

A Relação entre o Planejamento Urbano e a Competitividade dos Destinos Turísticos

Linking Urban Planning and Competitiveness of Tourist Destinations

La relación entre la planificación urbana y la Competitividad de los Destinos Turísticos

Thays Cristina Domareski Ruiz¹
José Manoel Gonçalves Gândara²

Resumo: O estudo da competitividade vem sendo conduzido a partir de novos contextos, como por exemplo, o viés da competitividade de destinos turísticos, o que tem provocado significativas mudanças em termos de produção de conhecimento, mesclando áreas e proporcionando uma reflexão multidisciplinar. Este artigo tem como objetivo analisar a relação entre o planejamento urbano e a competitividade dos destinos turísticos, dois conceitos que refletem diretamente no desenvolvimento das cidades. A metodologia do trabalho busca através de uma revisão bibliográfica analisar os modelos de avaliação de competitividade e identificar a relação do planejamento urbano no desenvolvimento da competitividade. A pesquisa confirma a relação direta do planejamento urbano com quatro dos seis modelos de competitividade de destinos turísticos analisados.

Palavras-Chave: Turismo; Competitividade; Planejamento Urbano; Infraestrutura e Serviços Urbanos; Destinos Turísticos.

Abstract: The study of competitiveness has been driven from new contexts, such as the competitiveness of tourist destinations, which has caused significant changes in terms of knowledge production, mixing areas and providing a multidisciplinary reflection. This article aims to analyze the link between urban planning and competitiveness of tourist destinations, two concepts that directly reflect the development of cities. The methodology used was a literature review, analyzing models of competitiveness and identifying the link of urban planning in the development of competitiveness. The research confirms the direct link of urban planning in four of the six models analyzed.

Keywords: Tourism; Competitiveness; Urban Planning; Urban Infrastructure And Services; Tourist Destinations.

Resumen: El estudio de la competitividad ha sido impulsada de nuevos contextos, como el sesgo de la competitividad de los destinos turísticos, lo que ha provocado cambios significativos en términos de

¹ Mestre em turismo pela UNIVALI. Doutoranda em Geografia na UFPR. E-mail: thaysdomareski@gmail.com;

² Doutor em turismo e desenvolvimento sustentável pela ULPGC, professor e pesquisador do Departamento de Turismo e do Mestrado em Turismo e do Programa de Mestrado e Doutorado em Geografia da UFPR. E-mail: jmgandara@yahoo.com.br

producción de conocimiento, mezclando temas y provocado una reflexión multidisciplinar. Este artículo tiene como objetivo analizar la relación entre la planificación urbana y la competitividad de los destinos turísticos, dos conceptos que reflejan directamente el desarrollo de las ciudades. La metodología utilizada fué una revisión de la literatura analizando los modelos de evaluación de la competitividad y la identificación de la relación de la planificación urbana en el desarrollo de la competitividad. La investigación confirma la relación directa de la planificación urbana con cuatro de los seis modelos analizados.

Palabras clave: Turismo; Competitividad; Planificación Urbana; Infraestructura y Los Servicios Urbanos; Destinos Turísticos.

1 INTRODUÇÃO

A cidade, o espaço urbano, passa a integrar a paisagem geográfica enquanto parte necessária de um espaço social complexo e pleno de contradições que simultaneamente estimulam o desenvolvimento e reprodução das relações sociais de produção, num movimento de construção de novos espaços e destruição/apropriação de espaços pretéritos (Limonad, 1999).

A globalização da economia e de todo o tipo de atividades e processos determinam as cidades como motor de desenvolvimento, o que faz com que esse processo de crescimento se torne ainda mais complexo em função das condicionantes da globalização. Dessa forma, a globalização se caracteriza como consequência do processo evolutivo da economia como um todo (Lopes, 1998).

Em termos geoeconômicos, o fenômeno já consolidado da globalização naturalmente criou as condições para o acirramento da competitividade entre cidades e regiões. Conforme afirma Metaxas (2007), os parâmetros para avaliar esta competitividade são distintos, ou seja, aspectos como balanços de comércio, taxa de câmbio e gerenciamento de demanda não podem ser justapostos a esta realidade.

Todo o processo de expansão e segmentação do turismo proporciona novas oportunidades para países e regiões, muitas vezes apropriando/alterando a função dos espaços. (Knafou, 2001). Neste sentido, o turismo assume papel de destaque como estratégia de desenvolvimento local, onde o planejamento urbano é capaz de gerar vantagens estratégicas como respostas competitivas aos novos desafios da globalização através da transformação das cidades.

Considerando o exposto anteriormente, este artigo busca responder a seguinte questão de pesquisa: Existe relação entre o planejamento urbano e a competitividade dos destinos turísticos?

Neste sentido, a cidade é entendida como produto da interação entre agentes sociais, pertencentes à iniciativa privada, ao poder público e a sociedade civil. Segundo Carlos (1994), Ribeiro (2005), Limonad (1999), Ascher (2010), Moura (2007), Lopes (1998), Souza (2005), Fernandes; Ruiz; Gândara (2012), tal interação ocorre para que a sociedade possa produzir um espaço que atenda suas necessidades, visando o funcionamento do ciclo do capital e da produção humana, sendo uma apropriação do espaço urbano pela sociedade.

Esta pesquisa se justifica pela necessidade de maior conhecimento sobre o turismo no

espaço urbano e sua relação direta à competitividade das localidades como destinos turísticos, matéria recente no campo das pesquisas acadêmicas, o que demanda melhor compreensão acerca de seus procedimentos, particularmente aqueles adotados por localidades que os empregaram e obtiveram, em função disso, significativa melhoria nos indicadores econômicos, ambientais e sociais (Bessa; Teixeira, 2007).

Dessa forma, este artigo tem como objetivo principal analisar a relação entre o planejamento urbano e a competitividade dos destinos turísticos, dois conceitos que refletem diretamente no desenvolvimento das cidades, focando nos aspectos de infraestrutura urbana e serviços.

2 PLANEJAMENTO URBANO E COMPETITIVIDADE

Quando o objetivo da localidade é o desenvolvimento turístico, o modelo de planejamento e gestão do espaço urbano deve ser o mais apropriado às suas potencialidades e a seu nicho mercadológico (Bessa; Teixeira, 2007).

O planejamento urbano, segundo um ponto de vista contemporâneo lida basicamente com os processos de produção, estruturação e apropriação do espaço urbano. A interpretação destes processos, assim como o grau de alteração de seu encadeamento, varia de acordo com a posição a ser tomada no processo de planejamento e principalmente com o poder de atuação do órgão planejador.

Todo planejamento é fundamentado por ações, projetos, estratégias e planos voltados para o futuro do qual sem a intervenção não se alcançaria um determinado resultado (Ruschmann, 1997). Neste contexto, o planejamento do espaço urbano é responsável por todo o processo de idealização, criação e desenvolvimento de soluções que visam melhorar, revitalizar ou criar certos aspectos dentro de uma determinada área urbana ou região, tendo como objetivo principal proporcionar aos habitantes uma melhoria na qualidade de vida.

O Plano Diretor é o instrumento básico da política de desenvolvimento do município, onde sua principal finalidade é orientar a atuação do poder público e da iniciativa privada na construção dos espaços urbano e rural na oferta dos serviços públicos essenciais, visando assegurar melhores condições de vida para a população (Brasil, 2001, artigo 40).

