

Análise da Competitividade da Praia do Cumbuco/CE enquanto destinação turística: da percepção dos empresários à realidade do turismo no local

Keila Cristina Nicolau MOTA¹

Resumo: A competitividade tem sido estudada observando objetivos que transcendem a obtenção de um desempenho superior em relação a seus concorrentes, mas também que contribuam com o desenvolvimento das destinações turísticas e com a sustentabilidade e a qualidade de vida de seus residentes. Esta pesquisa teve como objetivo analisar a competitividade da Praia do Cumbuco/CE enquanto destinação turística no Ceará em 2015. O estudo quanti-qualitativo, de cunho descritivo e analítico, foi baseado em pesquisa bibliográfica e de campo, realizada de julho de 2013 a junho de 2014, utilizando a metodologia proposta por Mota, Vianna e Anjos (2013). Foi analisada a percepção dos gestores públicos e privados quanto ao desempenho competitivo da destinação turística e comparada ao desempenho médio do Estado do Ceará, baseada em vários indicadores, e concluiu-se que a destinação apresenta problemas que comprometem sua competitividade. Os resultados apontaram para um destino não competitivo na visão dos gestores e abaixo da média do estado em muitos dos indicadores analisados. Identificou-se a necessidade de políticas públicas voltadas para a divulgação e manutenção da destinação turística, não havendo a devida valorização dos atrativos naturais, os quais são bem competitivos para a destinação, além da ausência de articulação público-privada. Pretendeu-se subsidiar o planejamento turístico e a formulação de estratégias voltadas à orientação dos investimentos e contribuir com a comunidade local.

Palavras-chave: Competitividade. Turismo. Destinações turísticas. Planejamento Turístico. Cumbuco/CE.

Introdução

A elevada competitividade das destinações turísticas no mundo tem promovido estudos que científicos que observam sua complexidade e apontam para objetivos que transcendem a obtenção de um desempenho superior em relação a seus concorrentes, mostrando a necessidade de apresentar resultados que efetivamente contribuam com o desenvolvimento local, também ligados à sustentabilidade e à qualidade de vida de seus residentes. O ponto de partida para análise da competitividade nos destinos turísticos cearenses é o aprofundamento de estudos e aplicação de metodologias capazes de identificar em que nível o Ceará se encontra em suas principais destinações.

O Fluxo turístico das capitais na região Nordeste está em constante ascensão, pois cresceu 161,07% de 2002 a 2011. O Estado do Ceará apresentou em 2011 o segundo maior fluxo turístico dos estados do Nordeste com 4.614.000 de turistas, depois da Bahia com 6.593.000, num total de 25.702.000 de turistas da região Nordeste. Fortaleza apresentou em

¹ Pós-doutora em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Doutora em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Doutora em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Mestre em Administração pela Universidade Estadual do Ceará (UECE) e Graduada em Turismo pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR). Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) e da Universidade Estadual do Ceará (UECE). E-mail: motakeila@yahoo.com.br. Esta pesquisa contou com a participação das bolsistas Elida Cristine Peixoto Braga e Vanessa de Sousa Santos (IFCE-PIBIC/FUNCAP).

2011 o segundo maior fluxo turístico entre as capitais do Nordeste, ficando atrás apenas de Salvador/BA (com 3.140.000 turistas anuais) (CTI/NE, 2012).

Por isso, sabe-se que tanto a iniciativa privada como o estado vêm buscando fazer investimentos em infraestrutura turística e qualificar pessoas para acompanhar o ritmo de crescimento de seu fluxo turístico, revelando-se como uma destinação capaz de se consolidar como destinação turística receptiva.

Entretanto, apesar do grande crescimento, indaga-se nesta pesquisa sobre qual o nível de competitividade percebido pelos gestores na destinação turística da Praia do Cumbuco/CE e quais fatores fortalecem a competitividade do Cumbuco enquanto destinação turística no Estado do Ceará. Acreditou-se como hipótese desta pesquisa que H1) os gestores percebem o destino como medianamente competitivo e que H2) os fatores que fortalecem a competitividade do Cumbuco estão voltados para os recursos naturais (especialmente praias, dunas, lagoas e clima – no caso do Cumbuco), a infraestrutura e os serviços.

Para isso, estabeleceu-se como objetivo geral desta pesquisa analisar a competitividade da Praia do Cumbuco/CE enquanto destinação turística no Ceará em 2015. Os objetivos específicos envolveram: a) identificar o nível de competitividade percebido pelos gestores turísticos na praia do Cumbuco/CE e b) analisar os fatores que fortalecem a competitividade do Cumbuco enquanto destinação turística no Ceará.

O desenvolvimento desta pesquisa foi baseado no método de abordagem hipotético-dedutivo, elaborando-se conjecturas baseadas no conhecimento prévio do tema e seus problemas constatados. Tratou-se de uma pesquisa descritivo-explicativa e analítica, com método quanti-qualitativo. Baseou-se em pesquisa bibliográfica e de campo, realizadas entre julho de 2013 a junho de 2014, baseada em fontes diretas e indiretas, pela própria pesquisadora com auxílio de duas bolsistas. A pesquisa bibliográfica foi realizada em livros, dissertações e teses, artigos de periódicos e anais de eventos científicos da área de turismo e administração. Na pesquisa de campo, foi adotada como estratégia principal, o desenvolvimento de um estudo de caso, na praia do Cumbuco/CE, aplicando a metodologia de competitividade proposta por Mota, Vianna e Anjos (2013).

Foram adotados como universo desta pesquisa os dados apresentados pela SETUR/CE e pelo CADASTUR do Ministério do Turismo (CADASTUR, 2012), envolvendo todos os gestores privados dos hotéis e pousadas e dos restaurantes e empreendimentos de Alimentos e Bebidas do Cumbuco. Observou-se a ausência de inventário turístico e documentação precisa por parte dos órgãos públicos de Caucaia, além da grande rotatividade de estabelecimentos privados. Alguns operavam na informalidade e temeram participar da pesquisa, o que resultou numa participação relativa de cerca de um terço dos gestores. Dos 32 hotéis e pousadas existentes, 15 participaram da pesquisa e dos 35 bares e restaurantes locais, 08 participaram da pesquisa, perfazendo um total de participação relativa de 35,29% dos gestores privados.

Para o setor público, optou-se por pesquisar os gestores responsáveis pelo turismo no Município como a Secretaria de Turismo Municipal de Caucaia. Foram entrevistados o Secretário e seus assessores diretos.

