

A sustentabilidade social como fator de competitividade do destino turístico Natal: uma análise à luz do Compet&nible Model

*Márcio Marreiro das Chagas**
*Pamela de Medeiros Brandão***

Resumo

Partindo da percepção de que é inadmissível conceber conceito de competitividade de um destino turístico sem relacioná-lo intrinsecamente ao conceito de sustentabilidade, o presente artigo analisa a sustentabilidade social como fator de competitividade de um destino turístico, fazendo uso do Compet&nible Model como forma de avaliação, contudo com enfoque apenas na Subdimensão II do modelo (Sustentabilidade Social do Turismo). Nesse sentido, optou-se pelo Destino Natal enquanto objeto de estudo em razão do destaque obtido por ele no cenário competitivo nacional e internacional. Desse modo, constatou-se através da análise dos fatores determinantes propostos pelo modelo uma classificação em um nível passível de melhorias, revelando uma condição de sustentabilidade social moderada, mesmo diante de um positivo posicionamento competitivo do destino.

Palavras-chave: Sustentabilidade social; competitividade; Compet&nible Model.

Abstract

Nowadays, it is impossible does not think about the competitiveness tourism destination concept without relate it to the sustainability notion. In this sense, this research aims to analysis social sustainability as a competitive factor of a tourism destination, through the use of the Compet&nible Model as a form of assessment. However, in this study was studied just the second sub-dimension of that cited model, it means, social sustainability of tourism destinations. In this way, due to the obtained success in national and international tourism scenery by Natal (Capital of Rio Grande do Norte) that was the city choose to study. Thus, results found by the investigation of the main factors of social sustainability pointed out for the model seems that Natal have a large number of aspects to work into a better tourism destination than now, even though its highlighted positioning in the tourism market.

Key-words: Social sustainability; competitiveness; Compet&nible Model.

Considerações Iniciais

Considerando o paradigma da sustentabilidade, na qual o turismo está inserido nos últimos anos, e reconhecendo a relevância de práticas sustentáveis tanto para a promoção do bem-estar social, quanto para o desenvolvimento de destinos turísticos e diferenciação no mercado, este artigo objetiva analisar a influência da sustentabilidade social sobre as condições e níveis de competitividade do Destino Natal, sob a luz do Competible Model. Este modelo de avaliação de níveis de sustentabilidade e competitividade de destinos é baseado em fatores de valoração das condições sociais da comunidade. Desse modo, possibilita verificar se existem e quais são as formas de contribuição do turismo para o desenvolvimento social.

O estudo compreende a Dimensão III (Sustentabilidade Turística), contudo com enfoque apenas na Subdimensão II do modelo (Sustentabilidade Social do Turismo), o que possibilita verificar como o fator de sustentabilidade social tem contribuído para tornar a Cidade do Natal um destino turístico competitivo; identificar os fatores de valoração sociais potenciais e condicionantes para o desenvolvimento turístico do destino Natal; e propor ações estratégicas para o desenvolvimento turístico local focadas na geração de vantagens competitivas.

Competitividade e Sustentabilidade de Destinos Turísticos

O desempenho do setor turístico vem se destacando na economia mundial, apresentando resultados superiores quando comparado a outros setores tradicionais e, naturalmente, hoje se apresenta como um dos principais setores econômicos. Em consonância com essa realidade, ocorre o aumento geométrico de destinos que desejam se lançar nesse setor a fim de auferir

seu desenvolvimento através ou com a ajuda dele (Valls, 1996).

Nesse sentido, a competitividade entre os destinos torna-se mais acirrada, o que corrobora com a necessidade do desenvolvimento de diferenciais, por parte deles, para que possam almejar os benefícios trazidos pela atividade. Este incremento na competência e na complexidade da competitividade, segundo Ritchie e Crouch (2003) implica em esforços estratégicos permanentes para manter as cotas de mercado conquistadas, por meio da criação de vantagens comparativas e competitivas adequadas ao contexto das novas exigências dos turistas.