O foco dos planos diretores deve estar nas funções mais diversas como: morar, trabalhar, locomover, lazer, entre outras, mas também na intenção de encontrar um lugar de destaque para as cidades na economia global. (Yázigi, 2001; Souza, 2005; Queirós, 2009; Brasil, 2001; César; Stigliano, 2010).

Toda essa legislação urbanística existe para se estabelecer limites às ações humanas que interferem no espaço urbano e na qualidade de vida na cidade. Essas ações estão relacionadas com as necessidades próprias de uma vida em um grande centro urbano, como moradia, trabalho, educação, saúde, locomoção, alimentação e lazer (Curitiba, 2004).

No Plano Diretor, instrumento de planejamento e gestão, são elencados os planos setoriais, que evidenciam uma relação direta com o planejamento urbano das cidades: Mobilidade e Acessibilidade, Ocupação do Solo e Habitação de Interesse Social, Desenvolvimento Econômico, Desenvolvimento Social, Segurança e Defesa Social, Desenvolvimento Sustentável e Controle Ambiental (Curitiba, 2004). Neste sentido, os Planos Setoriais representam o ponto de partida para desenvolvimento da cidade nos seus aspectos legislativos e instrumentais (Curitiba, 2004).

Todo o processo de planejamento é pautado de ações relacionadas aos recursos, à infraestrutura, à gestão do município e à demanda. O planejamento urbano não deve ser pensado por uma visão estritamente física que priorize a ordenação do território, sua configuração arquitetônica, seus equipamentos coletivos, mas também, proporcionar um ambiente que possa possibilitar construir a cidadania em seus habitantes (Brasil, 2001; Lamas, 2000).

Ao analisar os planos diretores e instrumentos de planejamento, pode ser confirmada esta relação entre o planejamento urbano e o turismo, suas influências e contribuições (Curitiba, 2004). Sob esta ótica, as cidades turísticas representam uma nova forma de urbanização, porque elas são organizadas não para a produção, mas para o consumo de bens, serviços e paisagens (Luchiari, 1999).

As transformações nas formas de produção, consumo e convivência social nas sociedades modernas tem no conhecimento e na criatividade sua base dinamizadora. Por isso, estes atributos relacionados ao conhecimento e a criatividade constituem fator de altíssima relevância no desenvolvimento social, econômico e político de lugares e regiões na atualidade e isto se acentuará no futuro (Trigo; Mazaro, 2012). O contexto competitivo atual é de extrema complexidade e de incertezas, porém de estímulo e favorecimento a importantes mudanças, o que se pode interpretar como um momento de movimentos estratégicos relevantes (Kim; Mauborgne, 2005).

O planejador deve compreender a dinâmica de cada um destes elementos no desenvolvimento do turismo, verificando, conforme Santos (1997), que o espaço deve ser analisado como um todo, e não fragmentado, verificando as inter-relações existentes entre as mesmas, o que exige deste profissional uma visão holística e integrada de todo o processo.

Para entender melhor o conceito multifacetado como a competitividade se faz importante a relação com outros conceitos. Neste contexto, de globalização e desenvolvimento, a competitividade pode ser entendida como a capacidade crescente de gerar negócios lucrativos nas atividades econômicas relacionadas, de forma sustentável, superior à concorrência (Porter, 1989), onde os conceitos de planejamento urbano e gestão seguem em paralelo para atingir o desenvolvimento.

A competitividade de destinos turísticos pode ser definida, como um conceito multidimensional, que requer a superioridade em diversos aspectos para ser obtida (Fonteles, 2004). É um conceito dinâmico e para acompanhar o complexo processo concorrencial, os destinos turísticos são pressionados pelo desafio de se manterem competitivos frente ao mercado

(Crouch; Ritchie, 1999).

Na competitividade de destinos turísticos geralmente não se apresenta o foco nos aspectos individuais dos produtos turísticos (recursos ambientais, transporte, serviços turísticos, hospitalidade, etc.), mas sim, no destino turístico integrado como componente do conjunto de facilidades (Buhalis, 2000; Ritchie; Crouch, 2000). Dwyer e Kim (2003) afirmam que a competitividade de destinos está relacionada à habilidade de prover produtos e serviços melhores do que aqueles oferecidos por outros destinos turísticos nos aspectos que o turista aprecia e valoriza.

Limonad (1999) salienta que se, no capitalismo competitivo, pouca importância foi atribuída, ao contexto urbano, isto mudou com a reprodução ampliada, globalização da economia e desenvolvimento do meio técnico-científico, que intensificou a concentração de capital nos centros industriais e criou uma pressão crescente por parte do capital e da força de trabalho por investimentos em infraestrutura, melhoria da habitação e serviços.

Evidencia-se então, que todo o processo de planejamento estimula a competição interurbana e um mercado de modelos de gestão, além de promover o desenvolvimento econômico local, pelo cumprimento de uma agenda “estratégica” com a qual possam assegurar a inserção competitiva de suas cidades (Compans, 1999).

Impulsionado pelo mercado de desenvolvimento e da globalização, o governo local apresenta tentativas de superar as restrições do planejamento convencional a fim de promover um plano de cidade visionário. O surgimento de um plano estratégico específico reflete esta mudança geral do planejamento da cidade no sentido de ser um importante instrumento para aumentar a competitividade econômica dos destinos turísticos (Wu; Zhang, 2007).

O conceito de competitividade urbana é geralmente definido como "a capacidade de uma economia (urbana) atrair e manter empresas com quotas de mercado estáveis ou crescentes de uma atividade e ao mesmo tempo manter ou aumentar os padrões de vida para aqueles que participam dele" (Shen, 2010).

Assim, é de fundamental importância que os destinos turísticos transformem-se em unidades integradas de planejamento e gestão, tendo como objetivo reunir diversas instituições e órgãos administrativos relacionados à atividade para a avaliação, planejamento e execução das decisões estratégicas para o desenvolvimento (Gândara, 2004).

Portanto, compreender os destinos turísticos como unidades integradas, pela característica multidisciplinar do fenômeno turístico, se faz necessário. E associando conceitos de planejamento urbano, gestão urbana, competitividade e desenvolvimento de maneira integrada, buscar-se-á conduzir as cidades para um futuro sustentável, o que significa neste caso “promover a produtividade no uso dos recursos ambientais e fortalecer as vantagens competitivas” (Durazo, 1997, p. 51).

3 METODOLOGIA

A proposta central deste artigo é a de relacionar as temáticas do planejamento urbano e da competitividade dos destinos turísticos, dois conceitos que refletem diretamente no desenvolvimento das cidades. Para compreender a relação entre a competitividade e o planejamento urbano foram analisados os seguintes modelos de avaliação da competitividade de destinos turísticos: Modelo de Porter, Modelo de Esser, Modelo de Crouch e Ritchie, Modelo de Heath, Modelo de Dwyer e Kim e o Global Competitiveness Report

Para tanto foram relacionados todos os determinantes de cada Modelo de Competitividade em questão, e posteriormente listaram-se todos os indicadores relacionados a cada determinante (atrativos, equipamentos, infraestrutura e superestrutura) com relação direta e/ou indireta com o planejamento urbano, de modo a verificar quais modelos apresentariam de forma mais explícita tal relação.

