

O Planejamento Urbano e a Competitividade de 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 os modelos de competitividade de destinos turísticos, relacionando diretamente estes dois conceitos que refletem no desenvolvimento das cidades. A metodologia do trabalho busca através da análise de modelos de avaliação de competitividade determinar a relevância do planejamento urbano no desenvolvimento da competitividade local. O artigo confirma a relação direta do planejamento urbano entre quatro dos seis modelos de competitividade de destinos turísticos.

Palavras-Chave: planejamento urbano, infraestrutura e serviços urbanos, competitividade, desenvolvimento, 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 a nível geral, num movimento de construção de novos espaços e destruição/apropriação de espaços pretéritos (LIMONAD, 1999).

Nesse sentido, a globalização da economia e de todo o tipo de atividades e processos determinam as cidades como motor de desenvolvimento da humanidade, o que faz com que esse processo de crescimento das cidades 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

¹Mestre em turismo pela UNIVALI. Professora no Departamento de Turismo da UFPR e doutoranda em Geografia na UFPR. thaysdomareski@gmail.com;

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

justapostos a esta realidade. Dessa forma, o planejamento urbano é capaz de gerar vantagens estratégicas nas cidades como respostas competitivas aos novos desafios da globalização através da transformação das cidades.

Portanto, este artigo tem como objetivo principal analisar os modelos de competitividade de destinos turísticos e verificar a relação entre o planejamento urbano e a competitividade, focando nos aspectos de infraestrutura urbana e serviços.

2. Planejamento Urbano e Competitividade

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.

Assim, 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. E 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. 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).

Neste sentido, é plano, porque estabelece os objetivos a serem atingidos, o prazo em que estes devem ser alcançados [...], as atividades a serem executadas e quem deve executá-las. É diretor, porque fixa as diretrizes do desenvolvimento urbano do município (SILVA, 1995, p. 124).

A 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.

Todo o 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 sim também, proporcionar um ambiente que possa possibilitar construir a cidadania em seus habitantes (BRASIL, 2001).

Assim, o planejamento do espaço urbano para o desenvolvimento do turismo se faz fundamental na medida em que a comunidade passa a depender economicamente desse setor, que encontra na sazonalidade um dos impactos mais problemáticos para a sustentabilidade da atividade. De acordo com os planos diretores e instrumentos de planejamento, pode ser confirmada esta relação entre o planejamento urbano e o turismo, suas influências e contribuições.

No entanto, o planejador deve compreender a dinâmica de cada um destes agentes 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 abordar este conceito multifacetado que é a competitividade, se determinam e se relacionam 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. 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. 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. Embora o conceito de competitividade seja mais simples de se compreender, quando se tenta estudar e medir a competitividade entre os destinos turísticos, fica claro o quão difícil é de defini-la (Crouch; Ritchie, 1999).

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.

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).

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.

Portanto, compreender os destinos turísticos como unidades integradas, pela característica multidisciplinar do fenômeno turístico, onde o planejamento turístico e urbano e a gestão estão inseridos, é possível, alcançar o desenvolvimento. 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 do artigo é de relacionar as temáticas do planejamento urbano e da competitividade de destinos turísticos, através de seus modelos. A partir desta premissa, serão analisados seis modelos de competitividade de destinos turísticos para a verificação da relação com o planejamento urbano.

Neste sentido, o estudo se caracteriza como exploratório sendo que a análise e a validação dos resultados se darão segundo Laville e Dionne (1999), por emparelhamento com a discussão conceitual realizada anteriormente no marco teórico. O uso do emparelhamento justifica-se, uma vez que o pesquisador buscou, a partir de uma abordagem teórica, compreender o fenômeno estudado. Contudo, torna-se necessário que seja comprovada a associação entre teoria e realidade, garantindo-se a qualidade do estudo desenvolvido (Krippendorff, 1980; Laville; Dionne, 1999). Desta forma, primeiramente identificaram-se os determinantes referentes a cada modelo, assim listou-se todos eles relacionando-os aos aspectos relevantes ao planejamento urbano e para posterior análise da relação com o planejamento urbano.

4. Modelos De Competitividade De Destinos Turísticos

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 (DOMARESKI, 2011;TABERNER, 2007).

Identificam-se na literatura atual, diversos estudos de competitividade de destinos turísticos que possuem abordagens diferenciadas. Apresentar-se-á os modelos mais relevantes que de fato, se constituem de um salto qualitativo na análise da competitividade de destinos turísticos e analisar-se-á seus determinantes a partir da temática de planejamento urbano.

