

**A Competitividade de Destinos Turísticos:
O Caso de Balneário Camboriú - Santa Catarina – Brasil¹**

DOI: 10.2436/20.8070.01.58

Edilaine Weber Mannrich

Estudante de Graduação em Turismo e Hotelaria pela
Universidade do Vale do Itajaí, Brasil.
E-mail: edii.weber@gmail.com.

Thays Cristina Domareski Ruiz

Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná – UFPR.
Professora da Universidade do Vale do Itajaí, Brasil.
E-mail: thaysdomareski@gmail.com.

Francisco Antonio dos Anjos

Doutor em Engenharia de Produção e Gestão Ambiental pela Universidade Federal de
Santa Catarina, Brasil.
Professor da Universidade do Vale do Itajaí, Brasil.
E-mail: anjos@univali.br

Resumo

A competitividade de destinos turísticos tornou-se uma temática debatida intensamente na mídia e no meio acadêmico. O conceito de competitividade é complexo e multidimensional, proporcionando a análise de aspectos relevantes para o destino turístico. O objetivo deste estudo foi analisar o processo de desenvolvimento de Balneário Camboriú segundo a evolução das perspectivas de competitividade turística. A metodologia utilizada é qualitativa, tratando-se de um estudo de caso de Balneário Camboriú/SC. Com base na análise realizada é possível afirmar que pela linha do tempo de desenvolvimento do destino turístico Balneário Camboriú, seguiu parcialmente em compasso com a evolução das teorias da competitividade turística. A primeira e a segunda fases da perspectiva da competitividade são visíveis no destino. No entanto, a última fase que inclui a sustentabilidade ambiental ainda não demonstra indicadores que a evidenciem plenamente.

Palavras-chave: Turismo; Competitividade de Destinos Turísticos; Balneário Camboriú/SC.

¹ Este artigo é resultado de projeto de pesquisa financiado pelo Programa de Bolsas de Iniciação Científica - PROBIC UNIVALI.

1 INTRODUÇÃO

A literatura da área de Competitividade de Destinos Turísticos permite diferentes enfoques teóricos e metodológicos. O conceito apresenta uma relatividade e multidimensionalidade que têm atraído diversos investigadores, os quais apresentam modelos, determinantes, conceitos e indicadores (CHIM-MIKI; GÂNDARA; MUNHOZ, 2012; DOMARESKI, 2011), se tornando um dos fenômenos econômicos mais analisados nos últimos 30 anos, (JOVÁN; BRADIC-MARTINOVIC, 2014).

Assim, a competitividade de destinos turísticos tornou-se uma temática cada vez mais estudada por pesquisadores em todo mundo, área de interesse não só do meio acadêmico, mas de órgãos públicos, em busca dos potenciais benefícios econômicos e sociais da atividade turística (DOMARESKI, 2011). Considerada um dos temas mais relevantes nas agendas de políticas públicas em nações desenvolvidas e em desenvolvimento (CHUDNOVSKY; PORTA, 1990), a competitividade turística é a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva (MTUR, 2014).

O conceito de competitividade de destinos turísticos se consagrou principalmente, através dos trabalhos de Ritchie e Crouch e Dwyer e Kim, que realizaram diversos estudos sobre a temática da competitividade turística. Estes autores desenvolveram um dos conceitos e modelos teóricos mais completos (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003), cuja perspectiva tem seu foco na busca da competitividade para atrair mais e melhor os fluxos turísticos do que outros destinos concorrentes, esperando com isto, alcançar melhorias sociais, econômicas e de qualidade de vida à população local (RITCHIE; CROUCH, 2003; DWYER; KIM, 2003).

O objetivo deste trabalho foi analisar o processo de desenvolvimento de Balneário Camboriú segundo as perspectivas da teoria da competitividade turística. A partir desta introdução, o artigo está estruturado em quatro partes: metodologia, uma síntese teórica sobre competitividade de destinos turísticos e apresentação do objeto de estudo; análise do destino turístico de Balneário Camboriú/SC e por último, as considerações finais.