Neste sentido, o estudo se caracteriza como exploratório e se desenvolveu através de uma pesquisa bibliográfica. A análise e a validação dos resultados se deram, seguindo Laville e Dionne (1999), por emparelhamento com a discussão conceitual realizada anteriormente no marco teórico. O uso do emparelhamento justifica-se, uma vez que os pesquisadores buscaram, a partir de uma abordagem teórica, compreender o fenômeno estudado. Desta forma buscou-se comprovar a associação entre teoria e realidade, garantindo-se a qualidade do estudo desenvolvido (Krippendorff, 1980; Laville; Dionne, 1999).

4 ANÁLISE DOS MODELOS DE COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS EM RELAÇÃO AO PLANEJAMENTO URBANO

A literatura da área vem desenvolvendo estudos que procuram compreender o momento do turismo, e ao mesmo tempo contribuir para o processo de gestão e desenvolvimento do destino turístico. O novo contexto do turismo globalizado se caracteriza por uma situação onde a competitividade do destino é cada vez mais importante para aquelas economias que dependem diretamente da atividade turística (Taberner, 2007; Domareski, 2011).

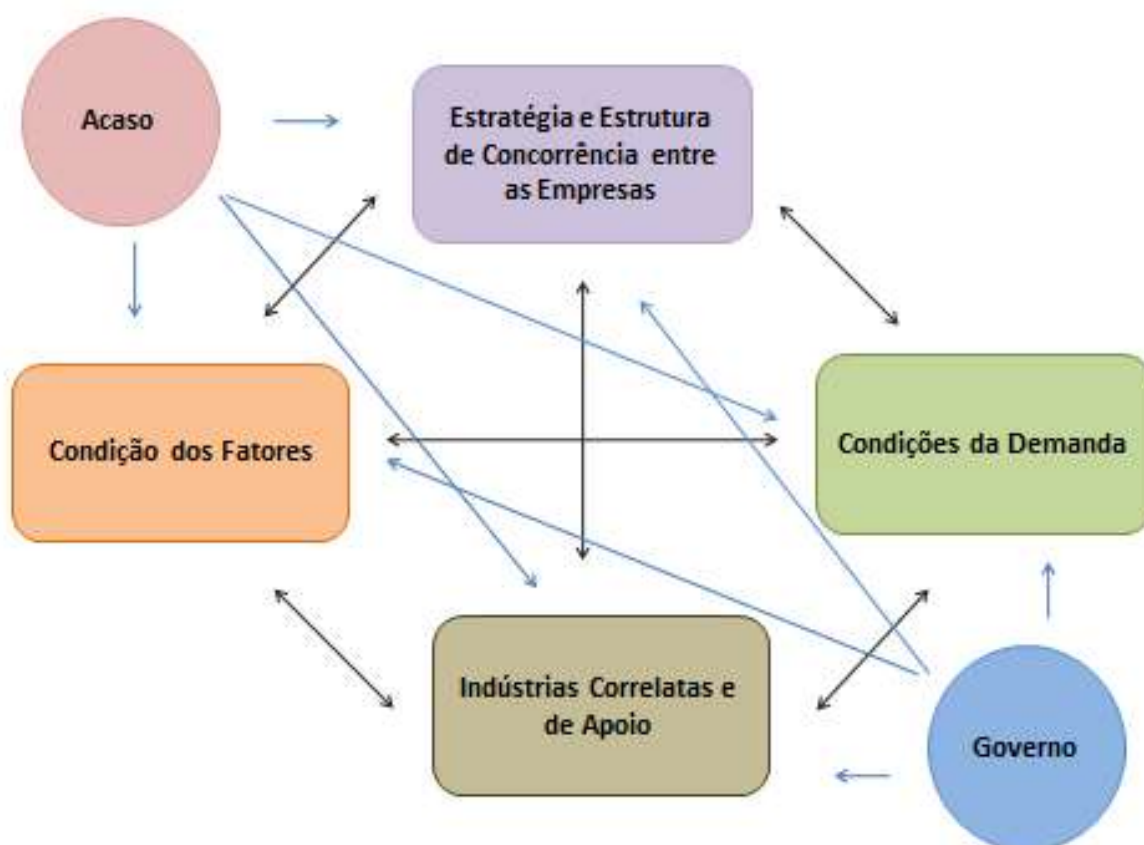
Identificam-se na literatura atual, diversos estudos de competitividade de destinos turísticos que possuem abordagens diferenciadas, um grande número de autores já se dedicou à compreensão dos estudos relacionados à de competitividade de destinos turísticos: Ritchie; Crouch, 1993; Evans; Johnson, 1995; Crouch; Ritchie, 1999; Kozak; Rimmington, 1999; Go; Govers, 2000; Hassan, 2000; Ritchie; Crouch, 2000; Mihalic, 1999; Kozak, 2001; Dwyer; Kim, 2003; Enright; Newton, 2004; Gooroochurn; Sugiyarto, 2005; Omerzel; Mihalic, 2007.

Após análise de vários estudos e modelos sobre competitividade se identificaram os mais relevantes para este estudo, que de fato se constituem em um salto qualitativo na análise da competitividade de destinos turísticos, que permitirão analisar seus determinantes a partir do enfoque na temática de planejamento urbano.

Dessa forma, seis modelos foram selecionados para a análise: Modelo de Porter, Modelo de Esser, Modelo de Crouch e Ritchie, Modelo de Heath, Modelo de Dwyer e Kim e o Global Competitiveness Report. Os dois primeiros serão tratados de maneira sucinta, pois não se relacionam diretamente com o planejamento urbano.

O modelo integrado de competitividade de Michael Porter foi formulado em 1989 e é conhecido como Diamante de Porter. Ele foi elaborado com o foco industrial/empresarial, caracterizando-se pelo foco na produtividade. O modelo relaciona quatro determinantes principais que são as condições de fatores, as condições de demanda, as indústrias correlatas e de apoio e a estratégia, estrutura de concorrência entre as empresas, que modelam o ambiente entre as nações e da mesma forma, promovem ou impedem, aumentam ou diminuem a vantagem competitiva (Domareski, 2011).

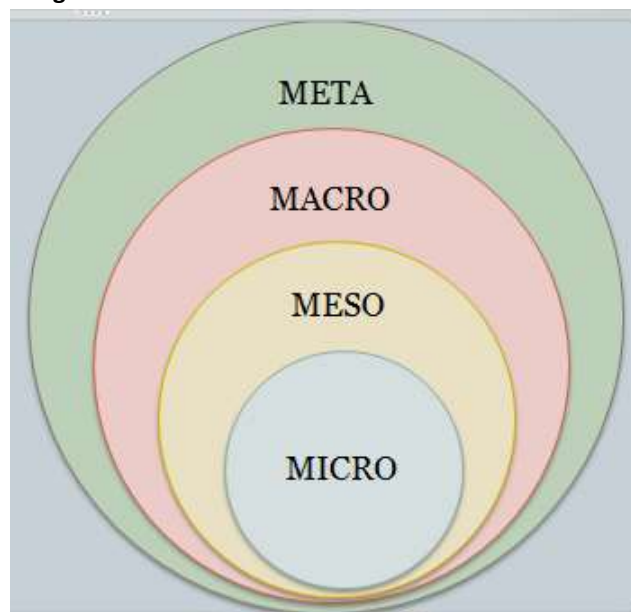
Figura 01 - Modelo de Porter



Fonte: Porter, 1989

O modelo de Esser et al (1994) foi patrocinado pelo Instituto Alemão de Desenvolvimento (IAD). Este também não foi desenvolvido especificamente para os destinos turísticos, tendo seu foco na produtividade. O modelo descreve uma metodologia que se fundamenta no processo da competitividade em uma organização social que gera vantagens competitivas em função da interação de múltiplos parâmetros de relevância do sistema, ou seja, é baseada na tomada de decisões conjuntas. Este modelo de análise sistêmica é composto em quatro níveis, sendo eles: meta (sociedade civil), macro (estado, política econômica de mercado), meso (estado, políticas horizontais) e micro (empresa). Estes dois modelos não serão descritos como os outros quatro por não serem relevantes à temática do planejamento urbano (Domareski, 2011).