Para tornar-se competitivo, um destino turístico necessita não apenas de uma alta rentabilidade econômica, mas sim de um conjunto de fatores que possam diferenciá-lo do grande número de concorrentes aos quais está exposto atualmente. Em outras palavras, pode-se afirmar que um destino turístico não será competitivo se além da rentabilidade econômica inerente a qualquer produto, não contribuir também com "[la] rentabilidad directa a los recursos naturales, al patrimonio y al equilibrio medioambiental de manera que la protección y la conservación del territorio y del patrimonio sean una consecuencia directa." (Mazaro, 2006b, p. 04).

Desse modo, é inadmissível conceber o conceito de competitividade de um destino turístico sem relacioná-lo intrinsecamente ao conceito de sustentabilidade (Ritchie; Crouch, 2003; Mazaro; Varzin, 2004; Mazaro, 2006; Mazaro, 2006b; Mazaro, 2007). Pois, fatores como qualidade de serviços, infraestrutura e facilidades turísticas entre outros parecem não pertencer mais ao grupo de principais influenciadores da escolha por um destino. Trata-se, na verdade, de fatores básicos para qualquer destino que deseje desenvolver a atividade turística em seu

*Márcio Marreiro das Chagas
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
marcio_marreiro@yahoo.com.br
Mestrando em turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Possui graduação em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Atualmente é professor substituto da graduação em Administração e da graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Tem experiência nas áreas de Consultoria em Turismo, Lazer e Recreação e Eventos Científicos.

**Pamela de Medeiros Brandão
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
pamela_brandao@yahoo.com.br
Mestranda do Programa de Pós-graduação em Turismo - UFRN, Graduada em Turismo com Habilitação em Gestão Hoteleira(2006) e em Animação Turística (2008) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

território (Valls, 1996; Chagas, 2007; Chagas, 2008; Chagas; Dantas, 2008). Desta maneira, competitividade e sustentabilidade se apresentam como uma verdadeira tautologia, constituindo, desse modo, um grande diferencial para qualquer destino (Mazaro; Varzin, 2004; Mazaro, 2006; Mazaro, 2007).

Corroborando com o exposto anteriormente, percebe-se que diante da intensa competitividade existente entre as destinações turísticas, surge uma necessidade constante de inovação e diferenciação, buscando-se superar os limites competitivos para garantir a sobrevivência da atividade e simultaneamente o desenvolvimento local. Isto posto, pressupõe-se que tornar-se ou manter-se competitivo no turismo é necessariamente passar por um constante processo de mudança e adaptação às tendências globais e às necessidades dos turistas e da população local. Tais necessidades a cada dia estão mais voltadas para a emergência dos graves problemas sócio-ambientais que nas últimas décadas fizeram emergir a preocupação em rever os caminhos e valores assumidos pela sociedade.

Desse modo, vê-se surgir um novo paradigma de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável e amplia-se o envolvimento destas questões com o turismo. Neste sentido, a sustentabilidade a partir das novas formas de concepção do turismo, enquanto um sistema sócio-econômico e da preocupação em conservar e preservar os recursos que ele utiliza, passa então a ser considerada como uma ferramenta chave na promoção da competitividade de destinos e passa a ser encarada não apenas como uma meta ambiental, mas, sobretudo social e econômica (Rocha, 2004).

Além disso, a sustentabilidade enquanto conceito amplo e complexo deve ter seus princípios e valores voltados para o cumprimento de metas que desafiem as formas convencionais de pensamento sobre

o desenvolvimento, considerando as imperfeições do mercado para que estas não se constituam obstáculos rígidos e intransponíveis que coloquem em risco o ritmo equilibrado do desenvolvimento. E que não considere o turismo como uma panacéia para todos os males econômicos e, conseqüentemente, sociais e ambientais (Brandão, 2006).

