a de que a taxa de crescimento económico exógeno do resto do mundo é suscetível de estimular as chegadas e as despesas dos turistas na economia recetora, sem prejuízo de que essa economia possa aumentar a sua taxa de atratividade do turismo através do investimento. Por sua vez, as receitas turísticas permitem a importação de bens de capital destinados à realização do investimento turístico necessário à manutenção da qualidade dos serviços turísticos.

Na sequência dos dois trabalhos anteriores, Albaladejo e Martínez-García (2015) reconhecem que se o turismo seguir o modelo do ciclo de vida sugerido por Butler (1980) a

capacidade de carga do destino turístico acabará por limitar o respetivo crescimento económico, conduzindo-o inevitavelmente a uma situação de estagnação económica. O modelo apresentado agora incorpora a abordagem de Butler (1980) num modelo de crescimento económico baseado em investigação e desenvolvimento. Neste modelo a taxa de crescimento das chegadas de turistas é função quer da taxa intrínseca de atratividade do turismo, quer da capacidade de carga turística. Esta, por sua vez, corresponde a um quociente entre a oferta/produção de serviços turísticos e o nível individual de consumo turístico.

No final, concluem que o investimento em investigação e desenvolvimento permite a sustentabilidade do crescimento económico do destino turístico através do aumento da capacidade de carga turística. De facto, esta última é suscetível de variar – neste caso, aumentar – em função dos investimentos e inovações que se venham a registar no âmbito da melhoria das infraestruturas e das redes de transporte, da capacidade de alojamento, da diversificação das atrações turísticas, etc. Portanto, no longo prazo a taxa de crescimento económico do destino turístico será igual à taxa de crescimento da inovação.

O nosso trabalho distingue-se dos anteriores em vários aspetos. Em primeiro lugar, partimos de um enquadramento teórico bastante simples e bem conhecido, o que é vantajoso do ponto de vista da transparência da análise. Em segundo lugar, introduzimos um conceito de qualidade muito intuitivo e que traduz, em simultâneo, as noções de congestão turística e de capacidade de carga. Esse conceito está intimamente relacionado com a dimensão da dotação de recursos turísticos, fator central da nossa análise. Em terceiro lugar, comparamos diretamente as consequências da especialização em três patamares distintos de qualidade do produto turístico, dependentes da disponibilidade de recursos de economia recetora. Existe uma vasta literatura, em ciências empresariais, subordinada às dimensões e medição da qualidade dos serviços e dos produtos turísticos (Augustyn e Ho, 1998; Bhat, 2012; Fick e Ritchie, 1991; Garrigos-Simon et al., 2019; Mukherjee et al., 2018; Narayan et al.; 2008, Narayan et al. 2009; Park e Jeong, 2019; Soler e Gemar, 2019). Nessa literatura a qualidade é habitualmente avaliada em escalas que vão da baixa à alta qualidade, passando por todo o espectro intermédio de valores. Numa perspetiva mais simplista, embora coerente com a literatura disponível, iremos assumir no nosso trabalho que a qualidade do produto turístico pode ser baixa, média ou alta.

### 3. ESPECIALIZAÇÃO EM TURISMO VS. ESPECIALIZAÇÃO EM MANUFATURA

#### 3.1. CARATERIZAÇÃO DO LADO DA OFERTA

No espírito do modelo de Lucas (1988), suponhamos que o espaço geográfico relevante (mundo ou país) é composto por várias economias de pequena dimensão (i.e. vários países ou várias regiões) a dois setores, onde o volume de produção ( $Q$ ) é função do capital humano ( $h$ ), sob a forma de *learning-by-doing*, e do trabalho ( $L$ ), ou seja:<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> A ausência de capital físico apenas pretende simplificar a análise, já que a relevância do modelo assenta no papel do capital humano.

$$Q_i = h_i L_i, \tag{1}$$

correspondendo  $i$  a  $M$  (manufatura) ou a  $T$  (turismo).

O motor do crescimento económico é a acumulação de capital humano, cuja função é dada por:

$$\dot{h}_i = \lambda_i h_i L_i, \tag{2}$$

correspondendo a taxa de crescimento do capital humano a:

$$\frac{\dot{h}_i}{h_i} = \lambda_i L_i, \tag{3}$$

representando  $\lambda_i$  o potencial para *learning-by-doing* do setor  $i$ . Por uma questão de simplicidade, assume-se que todas as economias dispõem de uma força de trabalho de idêntica dimensão (por serem pequenas), constante e igual a 1. Quer isto dizer que a taxa de crescimento do stock de capital humano de cada setor é igual ao potencial para *learning-by-doing* do respetivo setor.

Se supusermos que ditas economias se abrem ao exterior, elas serão conduzidas à especialização completa, por força da lei das vantagens comparativas.<sup>4</sup> Nestas circunstâncias, a taxa de crescimento de uma economia completamente especializada no setor  $i$  será dada por:

$$\frac{\dot{Q}_i}{Q_i} = \lambda_i. \tag{4}$$

Assim, a taxa de crescimento de uma economia completamente especializada no setor  $i$  corresponde ao respetivo potencial para *learning-by-doing*. Daqui decorre que supor que  $\lambda_M > \lambda_T$  equivale a supor que a taxa de crescimento das economias especializadas em manufatura é superior à taxa de crescimento das economias especializadas em turismo.

### 3.2. CARATERIZAÇÃO DO LADO DA PROCURA

A nível internacional (ou inter-regional) as preferências dos consumidores por produtos manufaturados e por produtos turísticos são caracterizadas por uma função elasticidade CES<sup>5</sup> e por uma restrição orçamental dadas, respetivamente, por:

<sup>4</sup> Esta é uma suposição habitual, quer em economia internacional, quer na literatura acima revista, que tem as suas raízes fundadas no célebre exemplo ricardiano da especialização produtiva de Portugal em vinho e da Inglaterra em tecido, de acordo com as vantagens comparativas de cada país, apesar da Inglaterra ter vantagem absoluta na produção de ambos os bens. Por outro lado, é possível questionar o realismo desta hipótese, o que nos remeteria para a célebre controvérsia popularizada por Friedman (1953) e resumida por Boland (2008), discussão essa que não pretendemos retomar aqui. A este respeito, limitamo-nos a subscrever a perspetiva de que a hipótese de especialização completa é uma mera simplificação destinada a facilitar a análise e a perceber o que é que acontece à medida que a economia tende para a especialização completa no produto relativamente ao qual ela possui uma vantagem comparativa.