A coleta de dados envolveu a visita aos empreendimentos do setor de hospedagem e alimentos e bebidas do Cumbuco, através de entrevistas diretas, aplicadas aos gerentes e supervisores dos estabelecimentos privados. O instrumento de pesquisa do setor privado e público foi um formulário com questões fechadas, considerando diversas variáveis, conforme sugerido por Mota, Vianna e Anjos (2013), que visava saber a percepção dos gestores públicos e privados quanto à competitividade do destino turístico em relação ao desempenho médio dos demais destinos turísticos do Estado. Está organizado numa escala de desempenho que varia de 1 a 6 sendo 6 o mais alto. Para efeito da análise de cada indicador, verificou-se como não competitivo (pontuação entre 1 e 3,49) ou competitivo (pontuação entre 3,5 e 6).

Foi definido o desempenho competitivo médio do Estado do Ceará em 2013, visando estabelecer os padrões de comparação com o município selecionado para a pesquisa, na Praia do Cumbuco, no Ceará. Para esta definição, o presente estudo adotou como base de comparação para avaliar o desempenho do destino escolhido, em vários indicadores propostos na metodologia, a média estadual divulgada pela SETUR/CE. Para realizar a tabulação dos dados coletados foi utilizado o software de apoio Microsoft Office Excel 2010, considerando a média e o desvio padrão das respostas obtidas. Por fim, o material coletado foi submetido a um tratamento analítico em função dos objetivos da pesquisa e a análise foi elaborada à luz da realidade municipal e estadual e da teoria da competitividade.

Este artigo está dividido em quatro partes sendo a primeira a introdução com seus objetivos e metodologia, a segunda com o referencial teórico, a terceira com os dados do Ceará e do Cumbuco enquanto destinação turística e a última com os resultados e análises da pesquisa de campo, seguidas da conclusão e das referências.

Bases conceituais sobre competitividade e destinações turísticas

O presente estudo pautou-se no aprofundamento das discussões sobre um tema complexo e a respeito do qual há muito interesse na atualidade: a competitividade das destinações turísticas.

Considerando-se os estudos que analisam a destinação turística como os de Buhalis (2000) e Crouch (2010) e os conceitos teóricos dos estudos de Wernerfelt (1984), Barney (1991), Porter (1986 e 1989), Teece, Pisano e Shuen (1997), Ghemawat (2000), Mintzberg e outros que permitiram Viana (2011) a formulação de um conceito próprio de competitividade que pudesse englobar todos os principais aspectos discutidos pelos autores citados.

Observou-se também os estudos sobre os modelos voltados para análise da competitividade que foram elaborados por Porter (1989), Esser *et al.* (1996), Heath (2002), Dwyer e Kim (2003), Ritchie e Crouch (2003), Goorochurn e Sugiyarto (2004) e Blanke, Chiesa e Herrera (2009), com o intuito de verificar como a mesma poderia ser mensurada e

avaliada. Esta revisão mostrou que uma tendência mais recente de que a competitividade não é um fim em si mesma, senão um meio que conduza à obtenção de um objetivo maior, que estaria ligado à melhoria da qualidade de vida de seus residentes. O estudo de Vianna (2011) permitiu a comprovação da existência de correspondência entre a competitividade e a qualidade de vida em destinações turísticas no sul do país, bem como a aplicação feita por Mota (2013) em Jijoca de Jericoacoara no Ceará, também analisados em (MOTA, VIANNA e ANJOS, 2013).

Esta constatação pode contribuir para a ampliação do diálogo e da articulação entre os diversos atores envolvidos no desenvolvimento das atividades turísticas em uma destinação de forma a racionalizar a aplicação de recursos e garantir que se elaborem planos de crescimento baseados nos princípios de eficiência e eficácia necessários para que sejam alcançados os objetivos e metas traçados para o setor.

Estudos mais recentes sobre a competitividade apontam que, quando se trata de percepção, os resultados podem ser variados como foi verificado no estudo de Eysteinnsson e Gudlaugsson (2012), que verificaram que a percepção dos turistas, tanto antes da viagem quanto depois de visitar uma destinação, pode ser diferente da percepção dos gestores quanto à competitividade de uma destinação turística. Eles analisaram a percepção dos turistas e gestores quanto aos 10 aspectos definidos por Crouch, identificados como sendo os atributos de maior influência nas destinações turísticas; são eles: fisiografia e clima, cultura e história, superestrutura do turismo, oferta de atividades, consciência / imagem, eventos especiais, entretenimento, infraestrutura, acessibilidade e posicionamento do destino. Foi verificado que, na pesquisa que realizaram em Iceland, entre esses atributos ou aspectos pesquisados, os turistas tiveram uma percepção mais elevada quanto à competitividade do destino do que os gestores, tanto antes quanto depois da visita.

A percepção sobre a competitividade de um destino pode divergir inclusive entre os seus próprios gestores, como verificou Omerzel (2011), quando realizou um estudo com o objetivo de mostrar quais os pontos fracos da Slovenia em relação à competitividade do destino na visão dos seus gestores. O estudo se baseou em Dewar e Kim e os fatores de competitividade analisados foram concentrados nos seguintes: recursos herdados, recursos criados, fatores de apoio, condições situacionais, gestão e demanda. Quatro grupos foram identificados e concluiu-se que os seus gestores não compartilham da mesma opinião a respeito da competitividade do destino e que a Slovenia ainda não fez um progresso satisfatório quanto às providências necessárias para a melhoria contínua das atividades relacionadas ao turismo, elevando sua posição competitiva no mercado.

Observou-se, também, em outros estudos que a competitividade de um destino pode ser baseada na oferta monopolista (ou quase) de atrativos turísticos singulares capazes de sustentar um elevado índice de demanda. Os estudos realizados em Kinmen por Chien-Min, Sheu Hua, Hong Tau (2011) analisaram variáveis como a percepção dos turistas quanto às atrações e recursos do destino turístico, bem como a satisfação dos turistas quanto ao desempenho do serviço prestado visando relacionar com a competitividade do destino. Constataram que não há correlação entre a satisfação dos turistas e a competitividade global

destino. Verificaram que as características singulares de um destino turístico considerado único podem ser as mais importantes variáveis para a competitividade do destino.

Da mesma forma, o estudo de Pavlic, Perucic e Portolan (2011), ressalta a importância da satisfação dos turistas para a divulgação da boa imagem do destino turístico ao redor do mundo, neste contexto globalizado.

No Brasil ou tendo o Brasil como foco de pesquisa, poucos estudos abordam diretamente esta área. Destaca-se a pesquisa de Domareski (2011), sobre a competitividade das destinações turísticas em Foz do Iguaçu (PR), local que, com seus atrativos únicos como as Cataratas do Iguaçu e a Itaipu Binacional, apresenta elementos representativos para o desenvolvimento da competitividade com vistas a garantir melhores resultados e benefícios a sua comunidade.

Um estudo realizado no Sul do Brasil, em Urubici, revelou que a transferência de conhecimentos sobre um destino ocorre de diferentes formas, mas principalmente através de reuniões periódicas entre empresas do trade turístico. Entretanto, esse tipo de comunicação e a troca de informações ainda não estão articulados para impulsionar a competitividade do destino na localidade analisada (STACKE, HOFFMANN e COSTA, 2012).