Entretanto, para que a sustentabilidade adquira uma dimensão real, que incida de uma maneira determinante nos processos sociais, se requer o desenvolvimento de uma nova geração de valores e conceitos, de metodologias e instrumentos, para conformar um paradigma emergente em relação ao tradicional, que sacrifica a sustentabilidade em detrimento dos rendimentos econômicos e financeiros. E que para conformar tal paradigma emergente, há de se considerar o estabelecimento de estratégias e ações que promovam o desenvolvimento no destino de modo sustentável, que envolvam o gerenciamento adequado dos recursos naturais e o bem-estar da população local, permitindo-a desfrutar de condições básicas de seguridade que garantam a qualidade de vida e a participação social (Mazaro, 2006).

A sustentabilidade social apresenta-se nesta conjuntura como um fator determinante de influência sobre as condições e os níveis de competitividade de um destino turístico por repercutir na criação de vantagem competitiva, e, portanto, cabendo ao poder público, em maior escala, a constituição de um ambiente competitivo compatível com as realidades sociais, de modo que permita garantir o êxito do destino.

Fonseca (2005) corrobora com tais perspectivas ao afirmar que a competitividade constitui-se um elemento central para a compreensão e explicação da diferenciação existente entre os destinos turísticos, enquanto espaços em suas diversas

escalas, de modo que a diferenciação deverá ser buscada com ênfase na criação de vantagens competitivas, que se constitui como um ato de inovação, mas que será promovida ou impedida por atributos que influenciam o ambiente ou o entorno no qual os destinos competem.

Aplicação do Compet&nible Model

O Compet&nible Model possibilita medir os níveis de competitividade turística e de sustentabilidade estratégica dos destinos turísticos com base em fatores e critérios determinantes que permitem avaliar até que ponto um destino está implementando ações que atendam os critérios atuais de êxito competitivo do turismo global em consonância com o desenvolvimento

sustentável local (Mazaro, 2006).

O modelo reúne três dimensões (desenvolvimento turístico, competitividade turística e sustentabilidade turística) que configuram a situação de sustentabilidade estratégica. Contudo, para efeito deste artigo é analisado apenas a Subdimensão II, ou seja, a "Sustentabilidade Social do Turismo", de maneira a expor a influência da sustentabilidade social sobre as condições e níveis de competitividade do Destino Natal como pode ser observado a seguir.

Indicadores sociais

Sendo o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) um fator referencial para valorar a sustentabilidade do desenvolvimento social, independente do turismo, foi verificado que segundo a

TABELA 01: Sustentabilidade Social do Destino Natal.

ELEMENTOS A VALORAR /RESULTADOS RELATIVOS		0	1	2	3	4	5
S.2	SubDimensão Social: Indicador general das condições/qualidade de vida e de prosperidade da comunidade (seguridade, infra-estrutura, serviços sociais, IDH).	< 0,500	// 0,500	// 0,550	// 0,650	// 0,750	> 0,850
S.2.1	Cultura e Patrimônio: Iniciativas de valoração e conservação da cultura, do patrimônio e da autenticidade local e regional.	Sem potenc	Potenc	PAHC local	PAHC regional	PAHC Nacional	PAHC Inter
S.2.2	Participação Cidadã: mecanismos de representação e participação dos agentes comunitários locais no desenvolvimento do turismo, através do exercício legítimo da cidadania.	Sem participac	Fórum aberto	Pólo Cluster	Pólo Cluster	Pólo Cluster	Pólo Cluster
S.2.3	Capacitação Turística: Existência de políticas para a gestão de pessoas (oportunidade, educação, formação, incentivos) e da hospitalidade.	< 50%	// 50 a 60%	// 60 a 70%	// 70 a 80%	// 80 a 90%	100%
S.2.4	Emprego e Ocupação: Proporção de residentes de direito que contribuem mediante a prestação de seu trabalho à produção de bens e serviços turísticos, embora trabalhem fora dos locais destinados a eles.	< 40%	// 40 a 50%	// 50 a 60%	// 60 a 70%	// 70 a 80%	// 80 a 100%
S.2.5	Rendimento: Repercussão econômica direta do emprego turístico, avaliado pela comparação entre o saldo médio anual do setor e o saldo médio anual no destino.	ST = 0 < SD	// 10 a > 10%	// 20 a > 20%	// 30 a > 30%	// 40 a > 40%	> 50%
S.2.6	Benefícios: Participação de negócios de origem regional na gestão das atividades turísticas que se estão levando a cabo.	< 10%	// 10 a > 10%	// 20 a > 20%	// 30 a > 30%	// 40 a > 40%	> 50%
S.2.7	PIB Turístico: Contribuição das atividades turísticas ao PIB local.	< 10%	// 10 a > 10%	// 20 a > 20%	// 30 a > 30%	// 40 a > 40%	> 50%
S.2.8	Satisfação do residente: Percepção geral da comunidade local a respeito dos efeitos e impactos do desenvolvimento turístico no destino.	< 40%	// 40 a > 40%	// 50 a > 50%	// 60 a > 60%	// 70 a > 70%	> 80%
S.2.9	Soma parcial: Subdimensão Social – S2 Máximo 45 pontos	20 pontos					