<sup>5</sup> Do inglês, constant elasticity of substitution. A utilização de funções CES no âmbito do estudo do crescimento económico remonta aos trabalhos de Solow (1956), Uzawa (1962) e Dixit e Stiglitz (1977). As funções utilidade CES são úteis para a representação de situações nas quais se supõe que a taxa de substituição entre os fatores ou bens

$$U(Q_M, Q_T) = (\alpha_M Q_M^{-\rho} + \alpha_T Q_T^{-\rho})^{-1/\rho} \quad (5)$$

e por

$$y = (P_M Q_M + P_T Q_T), \quad (6)$$

sendo  $y$  o rendimento total,  $P_M$  o preço do produto manufacturado e  $P_T$  o preço do produto turístico.

Das condições de primeira ordem do problema de maximização da utilidade<sup>6</sup> resulta a função procura relativa dada por:

$$\frac{Q_T}{Q_M} = \left( \frac{\alpha_T}{\alpha_M} \right)^\sigma \left( \frac{P_T}{P_M} \right)^{-\sigma}, \quad (7)$$

sendo  $\sigma$  a elasticidade de substituição entre o turismo e a manufactura, correspondente a:

$$\sigma = \frac{1}{1+\rho}. \quad (8)$$

Neste contexto, a elasticidade de substituição pode ser vista como um indicador da facilidade com que os consumidores estão dispostos a substituir o consumo de serviços turísticos pelo consumo de produtos manufacturados, e vice-versa.

### 3.3. EQUILÍBRIO FINAL

A função procura relativa permite deduzir a taxa de crescimento dos termos de troca, dada por:

$$\frac{\dot{P}}{P} = \left( \frac{\dot{Q}_M}{Q_M} - \frac{\dot{Q}_T}{Q_T} \right) \sigma^{-1}, \quad (9)$$

correspondendo os termos de troca a:

$$P = \frac{P_T}{P_M}. \quad (10)$$

---

em causa é constante, tal como se pretende no caso das preferências entre o turismo e a manufactura. Constituem o caso geral a partir do qual a conhecida função de Cobb-Douglas pode ser deduzida.

<sup>6</sup> Como o consumidor não enfrenta trade-offs entre capital e consumo (ou de qualquer outro tipo) o problema de maximização da utilidade requer, tão somente, a construção e maximização do respetivo Lagrangiano. A função procura assim encontrada estabelece, como seria de esperar, que a procura de cada bem é tanto maior quanto maior for a preferência dos consumidores por esse bem e quanto menor for o respetivo preço. Note-se que se trata de uma função procura. A determinação das quantidades e preços efetivos teria de levar em conta o lado da oferta da economia.



De acordo com esta definição, o aumento dos termos de troca equivale ao aumento do preço relativo dos produtos turísticos, o que é favorável às economias especializadas em turismo.

Na hipótese de especialização completa de todas as economias em turismo ou em manufatura, a taxa de crescimento dos termos de troca é dada por:

$$\frac{\dot{P}}{P} = (\lambda_M - \lambda_T)\sigma^{-1}. \quad (11)$$

Esta expressão diz-nos que quanto maior for a diferença entre as taxas de crescimento das economias especializadas em manufatura e em turismo, maior será o aumento dos termos de troca (ou seja, do preço relativo do produto turístico). Este resultado pode ser explicado da seguinte forma: se taxa de crescimento da produtividade da manufatura for superior à taxa de crescimento da produtividade do turismo, o escoamento da produção manufatureira só pode ser assegurado à custa de um preço relativo da manufatura mais baixo, o que equivale a um preço relativo do turismo mais alto (o que, por sua vez, beneficia as economias especializadas em turismo). Numa outra perspetiva, paralela, há que recordar que o crescimento da produtividade traz consigo quedas dos custos médios e, por aí, quedas dos preços praticados.

Existe já suficiente evidencia teórica e empírica de que os mercados turísticos são mercados de concorrência imperfeita (Dwyer et al., 2010), pelo que os produtores têm alguma margem para fixação de um *mark-up* sobre os preços concorrenciais. Evidentemente, e tal como o postula a teoria económica no que diz respeito à diferenciação do produto, esse *mark-up* será tanto mais alto quanto mais evidente for a qualidade do produto oferecido. Assim, tudo aquilo que puder acrescentar valor ao produto turístico permitirá justificar a fixação de margens de lucro mais elevadas, daí resultando preços turísticos também mais elevados (Mangion et al., 2005; Espinet et al., 2003, entre outros).

#### 3.4. COMPARAÇÃO ENTRE AS TAXAS DE CRESCIMENTO DAS ECONOMIAS COMPLETAMENTE ESPECIALIZADAS EM TURISMO E EM MANUFATURA

A especialização em turismo constitui uma opção benéfica (ou não prejudicial) para uma determinada economia se a sua taxa de crescimento for superior (ou pelo menos igual) à taxa de crescimento de uma outra economia especializada em manufatura. Nesse sentido, a taxa de crescimento de uma economia completamente especializada em turismo ( $Y_T$ ), em termos do produto manufaturado, é dada por:<sup>7</sup>

$$Y_T = \lambda_T + (\lambda_M - \lambda_T)\sigma^{-1}, \quad (12)$$

ou seja, é igual à taxa de crescimento do volume de produção turística adicionada dos ganhos ou perdas dos termos de troca. A taxa de crescimento de uma economia especializada em manufatura ( $Y_M$ ), também em termos do produto manufaturado, é dada, muito simplesmente, por:

$$Y_M = \lambda_M. \quad (13)$$

---

<sup>7</sup> Dedução em apêndice.

Assim, a especialização em turismo constitui uma opção não prejudicial se e só se  $Y_T \geq Y_M$ , de onde resulta  $\sigma \leq 1$ . Concluímos assim que se a elasticidade de substituição for igual ou inferior à unidade, as economias especializadas em turismo registarão taxas de crescimento iguais ou superiores às registadas pelas economias especializadas em manufatura.<sup>8</sup>

Lanza et al.(2003) estimaram as elasticidades de substituição entre a manufatura e o turismo relativas a uma amostra de 13 países da OCDE ao longo do período compreendido entre 1975 e 1992. Os valores obtidos oscilaram entre os 0,13 e os 0,97, permitindo-lhes concluir que a elasticidade de substituição parece ser, de facto, igual ou inferior à unidade. Assim, pelo menos no contexto dos países analisados, o maior grau de especialização em turismo não esteve necessariamente associado às piores performances em termos de taxas de crescimento económico.