O modelo integrado de competitividade de Michael Porter foi formulado em 1989 e é conhecido como Diamante de Porter, foi elaborado com o foco 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.

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.

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.

Crouch e Ritchie começaram a estudar a natureza e a estrutura da competitividade de destinos turísticos em 1992 (Crouch; Ritchie 1994, 1995, 1999, Ritchie; Crouch 1993, 2000). O objetivo principal 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.

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).



Figura 01: Modelo de Crouch e Ritchie;
Fonte: Crouch e Ritchie, 1999;

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

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.

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 para a localidade, 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 utilizados 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).

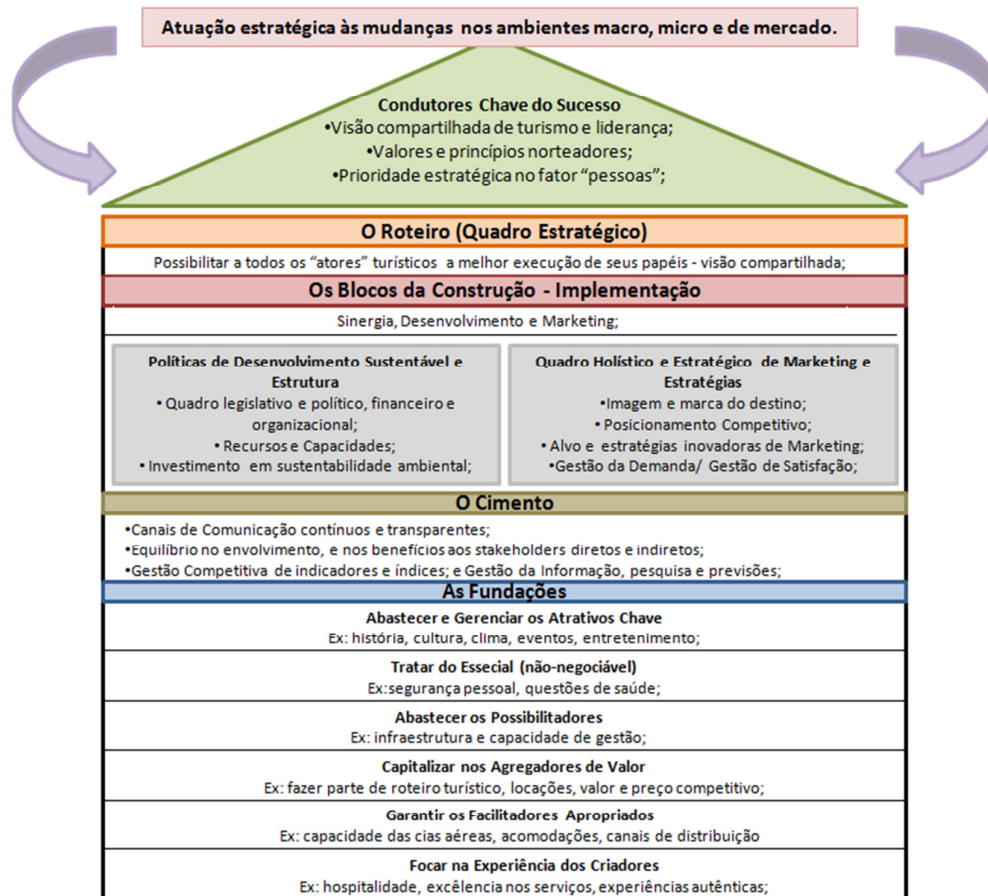


Figura 02: Modelo de Heath;
Fonte: Heath, 2003;

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.