Fonte: Elaboração própria.

classificação do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o Destino Natal encontra-se entre as regiões de médio desenvolvimento humano, com um índice de desenvolvimento municipal igual a 0,788 o que lhe confere ocupar a 1ª posição com relação aos outros municípios do estado do Rio Grande do Norte e a 838ª em relação aos outros municípios brasileiros, e lhe incluir entre os 15,2% dos que encontram-se em melhor situação do país. Embora se verifique contrastes com outros indicadores sociais, como, por exemplo, os de intensidade de pobreza (PNUD, 2005) que atingiu em 2000, 42,52% da população, denotando que a cidade encontra-se ainda em uma realidade social grave, contudo em conformidade com o contexto nacional, fato que possibilita auferir o nível 4 no modelo utilizado.

Cultura e patrimônio

No fator de valoração referente à cultura de patrimônio, foram verificadas as iniciativas de valorização da cultura local, bem como a existência de diversos grupos folclóricos e parafolclóricos, e edificações tombadas como patrimônios em nível municipal, estadual e nacional. Este patrimônio encontra-se distribuído por toda a cidade, principalmente na Cidade Alta e Ribeira que segundo Brandão (2006, p. 72) são "bairros que se configuram entre os mais antigos da cidade e onde se encontram igrejas, monumentos, museus, obeliscos, praças e prédios antigos que representam à história da Cidade do Natal, e que os colocam em posição de destaque dentro do Circuito Histórico, Turístico e Cultural da Cidade".

No que se refere às manifestações culturais a cidade possui um calendário de eventos histórico-cultural, com 49 eventos definidos e distribuídos entre os bairros da cidade, com festas populares ligadas as comemorações religiosas e caracterizadas principalmente pelo ciclo junino e natalino,

de acordo com a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo da Cidade do Natal (SEMURB, 2006).

Assim, o Destino Natal apresenta uma evolução moderada em número e diversidade de atividades de "potencialização" e proteção dos recursos patrimoniais, sendo um destino que contempla um acervo patrimonial e cultural diferenciado. Contudo, pouco vem sendo, atualmente, utilizado pela atividade turística.

Participação Cidadã

De acordo com dados da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Comunitário (2006 *apud* SEMURB, 2006), a Cidade do Natal, dispõe de 444 entidades comunitárias, sendo 113 conselhos comunitários. Entretanto, o turismo não se encontra inserido nas pautas de debates da comunidade, de modo que se percebe que tais conselhos atuam especificamente em áreas assistencialistas.

No que se refere aos mecanismos oficiais do turismo na cidade, e das parcerias estabelecidas com organizações da sociedade, comunidade local e empresariado, verifica-se a participação de Natal no Conselho Estadual de Turismo (CONETUR) e no Pólo Costa das Dunas que é instituído de conselhos e fóruns de caráter permanente onde se discute os programas ligados ao turismo, com representações do setor privado, no qual estão envolvidos os empresários do setor e todas as entidades associativas, como a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) e a Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), e pelo setor público representado pela prefeitura, governo do estado e governo federal, além das instituições de ensino superior da cidade e outras organizações.