#### 4. TURISMO DE QUALIDADE ELEVADA VS. TURISMO DE QUALIDADES INFERIORES

##### 4.1. CARATERIZAÇÃO DO LADO DA OFERTA (I): DEFINIÇÃO DE QUALIDADE

Tal como Lanza e Pigliaru (1994), iremos assumir a definição de qualidade proposta por Leibenstein (1950): a qualidade de um bem ou serviço é tanto mais elevada quanto menor for a quantidade de pessoas que o consomem.<sup>9</sup> Formalmente, isso corresponde a definir um índice de qualidade, designado por  $\alpha$ , que é função inversa do grau de congestionamento,  $T$ , ou seja:

$$\alpha = \delta T^{-\beta}, \quad (14)$$

sendo  $\delta$  um parâmetro positivo e  $\beta$  a elasticidade da qualidade em relação ao grau de congestionamento turístico.<sup>10</sup> Este último é dado por:

$$T = \frac{Q}{S}, \quad (15)$$

onde  $Q$  é um indicador do volume de produção turística<sup>11</sup> e  $S$  corresponde à dotação de recursos turísticos. De acordo com as expressões (14) e (15), quanto maior for o volume de produção turística, maior será o grau de congestionamento e, conseqüentemente, menor

<sup>8</sup> Uma elasticidade de substituição baixa – i.e. inferior à unidade – indica uma maior relutância por parte dos consumidores em substituir o consumo de bens manufaturados por bens turísticos, o que parece plausível no caso destes dois tipos de bens. Assim, o resultado obtido aqui indica que quanto menor for a elasticidade de substituição entre o turismo e a manufatura, mais provável será que a especialização produtiva em turismo se venha a revelar uma opção favorável.

<sup>9</sup> No contexto do turismo, a qualidade de um recurso ou produto turístico (como uma praia ou um museu, por exemplo) é tanto maior quanto menor for o número de pessoas que o consomem/freqüentam.

<sup>10</sup>  $0 < \delta < 1$  é um mero parâmetro de escala,  $\beta > 0$  traduz a ideia de que a qualidade diminui quando o grau de congestão turística aumenta e  $\alpha \geq 0$  porque  $T$  é um quociente entre valores não negativos.

<sup>11</sup> Por exemplo, a capacidade hoteleira disponível.

será a qualidade do produto turístico<sup>12</sup>, e vice-versa. Portanto, as quantidades produzidas e apresentadas aqui correspondem ao volume de produção da economia completamente especializada em turismo, tal como postulado pela equação (1).

Note-se que o inverso do grau de congestionamento é um indicador da quantidade de recurso turístico por unidade produzida de bem turístico<sup>13</sup>, ou seja:

$$T^{-1} = \frac{S}{Q}. \quad (15')$$

#### 4.2. CARACTERIZAÇÃO DO LADO DA OFERTA (II): HETEROGENEIDADE DAS DOTAÇÕES DE RECURSOS TURÍSTICOS

Para capturar e explorar as implicações da hipótese de heterogeneidade das dotações de recursos turísticos, iremos supor adiante que, no longo prazo, o volume de procura turística pode ser alto ( $Q_A$ ) ou baixo ( $Q_B$ ) e que a dotação de recursos turísticos pode ser elevada ( $S_E$ ) ou reduzida ( $S_R$ ). Daqui resultam diferentes graus de congestionamento turístico, dados por:

$$T_{CON} = \frac{Q_A}{S_R}, \quad (16)$$

$$T_{MED} = \frac{Q_A}{S_E} = \frac{Q_B}{S_R}, \quad (17)$$

$$T_{LUX} = \frac{Q_B}{S_E}. \quad (18)$$

Cada um destes graus de congestionamento turístico implicará um índice de qualidade diferente. Assim,  $T_{CON}$ ,  $T_{MED}$  e  $T_{LUX}$  correspondem, respetivamente, aos graus de congestionamento associados aos produtos turísticos congestionado (ou de qualidade baixa), mediano (ou de qualidade média) e de luxo (ou de qualidade elevada). Verifica-se  $T_{CON} > T_{MED} > T_{LUX}$ .<sup>14</sup>

As quantidades de recursos turísticos por unidade produzida de bem turístico, correspondentes a cada um daqueles graus de congestionamento, são dadas, respetivamente, por:

$$T_{CON}^{-1} = \frac{S_R}{Q_A}. \quad (16')$$

$$T_{MED}^{-1} = \frac{S_E}{Q_A} = \frac{S_R}{Q_B}. \quad (17')$$

<sup>12</sup> Lanza e Pigliaru (1994) admitem que no longo prazo existem apenas dois tipos de produtos turísticos: os “congestionados” e os de “luxo”. Os primeiros e os segundos estão associados aos índices exógenos de congestionamento T1 e T2, respetivamente. Naturalmente, verifica-se  $T1 > T2$ . Para além disso, está-se a assumir que toda a capacidade hoteleira disponível (por exemplo) é ocupada.

<sup>13</sup> Por exemplo, por turista, por visitante ou por dormida.

<sup>14</sup> Na verdade, não é obrigatório que  $Q_A/S_E$  seja igual a  $Q_B/S_R$ . Não obstante, para simplificar a análise, iremos assumir que os valores de  $Q_A$ ,  $Q_B$ ,  $S_E$  e  $S_R$  são tais que aquela igualdade é respeitada (e.g. se  $Q_A = 1000$ ,  $Q_B = 100$ ,  $S_E = 500$  e  $S_R = 50$ ).

$$T_{LUX}^{-1} = \frac{S_E}{Q_B}. \quad (18')$$

Verifica-se, como é óbvio,  $T_{LUX}^{-1} > T_{MED}^{-1} > T_{CON}^{-1}$ . Esta desigualdade diz-nos que, no longo prazo, a quantidade de recursos turísticos disponíveis por unidade de produto turístico é mais elevada no caso dos produtos (ou destinos) turísticos de luxo e mais reduzida no caso dos produtos (ou destinos) turísticos congestionados.

Note-se que  $T^{-1} = S/Q$  é uma mera relação técnica de produção, correspondente à caracterização física de cada tipo de produto turístico. Com base nesta relação apenas ficamos a saber que o que distingue cada tipo de produto turístico é a quantidade de recursos turísticos disponíveis por unidade produzida de bem turístico<sup>15</sup>. No entanto, o que é alvo de procura são unidades de cada um daqueles tipos de produtos. Assim, relativamente a cada tipo de produto turístico (i.e. de qualidade baixa, média ou alta) há que fazer uma distinção entre aquela relação técnica de produção e as quantidades de cada um deles que são efetivamente procuradas. Estas últimas designaremos por  $q_{CON}$ ,  $q_{MED}$  e  $q_{LUX}$ , correspondentes, respetivamente, às quantidades efetivamente procuradas de produtos turísticos congestionado, mediano e de luxo no longo prazo.

