

Determinantes da competitividade em destinos turísticos: um estudo sobre a cidade de Fortaleza

Determinants of competitiveness in tourist destinations: a study on the city of Fortaleza

José Pessoa Martinz

Professor EBTT - Ensino Básico, Técnico e Tecnológico e Coordenador do Núcleo de Empreendedorismo Institucional do Instituto Federal do Maranhão – IFMA, Santa Inês/MA, Brasil

E-mail: pessoa.martinz@ifma.edu.br

Sara Joana Gadotti dos Anjos

Professora do Programa de Pós-graduação Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Itajaí/SC, Brasil

E-mail: sara@univali.br

Ana Paula Lisboa Sohn

Professora titular da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Itajaí/SC, Brasil

E-mail: anasohn@hotmail.com

Artigo recebido em: 28-01-2021

Artigo aprovado em: 19-10-2021

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar a competitividade do destino turístico conforme os dados do Índice de Competitividade do Turismo Nacional. A pesquisa é caracterizada como exploratória, descritivo-explicativa. A metodologia, de natureza quantitativa, analisa os dados submetendo-os a testes estatísticos não-paramétricos para comparação e ranqueamento dos destinos. Os resultados mostram que o destino turístico Fortaleza ocupa a 4ª posição no índice geral de competitividade. Observou-se em Fortaleza pontos fortes e fracos em relação a outros destinos turísticos localizados no nordeste do Brasil. Pode-se notar que suas principais forças estão ligadas aos indicadores de competitividade: acesso (2º colocado), infraestrutura turística (3ª colocação) e economia local (3º colocado). E, as fragilidades relacionadas aos indicadores: serviços (5º lugar); marketing (6ª posição); capacidade empresarial (6ª posição) e, aspectos ambientais (8ª posição).

Palavras-chave: Destino Turístico. Indicadores de Competitividade. Fortaleza.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the competitiveness of the tourist destination according to the data of the National Tourism Competitiveness Index. The research is characterized as exploratory, descriptive and explanatory. The methodology, of a quantitative nature, analyzes the data by subjecting them to non-parametric statistical tests for comparison and ranking of destinations. The results show that the tourist destination Fortaleza occupies the 4th position in the general index of competitiveness. Strong and weak points were observed in Fortaleza in relation to other tourist destinations located in northeastern Brazil. It can be noted that its main strengths are linked to the indicators of competitiveness: access (2nd place), tourist infrastructure (3rd place) and local economy (3rd place). And, the weaknesses related to the indicators: services (5th place); marketing (6th position); entrepreneurial capacity (6th position) and environmental aspects (8th position).

Keywords: Tourist destination. Competitiveness Indicators. Fortaleza.

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo faz parte de uma série de pesquisas que abordam a competitividade dos destinos turísticos localizados nas capitais do nordeste brasileiro. Este especificamente, trata de analisar o destino Fortaleza, no Ceará, baseado no desempenho obtido a partir do Índice de Competitividade do Turismo Nacional.

A literatura reconhece que não existe um conjunto universal de determinantes da competitividade do destino aplicáveis a todos os destinos em todos os momentos, permanecendo incerto quais aspectos mudam e sob quais situações ou condições ocorrem. Portanto, é importante explorar e examinar os vários determinantes da competitividade do destino de acordo com o tipo de produto turístico, mercado de entrada, e estágio do ciclo de vida do destino. O avanço dessa discussão pode nortear a gestão de destinos turísticos em relação a quais fatores devem ser focados, a fim de melhorar a sua própria posição competitiva (Abreu-Novais, Ruhanen & Arcodia 2016).

Sobre a relevância deste trabalho destaca-se que pesquisas empíricas para atualização dos dados de competitividade ajudam a suprir os tomadores de decisão com informações relevantes para orientar as suas estratégias por meio da promoção do turismo.

2. COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE (2014) define competitividade de destino turístico como a capacidade do local para otimizar a sua atratividade para os residentes e não residentes, para oferecer serviços turísticos de qualidade e inovadores para os consumidores, e para ganhar quota de participação sobre a demanda de mercado doméstico e internacional, garantindo ao mesmo tempo que os recursos disponíveis em prol do turismo são utilizados eficientemente e de uma forma sustentável (Ribeiro & Costa, 2017).

A abordagem da OCDE utiliza uma gama de indicadores para ressaltar os principais elementos acordados em uma avaliação da competitividade do turismo. Dentre estes indicadores cita-se: governança do turismo, desenvolvimento de produtos, qualidade dos serviços turísticos, competitividade de preços, acessibilidade/conectividade, marca do destino, recursos naturais e culturais, desenvolvimento de recursos humanos (Dodescu & Cohuñ, 2016).

Considera-se que para que um destino turístico mantenha seu desempenho competitivo é necessário que possa se comparar com seus principais concorrentes, sendo capaz de abordar áreas de fraco desempenho competitivo (Shimamoto, 2018). Assim, os destinos mais

competitivos são os que se destacam em aspectos únicos que possam atrair visitantes (Van Vuuren & Slabbert, 2011).

Os modelos de competitividade de destinos turísticos alcançaram um nível de desenvolvimento em que todas as características que de alguma forma a influenciam foram mapeadas, sem, no entanto, identificar quais fatores são decisivos para a competitividade (Vieira, Hoffmann, Dias & Carvalho 2019).

Destinos turísticos se constituem uma das entidades mais difíceis de operacionalizar, gerenciar e comercializar, devido à grande variedade de partes interessadas, diretamente envolvidas no desenvolvimento, produção e entrega de produtos turísticos (Buhalis et al., 2019).

Buhalis et al. (2019) considera importante também os complexos interesses e relações existentes entre essas partes envolvidas, sendo que a competitividade em um contexto de destino turístico significa preocupações diferentes para pessoas diferentes, fatos que caracterizam a multidimensionalidade do turismo.

A multidimensionalidade, também mencionada por Crouch, (2011), se refere aos diferentes aspectos e indicadores que podem ser empregados para a avaliação da competitividade. Essa crescente complexidade analítica torna difícil a identificação de quais dimensões são, efetivamente, determinantes para a competitividade dos destinos.

Dentre os principais modelos desenvolvidos para mensurar a competitividade de destinos turísticos destacam-se Porter (1990); Dwyer e Kim (2003); Heath (2003); Enright e Newton (2004); Gooroochurn e Sugiyarto (2005); Modelo de Competitividade dos destinos turísticos europeus de Costa, Panyik e Buhalis (2013); Añaña; Pereira e Anjos (2015); Cvelbar, Dwyer e Koman (2016); Perna; Custódio e Oliveira, (2018).

Porter (1990) apresenta o modelo denominado "diamante competitivo", ao qual agregou o "acaso" e o "governo" como variáveis que incidem no comportamento da vantagem competitiva do setor. Como exemplo de situações do acaso, cita as mudanças nas preferências dos consumidores, as instabilidades climáticas e as guerras. Para Porter (1990, p. 189), "é a combinação das condições nacionais com as condições intensamente locais que estimula a vantagem competitiva".

O modelo de Crouch (2011) é o modelo conceitual mais conhecido na literatura sobre turismo e tem sido o ponto de partida para muitos outros estudos. O ponto mais importante da abordagem consiste no alcance do bem-estar das pessoas, que inclui a prosperidade econômica, a gestão ambiental e a qualidade de vida dos residentes. Os destinos que melhoram o seu nível

de competitividade desenvolvem, como consequência, uma maior capacidade de melhor servir os residentes proporcionando melhoria na qualidade de vida local, o que reforça a ideia de que a competitividade não é um fim em si mesma.