Figura 02 - Modelo de Esser



Fonte: Esser et al. (1994)

4.1 Modelo de Calgary (1999)

O modelo de Calgary foi desenvolvido por Crouch e Ritchie em 1999 se constituindo uma das primeiras abordagens conceituais e explicativas na temática específica da competitividade de destinos turísticos.

O objetivo principal de Crouch e Ritchie era desenvolver um marco conceitual, um modelo de competitividade que seria baseado nas teorias da vantagem comparativa (Smith, 1776; Ricardo, 1817) e vantagem competitiva (Porter, 1989). Os autores consideram que o modelo desenvolvido por Porter serviu de ponto de partida para o desenvolvimento de uma abordagem de competitividade específica para o turismo.

Este modelo parte do princípio que o sistema turístico é um sistema aberto e, portanto, sujeito à influências tanto do ambiente global - macro, quanto do ambiente competitivo - micro,

que seria o *trade turístico*. Ritchie e Crouch (2003) apresentam um modelo de competitividade composto por cinco quadrantes: determinantes amplificadores e qualificadores, que seriam relativos à qualificação do destino turístico; políticas, planejamento e desenvolvimento do destino; gestão do destino turístico; recursos principais e atrativos; e por último os fatores de suporte e recursos.

Em cada quadrante se apresenta uma série de subitens. Além dos cinco quadrantes delimitados, existem no modelo ainda dois fatores adicionais o micro e macro ambientes competitivos. O micro ambiente competitivo é caracterizado pelos *stakeholders*³ turísticos. E o macro ambiente competitivo é caracterizado pela preocupação com o meio-ambiente, tendências demográficas e a interface da tecnologia e dos recursos humanos (Domareski, 2011).

Para Crouch e Ritchie (1999) a competitividade de um determinado local é uma determinante crucial para o seu desempenho no mercado mundial. Desenvolver o potencial turístico de qualquer país ou região depende substancialmente da sua capacidade em manter a vantagem competitiva no fornecimento de bens e serviços aos visitantes.

Os autores afirmam que o destino mais competitivo é aquele que garante o bem estar dos residentes, através da sustentabilidade do mesmo (Ritchie; Crouch, 2000 p.5). Os acontecimentos no ambiente global têm consequências variadas nos destinos turísticos. Eles podem alterar a atratividade do destino turístico, podem criar mercados emergentes, ajustar valores de gastos com as férias, entre outros. Estes acontecimentos devem servir para o destino turístico como leque de oportunidade em termos de inovação e novos mercados (Crouch, 2006).

Em 2000, houve a revisão deste modelo, onde os próprios autores acrescentaram dimensões políticas e o planejamento e destacaram o papel da sustentabilidade no contexto turístico, o que garantiu um caráter mais completo ao modelo. Para Crouch e Ritchie (2000), para ser realmente competitivo, o desenvolvimento e a gestão de um destino turístico deve ser sustentável não só economicamente e ecologicamente, mas social cultural e politicamente (Domareski, 2011).

³ São todos os indivíduos, grupos ou organizações que são afetados por ações de um projeto;

Figura 03 - Modelo de Crouch e Ritchie



Fonte: Crouch e Ritchie (1999)

4.2 Modelo de Heath (2003)

O modelo de Heath foi elaborado especificamente para a África do Sul, e após um extensivo trabalho de planejamento estratégico surgiu o modelo de competitividade.

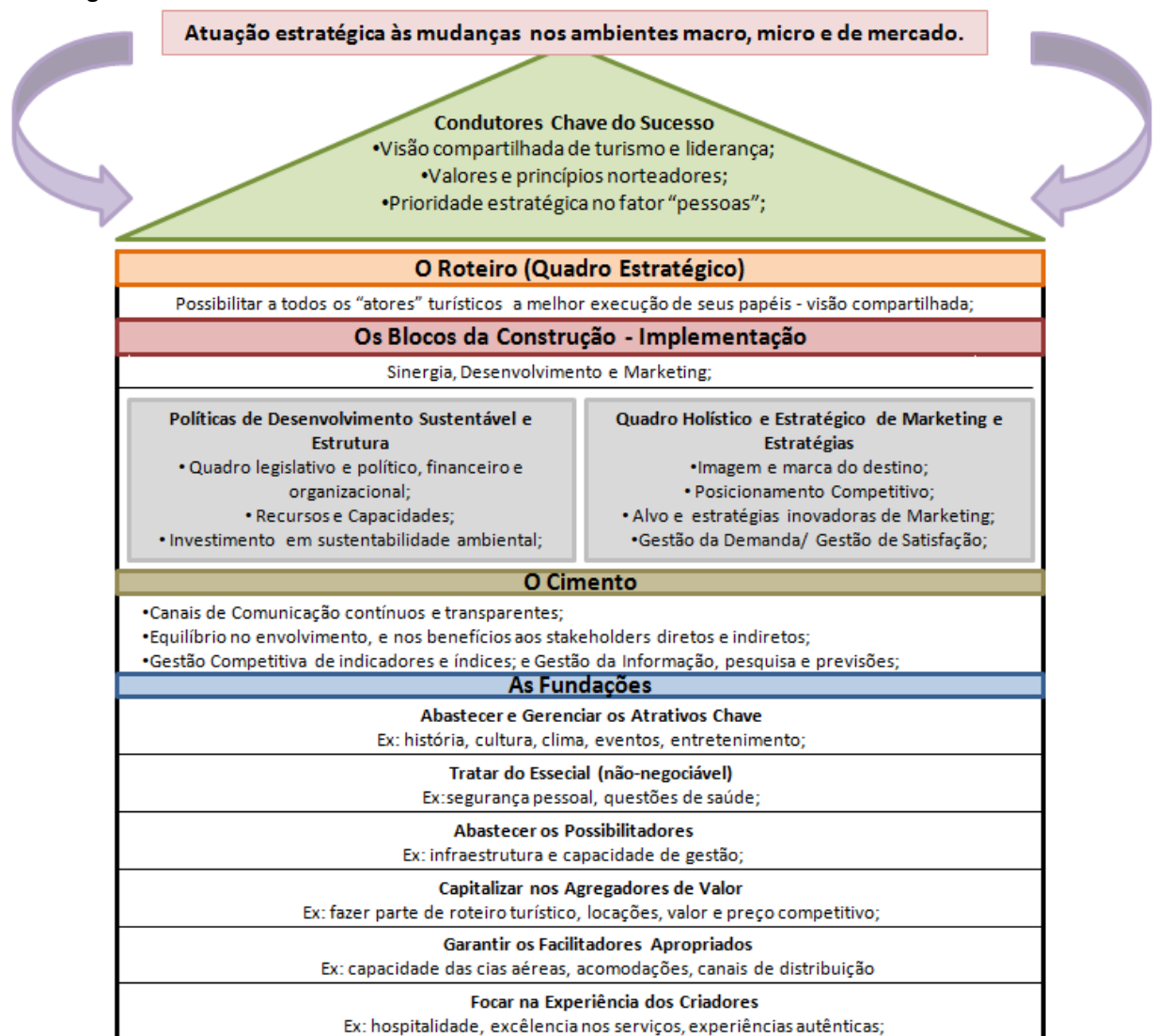
Este modelo é apresentado sob o formato de uma casa e compreende vários aspectos fundamentais, são eles: as fundações (base) que fornecem um suporte essencial para a competitividade, o cimento (uma liga para as diversas facetas da competitividade), os blocos de construção, que são essenciais para que o turismo aconteça de fato, em um destino, e o teto (a chave do sucesso), que inclui o capital humano, a população como parte integrante da competitividade do destino (Heath, 2003).