Daqui resulta que as economias com dotações de recursos turísticos relativamente menores nunca podem optar pela produção de produtos turísticos de qualidade elevada, ao passo que as economias com elevadas dotações de recursos turísticos dificilmente produzirão produtos turísticos de baixa qualidade.

#### 4.3. CARATERIZAÇÃO DO LADO DA PROCURA

Assume-se que a nível internacional (ou inter-regional) as preferências dos consumidores são caracterizadas por uma função utilidade quasi-homotética de Stone-Geary, dada por:<sup>16</sup>

$$U(q_{CON}, q_{MED}, q_{LUX}) = (q_{CON} - \theta)^{\alpha_{CON}} (q_{MED})^{\alpha_{MED}} (q_{LUX})^{\alpha_{LUX}}. \quad (19)$$

A restrição orçamental é dada por:

$$r = p_{CON}q_{CON} + p_{MED}q_{MED} + p_{LUX}q_{LUX}. \quad (20)$$

<sup>15</sup> Por exemplo, a quantidade de recursos turísticos por cama disponível. Assim, se a economia tiver 400 camas disponíveis por dia e se estiver em causa o produto turístico sol e praia relativo a uma localidade cuja atração turística é uma praia com uma extensão de 5 km<sup>2</sup> (ou seja, 5.000 m<sup>2</sup>), teremos  $S = 5.000$ ,  $Q = 400$  e  $T^{-1} = 12,5$  m<sup>2</sup> por cama disponível.

<sup>16</sup> A função utilidade de Stone-Geary constitui um caso particular da função utilidade de tipo Cobb-Douglas e é adequada à representação de problemas nos quais se assume que existe pelo menos um bem que tem um nível de consumo de subsistência (como é, por exemplo, o caso da água). No caso em apreço, existe um nível mínimo de consumo turístico que é sempre realizado, independentemente do seu preço ou do nível de rendimento do consumidor. Portanto, estamos a assumir que existe sempre um mínimo de procura turística direcionada para o turismo dito de massas ou indiferenciado.

Verifica-se  $0 < \alpha_{CON} < \alpha_{MED} < \alpha_{LUX} < 1$ ,  $\alpha_{CON} + \alpha_{MED} + \alpha_{LUX} = 1$ , sendo  $\alpha_C$ ,  $\alpha_M$  e  $\alpha_L$  os índices de qualidade associados aos produtos turísticos congestionado, mediano e de luxo.  $q_{CON}$  é um bem de primeira necessidade,  $q_{MED}$  é um bem normal e  $q_{LUX}$  é um bem de luxo<sup>17</sup>.  $p_{CON}$ ,  $p_{MED}$  e  $p_{LUX}$  são os respetivos preços.  $r$  corresponde ao rendimento destinado ao consumo turístico<sup>18</sup>. O parâmetro  $\theta$  indica o nível mínimo de procura do produto turístico congestionado.

Das condições de primeira ordem do problema de maximização da utilidade resultam as seguintes funções procura<sup>19</sup>:

$$q_{CON} = \frac{r}{p_{CON}} \alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX}) \theta, \quad (21)$$

$$q_{MED} = \frac{r}{p_{MED}} \alpha_{MED} - \alpha_{MED} \frac{p_{CON}}{p_{MED}} \theta, \quad (22)$$

$$q_{LUX} = \frac{r}{p_{LUX}} \alpha_{LUX} - \alpha_{LUX} \frac{p_{CON}}{p_{LUX}} \theta. \quad (23)$$

As funções procura deduzidas revelam que o consumo de cada bem aumenta com o nível de rendimento do turistas e com o grau de preferência por cada produto turístico, e diminui com o respetivo preço. Constata-se que caso  $\theta$  seja diferente de zero, e mesmo que o rendimento seja igual a zero, a procura de turismo de qualidade baixa é sempre não nula. Se  $\theta$  for igual a zero as funções procura obtidas corresponderão ao caso que resultaria da consideração inicial de uma função utilidade de tipo Cobb-Douglas. Este parâmetro está fortemente dependente do perfil dos consumidores. Por exemplo, mercados emissores mais ricos são mercados cujos turistas têm um poder de compra superior e, por conseguinte, são menos propensos a consumir um produto turístico massificado, sendo o correspondente valor de  $\theta$  mais baixo.

#### 4.4. EQUILÍBRIO FINAL: RECEITAS TURÍSTICAS DE LONGO PRAZO

Para uma economia pequena especializada em turismo, a qualidade do seu produto depende da dimensão dos recursos turísticos disponíveis. Assim, uma economia com uma dotação reduzida apenas pode produzir produtos turísticos de qualidades média ou baixa, ao passo que outra com uma dotação elevada pode optar pela produção de produtos turísticos de qualidades média ou alta<sup>20</sup>. As receitas provenientes da especialização em turismo de qualidades baixa, média ou alta são dadas, respetivamente, por:

$$R_{CON} = p_{CON} q_{CON}, \quad (24)$$

<sup>17</sup> Portanto, o grau de preferência por cada produto turístico coincide com o índice de qualidade respetivo.

<sup>18</sup> Ou seja, a diferença entre o rendimento total,  $y$ , e a despesa realizada no consumo de bens manufaturados,

$p_M Q_M$ .

<sup>19</sup> Vd. deduções em apêndice.

<sup>20</sup> Ver equações (16), (17) e (18).

$$R_{MED} = p_{MED}q_{MED}, \quad (25)$$

$$R_{LUX} = p_{LUX}q_{LUX}. \quad (26)$$

Estas receitas correspondem também às despesas realizadas pelos turistas em cada um dos tipos de produtos turísticos. Assim, à medida que o rendimento real aumenta,<sup>21</sup> o quociente entre as despesas realizadas em produtos turísticos de qualidades elevada e média tende a aumentar<sup>22</sup> e a aproximar-se de  $\alpha_{LUX}/\alpha_{MED}$ . Por seu turno, o quociente entre as despesas em produtos turísticos de qualidades média e baixa tende a crescer<sup>23</sup> e a aproximar-se de  $\alpha_{MED}/\alpha_{CON}$ . Como  $\alpha_{CON} < \alpha_{MED} < \alpha_{LUX}$ , este resultado significa que as economias especializadas em turismo de maior qualidade convergem para níveis de receitas – e, portanto, de desenvolvimento económico – de longo prazo mais elevadas.