Embora o turismo na Cidade do Natal seja articulado e instaurado por meio destes mecanismos oficiais de caráter deliberativo, não é verificado a existência de mecanismos

sistematizados, próprios do destino, para o debate e decisões com a participação comunitária ou popular sobre o seu desenvolvimento turístico, caracterizando uma dependência a mecanismos estaduais. São registrados, todavia, mobilizações eventuais e isoladas, sem reflexo nas políticas turísticas locais, resumindo a participação da comunidade, quando presente, à dimensão informativa.

Capacitação turística

No destino turístico Natal percebe-se que o nível de capacitação turística não se encontra no estado ideal, embora esteja se desenvolvendo ao longo do tempo de modo mais adequado. Este item é bastante impactante no desenvolvimento local em bases sustentáveis, pois trata de aspectos primordiais para o desenvolvimento de uma comunidade, ou seja, educação e capacitação adequada para o trabalho. Nesse sentido, em função da importância estratégica do item, este deveria ser trabalhado a partir de uma perspectiva estratégica que contemplates melhorias nos níveis de capacitação nas áreas estrategicamente importantes assim como nas mais debilitadas, sejam elas operacionais ou mesmo relacionadas a níveis hierárquicos maiores, como é o caso do próprio planejamento e gestão.

Desse modo, percebe-se que Natal vem trabalhando este quesito de forma mais amíu de nos últimos anos. Entretanto, os esforços não têm sido definidos, por sua vez, em razão das necessidades identificadas por um planejamento estratégico prévio. Em outras palavras, existe um grande volume de cursos, por exemplo, que têm sido desenvolvidos sem se saber ao certo a real necessidade, antecipando assim as ações diretas em detrimento do planejamento estratégico. Diante disso, torna-se claro o baixo índice (nível 1) desse quesito na avaliação realizada.

Emprego e ocupação

Com relação ao emprego e ocupação, constata-se que a maioria da mão-de-obra absorvida pelo setor de turismo reside na própria cidade. Entretanto, se por um lado esse indicador poderia ser considerado favorável, já que a participação da comunidade local, seja direta ou indiretamente, é um importante indicador na avaliação do desenvolvimento local com respeito aos autóctones, por outro, em análise superficial, poderia dissimular a realidade. O que se pretende destacar aqui é o fato desta mão-de-obra ser oriunda, em sua grande maioria, principalmente nos cargos de menor remuneração, de bairros distantes dos empreendimentos turísticos, com pouca ou nenhuma infra-estrutura básica para uma vida plenamente saudável. Além disso, a remuneração pelo trabalho realizado, em sua maioria, é baixa, o que, por sua vez, corrobora com a percepção de baixos índices de qualidade de vida para essa parcela da população em especial.

Nesse sentido, percebe-se que o aporte de trabalho da comunidade autóctone para o setor de turismo apresenta índices quantitativos relativamente elevados. Embora qualitativamente esses índices não demonstrem tamanha expressividade na contribuição para a qualidade de vida dessa parte da população como deveria ocorrer em um processo de desenvolvimento turístico sustentável.

Rendimento

Como visto no item anterior os níveis de remuneração na atividade turística são baixos, e isto não apenas em escala local já que esse é uma realidade enfrentada pelo setor em inúmeros lugares. Além disso, os investimentos no processo de capacitação da mão-de-obra, em função da rotatividade entre outros motivos, são

relativamente baixos se comparados a necessidade premente de qualidade na prestação de serviços nesse setor. Este cenário é preocupante, pois pode chegar a comprometer o potencial competitivo do destino assim como diminuir os benefícios sócio-econômicos que poderiam ser auferidos do setor.

No destino em análise o setor turístico tem contribuído massivamente para a descentralização da fonte de renda dos habitantes dele, que historicamente foi centrada no setor público. Isto, de fato, é bastante impactante já que se estima que a atividade turística origine uma renda média 20% maior que a média dos demais setores. Essa atividade ao longo do tempo vem acrescentando tanta importância ao setor de serviços na cidade que ele atualmente é uma das principais fontes de emprego e renda da capital potiguar.