Uma análise do modelo permite determinar que os elementos que serviram de base são fundamentais para sustentar a competitividade, segundo o autor. Estes elementos serão denominados como atrativos, os “não negociáveis”, os capacitadores, os que agregam valor, os facilitadores, e os intensificadores de experiência.

De acordo com o que foi determinado no modelo, os atrativos seriam classificados em naturais e criados, como nos demais modelos apresentados até então. O que o autor caracteriza como não negociáveis são: segurança, proteção e facilidades na área da saúde que incluem: instabilidade política, probabilidade de terrorismo, criminalidade, registro de segurança no transporte, corrupção da polícia, a qualidade do saneamento, a prevalência de surto de doenças e a qualidade dos serviços médicos e disponibilidade de medicamentos.

Estes, por sua vez são compostos por vários determinantes onde o modelo associa o conceito de competitividade à metáfora de uma casa. No planejamento do destino turístico são utilizadas estratégias de análise, e fica evidente que para atingir a competitividade do destino deve se estabelecer uma visão compartilhada de liderança além de promover o empreendedorismo e a inovação (Heath, 2003).

Figura 04 - Modelo de Heath



Fonte: Heath (2003)

4.3 Modelo de Dwyer e Kim (2003)

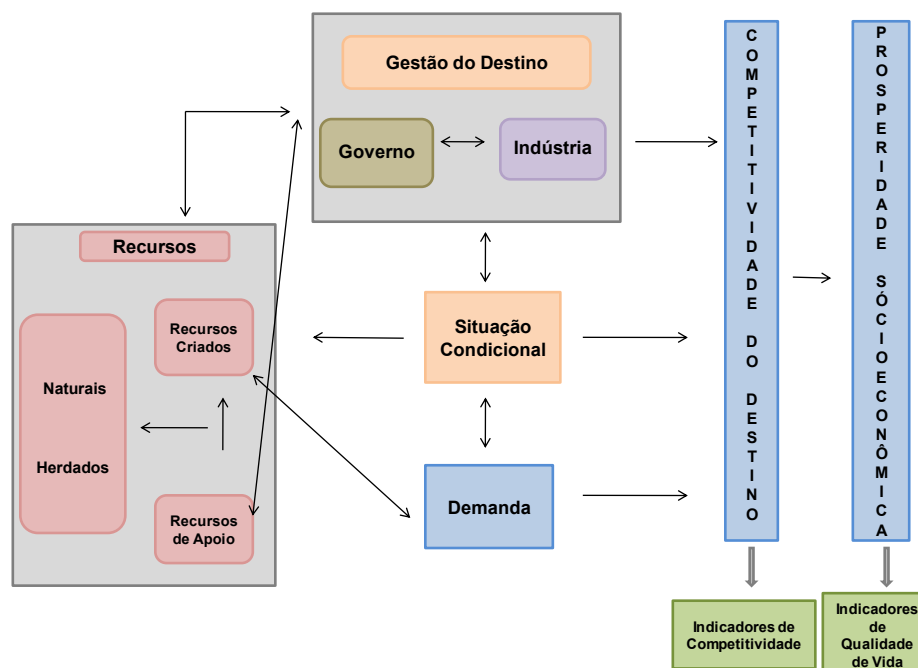
Com uma abordagem baseada no modelo conceitual de Crouch e Ritchie (2000), Dwyer e Kim (2003) desenvolveram um sistema de indicadores de competitividade de destinos turísticos que apresentam um conjunto de elementos mais integrados entre si, que eles consideram de extrema importância para a definição da competitividade do destino.

Assim, os autores identificam determinantes-chave na avaliação da competitividade dos destinos turísticos, apresentando elementos integrados e introduzindo alguns aspectos importantes na utilização dos indicadores, se denomina como sistêmico e apresenta diferentes elementos interligados e responsáveis por alguma dimensão da competitividade do destino turístico.

O modelo contempla quatro determinantes principais dispostos em quadrantes-chave, que seriam recursos, gestão do destino turístico, situação condicional e demanda. Estes determinantes se integram a fim de atingir a competitividade, porém o objetivo final seria a prosperidade socioeconômica do destino em questão.

Neste sentido, os determinantes selecionados por Dwyer e Kim (recursos dotados, criados, fatores de apoio, gestão do destino, condição situacional, fatores da demanda e indicadores de rendimento de mercado) de certa forma, estão relacionados ao planejamento, que por sua vez é uma ferramenta de gestão de destinos turísticos, focada na percepção do panorama atual em que a localidade se encontra, para guiar ao futuro desejado através dos próprios recursos.

Figura 05 - Modelo de Dwyer e Kim, 2003.



Fonte: Dwyer e Kim (2003).

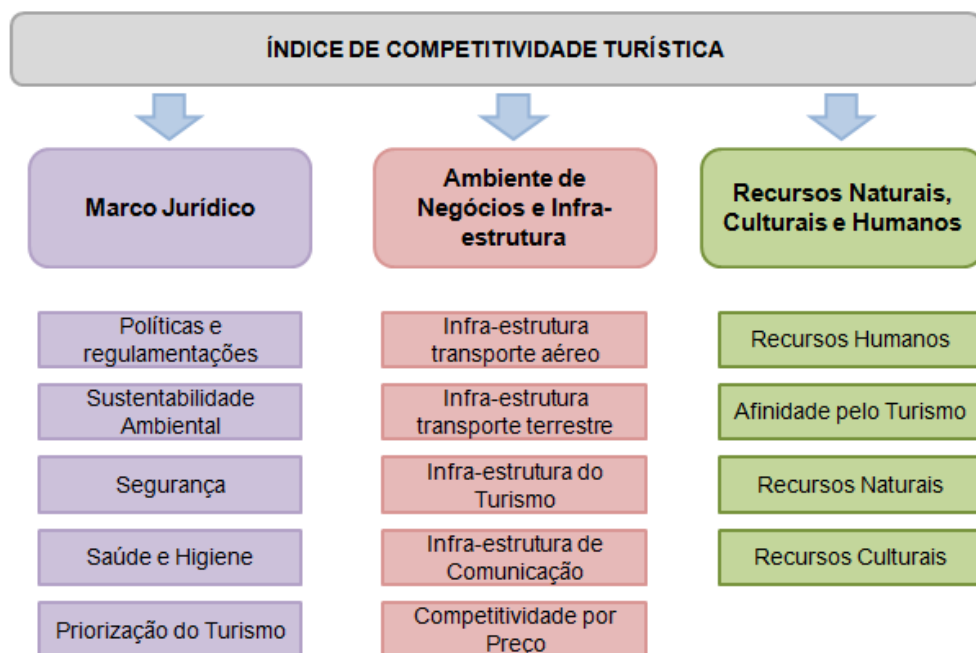
Cada um destes determinantes propõe uma consideração específica em relação ao planejamento que irá se afirmar através dos 150 indicadores pré-determinados.