2 METODOLOGIA

Este estudo realizou uma pesquisa bibliográfica e documental, sendo caracterizado como descritivo. A pesquisa bibliográfica baseia-se na coleta de material de diversos autores sobre um determinado assunto, tendo como principal vantagem, o fato de permitir ao pesquisador uma cobertura mais ampla do que ele poderia pesquisar diretamente (CHIZZOTTI, 2003; GIL, 1999). É considerada peça chave na construção do conhecimento científico, devendo ser orientada pelo objetivo de resgatar conceitos, ideias e contribuições com interface ao tema proposto. A pesquisa bibliográfica pode, portanto, ser considerada também como o primeiro passo de toda pesquisa científica (LAKATOS; MARCONI, 1992, p.44).

Nesta pesquisa o critério estabelecido para a seleção de artigos sobre competitividade de destinos turísticos foi possuir no título, resumo ou palavras-chave, o termo 'competitividade de destinos turísticos'. A pesquisa foi realizada nas bases de

dados da EBSCO, Scopus, Portal da Capes e Redalyc, no período de 1985 a 2016, permitindo uma análise da evolução e características dos estudos sobre esta temática.

Na sequência foram levantados dados sobre o objeto de estudo: o destino turístico de Balneário Camboriú/SC, e juntamente a esta etapa, desenvolvido o estudo de caso, cruzando a teoria da competitividade com o objeto. É uma tipologia de pesquisa que tem seu foco no entendimento de dinâmicas do contexto do objeto de estudo, que permitam a compreensão do tema abordado (EISENHARDT, 1989; YIN, 2005). Enquanto método de trabalho, o estudo de caso, caracteriza-se pelo aprofundamento descritivo e analítico do objeto eleito, tendo como escopo o referencial teórico, conceitos pré-definidos, sendo que o caráter de validade transitório das informações obtidas em campo impede a generalização para outros objetos similares (YIN, 2005).

QUADRO 01 - Resumo dos Procedimentos Metodológicos

Base de Dados	EBSCO; Scopus, Portal da Capes e Redalyc;
Bibliografia	Dados secundários; Website oficial do município de Balneário Camboriú; Trabalhos publicados de 1985 à 2016;
Estratégia de Pesquisa	Uso das palavras: competitividade de destinos turísticos; destination competitiveness;
Critério	No título, resumo ou palavras-chave;
Abordagem	Qualitativa;
Análise	Descritiva e analítica;

Fonte: Elaboração própria, 2017;

3 COMPETITIVIDADE DE DESTINOS TURÍSTICOS

A competitividade tem sido um referencial teórico prioritário na literatura dedicada à estratégia (PORTER, 1989), tanto no âmbito empresarial nacional, quanto no econômico internacional, ou de destinos turísticos (DOMARESKI, 2011).

Segundo Porter (1999), em uma perspectiva industrial, competitividade é a habilidade ou talento resultante de conhecimentos adquiridos, capazes de criar e sustentar um desempenho superior ao desenvolvido pela concorrência.

Um dos conceitos mais amplos e muito citados de competitividade turística é “a capacidade de um destino turístico de agregar valor e assim, aumentar a riqueza através da gestão de bens e processos, fazendo a integração destes sob um modelo econômico e social que considere o capital humano do destino e sua preservação para as futuras gerações” (RITCHIE; CROUCH, 2003). Embora este conceito pareça simples de se compreender, quando se tenta estudar e medir a competitividade entre os destinos turísticos, fica claro o quão complexo é defini-la (CROUCH; RITCHIE, 1999). Nesta linha teórica, a competitividade de destinos, segundo Dwyer e Kim (2003), é a habilidade de um destino em conhecer as necessidades e o perfil de seus turistas, a fim de fornecer bens e serviços melhores do que seus concorrentes. Este conceito serve para explicar o motivo de alguns destinos turísticos serem mais procurados no mercado, em detrimento de outros (DWYER; KIM, 2003; RITCHIE; CROUCH, 2003). Dessa forma, pode se afirmar que não existe um único conceito para competitividade de destinos turísticos.