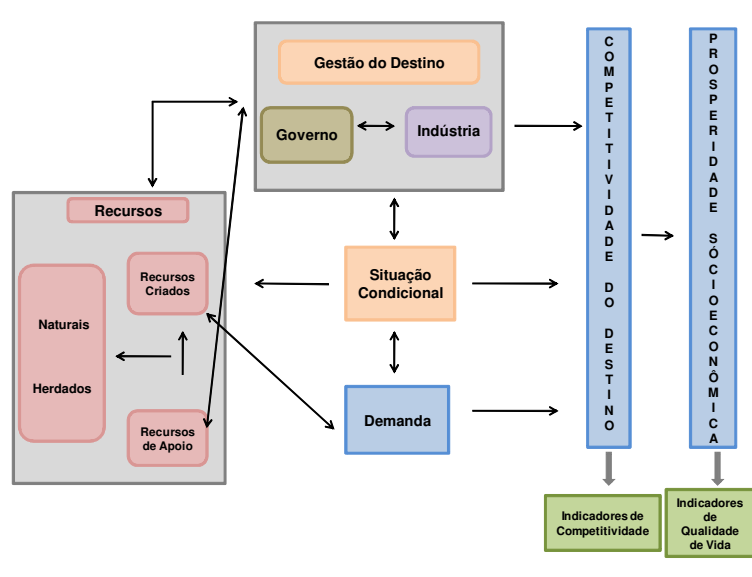


Figura 03: Modelo de Dwyer e Kim, 2003.
Fonte: Dwyer e Kim, 2003.

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

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.

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 Goorochurn 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 04: Índice de Competitividade Turística;
Fonte: WEF, 2009;

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 é uma medição dos fatores que tornam atrativo os investimentos ou desenvolvimento de negócios no setor de viagens e turismo em um país específico, portanto, o índice não deve ser confundido com uma medição da atratividade do país como 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.

5. Resultados e Análise

A partir de toda análise referente às temáticas de planejamento urbano e de competitividade de destinos turísticos, foram relacionados os determinantes dos seis modelos de competitividade frente a relação direta do planejamento urbano. Neste artigo o foco principal é a identificação de aspectos ligados diretamente ao planejamento urbano que estão presentes nos modelos de competitividade e que estão sinalizados em cinza na tabela. 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 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;

Elaboração: os autores;

No contexto das temáticas referidas no artigo: competitividade de destinos turísticos e planejamento urbano pode-se afirmar que dos seis modelos 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 são elencados 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 tem outro outro foco, o da produtividade de Porter foi elaborado especificamente para empresas/indústrias e o de Esser por ser sistêmico e muito relacionado às questões políticas e governamentais, visando uma competitividade mais ampla, mais global.

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.

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 é observado que todos os aspectos relativos ao planejamento urbano, listados na tabela 01, estão em seus determinantes.

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).

Nenhum dos modelos determina importância ao sistema viário, somente à infraestrutura e ao transporte, o que pode ser considerada uma deficiência. Os quatro modelos da tabela se referem ao meio ambiente, lazer, educação em seus modelos, porém sem se aprofundar muito, apenas reconhecendo a importância do determinante.

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). 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.

6. 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).

O planejamento estratégico urbano 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.

A evolução das discussões sobre competitividade de destinos turísticos e suas aplicações estão cada vez mais presentes nos estudos sobre destinos turísticos. Assim, a análise de todos os aspectos levantados e evidenciados no artigo serve de indicativo para futuras pesquisas, em estudos mais aprofundados.

7. Referências

Brasil. (2001). Estatuto da Cidade: guia para implementação pelos municípios e cidadãos. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2001.

Buhalis, D. (2000) Marketing the Competitive Destination of the Future. Tourism Research.

Compans, R. (1999). *O Paradigma das Global Cities nas estratégias de desenvolvimento local*. In: Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais. Campinas, n1.

Crouch, G.I.; Ritchie, J.R. Brent. (2000) *The competitive destination: A sustainability perspective*. Tourism Management, v.21, n.1, p.1-7.

Dwyer, L.; Kim, C. (2003). *Destination Competitiveness: Determinants and Indicators*. Current Issues in Tourism, v.6, p. 369-414, 2003.

Durazo, E. P. (1997). *Desarrollo sustentable de las ciudades*. Ciudades, México, n.34, p.51.

Esser, et al. (1994): *Competitividad sistémica: competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Berlim: Instituto Alemán de Desarrollo.

Heath, E. (2003): "Towards a model to enhance destination competitiveness: a South Africa perspective". Journal of Hospitality & Tourism Management, v. 10, no 2, p.124-141.

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

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, V.1, N1.

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

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.

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

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

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.

Ritchie, J. R. B.; Crouch, G. I. (2000): "*The Competitive Destination: a sustainability perspective*". Tourism Management, v. 21, no 1, p. 1-7.

Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I. (2003): "*The competitive destination: A sustainable tourism perspective*". Ed. CABI Publishing, Oxon.

IX SEMINÁRIO 2012 ANPTUR

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.

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: an exploratory study of the Canaries, mainland Spain, France, the Balearics and Italy. *Tourism Today*.

Wu, F. & Zhang, J. (2007). Planning the Competitive City-Region - The Emergence of Strategic Development Plan in China. *Urban Affairs Review* V. 42 N. 5 P. 714-740.