A pesquisa de Benedetti, Çakmak e Dinnie (2011) apontou alguns pontos fortes e fracos do Brasil como destino turístico de holandeses frente aos demais destinos semelhantes. Concluiu que o Brasil tem como pontos fortes o estilo de vida e a capacidade de atrair grandes eventos locais e internacionais e como um de seus pontos fracos tangíveis a acessibilidade aérea, bem como a infraestrutura de transporte interna no país. Como ponto fraco intangível a pesquisa destacou que o Brasil poderia melhorar na receptividade e relacionamento hospitaleiro entre anfitrião-convidado.

Outros estudos internacionais abordam a competitividade através de pesquisas com a imagem do destino e seu posicionamento como os de Pike e Mason (2011) na Austrália, de Thi Lan Huong Bui (2011) no Vietnã, de Naidoo e Ramseook-Munhurrin (2012) na Ilha Maurício do Oceano Índico, de Kesić e Pavlić (2011) em Dubrovnik na Croácia e de Cavuta (2011) em Pescara na Itália.

Entretanto, em termos de metodologia e avanço conceitual, esses estudos recentes tem a mesma concepção sobre a competitividade que se adotou nesta pesquisa, admitindo-a como sendo um veículo que poderá proporcionar qualidade de vida aos moradores de uma localidade turística competitiva, como os estudos de Fernando e Wei Long (2012), que propuseram um modelo conceitual para a competitividade do cluster turístico, sob a perspectiva macroeconômica, baseado no modelo de Dwyer e Kim (2003). Dividiram o modelo em quatro estágios, com vários fatores, onde o primeiro estágio seria a vantagem comparativa, o segundo a vantagem competitiva, o terceiro seria o das oportunidades e ameaças e o quarto estágio seria a própria competitividade, que, em longo prazo, traria a prosperidade socioeconômica da destinação turística, ao mesmo tempo em que promoveria a qualidade de vida de seus residentes.

O Estado do Ceará e a praia do Cumbuco como destinação Turística

O Estado do Ceará possui 8.448.055 habitantes, sendo 75% concentrados em zona urbana e 51,25% do sexo feminino (dados de 2010). Está localizado no Nordeste brasileiro, possui uma área de 148.825,6 km² e em sua evolução político-administrativa possui 184 municípios e 839 distritos, correspondendo a 9,58% da Região Nordeste e a 1,75% da área do Brasil (IPECE, 2010).

A maioria de seu território está em região do semiárido nordestino, com clima predominantemente Tropical Quente Semiárido, com vegetação de caatinga. Possui temperaturas amenas que variam de 20 a 33 graus Celsius e umidade relativa do ar entre 75% e 80% (IPECE, 2010).

O Ceará possui uma economia baseada em serviços (IPECE, 2010), pois o valor do Produto Interno Bruto (PIB) em valores correntes a preços de mercado (R\$ milhão) é de 60.099 (em 2008), sendo 7,1% advindo do setor da agropecuária, 23,6% da indústria e 69,3% dos serviços.

A receita turística direta gerada pelo turismo em 2010 foi da ordem de 4.065,3 milhões de Reais, gerando uma renda de 7.114,4 milhões de Reais. O impacto em 2010 foi de 10,8% sobre o PIB do estado (65.745 milhões de Reais em 2010) (e 14,9% no PIB setor de serviços em 2008, conforme dados da SETUR, 2010) (SETUR, 2012)².

A demanda turística via Fortaleza foi de 2.848.459 pessoas em 2011, sendo cerca de 7,7% de turistas internacionais, motivados em sua maioria ao lazer (66,7%). Deste total 1.560.327 caracteriza-se por uma demanda hoteleira, permanecendo em média 11 dias no Estado (3,8 dias nos hotéis), representando ao setor hoteleiro de Fortaleza uma taxa de ocupação média de 67,6% no ano de 2011. A participação da renda gerada pelo turismo no PIB do Estado do Ceará em 2011 foi de 10,8% (SETUR, 2012).

Segundo a SETUR/CE (2012), além de Fortaleza, os principais municípios visitados pelos turistas que ingressaram ao Ceará via Fortaleza em 2010 foram, respectivamente, Caucaia (307.717 turistas), Aquiraz (289.736 turistas), Beberibe (243.256 turistas), Aracati (240.202 turistas) e Jijoca de Jericoacoara (144.189 turistas). Juntos estes Municípios representam 42,71% da demanda turística total do Estado e 65,4% da demanda turística do interior do Estado. Por isso mesmo se justifica a escolha da Praia do Cumbuco, localizada no município de Caucaia, que tem o segundo maior fluxo de visitação de turistas, depois de Fortaleza.

O município de Caucaia localizado no litoral oeste, faz parte da região metropolitana de Fortaleza (aproximadamente 16 km de Fortaleza), também conhecido como a Costa do Sol Poente. Apresenta-se atualmente como um dos principais polos turísticos do Ceará, é o município mais visitado por turistas que ingressam ao Ceará Via Fortaleza (mais de 17% do total), ocasionado por sua proximidade à capital cearense e também por concentrar em seu espaço litorâneo empreendimentos e investimentos turísticos de cunho nacional e

² Segundo a SETUR: a) O Impacto sobre o PIB é obtido pela relação entre a Receita Turística Total (Direta e Indireta) e o PIB; b) A Receita Direta é obtida pelo produto entre Gasto *Per capita* e Demanda Turística via Fortaleza; c) Receita Turística Total (Direta+Indireta) ou Renda Gerada, decorre do processo interativo dos gastos dos turistas na economia via propensão marginal a consumir (efeito multiplicador – o multiplicador dos gastos turísticos utilizado foi 1,75).

internacional. Conforme o relatório de indicadores turísticos elaborado pela SETUR, das dez praias mais visitadas do Estado, duas estão localizadas no Município de Caucaia, designadamente as praias do Cumbuco (a mais visitada) e Icaraí (a quarta mais visitada) (SETUR, 2012).

A população no ano de 2012 no Município de Caucaia era de aproximadamente 325.441 habitantes, sendo a segunda maior cidade cearense em termos de contingente populacional (IPECE, 2012).

O índice de desenvolvimento social está intimamente ligado à qualidade de vida, colocando em prioridade emprego e renda, condições de moradia, educação, saúde e segurança pública. A base econômica do município é centrada na indústria de transformação, na administração pública e nos serviços (incluindo o turismo) (IPECE, 2010). A renda per capita média domiciliar de Caucaia é muito baixa, inferior a 1/4 salário mínimo (19,73% em 2010), considerado próximo da linha de extrema pobreza. O Setor de Serviços aparece em 2009 em primeiro lugar com uma maior arrecadação de Produto Interno Bruto do município com 66,00% em relação à Indústria que é de 32,44% e Agropecuária de 1,57.