#### 4.5. COMPARAÇÃO ENTRE AS RECEITAS TURÍSTICAS DAS ECONOMIAS ESPECIALIZADAS EM TURISMO DE QUALIDADES BAIXA, MÉDIA E ELEVADA

Para uma economia com uma dotação de recursos turísticos elevada, a especialização em turismo de qualidade elevada é preferível à especialização em turismo de qualidade média se, no longo prazo, as receitas associadas à primeira alternativa forem superiores às receitas associadas à segunda. Formalmente, dever-se-á verificar a condição  $R_{LUX} > R_{MED}$ . Por sua vez, uma economia com uma dotação de recursos turísticos reduzida verá o turismo de qualidade média como vantajoso se, no longo prazo, se verificar a condição  $R_{MED} > R_{CON}$ . De qualquer uma destas duas condições resulta  $(Q_A/Q_B)^\beta > 1$ .

Esta condição significa que a especialização em turismo da melhor qualidade possível proporciona receitas tanto mais altas quanto mais acentuada for a discrepância entre os volumes alto e baixo de produção de bem turístico e quanto maior for a elasticidade da qualidade turística em relação ao grau de congestionamento turístico. Por outras palavras: num contexto no qual umas economias optam por oferecer um produto turístico de massas ( $Q_A$  alto) e outras optam por oferecer um produto turístico seletivo ( $Q_B$  baixo), e onde os turistas são avessos à congestão turística ( $\beta$  alto), a opção pela oferta de um produto turístico de luxo permitirá às economias especializadas neste tipo de oferta alcançar um nível de desenvolvimento económico mais alto do que as economias especializadas em turismo de massas.

<sup>21</sup> Num mundo sem rendimentos marginais decrescentes (como acontece no modelo de crescimento endógeno de Lucas, 1988), o rendimento real per capita tende a crescer indefinidamente ao longo do tempo.

<sup>22</sup> Demonstra-se que  $\partial(R_{LUX}/R_{MED})/\partial(r/p_{MED}) > 0$  e  $\lim_{r/p_{MED} \rightarrow \infty} R_{LUX}/R_{MED} = \alpha_{LUX}/\alpha_{MED}$  (vd. apêndice).

<sup>23</sup> Demonstra-se que  $\partial(R_{MED}/R_{CON})/\partial(r/p_{CON}) > 0$  e  $\lim_{r/p_{CON} \rightarrow \infty} R_{MED}/R_{CON} = \alpha_{MED}/\alpha_{CON}$  (vd. apêndice).

## 5. CONCLUSÃO E IMPLICAÇÕES

Este trabalho abordou a problemática da especialização produtiva em turismo por parte de uma pequena economia aberta. Procurou-se dar resposta a duas questões interligadas. Em primeiro lugar, procurou-se saber quais são as condições que se devem verificar para que a especialização em turismo não conduza a taxas de crescimento económico mais baixas do que as registadas por economias especializadas em atividades nas quais a produtividade é superior. Em segundo lugar, e assumindo que a especialização em turismo é uma opção viável do ponto de vista das taxas de crescimento económico, procurou-se saber se a dimensão da dotação de recursos turísticos afeta (ou não) os níveis de desenvolvimento económico alcançados no longo prazo.

A resposta à primeira questão foi obtida através do desenvolvimento de uma versão simplificada da adaptação que Lanza e Pigliaru (1994) fizeram a partir do modelo de crescimento endógeno de Lucas (1988) com *learning-by-doing*. Concluiu-se que para que a especialização em turismo seja uma opção preferível à especialização noutras atividades de maior produtividade, nomeadamente a manufatura, basta que a elasticidade de substituição entre o consumo desses dois bens seja baixa.

A resposta à segunda questão, objetivo primordial deste trabalho, baseou-se na análise do efeito da existência de dotações turísticas de diferente dimensão, conjugadas com diferentes níveis de oferta turística disponível. Dita conjugação repercutiu-se primeiro na qualidade dos produtos turísticos e depois nas receitas de longo prazo das economias especializadas em turismo. Concluiu-se que quanto maior for a disparidade entre os níveis de oferta turística (avaliados, por exemplo, em termos de capacidade hoteleira) disponibilizados pelas diferentes economias, maior será o benefício da especialização em turismo de qualidades alta (no caso das economias com dotações turísticas de grande dimensão) ou média (no caso das restantes economias). Este benefício é igualmente afetado pela perceção dos turistas em relação à qualidade dos produtos turísticos: quanto maior o grau de aversão dos turistas em relação ao turismo de massas, maior será o benefício da especialização em turismo da melhor qualidade possível. Concomitantemente, concluiu-se que o nível de rendimento – e, portanto, de desenvolvimento económico – alcançado no longo prazo é tanto maior quanto maior for a preferência dos consumidores pelos produtos turísticos de melhor qualidade.

É importante salientar as diferenças entre o trabalho que nos serviu de inspiração – Lanza e Pigliaru (1994) – e o nosso. Aqueles autores concluem que no longo prazo uma economia especializada em turismo de qualidade elevada pode, não só, registar taxas de crescimento económico superiores às registadas pelas economias especializadas em manufatura como também alcançar níveis de desenvolvimento económico mais elevados do que as economias especializadas em turismo de baixa qualidade. Nós concluímos que só as economias que disponham de uma elevada dotação de recursos turísticos são suscetíveis de oferecer um produto turístico de elevada qualidade e, por essa via, alcançar os resultados económicos de longo prazo preconizados por Lanza e Pigliaru (1994).

Os modelos apresentados e desenvolvidos, bem como as respetivas conclusões, permitem retirar algumas ilações particularmente úteis para as entidades públicas e privadas ligadas ao desenvolvimento turístico.

Em primeiro lugar, ressalta a ideia de que apesar da importância da existência de uma dotação de recursos abundantes, a capacidade de um destino se demarcar da tendência para a massificação é fundamental. De facto, se a vantagem decorrente da especialização em turismo depende do seu preço relativo e sendo necessário assegurar a competitividade do produto turístico, requer-se, necessariamente, o aumento da qualidade do mesmo através do incremento do seu valor acrescentado. Dito de outra forma, é necessário acrescentar valor ao produto turístico para que daí decorra um aumento da qualidade do mesmo que justifique um preço mais elevado.