Benefícios

A atividade turística quando desenvolvida de modo sustentável pressupõe a distribuição equitativa dos benefícios oriundos dela. Nesse sentido, um dos maiores desafios a serem enfrentados pela gestão local é garantir que o desenvolvimento turístico gere benefícios de acordo com os anseios da comunidade local e que estes [os benefícios] consigam ser distribuídos equitativamente em meio à população autóctone incorporando-os a fermentação econômica realizada pela atividade.

Diante disso, estima-se que o destino possui entre 30% e 40% de seus negócios sob a responsabilidade dos autóctones. Este fato tem estimulado muitos setores da economia local como alguns fornecedores de serviços à hotelaria entre outros, ao passo que os pequenos empreendedores ou mesmo os trabalhadores informais tem recebido pouco estímulo do desenvolvimento desse setor. Portanto, faz-se interessante a elaboração de

diretrizes que venham a estimular a participação desses sub-setores pouco favorecidos no processo de desenvolvimento turístico da capital a fim que eles possam também receber benefícios nesse processo. Assim como estimular, também, a incorporação da mão-de-obra informal no processo de desenvolvimento turístico maximizando os benefícios para eles e para o destino como um todo.

PIB turístico

A participação da atividade turística na composição final do PIB local tem crescido a cada ano. Atualmente, o turismo em Natal é considerado um dos mais importantes setores da economia, responsável por grande parte do PIB local. Embora o PIB seja um indicador essencialmente econômico, e não possa contemplar a complexidade de uma análise sócio-econômica profunda, pode servir de referência em relação à composição da economia local. Esse ponto é interessante pelo fato de fazer perceber possíveis problemas como seria o caso de uma concentração excessiva em apenas uma atividade econômica em determinado destino, o que, por sua vez, provocaria uma grande dependência da dita atividade. Este cenário, por exemplo, não foi identificado no destino Natal, pois, se por um lado, ele possui concentração no setor de serviços, por outro se dispersa nos diversos setores que constituem esse grande aglomerado de setores que é o setor de serviços local.

Satisfação do Residente

A percepção do morador diante o desenvolvimento do turismo e seus impactos na localidade é influenciada pelas oportunidades vislumbradas de atuar como agente de real influência sobre o rumo de seu futuro e do processo de desenvolvimento de sua comunidade (MAZARO, 2006).

Assim, a percepção dos residentes quanto à atividade turística reflete sua satisfação com a atividade, o seu nível de envolvimento e participação com a mesma. Corroborado com estas premissas, Brandão (2006) detecta em sua pesquisa que 86% da população natalense afirma não trabalhar, tampouco ter trabalhado em alguma atividade turística o que demonstra que os residentes encontram-se excluídos do mercado de trabalho turístico. A população natalense alvo da citada pesquisa afirma ainda, em grande parte, que não participa nem nunca participou de atividades, programas, treinamentos e elaboração de políticas públicas relacionadas ao turismo, e que pouco tem percebido contribuições significativas em suas vidas, principalmente no que se refere à dimensão sócio-cultural.

Tal percepção levou a mesma autora a auferir um nível de contribuição ao desenvolvimento local sustentável insatisfatório. Embora 88% avaliem o turismo como uma atividade importante e muito importante para o Destino Natal, considerar-se-á para mensurar o fator de satisfação do residente proposto no modelo, o nível de contribuição ao desenvolvimento local sustentável, que se configurou em apenas 11% de percepção positiva do desenvolvimento proporcionado pela atividade turística, uma vez que a população não percebe tais contribuições e que pouco tem sido feito para proporcioná-las.

Efeitos da Sustentabilidade Social Sobre as Condições e Níveis de Competitividade do Destino Natal

Oliveira (2006) relata que a Cidade do Natal, possui uma tendência de crescimento do setor de serviços, principalmente relacionados ao potencial turístico, fato que representa uma perspectiva futura positiva para a atividade. Todavia, alerta sobre a existência de cenários possíveis se não

houverem investimentos que evitem o aumento das tensões sociais, decorrentes da carência de serviços sociais básicos.