Portanto, a Praia do Cumbuco está inserida num município pobre, mas com muito potencial turístico, elevada atratividade turística para o segmento de sol e praia devido às belas praias, dunas e lagoas, com ótima temperatura o ano todo e ventos favoráveis à prática de esportes, especialmente os náuticos.

Resultados da Pesquisa de Campo

A seguir apresentam-se os resultados da pesquisa de campo realizada na praia do Cumbuco no Estado do Ceará com gestores públicos e privados sobre a competitividade turística no local.

Perfil e percepção dos gestores do setor privado

Os resultados da pesquisa de campo com gestores do setor privado na praia do Cumbuco, no Estado do Ceará, apontam o perfil e a percepção deles sobre a competitividade da destinação turística.

O setor privado caracterizou-se por um perfil de gestores compostos por pessoas adultas jovens, concentrando-se entre as faixas etárias de 20 a 29 (34,78%) e 30 a 39 anos (34,78%). Em seguida, pessoas de 40 a 49 anos (17,39%) e a minoria tem acima de 50 anos (13,04%). Quanto ao gênero, tem-se a maioria de mulheres (52,17%) e quanto à escolaridade tem-se que o ensino médio é a formação máxima da maior parcela dos entrevistados (65,21%), seguido de superior completo (26,08%) e incompleto (8,69%).

Em sua maioria, os gestores relataram usar o capital próprio no empreendimento, não integrar roteiros específicos e declararam (78,26%) níveis de satisfação de 80 a 100% com seus negócios.

Apresentam-se através da figura abaixo os resultados da pesquisa com os gestores do setor privado no Cumbuco, mostrando em cada indicador a média e o desvio padrão das respostas obtidas, resultando num índice de competitividade positivo ou negativo.

Considerou-se como positivo ou S=sim aqueles que se situaram com média final acima de 3,5 na escala de pontuação da pesquisa que ia de um (muito fraco) a seis (muito forte).

Figura 1. Nível de desempenho competitivo percebido pelos gestores privados na Praia do Cumbuco/CE.

Indicadores	Media	Desvio padrão	Competitivid.
Macro Ambiente			
01 - Índice de Inflação	3	1,56	N
02 - Taxa de Câmbio	4	1,74	S
03 - Exigências feitas pelo Governo Federal para obtenção de visto de entrada no País	2,3	1,78	N
04 - Políticas Nacionais e Estaduais de Preservação Ambiental	2,0	1,19	N
05 - Políticas Nacionais de Desenvolvimento do Turismo	2,3	1,43	N
06 - Organizações de Suporte e Apoio ao Turismo em Âmbito Nacional e Estadual	1,9	1,32	N
Microambiente			
Atrativos			
07 - Naturais (Belezas naturais, fauna, flora, praias, etc)	5	1,24	S
08 - Culturais (Monumentos, bibliotecas, parques de exposições, museus, etc)	1,6	1,23	N
09 - Entretenimento (Parques temáticos, parques ecológicos, cinemas, teatros, boates, etc)	1,8	1,33	N
10 - Compras (Shopping centers, centros de compra, lojas de artesanato, etc)	2,3	1,64	N
11 - Eventos (Festas típicas, apresentação de grupos folclóricos, feiras, etc)	2	1,31	N
Infraestrutura			
12 - Acomodações (Estrutura de hospedagem na rede hoteleira e de pousadas)	5,2	0,75	S
13 - Gastronomia (Estrutura de Restaurantes, Bares e Lanchonetes)	5,1	0,98	S
14 - Acessibilidade (Condições das estradas de acesso ao destino turístico)	3,7	1,75	S
15 - Comunicação (Placas de sinalização que permitam ao turista orientar-se pelo destino)	3,1	1,45	N
16 - Saneamento (Acesso a água tratada e coleta de esgoto)	1,9	1,44	N
17 - Conveniência (Acesso a bens de consumo e itens relativos às necessidades básicas)	4,0	1,39	S
18 - Segurança (Garantia de segurança física e patrimonial)	3,4	1,56	N
19 - Saúde (Acesso a serviços de saúde em casos de emergência)	1,8	0,96	N
Concorrência			
20 - Oferta (Quantidade de estabelecimentos que oferecem serviços aos turistas)	4,8	0,98	S
21 - Demanda (Quantidade de turistas que procuram por serviços na destinação)	4,5	1,19	S
22 - Fornecedores (Empresas encarregadas de suprir as necessidades das empresas locais)	4,3	1,52	S
23 - Hospitalidade (Receptividade ao turista por parte dos residentes)	5,1	0,93	S
24 - Recursos Humanos (Qualidade da mão-de-obra utilizada no atendimento ao turista)	3,1	1,60	N
25 - Instituições de Pesquisa e Desenvolvimento (Existência e contribuição)	1,8	1,26	N
26 - Políticas Locais/Regionais de Proteção Ambiental (Existência e contribuição)	2,5	1,62	N
27 - Políticas Locais/Regionais de Desenvolvimento do Turismo (Existência e contribuição)	2,4	1,59	N

Indicadores	Media	Desvio padrão	Competitivid.
28 - Organizações de Apoio e Suporte em Âmbito Local/Regional (Existência e contribuição)	2,3	1,67	N
Gestão da Destinação		*	*
29 - Gestão de Marketing (Divulgação e publicidade do destino turístico)		*	*
30 - Gestão Ambiental (Preservação e sustentabilidade dos recursos naturais)		*	*
31 - Gestão Tecnológica (Desenvolvimento de sistemas informatizados para atendimento)		*	*
32 - Gestão de Recursos Humanos (Qualificação e acompanhamento da mão-de-obra)		*	*
33 - Gestão da Oferta (Análise da capacidade instalada na destinação)		*	*
34 - Gestão da Demanda (Análise do fluxo de turistas que visitam o destino)		*	*
35 - Gestão do Conhecimento (Disseminação de práticas de sucesso entre as empresas)		*	*
36 - Monit. e Avaliaç. Competitividade		*	*
Total de indicadores apontados como tendo positivo Desempenho Competitivo>>>			10
Total de indicadores apontados como tendo negativo Desempenho Competitivo>>>			18
Total de indicadores sem resposta>>>			8

Legenda: S = Sim; N = Não. *número insuficiente de respostas. O resultado não foi totalizado.

Fonte: Pesquisa direta, 2014.