Dwyer e Kim (2003) introduzem uma nova visão sobre as condições da procura incluindo como elementos essenciais a consciência turística, a percepção e as preferências dos turistas. Descrevem que as condições de procura e as condições locais podem exercer uma influência positiva ou negativa sobre a competitividade.

O modelo de Heath (2003), faz uma analogia entre o destino turístico e a edificação de uma casa. Segundo o autor, um sistema de gestão de informação é relevante para o processo de tomada de decisão e permite a interligação entre os fatores base da competitividade (fundações) e o quadro estratégico do turismo na forma de uma política de desenvolvimento sustentável e de uma estratégia de marketing do destino turístico (tijolos).

Heath (2003) desenvolveu modelo semelhante no qual destaca a necessidade de maior envolvimento entre os stakeholders, assim como maior cooperação entre o setor público e privado de forma a otimizar a gestão estratégica dos destinos.

O Relatório de Competitividade em Viagens e Turismo, (OMT), publicado desde 2007 e atualizado em 2019, (Calderwood & Soshkin, 2019), contém um índice das pontuações de competitividade em viagens e turismo que contempla a análise de 140 países com base em 14 pilares. Gursoy, Baloglu e Chi (2009) o utilizam para examinar o posicionamento relativo de dez destinos do Oriente Médio, enquanto Krstic, Jovanovic, Jankovic-Milic e Stanisic (2016) o aplicam para avaliar a competitividade econômica nacional dos países da África Subsaariana (SSA).

O modelo, denominado Índice de Competitividade do Turismo Nacional (2008) é bastante utilizado por pesquisadores brasileiros em razão de sua maior adequação à realidade nacional. Sette e Tomazzoni, (2017) o utilizam para investigar os desafios, as limitações e as perspectivas da política nacional de turismo, ao passo que Miki, Ruiz e Batista-Canino, (2016), o usam para analisar as variáveis utilizadas para medir a competitividade dos destinos indutores de Turismo no Brasil.

O Modelo de Competitividade dos destinos turísticos europeus considera que o crescimento econômico deve ser criado na correlação estreita com os stakeholders e com o destino desenvolvendo redes e parcerias com uma governança flexível e ajustada a uma estratégia clara de desenvolvimento e definição de objetivos (Costa, 2014).

A análise aos modelos de competitividade existentes permitiu identificar fatores comuns e que se interligam de determinada forma, sendo que os fatores de desenvolvimento e governança são base de entendimento para que um destino possa ser mais competitivo frente a outro semelhante.

O modelo proposto por Añaña, Pereira e Anjos (2015), permite identificar os principais concorrentes do destino, e a partir da aglutinação de variáveis em dimensões de análise (fatores), comparar o seu desempenho ao dos concorrentes identificados e criar indicadores de longo prazo.

Perna, Custódio e Oliveira, (2018) desenvolveram um modelo de avaliação territorial denominado COMPETITIVTOUR com o objetivo de orientar a complexa tarefa de gestão da competitividade do destino, com dados de 25 produtores oficiais de informação de Portugal e Espanha.

Estudos de Barreto e Pequeno (2020) e Souza Mendes (2020) tratam da competitividade da cidade de Fortaleza, capital do Ceará, que é o objeto alvo deste trabalho. Conforme os autores Barreto e Pequeno (2020), no ano de 2017 tem-se a implantação do Programa Fortaleza Competitiva, visando conduzir o desenvolvimento urbano da cidade, principalmente por meio dos instrumentos urbanísticos de atração de investimentos na economia do turismo e no mercado imobiliário.

Em seu estudo, Souza Mendes (2020) mostra uma perda de competitividade do destino no tocante a capacidade de atrair turistas. O autor baseia-se em dados sobre uma queda observada entre os anos de 2015 a 2017 no número de turistas estrangeiros que desembarcam no aeroporto internacional de Fortaleza. Sublinha-se que este aeroporto é a principal porta de entrada para turistas estrangeiros na região Nordeste e Norte do Brasil.

3. PROCEDIMENTO METODOLÓGICOS

Foi realizada uma análise descritiva dos dados usando as medidas estatísticas de descrição, tais como valores extremos (mínimo e máximo), média, desvio padrão, coeficiente de variação (em %) e os quartis. Também foram obtidos gráficos de linha e boxplots no intuito de se ter uma visualização gráfica do comportamento dos indicadores de competitividade entre os destinos ao longo dos anos analisados.

Inicialmente, foram obtidas as medidas descritivas para cada indicador de competitividade, e a partir das quais foram identificados os valores extremos (mínimo e máximo), média, desvio padrão, quartis e coeficiente de variação.

O Índice Geral de Competitividade é formado pela soma ponderada de 13 dimensões divididas em 1) infraestrutura geral, 2) acesso, 3) serviços e equipamentos turísticos, 4) atrativos turísticos, 5) marketing e promoção do destino, 6) políticas públicas, 7) cooperação regional, 8) monitoramento, 9) economia local, 10) capacidade empresarial, 11) aspectos sociais, 12) aspectos ambientais, e 13) aspectos culturais), e analisadas segundo a importância relativa para a competitividade do turismo.

Foram considerados cinco níveis, numa escala de 0 a 100, para a análise dos resultados.

- a) o primeiro nível (0 a 20 pontos) refere-se ao intervalo em que os destinos apresentam deficiência em relação à determinada dimensão;
- b) o segundo nível (21 a 40 pontos), apesar de expor uma situação mais favorável do que o anterior, ainda evidencia níveis inadequados para a competitividade de um destino em relação à dimensão;
- c) o terceiro nível (41 a 60 pontos) configura situação regularmente satisfatória;
- d) o quarto nível (61 a 80 pontos) revela a existência de condições adequadas para atividades turísticas, e é, neste trabalho, o padrão mínimo de qualidade para a dimensão analisada;
- e) o quinto nível corresponde ao melhor posicionamento que um destino pode alcançar em uma dada dimensão (81 a 100 pontos).

Foram calculados:

DP = Desvio padrão; Min e Max = Valores mínimo e máximo, respectivamente; Q1, Q2 e Q3 = 1º, 2º e 3º quartis, respectivamente; CV = Coeficiente de variação (em %).

Fez-se uma apresentação gráfica dos fatores de competitividade de Fortaleza em relação a outros destinos turísticos do nordeste brasileiro por meio de blocos de boxplots. O boxplot ou diagrama de caixa é uma ferramenta gráfica que permite visualizar a distribuição e valores discrepantes (*outliers*) dos dados, fornecendo assim um meio complementar para desenvolver uma perspectiva sobre o caráter dos dados. Além disso, o boxplot também é uma disposição gráfica comparativa, com foco nas medidas de estatísticas descritivas como o mínimo, máximo, primeiro quartil, segundo quartil ou mediana e o terceiro quartil, elementos que formam o boxplot, o que pode ser visto através do deslocamento da linha vertical ao longo da barra do gráfico.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Fortaleza está situada na região nordeste do Brasil, no litoral Atlântico, a uma altitude média de 16 metros. Com área territorial de 313,140 km² e 2.669.342 habitantes, estimados em 2019, apresenta a maior densidade demográfica entre as capitais do país, com 8 390,76 hab/km². É a capital brasileira mais próxima da Europa, a 5 608 km de Lisboa, em Portugal e está a apenas 5.566 km de Miami (Estados Unidos), (IBGE, 2019).