Em segundo lugar, abre-se espaço para a intervenção dos poderes públicos. Tal acontece, por um lado, porque como o turismo de baixa qualidade é um bem de primeira necessidade, sempre existe procura para ele, o que constitui motivação suficiente para a sua proliferação. Assim, compete às entidades públicas criar um sistema de incentivos que contribua para a mitigação da oferta turística de baixa qualidade. Entre as várias medidas possíveis e apenas para ilustrar a tónica a imprimir, sugere-se: a criação de requisitos a que as empresas devem obedecer se se quiserem dedicar à atividade turística (em termos de qualidade das estruturas e infraestruturas, formação da mão-de-obra, etc.); a proteção dos recursos turísticos, vedando ou condicionando o seu acesso; a penalização do alojamento clandestino, etc. Por outro lado, a intervenção pública é igualmente justificada pela própria necessidade de assegurar a qualidade dos produtos turísticos. Não se deve esquecer que é o Estado quem fornece muitas das infraestruturas básicas que dão suporte à atividade turística (aqui, estamos a falar de estradas, saneamento básico, parques de estacionamento, serviços de saúde, sinalética, informação turística, etc.). Uma vez que a qualidade varia de forma diretamente proporcional à dotação de recursos turísticos ( $S$ ) e de forma inversamente proporcional ao volume de produção turística ( $Q$ ), tudo aquilo que o Estado possa fazer para aumentar o primeiro e diminuir ou conter o crescimento do segundo vai contribuir para melhor a qualidade do produto turístico.

Em terceiro lugar, ganham relevância as atividades de planeamento turístico. Como a maximização das receitas decorrentes da especialização turística exige a presença de uma elevada dotação de recursos turísticos, sugere-se o cuidadoso levantamento dos recursos turísticos existentes e aproveitáveis, bem como a avaliação da capacidade competitiva dos produtos turísticos neles baseados. As preocupações em termos de planeamento devem ser tanto maiores quanto maior for a dependência do produto turístico face a recursos naturais, ambientais ou de alguma forma perecíveis. Isto porque a degradação destes não só compromete a sustentabilidade do padrão de especialização produtiva escolhido, como pode conduzir a economia à completa estagnação económica, pois os fatores produtivos canalizados para o turismo dificilmente são aplicáveis noutras atividades com idêntica expectativa de rentabilidade.

A importância da dimensão da dotação de recursos turísticos merece uma ressalva. É verdade que se os recursos naturais e ambientais não são os únicos suscetíveis de aproveitamento turístico, então também é verdade que qualquer economia pode aumentar a sua dotação através da criação ou aproveitamento de outros tipos de recursos. Temos como exemplos a realização de festivais e feiras, a construção e dinamização de centros de congressos, etc. No entanto, estes tipos de atrações turísticas, concebidas pelo ser humano, sem tradição histórica e não necessariamente específicas do local onde são implantadas, são muito mais



fáceis de replicar. Em linguagem económica, constituem produtos com muitos substitutos próximos e, por isso mesmo, com uma procura muito mais sensível (ou seja, mais elástica) em relação ao preço. Assim, estes produtos, mesmo que tenham muito valor acrescentado, oferecem sempre uma margem muito menor à aplicação de estratégias baseadas nos preços.

Em quarto e último lugar, sugere-se a canalização dos esforços de marketing para as camadas populacionais detentoras de níveis de rendimento mais elevados. Uma primeira justificação reside no facto de que se um produto turístico de qualidade elevada é, ao mesmo tempo, um produto de elevado valor acrescentado, então ele também é, tendencialmente, mais caro e, por isso mesmo, apenas acessível a quem tem capacidade para o adquirir. Uma outra justificação reside no diferencial entre os níveis de procura enfrentados pelos vários destinos e, concomitantemente, entre os níveis de qualidade dos mesmos. Assim, quanto maior for o número de destinos que, por opção, por mau planeamento ou ausência de intervenção pública, se converterem em destinos de menor qualidade, maior será a escassez relativa de produtos turísticos de elevada qualidade. Logo, maior será a disponibilidade do consumidor com elevados grau de aversão ao congestionamento turístico e capacidade financeira para pagar um preço mais alto.

A evidência empírica tem sugerido que o turismo, sobretudo o internacional, é um produto de luxo, o que torna a sua procura bastante sensível às oscilações do ciclo económico. Sendo assim, uma última justificação para a aposta no segmento populacional detentor de rendimentos elevados é o facto de o padrão de consumo desta categoria de indivíduos ser pouco sensível às oscilações do rendimento subjacente ao ciclo económico. Dito de outra forma, destinos que oferecem produtos turísticos de elevada qualidade direcionados para as camadas socioeconómicas elevadas estão menos dependentes dos ciclos económicos internacionais. Como tal, também sofrem com menos agressividade alguns dos custos subjacentes ao desenvolvimento da atividade turística (como seja a dependência económica relativamente à própria atividade turística).

Obviamente, as conclusões e ilações aqui apresentadas estão intimamente ligadas ao enquadramento teórico assumido, à forma como certos conceitos foram definidos e introduzidos na análise e às formas funcionais escolhidas. Em estudos futuros, seria interessante testar a sensibilidade das nossas conclusões face a diferentes enquadramentos teóricos (nomeadamente o sugerido por Baumol, 1967), definições e formas funcionais.