Na visão dos gestores privados os indicadores apontados na pesquisa para o Macro Ambiente só um é competitivo em Cumbuco, pois, segundo os entrevistados, o único fator indicativo que influencia a competitividade é a Taxa de Câmbio (4,0), pois, a alta do dólar é o principal fator para a demanda de turistas estrangeiros no país. O mais baixo resultado neste bloco foi o item sobre as Organizações de Suporte e Apoio ao Turismo em Âmbito Nacional e Estadual (1,9), pois foi relatada a falta de incentivo e a não participação do governo local para combater algumas mazelas sociais, entre elas, prostituição e programas para divulgação do local e apoio ao turista. Tendo muitas vezes a divulgação de Cumbuco realizada por produções de novelas ou programas e ainda feita por visitantes nacionais ou estrangeiros realizando o chamado “boca a boca”. Outros problemas apresentados segundo os entrevistados e que não leva a um indicador competitivo são as Políticas Nacionais e Estaduais de Preservação Ambiental (2,0), uma vez apontado como fator negativo o acúmulo de lixo e entulhos ocasionados pelas construções civis. Isso tem sido relevantemente negativo, já que ocasiona aparecimento de insetos e roedores. Mas também são visíveis os resíduos sólidos deixados na beira da praia por frequentadores e residentes locais. A falta de programas e fiscalização segundo os entrevistados é o que o distância do mercado competitivo.

No âmbito do Microambiente os Atrativos Naturais (5,0) foram considerados como o único fator apontado como competitivo no destino.

Com a média mais baixa nesse quesito ficaram os Atrativos Culturais (1,6) evidenciando a falta de Atrativos Históricos e Culturais para os residentes locais e turistas.

Na pesquisa também foi relatada a falta da Oferta equipamentos para o Entretenimento (1,8) como parques, teatros e eventos que pudessem representar a cultura local e fazer a interação entre turistas e nativos. Além disso, foi citada a necessidade de Centros de Compras (2,3) como shoppings ou mesmo casa de artesanato.

Os resultados apontados na Infraestrutura mostram que, relacionado a Acomodações (5,2), Gastronomia (5,1), Acessibilidade (3,7) e Conveniência (4,0), o Cumbuco apresenta bons índices de competitividade, superando as médias. Os índices mostram que há no local boa estrutura de hospedagem e restaurantes capazes de satisfazerem os gostos e os poderes aquisitivos de quem visita o local. Para tanto, em relação à Acessibilidade (3,7) – situação das estradas de acesso – sofreu pequenas críticas, mas foi citada como ponto positivo em melhorias em relação aos anos anteriores.

As médias mais baixas nesse setor foram em relação à Saúde (1,8) e Saneamento básico (1,9). Foi relatado pelos entrevistados que só há um posto de saúde para atender o Cumbuco, e que na maioria das vezes se faz necessário ir à capital em busca de atendimento. A falta de Saneamento básico (1,9) foi por várias vezes exaltada e criticada.

Ainda sobre a Infraestrutura, tiveram-se os índices baixos: Comunicação (3,1) e Segurança (3,4). Foi relatado que as placas de sinalização deixam a desejar, assim como também foi vivenciado pela equipe pesquisadora a falta de placas de guiamento no local. A Segurança (3,4) não é um fator competitivo, e foi apresentada durante a pesquisa relatos de pontos de vista contrários, principalmente entre nativos e estrangeiros que habitam no local. Na opinião dos estrangeiros, para um país como o Brasil o Cumbuco é visto como uma área tranquila. Já para os nativos, a presença da polícia e o seu efetivo são insuficientes para o local.

No que se refere aos indicadores ligados à Concorrência, a maioria deles foi considerada não competitiva, exceto a Oferta, a Demanda, os Fornecedores, e principalmente a hospitalidade do povo, citada como um fator bastante competitivo (5,1).

Quanto aos itens da Gestão da destinação, muitos entrevistados ficaram omissos por não entenderem a pergunta, por não saberem ou não ter opinião formada sobre o assunto ou por se recusarem a responder. Daqueles poucos que responderam, nenhum dos itens foi considerado competitivo.

Identificou-se que há um descrédito dos gestores privados para com o serviço público. Foi relatado que não há apoio ou campanhas para o desenvolvimento da atividade turística no destino, e que até mesmo os serviços básicos - como coleta de lixo – faltam, o que desestimula o empresariado. Por outro lado, estes não enxergam a necessidade de união da classe por meio de cooperativas ou associações, ou mesmo de legalização e registro em órgãos da fazenda ou turismo, alguns deles agindo na informalidade.

Dessa forma, obteve-se o total de 10 indicadores apontados como tendo desempenho competitivo positivo, 18 negativos e 8 sem resposta. Isso foi classificado como baixo o resultado do nível de competitividade percebido pelos gestores turísticos do setor público no local.

Perfil e percepção dos gestores do setor público

Os gestores do setor público caracterizaram-se por um perfil de pessoas com idade entre 28 e 62 anos, a pesquisa realizada na Secretaria de Turismo de Caucaia que conta com uma equipe de 3 funcionários com formação superior, 2 deles com Bacharelado em Turismo e 1 Bacharel em Administração de empresas, com tempo de atuação variando de 8 meses a 6 anos. A atual unificação das Secretarias de Esporte, Cultura e Juventude com o Turismo ocasionou uma defasagem nos investimentos e nos planos destinados ao turismo.

Segundo o secretário de Turismo, Esporte, Cultura e Juventude existe grande dificuldade de realizar planejamentos voltados ao turismo uma vez que o número de funcionários, as verbas destinadas para o planejamento e execução do projeto são insuficientes. Muitas vezes a “dependência” e a falta de parceria com as demais secretarias, bem como, a falta de informações e estudos precisos – como mapas e inventários - sobre a atual situação do município em relação ao turismo têm atraído graves problemas socioambientais na Praia do Cumbuco e impedindo o desenvolvimento da atividade turística.

Não foi citado, por parte dos gestores públicos, um plano de ação para o Turismo no destino, assim como plano de marketing e divulgação pelas mesmas razões impeditivas já citadas. Alguns projetos foram realizados como cursos de extensão do PRONATEC Copa aos trabalhadores locais e a blitz de incentivo à legalização dos estabelecimentos, em ambos os casos, com baixa adesão pela população. Alguns dos servidores da Secretaria Municipal residem em Fortaleza e alegaram não participar de nenhum Fórum Regional.

A seguir apresentam-se os resultados da pesquisa com os gestores públicos, aplicada com o mesmo instrumento do setor privado (ver figura 1).

Na visão dos gestores públicos os indicadores apontados na pesquisa para o Macro Ambiente somente três são competitivos na praia do Cumbuco. Considerando os mais altos os indicadores que apontavam sobre Políticas Nacionais de Desenvolvimento do Turismo (5,0) e Organizações de Suporte e Apoio ao Turismo em Âmbito Nacional e Estadual (5,0), pois para grande parte apesar dos poucos recursos em nível municipal, o governo Federal tem trabalho em conjunto com as secretarias através de treinamentos e capacitações (PRONATEC e SENAI) vem fornecendo ensino qualificado para jovens e adultos na área do turismo. O terceiro indicador foi o Índice de inflação (4,0), pois a inflação do país acaba afetando um pouco os preços dos produtos e serviços e conseqüentemente a competitividade do local.