No modelo de Dwyer e Kim (2003), os autores propõe a união de elementos globais que influenciam na competitividade do destino turístico. É considerado integrado, pois configura as categorias de gerenciamento relacionadas tanto ao micro quanto ao macroambiente.

4.4 Global Competitiveness Report – World Economic Forum

O relatório de Competitividade Global foi desenvolvido e publicado pela primeira vez em 2007 pelo WEF⁴ - Fórum Econômico Mundial. Este relatório é a principal publicação⁵ no Fórum Global de Competitividade da rede, que produz uma série de pesquisas que busca a integração e a complexidade do mundo da economia. Este índice foi elaborado com o apoio de Gooroochurn e Sugiyarto, com base dos dados do WTTC – World Travel and Tourism Council. É aplicado em mais de 200 países e é elaborado todos os anos um ranking dessas economias turísticas. O relatório de 2007 incluiu 124 países. No relatório de 2008, o número de países avaliados foi aumentado para 130 e em 2009 para 133 países.

Figura 06 - Índice de Competitividade Turística



Fonte: WEF (2009)

⁴ WEF - World Economic Forum;

⁵ Ainda apresentam publicações complementares que incluem o Relatório de Desenvolvimento Financeiro, Relatório Global Comercial, Relatório Global de Informação e Tecnologia e o Relatório Global de Competitividade em Viagens e Turismo, bem como vários estudos regionais e de países.

Os determinantes da competitividade são numerosos e considerados de grande complexidade, dessa forma, para o WEF, competitividade é o conjunto de instituições, políticas e fatores que determinam a produtividade de um país. Dessa forma, são avaliados os 12 pilares, com aproximadamente 110 indicadores.

O relatório verificou as dimensões fornecendo uma média ponderada dos diversos componentes, cada um deles reflete um aspecto do conceito complexo que chamamos de competitividade. Com base em dados secundários disponíveis em diversos órgãos internacionais e questionários distribuídos a líderes executivos na pesquisa de opinião anual do Fórum, foi elaborado um índice de competitividade fundamentado num modelo de 12 pilares de competitividade: instituições, infraestrutura, estabilidade macroeconômica, saúde e educação primária, que por sua vez se relacionam à elementos básicos. Educação de nível superior e treinamento, eficiência nos mercados de bens, eficiência do mercado de trabalho, sofisticação do mercado financeiro, disponibilidade de tecnologia e dimensão do mercado, que por sua vez se relacionam à eficiência do destino como um todo. E a sofisticação dos negócios e por último a inovação, que estão diretamente relacionados à inovação do destino turístico.

O índice foi desenvolvido em colaboração com Fórum Estratégico de Design Partner Booz & Company, a Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA), a União Internacional para Conservação da Natureza (IUCN), a Organização Mundial do Turismo (OMT) e Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC). A cada ano, a publicação lança um tema específico como foco da discussão.

4.5 Aspectos dos Modelos de Competitividade Relacionados ao Planejamento Urbano

O planejamento turístico evoluiu, ao longo dos anos, de uma preocupação pela planificação física e por sua promoção para um enfoque mais amplo, “que considera as necessidades das empresas, como dos próprios turistas e da comunidade receptora, de maneira que cada vez mais, se percebe a preocupação em criar ações coordenadas entre o turismo e o entorno social, econômico e ambiental” (OMT, 2001, p. 174).

O planejamento do turismo consiste em um processo dinâmico, flexível, em constante transformação (Bissoli, 1999; Ruschmann, 1997). Neste sentido, o panorama global de competitividade determina que os destinos turísticos sejam capazes de operar com maior produtividade em qualquer setor se aplicarem métodos sofisticados, adotarem tecnologia avançada e oferecerem produtos e serviços singulares (Porter, 1999).

A partir da discussão efetuada anteriormente referente às temáticas de planejamento urbano e de competitividade de destinos turísticos, bem como da análise dos modelos apresentados anteriormente, foram identificados os determinantes dos seis modelos de competitividade que apresentam aspectos ligados diretamente ao planejamento urbano⁶.

⁶ Para isso, se determinou a legenda: MCR – Modelo de Crouch e Ritchie, 1999; MH – Modelo de Heath, 2003; MDK – Modelo de Dwyer e Kim, 2003; GCR – Global Competitiveness Report, 2007

Na tabela 01 são listados os determinantes dos modelos que apresentam alguma relação com o planejamento urbano, ou seja, em algum momento, na descrição do modelo se faz menção à algum item ou aspecto relevante do planejamento urbano.

Tabela 01 - Aspectos dos Modelos de Competitividade (MCR, MDK, MH, GCR) relacionados com o Planejamento Urbano, Infraestrutura e Serviços Urbanos.
INFRAESTRUTURA EM GERAL Adequação da infraestrutura para satisfazer as necessidades dos visitantes; Infraestrutura geral e turística; Infraestrutura; Infraestrutura e capacidade de gestão; SAÚDE Saúde – centros médicos para os turistas; Questões de saúde; COMUNICAÇÃO Sistema de telecomunicações para o turista; Infraestrutura de comunicação; TRANSPORTE/ACESSO Sistema de transporte local; Infraestrutura de transporte local; Infraestrutura de transporte terrestre; Infraestrutura de transporte aéreo; ENERGIA Fornecimento de energia elétrica; SANEAMENTO Saneamento LIMPEZA Limpeza; Eliminação de resíduos; SEGURANÇA Segurança pessoal; Segurança para o turista; Proteção, segurança; Nível de segurança do turista no destino; Incidência de crime contra o turista no destino;

Fonte: Elaborado pelo autores

No contexto das temáticas abordadas neste artigo, competitividade de destinos turísticos e planejamento urbano, pode-se afirmar que dos seis modelos de competitividade analisados apenas quatro possuem aspectos relacionados diretamente ao planejamento urbano. Os aspectos mais relevantes evidenciados na análise foram: infraestrutura e serviços. Dentro de infraestrutura e serviços aparecem fundamentalmente infraestrutura geral, saúde, comunicação, transporte, energia, saneamento, limpeza e segurança.

O Modelo de Porter e o Modelo de Esser são os modelos de competitividade que menos possuem afinidades com o planejamento urbano já que apresentam outro foco. O Modelo de produtividade de Porter foi elaborado especificamente para empresas/indústrias e o Modelo de Esser por ser sistêmico e muito relacionado às questões políticas e governamentais, visando uma competitividade mais ampla, mais global. Ainda que, referente ao Modelo de Esser, se considerarmos a relação que a política e o governo estabelecem com o planejamento, através de seus planos diretores, planos setoriais e projetos, pode-se afirmar que o modelo apresenta uma relação indireta com o planejamento urbano.

No Modelo de Heath é levado em consideração um planejamento estratégico e visionário, sinergia do desenvolvimento do destino turístico, estratégias e políticas sustentáveis, administração, gestão e pesquisa do destino, além dos recursos, o que o aproxima nos aspectos do

planejamento urbano.