O Quadro 02 apresenta conceitos tanto de competitividade geral, quanto de competitividade de destinos turísticos. Observa-se nos primeiros conceitos de

competitividade um foco na produtividade, o qual foi ampliado, com o passar dos anos, dando espaço a uma visão de sustentabilidade e qualidade de vida. Esta mesma trajetória evolutiva pode ser observada no turismo, ainda que tenha começado 15 anos depois.

QUADRO 02 - Definições de Competitividade de Destinos Turísticos

Autores – Data	Conceito
Scott; Lodge (1985)	Competitividade é a habilidade de uma nação em produzir e distribuir bens e serviços na economia internacional, de modo que também aumente o padrão de vida da população.
Porter (1990)	O único conceito significativo de competitividade para uma nação é sua produtividade.
World Economic Forum (1994)	Competitividade é a habilidade de um país, criar e sustentar a longo prazo um valor econômico superior, frente aos seus concorrentes.
Esser et al (1994)	Competitividade se baseia em uma organização social em que se geram vantagens competitivas em função da interação dos múltiplos parâmetros de relevância para o sistema.
De Keyser e Vanhove (1994)	Capacidade para alcançar a longo prazo mais eficiente do que a maneira média seus objetivos internacionais ou regionais. Isto significa que um destino competitivo é capaz de realizar rentabilidade acima da média, com o menor custo social e sem prejudicar o ambiente e os recursos disponíveis. É útil, neste ponto a salientar a importância de realizar a competitividade a longo prazo.
Ferraz; Kupfer; Haguenaer (1997)	Competitividade é a capacidade de a empresa formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitam ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado.
Crouch; Ritchie (1999)	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.
Kozak; Rimmington (1999)	Competitividade de destinos turísticos é derivada de dois aspectos fundamentais: (i) fatores primários, em que são incluídos o clima, ecologia, cultura e tradições arquitetônicas; e (ii) um segundo grupo de fatores, que é introduzido especificamente para o setor de turismo, como hotéis, meios de transporte e entretenimento. Combinados, ambos os aspectos determinam a competitividade dos destinos.
Dwyer; Forsyth; Rao (2000)	Competitividade de destinos é um conceito geral que abrange as diferenças de preço junto com os movimentos da taxa de câmbio, níveis de produtividade dos vários componentes da indústria turística, e fatores qualitativos que afetam a atratividade de um destino.
D'hauteserre (2000)	Competitividade é a capacidade do destino turístico de manter sua posição no mercado e aperfeiçoá-la através do tempo.
Hassan (2000)	Competitividade é a capacidade do destino para criar e integrar produtos de valor agregado que sustentam recursos, mantendo a sua posição no mercado em relação aos seus concorrentes.
OECD (2000)	Competitividade é o grau em que uma região pode, sobre condições de liberdade e igualdade de mercado, produzir bens e serviços que satisfaçam as exigências dos mercados internacionais ao mesmo tempo que mantém e incrementa os ganhos reais de seus cidadãos.

Heath (2002)	Competitividade é a habilidade de um destino turístico disponibilizar produtos e serviços melhores que outros destinos turísticos nos aspectos da experiência turística que são considerados importantes pelos turistas.
Dwyer; Kim (2003)	Competitividade é a habilidade relativa do destino de conhecer as necessidades e o perfil dos turistas, para fornecer serviços e bens melhores do que outros destinos semelhantes, nos aspectos verificados.
Enright; Newton (2004)	Os destinos serão competitivos se puderem atrair e satisfazer turistas potenciais.
Gooroochurn; Sugiyarto (2005)	A competitividade pode ser entendida como um fenômeno multidimensional e relativo, e sua mensuração da escolha das variáveis analisadas e/ou do ano-base de escolha e/ou da base geográfica (países ou regiões).
Omerzel; Mihalic (2007)	Competitividade de um destino turístico é a habilidade do país de criar valor adicionado e desta forma incrementar a saúde nacional pela gestão de ativos e processos, atratividade e proximidade.
Pike (2008)	Um destino competitivo é aquele que caracteriza: turismo rentável, uma posição de mercado eficaz, um ambiente atrativo, experiências satisfatórias dos visitantes e apoio aos residentes locais.
Hong (2009)	Competitividade é a capacidade de um destino para criar, integrar e oferecer experiências de viagem incluindo produtos e serviços de valor agregado consideradas importantes pelos turistas.
Tsai; Song; Wong (2009)	O destino é competitivo se possuir a capacidade de atrair e satisfazer os potenciais turistas, fazendo com que se obtenham resultados diretos e indiretos.
WEF (2015)	A competitividade é gerada pelo conjunto de instituições, políticas e fatores que determinam a produtividade de um país.
MTur (2015)	Competitividade é a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva.
Queiroz Neto et al (2017)	A competitividade é a superioridade do valor entregue aos turistas, que eco-criado por clientes em uso, ao invés de serem entregues por fornecedores.