Quanto ao Microambiente, no que se refere aos atrativos, só dois indicadores são competitivos (atrativos naturais e compras). Na localidade, não existem expressões artísticas e culturais, ficando em evidencia apenas o artesanato, localizado na praça central do Cumbuco. Também não há espaços e equipamentos culturais como boates, cinemas, teatros, museus que possam dar uma qualificação alta nos indicadores de Entretenimento e nos Eventos ambos com pontuação 3,0.

No que se refere à Infraestrutura local, a maioria dos indicadores foi considerada de competitividade mediana forte, exceto os que se referem à Acessibilidade, Comunicação, Saneamento e Segurança ambos com indicador fraco (nota 2,0) para competitividade. A

comunicação, como placas de sinalização até o local, é precária, muitas vezes confusa para os turistas que vem de Fortaleza sem operadoras, bem como também não há um portal oficial na internet, dificultando ainda mais na divulgação do local e informações relevantes para os turistas. Com relação à Segurança, a localidade conta com um posto policial e durante a noite com o apoio do Ronda do Quarteirão, um programa do Governo Estadual do Ceará. Mas os problemas sociais mais alarmantes são a prostituição infantil, a delinquência juvenil, a violência urbana, segundo um dos técnicos responsáveis pela Secretaria de Turismo do Município de Caucaia.

Os indicadores de Acomodações como hotéis e pousadas, bem como, o de alimentos e bebidas são os pontos mais altos em relação à competitividade. Apesar da inconstante dos estabelecimentos e da dificuldade para o controle do número de estabelecimentos registrados nos órgãos públicos, os estabelecimentos são bem equipados, de infraestrutura e serviços básicos de média para alta qualidade segundo os gestores públicos e privados.

No que se refere aos indicadores ligados à Concorrência, muitos foram considerados competitivos e outros não, como os Recursos Humanos, as Políticas Locais/ Regionais de Proteção Ambiental e as Políticas Locais/Regionais de Desenvolvimento do Turismo. Apesar de o local contar com empresas ou agências de apoio aos recursos humanos e programas patrocinados pelo governo Federal para o encaminhamento profissional, o número de beneficiados ainda é pouco. Muitas vezes ocasionados pelo próprio desinteresse por parte da população ou dos donos dos estabelecimentos que alegam a incompatibilidade dos horários de trabalho com os cursos ofertados.

Apesar de ter sido considerado um ponto forte com relação a participação de institutos e centros de pesquisa, não se tem um registro de quais pesquisas já foram ou estão sendo realizadas na localidade, quais pesquisas precisam ser realizadas ou um banco de dados capaz de armazenar informações e alimentar outras pesquisas do local.

Tratando-se dos indicadores ligados à Gestão competitiva da destinação turística todos foram considerados pouco competitivos, pois não há planos, ações e monitoramentos efetivamente implantados para a gestão do destino em todos os aspectos. O município de Caucaia recebeu o seu Plano do Ministério do Turismo que dentre os programas do Governo do Estado do Ceará está o Programa para o desenvolvimento do turismo (PRODETUR Nacional) que visa contribuir para o aumento do emprego, renda e divisas geradas pelo setor. Sendo Cumbuco um dos destinos contemplados através dos “Projetos de Valorização de Destinos Turísticos”.

Dessa forma, obteve-se o total de 15 indicadores apontados como tendo desempenho competitivo positivo e 21 negativos. Isso foi classificado como médio o resultado do nível de competitividade percebido pelos gestores turísticos do setor público no local.

O Padrão do estado do Ceará e a competitividade efetiva do destino

Aqui se apresenta a definição do desempenho competitivo médio do Estado do Ceará, visando estabelecer os padrões de comparação com o município selecionado para a pesquisa, segundo a análise de um conjunto de indicadores. Esses indicadores, listados por

Vianna (2011), foram baseados no ferramental teórico dos estudos de Dwyer e Kim (2003), que priorizaram o uso de indicadores objetivos que fossem passíveis de mensuração direta. Para a definição do desempenho médio do Estado do Ceará, adotou-se como base de comparação para avaliar o desempenho do destino escolhido, a média estadual divulgada pela SETUR/CE, como mostra a figura 2 a seguir.

Figura 2. Padrão de referência para análise dos indicadores efetivos de competitividade no Ceará.

Indicador de competitividade	Desempenho Médio	Origem/Fonte
Turistas estrangeiros	7,7%	SETUR/CE
Receita Estimada do Turismo	R\$ 84.695.238,09 (**)	SETUR/CE
Taxa de ocupação da rede hoteleira	67,6%	SETUR/CE
Média de gastos dos turistas nacionais por dia	R\$ 139,84 (Qualquer turista)	SETUR/CE
Média de gastos dos turistas estrangeiros por dia	R\$ 139,84 (Qualquer turista)	SETUR/CE
Média de tempo de permanência em hotéis no destino	3,8 dias	SETUR/CE
Procura por meios de hospedagem	54,78%	SETUR/CE
Receita estimada do turismo por habitante	R\$ 842,13	SETUR/CE
Renda média mensal	R\$ 227,05	IBGE, 2010
População empregada	26,51%	IBGE, 2010
Candidatos vaga de emprego	98,14	IBGE, 2010
Volume de investimentos feitos	R\$ 2.540.857,14	VIANA, 2011

Fonte: Mota, Vianna e Anjos, 2013, p.96.

Observando os indicadores da figura 2, observou-se que a Praia do Cumbuco, no município de Caucaia, não dispõe de dados confiáveis recentes para a análise do desempenho efetivo da destinação, exceto aqueles que aparecem nas pesquisas de demanda e de oferta do Polo de Caucaia realizadas pela SETUR/CE, em 2010. Dessa forma, baseando-se nessas pesquisas, a maioria dos indicadores de competitividade puderam ser analisados, considerando que alguns deles foram estimados, pode-se afirmar que a competitividade efetiva do município é baixa em relação à média do estado.

Análise da pesquisa

Após os levantamentos realizados que mostraram a percepção dos gestores com relação ao desempenho competitivo da destinação turística onde atuam é possível afirmar que há divergências entre a percepção dos gestores do setor privado e público. O setor público está bem mais otimista do que o setor privado em relação aos vários indicadores analisados na pesquisa. Mesmo assim, o desempenho competitivo percebido da destinação turística do Cumbuco foi considerado médio pelos gestores (médio pelos gestores públicos e baixo pelos gestores privados) e efetivamente encontra-se abaixo da média do Estado. Como resultado final da pesquisa foi verificado que na percepção dos gestores o desempenho

competitivo do município foi percebido como médio, em relação aos demais destinos e o desempenho competitivo efetivo da destinação era baixo.