Fortaleza passou por consideráveis transformações e reformas urbanas ocorridas entre as últimas décadas do século XIX e as primeiras décadas do século XX, período em que houve um intenso processo de mudanças, que produziu transformações nos contextos econômico, social, político e cultural. (Oliveira, 2009). Atualmente a cidade é a 5^a maior do país, e sua posição geográfica estratégica fez com que despontasse como principal ponto de entrada e saída do exterior para o Brasil.

O litoral de Fortaleza possui uma extensão de 34 quilômetros, com um total de 15 praias principais, sendo as mais frequentadas pelos fortalezenses: Praia do Futuro (leste), Meireles, Mucuripe e Praia de Iracema (norte), Leste-Oeste e Barra do Ceará (Oeste).

Com a “turistificação” do espaço litorâneo no nordeste brasileiro percebe-se que Fortaleza compete para atração de turistas. A cidade é destino indutor do desenvolvimento turístico regional e município categoria A de acordo com as diretrizes do Plano Nacional de Turismo e do Programa de Regionalização do Turismo. Mas aspectos como a pobreza, a desigualdade social e os índices de violência comprometem a competitividade e atratividade de turistas.

Sobre a competitividade de Fortaleza as tabelas 1 e 2 a seguir apresentam as medidas descritivas dos indicadores elencados pelo Índice de Competitividade do Turismo Nacional.

Tabela 1: Medidas descritivas para todos os indicadores do Índice de Competitividade do destino Fortaleza

Destino	Indicador	Média	DP	Min	Q1	Q2	Q3	Max	CV
Fortaleza	Índice Geral.....(4)	66,76	4,02	60,60	64,15	68,50	69,00	71,90	6,03
	Infraestrutura.....(3)	78,71	3,70	74,10	76,05	78,60	81,35	83,50	4,70
	Acesso.....(2)	78,51	1,46	76,20	78,25	78,40	78,65	81,20	1,86
	Serviços.....(5)	69,96	6,87	60,60	65,60	69,10	74,70	79,40	9,82
	Atrativos.....(4)	57,16	4,83	50,50	53,40	58,40	60,75	62,90	8,45
	Marketing.....(6)	46,23	4,50	37,10	45,45	46,60	49,30	50,40	9,74
	Políticas Públicas.....(6)	60,53	9,05	47,70	54,60	60,90	67,20	71,50	14,95
	Cooperação Regional....(5)	49,03	8,38	40,00	43,05	46,10	54,15	62,70	17,09
	Monitoramento.....(4)	51,27	5,56	43,20	47,95	52,80	53,65	59,70	10,84
	Economia Local.....(3)	77,14	3,63	72,50	74,10	78,40	79,30	82,30	4,71
	Capacidade Empresarial(6)	84,57	4,03	80,00	80,80	85,20	87,80	89,60	4,76
Aspectos Sociais.....(5)	64,33	5,09	57,50	60,45	65,30	67,50	71,60	7,92	

Aspectos Ambientais....(8)	66,71	14,48	44,20	56,45	72,10	77,60	82,60	21,70
Aspectos Culturais.....(4)	66,93	4,38	62,70	63,60	65,10	69,65	74,20	6,54

Fonte: Elaboração Própria com dados do Índice de Competitividade do Turismo Nacional (2015)

A **Tabela 2** condensa os dados obtidos pelo destino Fortaleza no ranking de competitividade.

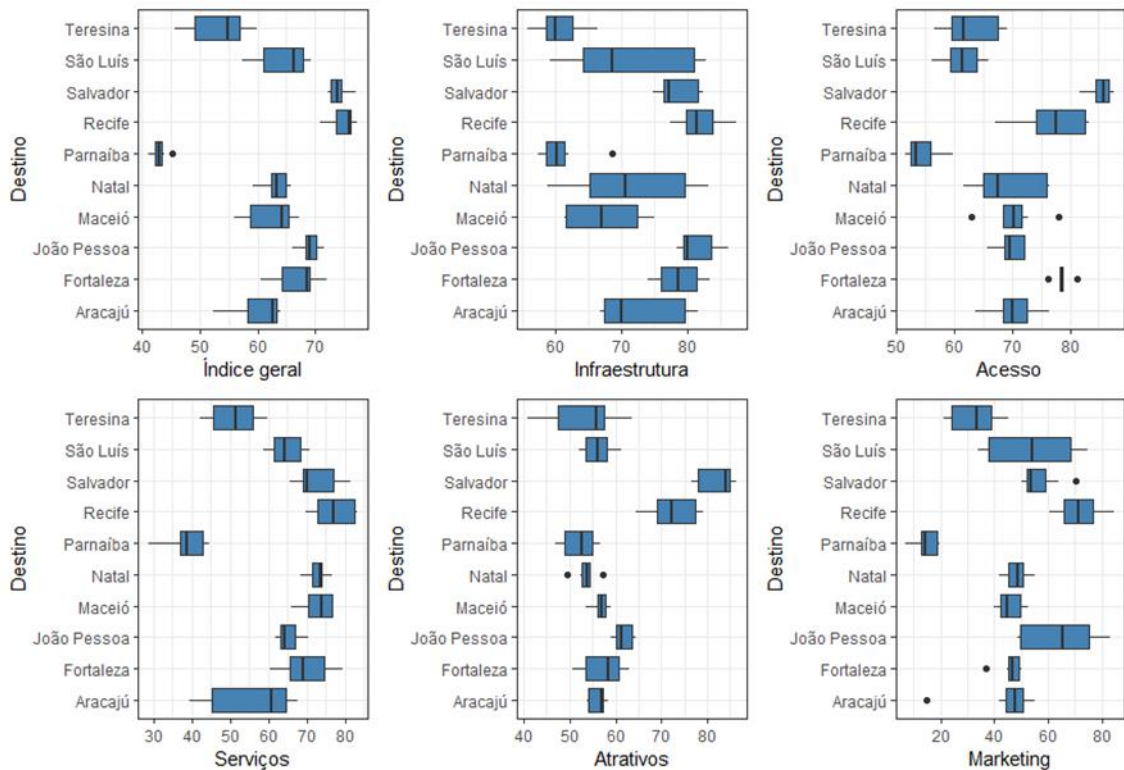
Tabela 2: Ranking de competitividade do destino Fortaleza com relação a todos os indicadores

Destino	Indicador	Média	Ranking
Fortaleza	Índice Geral..... (4)	66,76	3°
	Infraestrutura.....(3)	78,71	2°
	Acesso.....(2)	78,51	1°
	Serviços.....(5)	69,96	2°
	Atrativos.....(4)	57,16	3°
	Marketing.....(6)	46,23	4°
	Políticas Públicas.....(6)	60,53	4°
	Cooperação Regional.....(5)	49,03	3°
	Monitoramento.....(4)	51,27	2°
	Economia Local.....(3)	77,14	1°
	Capacidade Empresarial.....(6)	84,57	2°
	Aspectos Sociais.....(5)	64,33	5°
Aspectos Ambientais.....(8)	66,71	3°	
Aspectos Culturais.....(4)	66,93	2°	

Fonte: Elaboração própria com dados do Índice de Competitividade do Turismo Nacional (2015)