O Modelo de Dwyer e Kim é o modelo integrado e o primeiro a utilizar indicadores em sua formatação, este se aproxima do planejamento urbano por evidenciar aspectos como transporte e infraestrutura, onde os caracteriza como recursos de apoio, e como já foi elaborado para destinos turísticos apresenta vários itens evidenciando esta relação com o planejamento urbano.

O Modelo de Crouch e Richie foi desenvolvido com o foco no turismo e por esta razão tem uma percepção específica e diferenciada do destino turístico. Abrange os principais aspectos do planejamento urbano levantados na tabela 01.

No relatório do Global Competitiveness Report se observa que todos os aspectos relativos ao planejamento urbano, listados na tabela 01, estão em seus determinantes.

A temática da competitividade está se tornando um imperativo importante para o planejamento urbano das cidades. Neste sentido, o objetivo de criar um plano estratégico não é para controlar o desenvolvimento, mas sim promover o desenvolvimento urbano (Wu; Zhang, 2007).

Neste sentido, o sucesso da posição estratégica de um destino no mercado turístico, seja cidade, região ou país, evoca um conjunto de decisões que representam uma fonte de vantagem competitiva sobre outros destinos concorrentes (Pike, 2008; Montanari, Giraldi, 2012). Dessa forma, pode ser confirmada a relação cada vez mais próxima e de significativa importância entre as temáticas de planejamento urbano e competitividade de destinos turísticos.

Segundo Oliveira (2001), quando a cidade é construída com base em um planejamento urbanístico, possibilita investimentos em setores como os da cultura, esporte, lazer, educação, meios de transporte e abastecimento, meio ambiente a fim de criar uma imagem positiva da cidade e elevá-la ao status de modelo de urbanismo, dentre outros (Oliveira, 2001; Rechia, 2003).

Cabe ressaltar que o planejamento urbano se apresenta como um articulador entre o zoneamento e uso do solo, sistema viário e o transporte público (Curitiba, 2004). Todo esse processo de planejamento tem impactos diretos na população que usufrui diretamente desses serviços urbanos, e o resultado desse processo se reflete no desenvolvimento da cidade como um todo, por isto, chama a atenção que nenhum dos modelos determina importância ao sistema viário, somente à infraestrutura e ao transporte, o que pode ser considerada uma deficiência. Também merece destaque o fato de que os modelos analisados se referem ao meio ambiente, lazer, educação, porém sem se aprofundar muito, apenas reconhecendo a importância destes determinantes.

De fato, todo o processo de planejamento urbano se baseia no Plano Diretor que é o instrumento básico da política de desenvolvimento do município (Brasil, 2001, artigo 40), onde o principal objetivo é garantir uma melhor qualidade de vida à população através de ações de infraestrutura e serviços (Souza, 2005; Queirós, 2009; Brasil, 2001; César; Stigliano, 2010).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensar a cidade na tentativa de buscar novas ações para reorganizar o espaço urbano é um grande desafio, assim o planejamento urbano moderno se inicia com a análise das funções econômicas da cidade (Sidenbladh, 1972).

A complexidade de gestão é muito maior, devido a variedade de empresas e instituições envolvidas, faz-se necessário um amplo conhecimento do setor e uma integração de ações que permitam ser evitados desperdícios em função da duplicidade de estruturas de controle e supervisão da implementação de políticas, diretrizes e estratégias de desenvolvimento do destino (Crouch, 2006; Vianna, Anjos, Anjos, 2012).

O planejamento urbano estratégico buscou uma associação da imagem da cidade para torná-la competitiva e inseri-la através da comunicação e da promoção, na procura de um novo impulso ao crescimento urbano e econômico. Este discurso justifica e viabiliza novas práticas políticas e ações integradas de planejamento assim como algumas condições e oportunidades dos territórios urbanos tradicionais para atrair e fixar atores criativos e atividades inovadoras, enquanto se caracteriza a possibilidade de um desenvolvimento urbano competitivo.

Neste sentido, a evolução das discussões sobre competitividade de destinos turísticos e suas aplicações estão cada vez mais presentes nos estudos sobre destinos turísticos. Conceitos relacionados ao planejamento e gestão urbana, desenvolvimento e globalização estão diretamente relacionados aos estudos de competitividade.

Avanços no entendimento dos fatores que determinam a competitividade dos destinos e, acima de tudo, a inclusão da sustentabilidade como um indicador de desempenho têm levado ao desenvolvimento de vários modelos teóricos que tentam representar o sistema complexo do turismo (Mazaro, 2007).

Neste sentido, a competitividade deve ser vista como um processo, onde a diferenciação da gestão é um fator de primordial importância (Gândara; Chim-Miki; Domareski-Ruiz; Biz, 2013). Então, a existência de procedimentos de gestão de destinos que ajudem a enfrentar os desafios da globalização está entre os fatores possíveis de induzir vantagens competitivas (Costa; Brandão, 2010).

A competitividade global desenvolve novos desafios, apresentando necessariamente uma relação entre aspectos como qualidade, sustentabilidade, ciclo de vida, marketing e a competitividade de destinos turísticos (Crouch; Ritchie, 1999; Buhalis, 2000). Neste sentido, a competitividade dos destinos turísticos impacta diretamente no desenvolvimento das cidades, na sua qualidade e sustentabilidade, e dessa forma, o planejamento urbano representa um papel relevante e tem uma relação direta com o futuro dos destinos turísticos (Gândara, 2001).

Assim, a análise de todos os aspectos levantados e evidenciados no artigo serve de indicativo para futuras pesquisas, em estudos mais aprofundados.

REFERÊNCIAS

- Ascher, F. (2010). *Os novos princípios do urbanismo*. Trad. Nadia Somekh. São Paulo: Romano Guerra.
- Brasil. (2001). *Estatuto da cidade: Guia para implementação pelos municípios e cidadãos*. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações.
- Bessa, A.; Teixeira, L. A. (2007). Planejamento e gestão de intervenções urbanas como estratégia de desenvolvimento dos grandes destinos turísticos. *Observatório de Inovação do Turismo – Revista Acadêmica*, 2(1).
- Bissoli, M. (1999). *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. São Paulo: Futura.
- Buhalis, D. (2000) Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Research*.
- Carlos, A. F. (1994). *A (re) Produção do espaço urbano*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- César, P. A. B.; Stigliano, B.V. (2010). Urbanização turística: esboço para definição de uma categoria de espaço social. *Turismo em análise*. Universidade de São Paulo, 21(2), 406-420.
- Compans, R. (1999). O Paradigma das Global Cities nas estratégias de desenvolvimento local. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*. Campinas, n.1.
- Costa, C.; Brandão, F. (2010): Tourism observatories supporting regional tourism destinations' management and competitiveness: A model for the region of Aveiro, 205-217
- Crouch, G. I. (2006). Destination competitiveness: Theory and managerial framework. *Seminário Competitiveness and Management of Tourism Destinations*, February 10. Agência do Arade, Portimão, Carvoeiro, Lagoa, Algarve.
- Crouch, G. I.; Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Crouch, G.I.; Ritchie, J.R. Brent. (2000) The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21(1),1-7.
- Domareski, T.C. (2011). *A competitividade das destinações turísticas: O caso de Foz do Iguaçu (PR) Brasil*. Dissertação de Mestrado – Turismo e Hotelaria – Univali.
- Dwyer, L.; Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6, 369-414.
- Durazo, E. P. (1997). Desarrollo sustentable de las ciudades. *Ciudades*, México, 34, 51.
- Enright, M. J.; Newton J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6),777-788.
- Esser, et al. (1994): *Competitividad sistémica: competitividad internacional de las empresas y*

políticas requeridas. Berlim: Instituto Alemão de Desenvolvimento.

