



# XX SEMINÁRIO ANPTUR

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA TURISMO E HOSPITALIDADE NO BRASIL

## **Marketing Turístico e Vantagem Competitiva Transitória: um estudo sobre os atrativos naturais e culturais do município de Caruaru - Pernambuco**

### **Resumo**

O artigo ao apresentar um estudo original buscou investigar a importância do Marketing Turístico para a visibilidade dos atrativos naturais e culturais do município de Caruaru(PE) a partir do viés e pressupostos da teoria de Rita Gunter McGrath no uso da estratégia da Vantagem Competitiva Transitória, o que aconteceu através do uso do método de pesquisa bibliográfica e também da pesquisa de campo empírica, do tipo exploratória-descritiva de natureza quantitativa, com participação de servidores de órgão da administração pública municipal atuantes no setor turístico de Caruaru (PE), com aplicação de questionário semiestruturado, sendo os dados organizados em gráficos de pizza. Os resultados mostraram a importância do marketing turístico para a visibilidade dos atrativos naturais e culturais do município de Caruaru, considerando, sobretudo, que o público entrevistado tem conhecimento sobre o marketing turístico e destacaram que as redes sociais da prefeitura foi o meio de comunicação que o público mais se informa sobre os atrativos/eventos da cidade. Os dados da pesquisa revelaram também que a Festa de São João foi referida como um dos principais atrativos turísticos de maior visibilidade do município, além do: Pátio de Eventos, Museu do Barro, Casa Museu Mestre Vitalino e Alto do Moura. Por outro lado, detectou-se que não possuem conhecimentos sobre os pressupostos do uso da estratégia da Vantagem Competitiva Transitória na aplicação do Marketing Turístico Municipal. De acordo com a pesquisa observou-se que, o meio de comunicação que o público se informa sobre os atrativos/eventos da cidade, este índice apontou que a maioria é despertada por meio das redes sociais da prefeitura. O estudo demonstrou que os fatores que condicionam as possibilidades de visitar ou mesmo definem situações de visitar os atrativos turísticos de Caruaru, os dados mostraram que maioria respondeu divulgação/mídia. Por último, ficaram constatadas na percepção dos entrevistados as atitudes em relação aos visitantes. Dos dados apresentados a maioria dos respondentes confirma que nesta área há um numero suficiente de visitantes.

**Palavras-chave:** Marketing Turístico. Atrativos Naturais e Culturais. Patrimônio. Vantagem Competitiva Transitória.