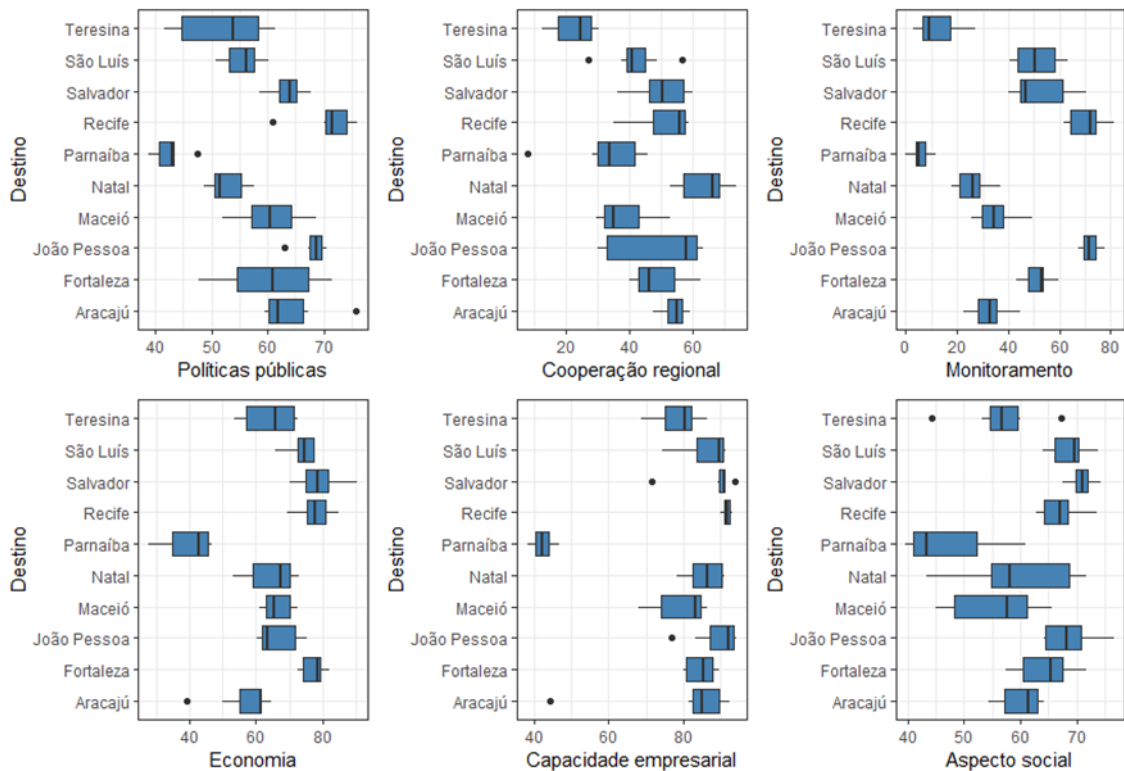
Com base nos dados apresentados pelo Índice de Competitividade do Turismo Nacional foram elaborados boxplots com o conjunto de indicadores avaliados observando o desempenho de Fortaleza em relação aos outros destinos turísticos localizados no Nordeste. Os boxplots permitem visualizar graficamente o comportamento dos dados nos destinos analisados. Observa-se que a posição de cada destino nos boxplots adotou como critério a ordem alfabética de baixo para cima, e não a posição relativa de cada destino, enquanto o mesmo critério é utilizado em relação aos gráficos de linha, porém a ordem alfabética é alterada de cima para baixo.

Figura 1 - Boxplots referentes ao bloco formado pelos indicadores **Índice Geral; Infraestrutura; Acesso, Serviços, Atrativos e Marketing.**

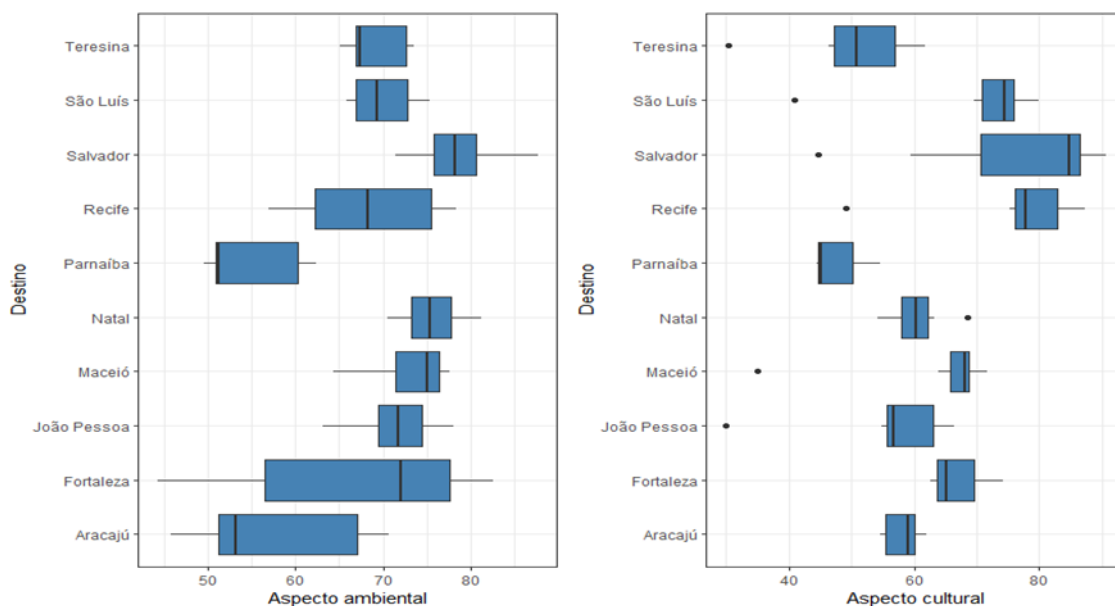


Fonte: Elaboração Própria, 2021

Figura 2 - Boxplots formados pelo bloco de indicadores **Políticas Públicas, Cooperação Regional, Monitoramento, Economia, Capacidade Empresarial e Aspectos Sociais**



Fonte: Elaboração Própria, 2021

Figura 3 - Boxplots formados pelo bloco de indicadores **Aspectos Ambientais** e **Aspectos Culturais**.

Fonte: Elaboração Própria, 2021

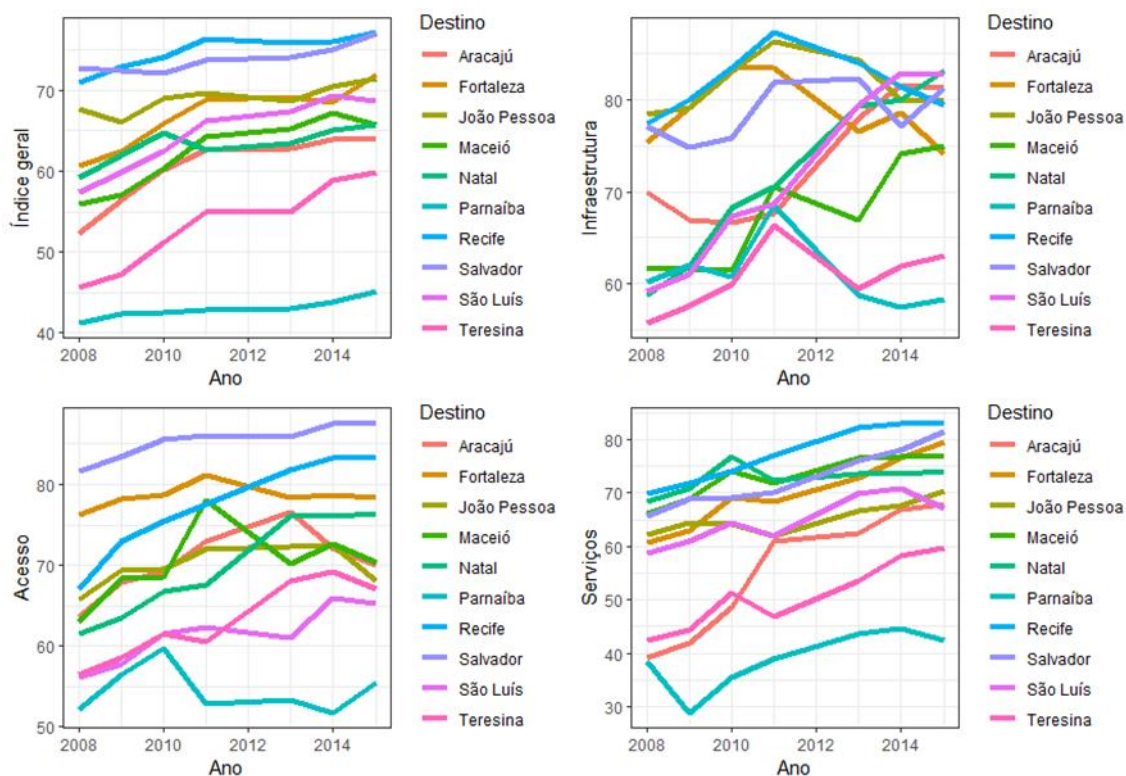
Conforme os dados das Tabelas 1 e 2, e das Figuras 1, 2 e 3 constata-se que Fortaleza está na 4ª colocação no Índice Geral de Competitividade em relação às demais capitais do Nordeste.