Evans, M.; FOX, J.; Johnson, R.; (1995). Identifying competitive strategies for successful tourism destination development. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 3, 37-45.

Fernandes, D.; Ruiz, T.C.D.; Gândara, J.M.G. (2012). O Impacto do planejamento urbano na imagem da cidade. *Semintur*.

Fonteles, J. O. (2004). *Turismo e impactos socioambientais*. São Paulo: Aleph.

Gândara, J.M.G.; Chim-Miki, A.F.; Domareski-Ruiz, T.C.; Biz, A. A. (2013). La competitividad turística de Foz do Iguazu según los determinantes del integrative model de Dwyer & Kim: Analizando la estrategia de construcción del futuro. *Cuadernos de Turismo*, 31, 105-128

Gândara, J. M. G. (2001). *La imagen de calidad ambiental urbana como recurso turístico*:

el caso de Curitiba, Brazil. 2001. 471 fl. Tese (Doutorado em Turismo e Desenvolvimento Sustentável) – Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria.

Gândara, J. M. G. (2004). La calidad y la competitividad de los destinos turísticos urbanos. *Turismo Visão e Ação* (Itajaí), 6, 69-93.

Go, F. M.; Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21, 79-88.

Gooroochurn, N.; Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25-43.

Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38, 239-245.

Heath, E. (2003): "Towards a model to enhance destination competitiveness: a South Africa perspective". *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 10(2), 124-141.

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. *Plano diretor 2004: O planejamento urbano de Curitiba*. Web site. Acedido em Agosto 26, 2012, em <http://www.ippuc.org.br/ippucweb/sasi/home/>

IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. Planos Setoriais. Web site. Acedido em agosto, 20 2012, em <http://www.ippuc.org.br/>.

Knafou, R. (2001). Turismo e território: Para um enfoque científico do turismo. In Rodrigues, Adyr B. *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec. 62-74.

Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: an introduction to its methodology*. London: Sage Publications.

Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005). *A estratégia do oceano azul*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Kozak, M.(2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784–807.

Kozak, M.; Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual

considerations and empirical findings. *Hospitality Management*, 18.

Lamas, José M. R. G. (2000). *Morfologia urbana e desenho da cidade*. 2. ed. sl: Fundação Calouste Gulbenkian.

Laville, C.; Dionne, J. (1999). *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: UFMG.

Limonad, E. (1999). *Reflexões sobre o espaço, o urbano e a urbanização*. Universidade Federal Fluminense. GEOgraphia, 1(1).

Lopes, R. (1998). *A Cidade Intencional: O planejamento estratégico das cidades*. Rio de Janeiro, 2 ed.

Luchiari, Maria Tereza D. P. (1998). Urbanização turística - um novo nexo entre o lugar e o mundo. In: LIMA, Luiz Cruz (Org.). *Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico*. Fortaleza: Ed. UECE p. 15-29.

Mazaro, R. (2007). Factores Determinantes de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. Observatório de Inovação do Turismo – *Revista Acadêmica*, 2(1).

Metaxas, T. (2007). *City marketing and city competitiveness: an effort of reviewing the last 25 years*. Department of Planning and Regional Development, School of Engineering. University of Thessaly.

Mihalic, T. (1999). Environmental management of a tourist destination – A factor of tourism competitiveness, *Tourism Management*, 21, 65-78.

Montanari, M.G.; Giraldi, J.M.E. (2013). Competitividade no turismo: Uma comparação entre Brasil e Suíça. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. São Paulo, 7(1), 92-113, jan./abr.

Moura, R. (2007). O turismo no projeto de internacionalização da imagem de Curitiba. *Turismo - visão e ação*. Itajaí, 9(3), 341-357.

Oliveira, I. C. E. (2001). *Estatuto da cidade; Para compreender...* Rio de Janeiro: IBAM/DUMA.

Omerzel, D.; Mihalic, T. (2007). Destination competitiveness: Applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29, 294-307.

OMT, Organização Mundial do Turismo. (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Rocca.

Pike, S. (2008). *Destination marketing: an integrated marketing communication approach*. Oxford: Elsevier.

Porter, M. (1989): *Vantagem competitiva*. 18 ed. Rio de Janeiro, Campus.

Porter, M. (1999). *Competição: estratégias competitivas essenciais*, 11ed. Rio de Janeiro, Elsevier.

Queirós, M. (2010). Barcelona(s): cidade dos projectos ou projectos da cidade? *Finisterra*, Lisboa, 90, 7-32. Acedido em nov. 20, 2002, em <http://www.ceg.ul.pt/finisterra/>

Rechia, S. (2003). *Parques públicos de Curitiba: A relação cidade-natureza nas experiências de lazer*. Tese (Doutorado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual

de Campinas, Campinas.

Ribeiro, Renata M. (2005). *Planejamento urbano, espaços públicos de lazer e turismo no bairro Uberaba em Curitiba* - PR. 2005. 135f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFPR, Curitiba.

Ricardo, D. (1817) - *Princípios de economia política e tributação*. São Paulo: Abril Cultural.

Ritchie, J. R. B.; Crouch, G. I. (2000). The Competitive Destination: a sustainability perspective. *Tourism Management*, 21(1), 1-7.

Ruschmann, D. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Campinas: Papirus, 1997.

Santos, M. (1997). *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 2ª ed. São Paulo: HUCITEC.

Shen, X. (2010). Urban Core competitiveness: Evaluation and track by GPCA. *School of Management, China* p.32-36.

Sidenbladh, G. (org.). (1972). *Cidades: A urbanização da humanidade*. In: *Estocolmo: Uma cidade planejada*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar editores.

Smith, A. (1776) - *A riqueza das nações: Investigação sobre sua natureza e suas causas*. 2 ed. São Paulo: Nova Cultural.

Silva, J. A. (1995). *Direito urbanístico brasileiro*. São Paulo: Malheiros.

Souza, M. L. de. (2005). *ABC do desenvolvimento urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand.

Taberner, J.G. (2007). Measuring destination competitiveness: na exploratory study of the Canaries, mainland Spain, France, the Balearics and Italy. *Tourism Today*.

Trigo, L.G.G.; Mazaró, R. (2012). Movimentos globais e cenários em turismo: Uma realidade dinâmica, uma viagem ao futuro. *Turismo em Análise*, 23(3).

Vianna, S.L.G.; Anjos, F.; Anjos, S.J.G. (2012). Análise da Correspondência entre a competitividade percebida e a competitividade efetiva de uma destinação turística. *Revista Rosa dos Ventos*, 4(4), 486-505, out./dez.

Wu, F. & Zhang, J. (2007). Planning the competitive city-region: The emergence of strategic development plan in China. *Urban Affairs Review*, 42(5), 714-740.

Yázigi, E. (2001). *A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano*. São Paulo: Contexto.

Artigo recebido em: 22/11/2012.

Artigo aprovado em: 16/08/2013.