## REFERÊNCIAS

- Albaladejo, I.; González-Martínez, M.; Martínez-García, M. (2014) Quality and endogenous tourism: An empirical approach. *Tourism Management*, 41, 141-147.
- Albaladejo, I.; Martínez-García, M. (2015) An R&D-based endogenous growth model of international tourism. *Tourism Economics*, 21(4), 701-719.
- Álvarez-Albelo, C.; Hernández-Martín, R. (2009) Specialization in luxury goods, productivity gaps and the rapid growth of small tourism countries. *Tourism Economics*, 15(3), 567-589.
- Augustyn, M.; Ho, S. (1998) Service quality and tourism. *Journal of Travel Research*, 37(1), 71-75.
- Baumol, W. (1967) Macroeconomics of unbalanced growth: The anatomy of urban crisis. *American Economic Review*, 57(3), 415-426.
- Bhat, M. (2012) Tourism Service Quality: A dimension-specific assessment of SERVQUAL. *Global Business Review*, 13(2), 327-337.
- Boland, L. (2008) Assumptions controversy. In *The New Palgrave Dictionary of Economics*, London, Palgrave Macmillan.
- Breda, Z. (2004) Avaliação do potencial de desenvolvimento turístico ao nível local: Uma proposta de metodologia aplicada ao concelho de Ílhavo. *Revista de Turismo e Desenvolvimento*, 1(1), 35-42
- Butler, R. (1980) The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Denicolai, S.; Cioccarelli, G.; Zucchella, A. (2010) Resource-based local development and networked core-competencies for tourism excellence. *Tourism Management*, 31(2), 260-266.
- Dixit, A.; Stiglitz, J. (1977) Monopolistic competition and optimum product diversity. *American Economic Review*, 67(3), 297-308.
- Dwyer, L.; Forsyth, P.; Dwyer, W. (2010) *Tourism Economics and Policy*. United Kingdom, Channel View Publications.
- Espinet, J.; Saez, M.; Coenders, G.; Fluvià, M. (2003) Effect on prices of the attributes of holiday hotels: A hedonic prices approach. *Tourism Economics*, 9(2), 165-177.
- Fick, G.; Ritchie, J. (1991) Measuring service quality in the travel and tourism industry. *Journal of Travel Research*, 30(2), 2-9.
- Friedman, M. (1953) The methodology of positive economics. In *Essays in Positive Economics*, Chicago, University of Chicago Press, 3-16.
- Garrigos-Simon, F.; Narangajavana-Kaosiri Y.; Narangajavana, Y. (2019) Quality in tourism literature: A bibliometric review. *Sustainability*, 11(14), 1-22.
- Geary, R. (1950-1951) A note on 'A constant-utility index of the cost of living'. *Review of Economic Studies*, 18(1), 65-66.
- Gómez, C.; Lozano, J.; Rey-Maqueira, J. (2008) Environmental policy and long-term welfare in a tourism economy. *Spanish Economic Review*, 10(1), 41-62.
- Huang, W.-J.; Beeco, J.; Hallo, J.; Norman, W. (2016) Bundling attractions for rural tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(10), 1387-1402.
- Jansen-Verbeke, M. (1986) Inner-city tourism: Resources, tourists and promoters. *Annals of Tourism Research*, 13(1), 79-100.
- Lanza, A.; Pigliaru, F. (1994) The tourist sector in the open economy. *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 41(1), 15-28.

- Lanza, A.; Temple, P.; Urga, G. (2003) The implications of tourism specialization in the long run: An econometric analysis for 13 OECD economies. *Tourism Management*, 24(3), 315-321.
- Leibenstein, H. (1950) Bandwagon, snob, and Veblen effects in the theory of consumers' demand. *Quarterly Journal of Economics*, 64(2), 183-207.
- Li, K.; Jin, M.; Shi, W. (2018) Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*, 26, 135-142.
- Lozano, J.; Gomez, C.; Rey-Maqueira, J. (2008) The TALC hypothesis and economic growth theory. *Tourism Economics*, 14(4), 727-749.
- Lucas, R. (1988) On the mechanics of economic growth. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3-42.
- Mangion, D.; Durberry, R.; Sinclair, T. (2005) Tourism competitiveness: Price and quality. *Tourism Economics*, 11(1), 45-68.
- Mukherjee, S.; Adhikari, A.; Datta, B. (2018) Quality of tourism destination: A scale development. *Journal of Indian Business Research*, 10(1), 70-100.
- Narayan, B.; Rajendran, C.; Sai, L. (2008) Scales to measure and benchmark service quality in tourism industry: A second-order factor approach. *Benchmarking*, 15 (4), 469-493.
- Narayan, B.; Rajendran, C.; Sai, L.; Gopalan, R. (2009) Dimensions of service quality in tourism: An Indian perspective. *Total Quality Management and Business Excellence*, 20(1), 61-89.
- Nunkoo, R.; Seetannah, B.; Jaffur, Z.; Moraghen, P.; Sannasee, R. (2019) Tourism and economic growth: A meta-regression analysis. *Journal of Travel Research*, 59(3), 404-423.
- Park, J.; Jeong, E. (2019) Service quality in tourism: A systematic literature review and keyword network analysis. *Sustainability*, 11(13), 1-21.
- Pechlaner, H.; Tschurtschenthaler, P. (2003) Tourism policy, tourism organisations and change management in Alpine regions and destinations: A European perspective. *Current Issues in Tourism*, 6(6), 508-539.
- Pham, T. (2019) Tourism productivity theory and measurement for policy implications: The case of Australia. *Journal of Travel Research*, 59(2), 247-266.
- Pina, I.; Martínez-García, M. (2013) An endogenous growth model of international tourism. *Tourism Economics*, 19(3), 509-529.
- Romer, P. (1986) Increasing returns and long run economic growth. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002-1037.
- Romer, P. (1987) Growth based on increasing returns due to specialization. *American Economic Review*, 77(2), 56-62.
- Soler, I.; Gemar, G. (2019) A measure of tourist experience quality: The case of inland tourism in Malaga. *Total Quality Management and Business Excellence*, 13-14(3), 1466-1479.
- Solow, R. (1956) A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- Uzawa, H. (1962) Production functions with constant elasticities of substitution. *Review of Economic Studies*, 29(4), 291-299.
- Webber, D.; Webber, G.; Berger, S.; Bradley, P. (2018) Explaining productivity in a poor productivity region. *Environment and Planning A*, 50(1), 157-174.

## APÊNDICE

### DEDUÇÃO DA EQUAÇÃO (12)

Dada a relevância dos preços no contexto das atividades turísticas, a taxa de crescimento de uma economia especializada em turismo corresponde à taxa de crescimento das respetivas receitas totais ( $RT$ ) em termos do produto manufaturado, ou seja, à taxa de crescimento de:

$$RT_t = P_t \times Q_{T_t}.$$

Nesta expressão o subscrito  $t$  designa o momento do tempo e  $P_t$  e  $Q_{T_t}$  correspondem, respetivamente, aos termos de troca (i.e. ao quociente entre o preço do produto turístico e o preço do produto manufaturado) e ao produto turístico. Supondo que ambas as variáveis evoluem exponencialmente às taxas  $\frac{\dot{P}}{P}$  (equação 9) e  $\lambda_T$  (equação 4), respetivamente, teremos:

$$P_{t+1} = P_t \times e^{\frac{\dot{P}}{P}},$$

$$Q_{t+1} = Q_t \times e^{\lambda_T},$$

bem como

$$RT_{t+1} = RT_t \times e^{\frac{\dot{P}}{P} + \lambda_T} \Rightarrow \frac{RT_{t+1}}{RT_t} = e^{\frac{\dot{P}}{P} + \lambda_T}.$$

Como tal, a taxa de crescimento discreta da economia completamente especializada em turismo ( $Y_T$ ) será dada por:

$$Y_T = (e^{\frac{\dot{P}}{P} + \lambda_T} - 1) \times 100\%,$$

e a respetiva taxa de crescimento instantânea por:

$$Y_T = \frac{\dot{P}}{P} + \lambda_T.$$

Uma vez que  $\frac{\dot{P}}{P} = (\lambda_M - \lambda_T)\sigma^{-1}$  (equação 11), teremos

$$Y_T = \lambda_T + (\lambda_M - \lambda_T)\sigma^{-1},$$

o que corresponde à equação (12).