Sobre as variáveis da competitividade avaliadas observa-se que em relação a infraestrutura, Fortaleza alcança a 3ª posição e o valor encontrado no coeficiente de variação demonstra uma discreta evolução. Estando na 2ª posição no indicador Acesso, e apresenta o menor coeficiente de variação dentre todos os demais destinos, o que indica um ponto forte em termos de competitividade turística. A cidade apresenta uma posição intermediária em relação ao indicador serviços. No tocante aos indicadores atrativos turísticos, que mensura quatro variáveis: atrativos naturais; atrativos culturais; eventos programados; e realizações técnico-científicas. Coloca Fortaleza no 4º lugar, apresentando o mais alto coeficiente de variação. O marketing é um indicador que leva o destino Fortaleza para a 6ª posição competitiva entre as capitais nordestinas. Nessa dimensão são avaliadas quatro variáveis consideradas fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística: planejamento de marketing; participação em feiras e eventos; material promocional; e website do destino. Assim como o marketing, as Políticas Públicas mantêm Fortaleza também no 6º lugar no Índice de Competitividade do Turismo Nacional em relação às demais capitais do Nordeste e o coeficiente de variação é significativo, indicando oscilação nesse atributo. No indicador Cooperação Regional foram analisados atributos relacionados à governança, ao desenvolvimento de projetos de cooperação

regional, planejamento, roteirização, promoção e apoio à comercialização do destino. Em relação a este indicador Fortaleza alcança a 5ª colocação com significativa variação no coeficiente. A cidade obteve a 4ª posição no indicador Monitoramento, que analisa as ações voltadas às pesquisas de demanda; pesquisas de oferta; sistema de estatísticas do turismo; medição dos impactos da atividade turística; e setor de estudos e pesquisas no destino, e chama a atenção o coeficiente de variação que ultrapassou os 10%, considerado um valor significativo de oscilação. No tocante ao indicador Economia Local, que avalia a participação relativa do setor privado na economia local, infraestrutura de comunicação, infraestrutura de negócios, empreendimentos e eventos, o destino Fortaleza encontra-se na 3ª posição, muito próximo dos seus concorrentes Salvador e Recife, logo à frente com pequena variação de valor médio. Capacidade Empresarial é um indicador que avalia a qualificação profissional; presença de grupos nacionais e internacionais do setor de turismo; concorrência e barreiras de entrada; e número de empresas de grande porte, filiais e/ou subsidiárias e que ao colocar o destino Fortaleza em 6º lugar entre os competidores parece revelar uma contradição com o indicador Economia Local. Quanto ao indicador que mensura os Aspectos Sociais do turismo no destino, Fortaleza ocupa a 5ª colocação entre os demais competidores. A evolução de um destino em relação aos aspectos sociais se torna importante porque leva em conta o acesso à educação, o emprego gerado pelo turismo, o uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população e a política de enfrentamento e prevenção à exploração de crianças e adolescentes. Em relação ao indicador Aspectos Ambientais, que avalia seis variáveis: código municipal ambiental; atividades em curso potencialmente poluidoras; rede pública de distribuição de água; rede pública de coleta e tratamento de esgoto; destinação pública de resíduos e unidades de conservação no território municipal, Fortaleza ocupa a penúltima posição entre os concorrentes e apresenta, também, o maior coeficiente de variação, cujo valor ultrapassa a casa de 20%, o que pode indicar uma reação positiva. O último indicador, o que mede os Aspectos Culturais, mensura as variáveis relacionadas à produção associada ao turismo; patrimônio histórico e cultural; e aspectos de governança na área de cultura, cujos resultados situam o destino Fortaleza em 4º lugar na tabela de competitividade turística.

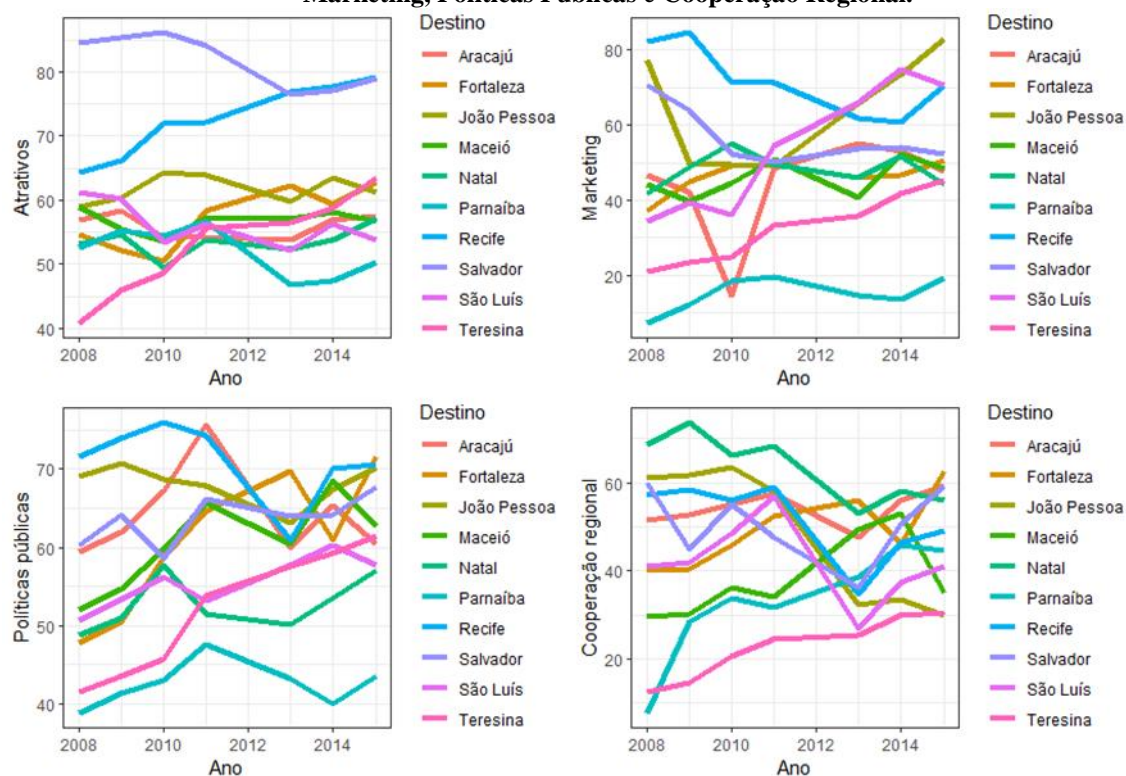
Ainda utilizando os dados do Índice de Competitividade do Turismo Nacional foram elaborados gráficos de linha (Figuras, 4, 5, 6 e 7) para os indicadores avaliados nos principais destinos turísticos do nordeste brasileiro. Por meio dos gráficos pode-se ver a evolução ou involução de cada indicador da competitividade ao longo dos anos analisados. A variabilidade foi expressa em números percentuais que mensuram as medidas descritivas.