Nas últimas décadas a Cidade do Natal foi palco de acelerado processo de modernização e atualmente está passando por um período extremamente importante de mudanças que precisam ser consideradas com a devida atenção. Pois, "ao mesmo tempo em que se consolida como um destino turístico global convive ainda com problemas sociais, como a persistência da pobreza e da não satisfação de necessidades essenciais, que ameaçam a sustentabilidade econômica, ambiental e social" (Brandão, 2006, p.107).

Apresentando uma análise competitiva do Destino Natal, Fonseca (2005), conclui que o destino é responsável por imprimir maior competitividade ao produto turístico potiguar por centralizar e comandar a atividade turística estadual, devido essencialmente ao fato de deter as condições mais satisfatórias em termos de infra-estrutura e serviços urbanos, de modo que exerce uma preponderância sobre os demais destinos do estado, se constituindo como o principal centro de visitação turística potiguar.

Em consonância com esta realidade, observou-se o aumento do nível e das condições de competitividade, principalmente devido aos investimentos realizados pelo PRODETUR/RN, que segundo Fonseca (2005, p. 141) "possibilitaram a criação de um 'ambiente competitivo' mais satisfatório para a expansão da atividade turística, propiciando também maior competitividade ao produto turístico", por terem visado à melhoria das 'condições de fatores' e por terem propiciado melhores condições para que os empreendimentos pudessem alcançar vantagens competitivas. Todavia, a questão da sustentabilidade social do turismo encontra-se isolada do crescimento da atividade,

revelando que as questões sociais não vêm sendo atendidas satisfatoriamente.

Considerações Finais

Com base nos resultados obtidos no presente estudo são apresentadas as principais conclusões que visam proporcionar subsídios para aprofundar a discussão acerca da sustentabilidade social como um fator competitivo para um destino turístico. As primeiras considerações que se pode fazer das reflexões feitas neste artigo é a de diversas dificuldades que se impõe a uma avaliação fidedigna da sustentabilidade social no turismo, especialmente no Destino Natal, tanto pela inexistência de indicadores sociais específicos para o setor turístico, quanto pela ausência de pesquisas de monitoramento de desempenho turístico que permitam valorar com precisão os fatores determinantes propostos pela literatura internacional resumida no Compet&nible Model. Desse modo, esta investigação vem contribuir para a diminuição desta lacuna na teoria do turismo nacional tornando-se mais um subsídio nesta temática pouco contemplada no setor.

Além disso, uma vez que não houve a aplicação de todas as dimensões do modelo, que permitiriam avaliar a interdependência da competitividade e da sustentabilidade no destino em estudo, precisando se a competitividade influencia na sustentabilidade ou se o desempenho da sustentabilidade condiciona o êxito competitivo se abre caminhos para futuras pesquisas que venham complementar e aprofundar as pesquisas da área desenvolvidas até o momento.

À luz do Compet&nible Model verificou-se que o Destino Natal, ao contabilizar 20 pontos, é classificado como passível de melhorias, pois revela uma condição de sustentabilidade social moderada. Esta análise permite inferir que a maioria dos critérios deficitários podem ser melhorados se forem

realizados programas de ações estratégicas a cargo da gestão social do turismo de forma integrada e cooperativa entre os agentes do turismo local, baseados na criação de oportunidades e na realização de intervenções necessárias por distintos projetos que garantam um futuro promissor do Destino Natal, numa ótica competitiva e sustentável.

Por fim, pode-se aludir que, através da leitura do Compet&nible Model foi possível, considerando tais condições, iniciar uma reflexão sobre a situação em que se encontra o Destino Natal, do ponto de vista da sustentabilidade social e de seu nível de competitividade. Nesse sentido, de acordo com as considerações de McIntoch (2003) apresentam-se para a melhoria da sustentabilidade social no Destino Natal, as seguintes oportunidades: promover produtos interativos que proporcionem experiências mais ricas, principalmente as que envolvam a cultura e o patrimônio; cultivar relações estreitas com a população local, por meio da promoção e participação dos turistas em eventos locais; contribuir para a melhoria de infra-estrutura local, não apenas em áreas turísticas; e essencialmente promover mecanismos de participação cidadã nas decisões e na elaboração de políticas públicas do turismo.