Sendo considerado o Cumbuco como um dos principais destinos turísticos do Ceará, apontado nas pesquisas do governo como um dos maiores em termos de visitação, depois da capital do Estado – Fortaleza, cabe considerar que o destino possui muitos aspectos positivos que precisam ser gerenciados e potencializados visando a manutenção do local enquanto destino turístico ao longo do tempo.

Por outro lado, fatores de infraestrutura urbana - como sinalização interna, pavimentação de ruas locais, coleta de lixo e limpeza, plano de desenvolvimento urbano, segurança e saúde – e fatores sociais – como geração de empregos, promoção da educação, controle de drogas e prostituição, também são fundamentais para se manter um local como destinação turística.

Além disso os indicadores ligados à gestão das destinações turísticas tiveram desempenho abaixo da média, colocando em evidencia a falta de estrutura física e pouco pessoal capacitado para realizar trabalhos de avaliação e monitoramento do destino, bem como, relativo aos trabalhos de divulgação e promoção da localidade. A informalidade dos empreendimentos e empregos gerados, a falta de documentação que evidencia o número de estabelecimentos de hospedagem e alimentação, assim como, o número insuficiente de pessoal capacitado para efetuar a fiscalização compromete o repasse de verbas destinadas à melhoria local do Cumbuco, e, conseqüentemente, comprometem o nível de competitividade da destinação turística diante das demais destinações no Ceará e fora dele.

Os problemas detectados apontaram para a gestão ambiental (poluição ambiental, excesso de entulhos da construção civil, falta de lixeiras m torno da praia e nas ruas), saneamento básico ainda incompleto, gestão tecnológica, incentivo ao aproveitamento de energias renováveis, visto que, a Praia do Cumbuco tem Sol quase que o ano inteiro, a saúde pública de um modo geral, diversidade artística e cultural (no caso analisado, que se trata de município litorâneo, mas que possui comunidades indígenas, pesca artesanal e rendeiras, além de possuir equipamentos turísticos para trabalhar o turismo sertão, rural, aventura e mais) e a especulação imobiliária em municípios de elevado fluxo turístico. Alguns deles são problemas muito sérios e generalizados no Brasil como o caso da saúde pública, carecendo de maior atenção em municípios de elevada competitividade turística. Outros são mais localizados e podem ser revertidos de forma mais imediata como o caso de aspectos ligados à cultura local e eventos culturais.

Conclusão

O Turismo, neste século XXI, se apresenta como grande transformador socioeconômico nos municípios, estados e regiões onde ocorre, necessitando de planejamento adequado para que se obtenham os melhores resultados. A competitividade dos destinos turísticos é acirrada e pode se utilizar de indicadores possíveis de serem

mensurados e monitorados gerando informações valiosas para seu planejamento e gestão participativa por parte dos gestores públicos e privados.

Este artigo teve como objetivo analisar a competitividade da Praia do Cumbuco/CE enquanto destinação turística no Ceará em 2015. Além da pesquisa bibliográfica, foram aplicadas técnicas para a pesquisa de campo junto aos gestores públicos e privados na Praia do Cumbuco, no município de Caucaia/Ceará com análise dos resultados visando atingir os objetivos propostos, baseado na metodologia proposta por Mota, Vianna e Anjos (2013).

Esta pesquisa procurou saber qual o nível de competitividade percebido pelos gestores na destinação turística da Praia do Cumbuco/CE e os resultados apontaram para um nível médio, o que confirma a hipótese H1 anteriormente traçada.

Também procurou identificar quais fatores fortalecem a competitividade do Cumbuco enquanto destinação turística no Estado do Ceará e foi identificado que a proximidade geográfica de Fortaleza, as belezas naturais, a existência de bons meios de hospedagem e de empreendimentos de alimentos e bebidas e a hospitalidade do povo são fatores importantes para que o turismo aconteça e por isso, por si só, sustentam a elevada demanda turística no destino analisado. Assim, esses indicadores podem ser destacados como os fatores que fortalecem a competitividade desse destino turístico no Ceará, o que comprova parcialmente a hipótese H2, que afirmava que os fatores que fortalecem a competitividade do Cumbuco estão voltados para os recursos naturais, a infraestrutura e os serviços. Isso é parcialmente verdade pois na visão dos gestores, a infraestrutura ainda carece de melhorias nos aspectos como comunicação, saneamento, segurança e saúde para que todos os seus indicadores sejam considerados competitivos.

Os resultados apontaram que há algumas divergências entre a percepção dos gestores públicos e privados, levando o destino como tendo um desempenho competitivo médio. Os resultados sobre a competitividade efetiva do destino o apontaram com desempenho abaixo da média do estado, posicionando o destino em uma situação de risco para o desenvolvimento contínuo do turismo no local.

Dessa forma, o trabalho pôde atingir seus objetivos e responder às perguntas de partida desta pesquisa, considerando os estudos desenvolvidos até o momento sobre a competitividade das destinações turísticas.

Num destino turístico competitivo os indicadores analisados como os da oferta turística, da demanda turística, dos fornecedores de produtos e serviços turísticos são pontos fortes. O que realmente poderia fazer a diferença seriam as instituições de apoio e suporte ao turismo, os postos de informação, a gestão da destinação como um todo e o monitoramento e avaliação constante das ações planejadas e realizadas em prol da competitividade do destino.

O processo de planejamento e principalmente da gestão de uma destinação turística competitiva requer esforço constante de pesquisa e monitoramento para o correto direcionamento de ações e investimentos capazes de atender às expectativas dos gestores públicos e privados e melhorar as condições de vida da comunidade que ali vive. Porém,

pode-se observar a dificuldade para programar ações no município de Caucaia, uma vez que o mesmo carece de investimentos e priorização por parte do governo local.

Ao final, esses resultados permitiram o esclarecimento de muitas questões relativas à competitividade do destino analisado, podendo direcionar o planejamento, as ações e os investimentos por parte do poder público e do poder privado, visando contribuir tanto para a melhoria da competitividade de suas destinações turísticas, quanto para a melhoria da qualidade de vida de seus residentes.

Referências

BENEDETTI, J.; ÇAKMAK, E. e DINNIE, K. *The competitive identity of Brazil as a Dutch holiday destination. Place Branding & Public Diplomacy*. 2011, Vol. 7 No. 2, p107-115.

BLANKE, J.; CHIESA, T.; HERRERA, E. T. **The travel & tourism competitiveness index 2009: measuring sectoral drivers in a downturn**. In: BLANKE, J.; CHIESA, T. *The travel & tourism competitiveness report 2009. WEF – WORLD ECONOMIC FORUM*. Genebra, pp. 3-39, 2009.