Figura 4 - Gráfico de linhas para os indicadores Índice Geral, Infraestrutura, Acesso e Serviços.



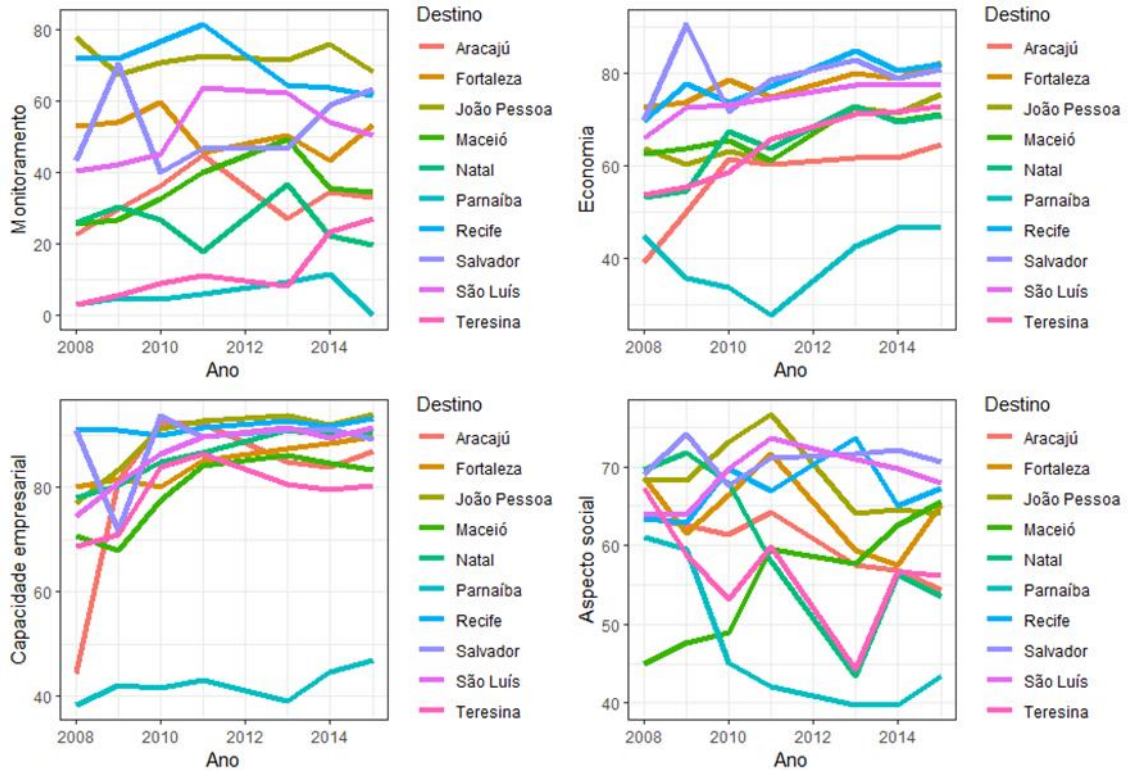
Fonte: Elaboração Própria, 2021

Figura 5 - Gráficos de linhas nos quais se demonstra um bloco composto pelos indicadores Atrativos, Marketing, Políticas Públicas e Cooperação Regional.



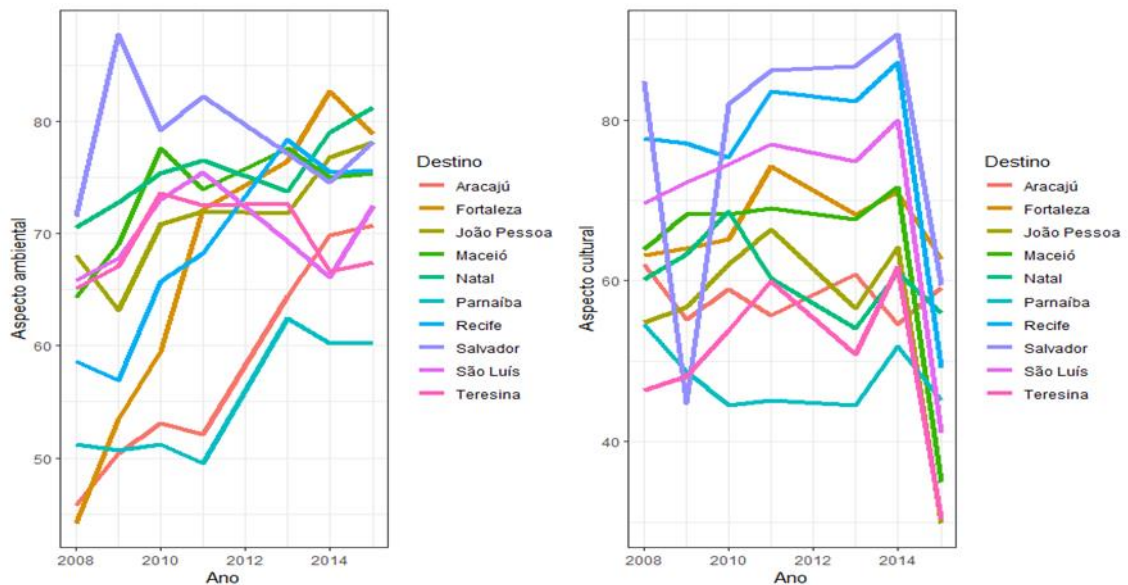
Fonte: Elaboração Própria, 2021

Figura 6 - Gráfico de linhas para os índices Monitoramento, Economia Local, Capacidade Empresarial e Aspectos Sociais.



Fonte: Elaboração Própria, 2021

Figura 7 - Gráfico de linhas para os indicadores Aspectos Ambientais e Aspectos Culturais.



Fonte: Elaboração Própria, 2021

Os dados representados na **Figura 4** reforçam que Fortaleza ocupa a 4^a posição. A 2^a posição alcançada pelo destino Fortaleza no indicador acesso mostra um dos pontos fortes desse destino. A infraestrutura, outro indicador considerado determinante, leva Fortaleza à 3^a posição, enquanto se coloca em 5^o lugar no indicador serviços, o que deve merecer mais atenção das autoridades locais.

O segundo bloco de gráficos de linhas, **Figura 5**, reflete os números obtidos nas mensurações estatísticas a partir da análise descritiva dos dados. E, constata-se que os destinos turísticos analisados no nordeste brasileiro não apresentam evolução significativa quanto ao indicador atrativos, o mesmo ocorreu em relação ao indicador cooperação regional. Quanto ao indicador marketing percebe-se uma oscilação com alguns destinos apresentando ganhos expressivos de posição como São Luiz. Entretanto e outros praticamente estáveis, sem crescimento expressivo, como é o caso do destino Fortaleza.