Referências Bibliográficas

- BRANDÃO, Pamela de Medeiros. **Contribuições ao desenvolvimento turístico local sustentável: a dimensão sócio-cultural na perspectiva da sociedade natalense.** Natal (RN), 2006. Monografia de Graduação do Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- CHAGAS, Márcio Marreiro das. **The Tourism destination image of Brazil sold on the web: Content analysis of websites of tourism operators/travel agencies based on Europe.** In: 2nd INTERNATIONAL SCIENTIFIC

CONFERENCE OF THE E-BUSINESS FORUM, 2008. Atenas.

_____. **A imagem do destino turístico Natal sob a perspectiva da EMBRATUR, SETUR/RN e mercado Ibero-holandês: uma análise comparativa e competitiva.** Natal (RN), 2007. Monografia de Graduação do Curso em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

CHAGAS, Márcio Marreiro das; DANTAS, Andréa Virginia Sousa Dantas. **Imagem de destinos e competitividade sustentável: Um estudo de Natal sob a percepção do mercado Ibero-Holandês.** In: V SEMINÁRIO DE TURISMO DO MERCOSUL (SEMINTUR), 2008. Caxias do Sul (RS).

FONSECA, Maria Aparecida Pontes. **Espaço, políticas de turismo e competitividade.** Natal: EDUFRN, 2005.

MAZARO, Rosana Mara. **Competitividad de destinos turísticos e sostenibilidad estratégica: proposición de un modelo de evaluación de factores y condiciones determinantes.** Barcelona (ES), 2006. Tese do programa de doctorado en investigación e tecnicas de mercado (DITMUB) de la Universitat de Barcelona.

MAZARO, Rosana Mara. **Sostenibilidad y competitividad para destinos turísticos: gobiernos locales.** Mensagem recebida por <rosanamazaro@uol.com.br> em 26 jul. 2006b.

_____. **Las propiedades de la competitividad para destinos turísticos: oportuidades en clave a la sostenibilidad.** Mensagem recebida por <rosanamazaro@uol.com.br> em 26 jul. 2006.

_____. **Factores determinantes de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad.** Disponível em: <www.ebape.fgv.com.br>. Acesso em: 15 dez. 2007.

MAZARO, Rosana Mara; VARZIN, Giovanni. **Sostenibilidad estratégica para destinos turísticos: Comp&tenible Model.** In: FÓRUM BARCELONA GLOBALIZATION E DESARROLLO, 2004. Barcelona (ES).

McINTOSH, William K. **The business case for sustainability in the tourism sector in British Columbia - Opportunities and Realities.** Summary Research brief. November. Ontario. 2003.

OLIVEIRA, Isadora Maria de Souza. **Obras de engenharia como atrativo turístico: um estudo de caso da ponte de todos - Newton Navarro em Natal/RN.** Natal (RN), 2006. Monografia de Graduação do Curso em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

PROGRAMA DE NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Relatório de desenvolvimento humano 2005.** [s.l.], 2005.

RITCHIE, J.R. Brent; CROUCH, Geoffrey I. **The competitive destiantion: A sustainability perspective.** University of Calgary: Canadá. 2003.

ROCHA, Margarida Maria de Fraga. **Turismo e desenvolvimento sustentável: referências e reflexões.** Disponível em: <www.braziltour.com/sit/br/>. Acesso em: 31 mar. 2006.

SEMURB. **Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo.** Circuito histórico, turístico e cultural de Natal. 2003. CD-Room.

SEMURB. **Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo.** Entidades comunitárias. 2006. CD-Room.

VALLS, Josep Francesc. **Las claves del mercado turístico: cómo competir en el nuevo entorno.** Bilbao: Deusto, 1996.

Cronologia do processo editorial:	
Recebimento do artigo:	30-jul-2008
Envio ao parecerista:	11-nov-2008
Recebimento do parecer:	15-jan-2009
Envio para revisão do autor:	15-jan-2009
Recebimento do artigo revisado:	18-jan-2009
Aceite:	18-jan-2009