BARNEY, J. *Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management*. V.17,n.1, p. 99-120, 1991.

BUHALIS, D. *Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management*. Vol. 21, pp. 97-116, 2000.

CADASTUR. Cadastro dos prestadores de serviços turísticos (CADASTUR). **Listagem de prestadores de serviços turísticos**. Disponível em: <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/PesquisarEmpresas.mtur> Acessado em 28/06/2012.

CHIEN-MIN C, SHEU HUA C, HONG TAU L. *The destination competitiveness of Kinmen's tourism industry: exploring the interrelationships between tourist perceptions, service performance, customer satisfaction and sustainable tourism. Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 19, No. 2, March 2011, pp. 247–264.

CROUCH, G. I. **Measuring tourism competitiveness: research, theory and WEF index**. In: *AUSTRALIAN AND NEW ZEALAND MARKETING ACADEMY (ANZMAC) CONFERENCE 2007*, Nova Zelândia, 3-5/dez, 2007. Disponível em: http://conferences.anzmac.org/ANZMAC2007/papers/Crouch_1.pdf Acessado em: 24/04/2010.

CTI/NE. **Conjuntura do desempenho do turismo no Nordeste 2002/2011**. Fluxo turístico nas capitais do Nordeste 2002/2011. Recife/PE: Fundação CTI/NE, janeiro de 2012.

CAVALCANTE, Eider de Olivindo. **Modernização seletiva do litoral: conflitos, mudanças e permanências da localidade do Cumbuco (CE)**, 2012. Dissertação de Mestrado em Geografia. Universidade Federal do Ceará, UFC, Brasil.

CAVUTA, G. *Tourism in Pescara (Italy): Competitiveness and attractivity. GeoJournal of Tourism & Geosites*, Jun 2011, Vol. 7 No. 1, pp 63-74.

DOMARESKI, T. C. **A competitividade das destinações turísticas: o caso de Foz do Iguaçu (PR), Brasil**. 2011. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí/SC. Balneário Camboriú/SC, 2011.

DWYER, L.; KIM, C. *Destination competitiveness: determinants and indicators. Current Issues in Tourism*. Vol. 6, Nº 5, pp. 369-414, 2003.

EYSTEINSSON F, GUDLAUGSSON T. *The competitiveness of a tourist destination: do experts and tourists agree? Review of Business Research*. March 2012. Vol.12, no.2. pp.112-117, 2012.

ESSER, K.; HILLEBRAND, W.; MESSNER, D.; MEYER-STAMER, J. **Systemic Competitiveness – New governance patterns for industrial development**. Londres: *First Class*, 1996. Disponível em: <http://www.meyer-stamer.de/1996/sysco-book.pdf> Acessado em: 19/04/2010.

FERNANDO, I. N. e WEI LONG. *New conceptual modelo n cluster competitiveness: a new paradigm for tourism?* **International Journal of Business & Management**. Maio 2012, Vol. 7 No. 9, p75-84.

GHEMAWAT, P. **A estratégia e o cenário dos negócios – textos e casos**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GOOROOCHURN, N.; SUGIYARTO, G. *Measuring competitiveness in the travel and tourism industry*. **TTRI Discussion Paper Series 2004/7**, Universidade de Nottingham. , pp.1-24, 2004.

HEATH, E. *Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness*. **Jornal of Public Administration**. Vol. 37, Nº 3.1, pp. 327-353, nov, 2002.

IPECE. Instituto de Pesquisa e Estudos Socioeconômicos do Ceará. **Ceará em Números - 2010**. Fortaleza/CE, 2010.

_____. 2012. **Perfil Básico Municipal de Caucaia**. Disponível na internet: http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil_basico/pbm-2012/Caucaia.pdf Acessado em 21/01/2014.

KESIĆ, T. e PAVLIĆ, I. *Tourism destination image formation -- the case of dubrovnik, croatia*. *Trziste / Market*. 2011, Vol. 23 No. 1, p7-25.

MAZARO, R. M.; VARZIN, G. *Modelos de competitividad para destinos turísticos em el marco de la sostenibilidad*. **Revista de Administração Contemporânea**. Vol. 12, Nº 3, 2008.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; JOSEPH, L. **Safári de Estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MOTA, K.C.N., VIANNA, S.L.G., ANJOS, F. A. **Competitividade das destinações turísticas: estudo de casos brasileiros**. São Paulo: Atlas, 2013.

MOTA, K. C. N. **A competitividade das destinações turísticas e a qualidade de vida de seus residentes: análise dos fatores que confirmam e fortalecem sua correspondência**. Relatório de pesquisa de pós-doutorado. Balneário Camboriu/SC: UNIVALI, 2013.

NAIDOO, P.; RAMSEOOK-MUNHURRUN, P. *The brand image of a small island destination: the case of mauritius*. **Global Journal of Business Research (GJBR)**. 2012, Vol. 6 No.1, p55-64.

OMERZEL, D. G. *The local business sector's perception of the competitiveness of Slovenia as a tourist destination*. **Tourism**. Vol. 59, no.1, pp.25-46. 2011.

PAVLIC, I.; PERUCIC, D. e PORTOLAN, A. *Tourists' satisfaction as an important tool for increasing tourism destination competitiveness in the globalization conditions -- the case of dubrovnik-neretva county*. **International Journal of Management Cases**. Sep2011, Vol. 13 Issue 3, p591-599.

PIKE, S. E MASON, R. *Destination competitiveness through the lens of brand positioning: the case of Australia's Sunshine Coast*. **Current Issues in Tourism**, Mar 2011, Vol. 14 No. 2, p169-182.

PORTER, M. E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

_____. **Estratégia Competitiva – técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 7a.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. **The competitive destination – a sustainable tourism perspective**. Estados Unidos: CAB *International*, 2003.

_____. **Indicadores turísticos 1995/2011**. Fortaleza/CE: SETUR/CE, janeiro de 2012.

STACKE, A. R. N. P., HOFFMANN, V. E. e COSTA, H. A. *Knowledge transfer among clustered firms: a study of Brazil. Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, Abril 2012, Vol. 23 No. 1, p. 90-106.

TEECE, D. J.; PISANO, G.; SHUEN, A. *Dynamic capabilities and strategic management. Strategic Management Journal*. Vol. 18, Nº 7, pp. 509-533, 1997.

THI LAN HUONG BUI. *Congruency between the projected and perceived tourism destination image of vietnam. Journal of International Business Research*. Jun 2011 Suplemento, Vol. 10, p1-13.

VIANNA, S. L. G. **A competitividade e a qualidade de vida na destinação turística: análise quanto à sua correspondência**. 2011. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI/SC). Biguaçu /SC, 2011.

WERNERFELT, B. *A resource-based view of the firm. Strategic Management Journal*. Vol. 5, pp. 171-180, 1984.