No terceiro bloco de gráficos, **Figura 6**, vê-se uma curiosidade acerca do indicador Capacidade Empresarial, ao mostrar uma evolução simultânea de todos os destinos (capitais) o que significa a importância dada ao turismo como atividade econômica relevante. Ao mesmo tempo, há uma completa dispersão em relação ao indicador Monitoramento, indicando que se trata de um aspecto que denota algum desinteresse ou baixa prioridade por parte dos stakeholders do turismo nos seus respectivos destinos, situação que se aplica ao destino Fortaleza.

O último conjunto de gráficos de linha, **Figura 7**, revela algo interessante acerca do indicador aspectos culturais que regrediu acentuadamente em todos os destinos analisados. Este fato pode indicar uma inércia ou inação das partes interessadas no turismo local, para cada destino, e regional, como bloco turístico que representa toda uma região de um país.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No tocante ao seu desempenho competitivo observa-se em Fortaleza pontos fortes e fracos em relação a outros destinos turísticos localizados no nordeste do Brasil. Pode-se notar que suas principais forças estão ligadas aos indicadores de competitividade: acesso (2^o colocado), infraestrutura turística (3^a colocação) e economia local (3^o colocado). A posição da cidade neste rol de indicadores demonstra a importância do turismo para o desenvolvimento econômico da cidade e região.

Por outro lado, as fragilidades competitivas foram demonstradas pelos indicadores: serviços (5^o lugar); marketing (6^a posição); capacidade empresarial (6^a posição) e, aspectos

ambientais (8ª posição). Este rol de indicadores precisa ser melhor trabalhado na gestão do destino, observa-se que são fatores chave da competitividade no turismo, em especial o fator meio ambiente tão importante e relevante para destinos de sol e mar como Fortaleza.

Em relação a competitividade do destino turístico Fortaleza, destaca-se que os resultados apresentados neste estudo devem ser considerados quando do processo de planejamento, organização, gestão e controle da atividade turística. Dadas as expressivas potencialidades que o destino dispõe, e as claras fragilidades expostas recomenda-se novas reflexões e estudos mais aprofundados sobre cada indicador ou conjunto de indicadores avaliados.

Esta foi uma pesquisa exploratória e inicial sobre a competitividade em destinos turísticos que teve como foco principal a análise do destino Fortaleza. Observou-se a posição competitiva da cidade em relação a uma gama de indicadores. Pode-se comparar a competitividade de Fortaleza frente a outros importantes destinos localizados no nordeste brasileiro, e que “competem” dentro de um mesmo posicionamento de mercado, o turismo de sol e mar. Diante dos resultados apresentados destaca-se a necessidade de se pensar em estratégias para melhor gerenciar os fatores de competitividade. A variedade de indicadores analisados reforça que a gestão de destinos turísticos se configura como uma atividade complexa e multifacetada.

As limitações do estudo decorrem da falta de dados oficiais atualizados que possam refletir a realidade no momento presente. Pesquisas empíricas para atualização dos dados de competitividade ajudarão a suprir os tomadores de decisão com informações relevantes para orientar as suas estratégias visando o desenvolvimento local através do turismo.

REFERÊNCIAS

Abreu-Novais, M., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2016). Destination competitiveness: what we know, what we know but shouldn't and what we don't know but should. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 492-512.

Alves, S., & Nogueira, A. R. R. (2015). Towards a sustainable tourism competitiveness measurement model for municipalities: Brazilian empirical evidence. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1337-1353.

Añaña, E. S.; Pereira, M. L.; Anjos, F. A. (2015) Competitividade de Destinos Turísticos na Visão da Demanda: introdução de um novo método de avaliação. *Revista Turismo em Análise*, 26(4), 859-879.

Andreoli, A., & Silvestri, F. (2017). Tourism as a driver of development in the Inner Areas. *Italian Journal of Planning Practice*, 7(1), 80-99.

Araújo, A. M. M., & Carleial, A. N. (2001). O processo de metropolização em Fortaleza: uma interpretação pela imigração. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 5.

Araujo, E. F. (2011). As políticas públicas e o turismo litorâneo no Ceará: o papel da Região Metropolitana de Fortaleza. *Sociedade e Território*, 57-73.

Barretto, V. S., & Pequeno, L. R. B. (2020). *A dualidade dos Instrumentos Urbanísticos no atual planejamento urbano de Fortaleza frente ao Plano Diretor de 2009*. In VI Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo.

Benevides, I. P., da Cruz, R. D. C. A., Garcia, F. E. S., & de Pontes Gondim, L. M. (1998). *Turismo e Prodetur: dimensões e olhares em parceria*. UFC Edições.

Bento, J. P. (2016). Tourism and economic growth in Portugal: an empirical investigation of causal links. *Tourism & Management Studies*, 12(1), 164-171.

Bezerra, I. M A. (2017). *O patrimônio histórico do centro de fortaleza e a viabilidade do turismo urbano*. 115 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão de Negócios Turísticos, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza.

Brasil (2016) Ministério do Turismo. PRODETUR. Roberto de Melo Martins (org.). *Avaliação Ambiental Estratégica*. Fortaleza, 294 p.

Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*.

Calderwood, L. U., & Soshkin, M. (2019, September). The travel and tourism competitiveness report 2019. *World Economic Forum*.

Camisón, C., & Forés, B. (2015). Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors? : New empirical evidence from Spain. *Tourism Management*, 48, 477-499.

Carvalho, P. M., Márquez, M. Á., & Díaz, M. (2016). Determinantes de competitividade no turismo de negócios internacionais: Uma análise exploratória de dados espaciais. *Revista Turismo & Desenvolvimento/ n. o*, 25, 117-129.

Chim Miki, A. F., Domareski Ruiz, T. C., & Batista Canino, R. M. (2016). An analysis of the study variables of the brazilian tourism competitiveness under the paradigms of evolutionary economic geography and relational economic geography. *Rosa Dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*.

Chin, W. L., Haddock-Fraser, J., & Hampton, M. P. (2017). Destination competitiveness: evidence from Bali. *Current Issues in Tourism*, 20(12), 1265-1289.

Coelho, M. D. F. (2015). What attracts tourists? Destinations competitiveness management through tourism attractions and attractiveness. *Rosa dos Ventos*, 7(4), 489-505.