### DEDUÇÃO DAS EQUAÇÕES (21), (22) E (23):

O lagrangiano relativo ao problema do consumidor é dado por:

$$\mathcal{L} = (q_{CON} - \theta)^{\alpha_{CON}} (q_{MED})^{\alpha_{MED}} (q_{LUX})^{\alpha_{LUX}} + \lambda(r - p_{CON}q_{CON} - p_{MED}q_{MED} - p_{LUX}q_{LUX}),$$

cujas condições de primeira ordem correspondem a:

$$\begin{cases} \alpha_{CON}(q_{CON} - \theta)^{\alpha_{CON}-1}(q_{MED})^{\alpha_{MED}}(q_{LUX})^{\alpha_{LUX}} - \lambda p_{CON} = 0 \\ \alpha_{MED}(q_{CON} - \theta)^{\alpha_{CON}}(q_{MED})^{\alpha_{MED}-1}(q_{LUX})^{\alpha_{LUX}} - \lambda p_{MED} = 0 \\ \alpha_{CON}(q_{CON} - \theta)^{\alpha_{CON}}(q_{MED})^{\alpha_{MED}}(q_{LUX})^{\alpha_{LUX}-1} - \lambda p_{LUX} = 0 \\ r - p_{CON}q_{CON} + p_{MED}q_{MED} + p_{LUX}q_{LUX} = 0 \end{cases}$$

A resolução das condições de primeira ordem permite obter as seguintes funções procura:

$$\begin{cases} q_{CON} = \frac{r}{p_{CON}}\alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX})\theta \\ q_{MED} = \frac{r}{p_{MED}}\alpha_{MED} - \alpha_{MED}\frac{p_{CON}}{p_{MED}}\theta \\ q_{LUX} = \frac{r}{p_{LUX}}\alpha_{LUX} - \alpha_{LUX}\frac{p_{CON}}{p_{LUX}}\theta, \end{cases}$$

que correspondem às equações (21), (22) e (23), respetivamente.

**DEMONSTRAÇÃO DAS NOTAS DE RODAPÉ 21 E 22:**

As receitas provenientes da especialização em turismo de qualidades baixa, média ou alta são dadas, respetivamente, por:

$$R_{CON} = p_{CON}q_{CON},$$

$$R_{MED} = p_{MED}q_{MED},$$

$$R_{LUX} = p_{LUX}q_{LUX}.$$

Substituindo as respetivas funções procura em cada uma das expressões obtemos:

$$R_{CON} = p_{CON} \left[ \frac{r}{p_{CON}}\alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX})\theta \right],$$

$$R_{MED} = p_{MED} \left( \frac{r}{p_{MED}}\alpha_{MED} - \alpha_{MED}\frac{p_{CON}}{p_{MED}}\theta \right),$$

$$R_{LUX} = p_{LUX} \left( \frac{r}{p_{LUX}} \alpha_{LUX} - \alpha_{LUX} \frac{p_{CON}}{p_{LUX}} \theta \right).$$

De forma perfeitamente equivalente, temos:

$$R_{CON} = r\alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX})\theta p_{CON},$$

$$R_{MED} = r\alpha_{MED} - \alpha_{MED}\theta p_{CON},$$

$$R_{LUX} = r\alpha_{LUX} - \alpha_{LUX}\theta p_{CON}.$$

O quociente entre  $R_{LUX}$  e  $R_{CON}$  é dado por:

$$\frac{R_{LUX}}{R_{CON}} = \frac{r\alpha_{LUX} - \alpha_{LUX}\theta p_{CON}}{r\alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX})\theta p_{CON}} = \frac{\frac{r}{p_{CON}}\alpha_{LUX} - \alpha_{LUX}\theta}{\frac{r}{p_{CON}}\alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX})\theta}.$$

A derivada daquele quociente em relação a  $r/p_{CON}$  é dada por:

$$\frac{\partial \left( \frac{R_{LUX}}{R_{CON}} \right)}{\partial \left( \frac{r}{p_{CON}} \right)} = \frac{\alpha_{LUX} \left[ \frac{r}{p_{CON}}\alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX})\theta \right] - \alpha_{CON} \left( \frac{r}{p_{CON}}\alpha_{LUX} - \alpha_{LUX}\theta \right)}{\left[ \frac{r}{p_{CON}}\alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX})\theta \right]^2}.$$

Demonstra-se facilmente que esta derivada apenas é positiva se:

$$\alpha_{MED} + \alpha_{LUX} > \alpha_{CON}.$$

Uma vez que  $0 < \alpha_{CON} < \alpha_{MED} < \alpha_{LUX} < 1$ , a condição encontrada é universal, pelo que a derivada em questão é estritamente positiva.

Por sua vez, o limite do quociente  $R_{LUX}/R_{CON}$  à medida que  $r/p_{CON}$  tende para o infinito é dado por:

$$\lim_{(r/p_{CON}) \rightarrow \infty} \left( \frac{R_{LUX}}{R_{CON}} \right) = \lim_{(r/p_{CON}) \rightarrow \infty} \left[ \frac{\frac{r}{p_{CON}}\alpha_{LUX} - \alpha_{LUX}\theta}{\frac{r}{p_{CON}}\alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX})\theta} \right].$$

Aplicando a regra de Cauchy, obtemos

$$\lim_{(r/p_{CON}) \rightarrow \infty} \frac{\left(\frac{r}{p_{CON}} \alpha_{LUX} - \alpha_{LUX} \theta\right)'}{\left(\frac{r}{p_{CON}} \alpha_{CON} + (\alpha_{MED} + \alpha_{LUX}) \theta\right)'} = \lim_{(r/p_{CON}) \rightarrow \infty} \frac{\alpha_{LUX}}{\alpha_{CON}} = \frac{\alpha_{LUX}}{\alpha_{CON}},$$

o que permite demonstrar o resultado apresentado na nota de rodapé 21.

Procedendo de forma idêntica para o quociente entre  $R_{MED}$  e  $R_{CON}$  demonstra-se que a derivada desse quociente em relação a  $r/p_{CON}$  é estritamente positiva e que o limite desse quociente à medida que  $r/p_{CON}$  tende para o infinito é igual a  $\alpha_{MED}/\alpha_{CON}$ , o que nos permite demonstrar o resultado apresentado na nota de rodapé 22.