- Conceição, C. C., Dos Anjos, F. A., & Gadotti dos Anjos, S. J. (2019). Power Relationship in the Governance of Regional Tourism Organizations in Brazil. *Sustainability*, 11(11), 3062.
- Coriolano, L. N. M. T., & Sylvio C. Bandeira de Mello e Silva. (2005). *Turismo e Geografia: abordagens críticas*. Ed. UECE.
- Costa, M. C. L. (2014). Fortaleza, capital do Ceará: transformações no espaço urbano ao longo do século XIX. *Revista do Instituto do Ceará*, 82.
- Costa, C., Panyik, E., & Buhalis, D. (Eds.). (2013). *Trends in European tourism planning and organisation* (Vol. 60). Channel view publications.
- Crouch, C. (2011). The strange non-death of neo-liberalism. *Polity*.
- Cvelbar, L. K. Dwyer, L. Koman, M. (2016) Drivers of destination competitiveness in tourism: a global investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1.042-1.050.
- Dalakis, A., Yfantidou, G., Costa, G., Matsouka, O., & Tsitskari, E. (2018). Tourists' perspective and nationality impact on destination competitiveness. *E-review of Tourism Research*, 15.
- Dantas, E. W. C. (2002). Construção da imagem turística de Fortaleza/Ceará. *Mercator*, 1(1).
- de Sousa Mendes, V. (2020). *Comparativo dos índices de Competitividade dos Destinos Turísticos da Rota das Emoções*. *Revista SOMMA*, 5(2), 23-38.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5), 369-414.
- Dodescu, A. O., & Coșuț, I. C. P. (2016). Competitiveness In The Tourism Sector. The Case of Romania. *Annals of Faculty of Economics*, 1(2), 182-193.
- Enright, M.J., & Newton, J. (2004) Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach. *Tourism Management*, 25, 777-788.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.0080>
- Estevão, C., & Nunes, S. (2015). Fatores de competitividade turística: a área regional de turismo do Algarve. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 897-912.
- Estevão, C., Nunes, S., Ferreira, J., & Fernandes, C. (2018). Tourism sector competitiveness in Portugal: applying Porter's Diamond. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 30-44.
- de Fátima Fontana, R., dos Anjos, S. J. G., & Pinto, P. S. L. G. S. (2018). Gestão Turística: Estrutura de Gestão dos Destinos Algarve-Portugal e Foz do Iguaçu-Brasil/Tourist Management: Destinations Management Structure in Algarve-Portugal and Foz do Iguaçu-Brazil. *ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade*, 10(4).
- Fortaleza (2016). Prefeitura de Fortaleza. (ed.). *Fortaleza 2040*. 86 p.
- Fundeanu, D. (2017). Regional effects of tourism cluster expansion. *Young Economists Journal/Revista Tinerilor Economisti*, 14(28).

- Gholitabar, S., & Costa, C. (2018). Adaptive Reuse in Cultural Heritage Building. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development*, (30).
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25-43.
- Gursoy, D., Baloglu, S., & Chi, C. G. (2009). Destination competitiveness of Middle Eastern countries: An examination of relative positioning. *Anatolia*, 20(1), 151-163.
- Katz, B. M., & McSweeney, M. (1980). A multivariate Kruskal-Wallis test with post hoc procedures. *Multivariate Behavioral Research*, 15(3), 281-297.
- Khan, A., Bibi, S., Lorenzo, A., Lyu, J., & Babar, Z. U. (2020). Tourism and development in developing economies: A policy Implication perspective. *Sustainability*, 12(4), 1618.
- Krstic, B., Jovanovic, S., Jankovic-Milic, V., & Stanisic, T. (2016). Examination of travel and tourism competitiveness contribution to national economy competitiveness of sub-Saharan Africa countries. *Development Southern Africa*, 33(4), 470-485.
- Heath, E. T. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective.
- Labrada, J. R. M., Ricardo, E. D. C. P., & Gainza, M. D. L. M. R. (2019). Atractividade-competitividade de destino turístico. Evaluación de Holguín para el mercado estadounidense. *ConcienciaDigital*, 2(4), 43-55.
- Lopes, T., & Costa, R. (2017). Como trabalhar para alcançar uma estratégia única entre todos os stakeholders do destino? O caso do Centro de Portugal. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (27), 1527-1538.
- Mazaro, R. M. (2017). Inovação em Turismo e Competitividade Regional: abordagem conceitual e ensaio de aplicação. *Revista Turismo em Análise*, 28(1), 1-18.
- McKight, P. E., & Najab, J. (2010). Kruskal-wallis test. *The corsini encyclopedia of psychology*, 1-1.
- Ministério do Turismo (2015) Índice de competitividade do turismo nacional: relatório Brasil 2015 / Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF: 92 p.
- Morettin, P. A., & BUSSAB, W. O. (2017). *Estatística básica*. Saraiva Educação SA.
- Todd, L., Leask, A., & Fyall, A. (2015). Destination competitiveness: A comparative study of Hong Kong, Macau, and Singapore. *Tourism Analysis*, 20(6), 593-605.
- de Oliveira, J. D. A. V. (2009). Uma cidade em construção. *Revista Espacialidades*, 2(01), 01-31.
- Paiva, A. M. L., Mendes, J. F. D. S., Carvalho, J. E. D. S. S., & Gonçalves, R. M. L. (2016). Dinâmica do emprego, remuneração e competitividade na economia do turismo DERCET: 2008/2014.
- OCDE (2014) Relatórios Econômicos Brasil

- Perna, F., Custódio, M. J., & Oliveira, V. (2018). Tourism destination competitiveness: an application model for the south of Portugal versus the Mediterranean region of Spain: COMPETITIVTOUR. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 19-29.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 73, 91.
- Ramos, D., Costa, C., & Teles, F. (2018). Fatores de competitividade das áreas rurais adjacentes às zonas costeiras. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development*, (30)
- Ribeiro, M., & Costa, R. (2017). A localização como fator influenciador da competitividade: A hotelaria na região do Douro. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development*.
- Rodrigues, R. C., Pereira, M. D. L., & Añaña, E. D. S. (2015). Tourist destination and competitiveness: the city assessment Rio Grande, RS, Brazil. *Rosa dos Ventos*, 7(4), 541-560. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v7iss4p541>.
- Serrano, A. M., Restrepo, L. A. M., & Garrido, I. V. C. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99-109.
- Sette, I. R., & Tomazzoni, E. L. (2017). Os desafios, as limitações e as perspectivas do modelo do Índice de Competitividade Turística no contexto da política nacional de turismo brasileira. *Turismo-Visão e Ação*, 19(2), 292-318.
- Shimamoto, K. (2018). The Factors That Influence The Boundary Between The Markets Of Competing Tourist Destinations. *Tourism and hospitality management*, 24(1), 185-196.
- Smaranda, S., & Flavia, T. (2018). Tourism organization and coordination in Romania and the importance of government in tourism development. *Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 20(1).
- Sohn, A. P., Silvestrini, C., Fiuza, T. F., & Limberger, P. F. (2017). Os elementos que caracterizam o Cluster Turístico em Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(1), 154-174.
- Van Vuuren, C., & Slabbert, E. (2012). Travel motivations and behaviour of tourists to a South African resort. *Tourism & Management Studies*, 295-304.
- Viana, M. F. (2012). Com vista para o mar: sobre a produção da imagem da Fortaleza vendável (Ceará, Brasil). *Turismo e Sociedade*, 5(1).
- Vianna, S. L. G., dos Anjos, S. J. G., & dos Anjos, F. A. (2016). Competitividade na destinação turística: análise do desempenho real frente ao desempenho percebido pelos gestores. *Applied Tourism*, 1(1), 145-172.
- Vieira, D. P., Hoffmann, V. E., Dias, C. N., & Carvalho, J. M. (2019). Atributos Determinantes da Competitividade dos Destinos de Sol e Praia Brasileiros. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(2), 128-143.

Wang, J., Luo, Q., Huang, S. S., & Yang, R. (2020). Restoration in the exhausted body? Tourists on the rugged path of pilgrimage: Motives, experiences, and benefits. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100407.

Webster, C., & Ivanov, S. H. (2019). Transformar la competitividad en beneficios económicos: ¿Estimula el turismo el crecimiento económico en destinos con más competencia?. *Anuario Turismo y Sociedad*, (25), 21-28.

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

Martinz, J. P., Gadotti, S. J. & Sohn, A. P. (2022). Determinantes da competitividade em destinos turísticos: um estudo sobre a cidade de Fortaleza. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 10(2), 235-255. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2022v10n2ID23926>