Fonte: elaboração própria, baseada em Domareski, 2011.

É possível observar uma evolução do conceito de competitividade. A partir de 1985, a competitividade foi analisada principalmente pela habilidade de um país em produzir e distribuir bens em escala mundial. Um viés muito relacionado à economia clássica e sob uma forte influência porteriana. A partir da década de 1990, a medição do nível de competitividade dos destinos e a identificação dos fatores que determinam essa competitividade se destacam nas pesquisas, onde as vantagens competitivas e comparativas passaram a ser relacionadas à competitividade para a manutenção do *Market Share* (CRACOLICI; NIJKAMP, 2009; ENRIGHT; NEWTON, 2004). Também se verifica a menção ao custo social, indicando o princípio de preocupação com o retorno em qualidade de vida para a população, como resultado ou reflexo principal da competitividade. O conceito se completa com a inclusão do viés de sustentabilidade ambiental, refletida principalmente na preocupação ambiental, a partir dos anos 2000.

Assim, ser competitivo incluiu produzir e distribuir produtos mais e melhor que o concorrente, e gerando melhorias de qualidade de vida e sustentabilidade a população local. Um conceito amplo, complexo e multidimensional que se manteve pelos anos

seguintes até a atualidade. No entanto, as recentes definições parecem estar voltando aos primórdios iniciais, focalizando muito mais na produtividade, como se observa no conceito apresentado pelo WEF (2015). É possível reconhecer três fases baseadas nos conceitos da teoria da competitividade de destinos turísticos, sendo a primeira delas focada na produtividade e no *market share*, a segunda delas na melhoria da qualidade de vida dos residentes e a terceira pela inserção de aspectos ambientais relacionados a sustentabilidade.

Por outro lado, os modelos de competitividade de destinos turísticos existentes na literatura estabelecem critérios que tornam o destino turístico mais competitivo frente a seus concorrentes. Sendo assim, apresentam-se no quadro 03, os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos, discutindo sobre as suas características e contribuições. A perspectiva multidimensional foi buscada pelos autores, com diferentes enfoques, mas tentando captar um grande número de variáveis. No entanto, variáveis relacionadas com a qualidade de vida são limitadas ou inexistentes nos modelos.

QUADRO 03 – Modelos de Avaliação de Competitividade de Destinos Turísticos

Modelo	Contribuições
Modelo de Crouch e Ritchie (1999)	É o primeiro modelo conceitual de destinos turísticos, com perspectiva sistêmica, e foi desenvolvido com o foco no destino turístico e por esta razão tem uma percepção específica e diferenciada. Apresenta cinco pilares estruturantes: recursos naturais e atrativos, fatores de apoio, administração da destinação e qualificação de determinantes. É considerado um marco nos estudos de competitividade de destinos turísticos com o intuito de mapear a estruturação da competitividade nos destinos turísticos.
Modelo de Dwyer e Kim (2003)	Também apresenta uma perspectiva sistêmica, foi baseado no modelo conceitual de Crouch e Ritchie, sendo o primeiro modelo a apresentar indicadores para avaliar o destino fazendo referência à fatores socioeconômicos para atingir a prosperidade do destino turístico. Ele relaciona sete macro dimensões, 28 sub dimensões e 150 variáveis/indicadores, onde ele não só identifica, mas também insere aspectos relacionados à quantificação, qualidade e eficiência.
Modelo de Heath (2003)	Relaciona a competitividade à metáfora de uma casa, determinando sua base e os fatores determinantes para o desenvolvimento e sucesso do destino. Foi elaborado levando em consideração um planejamento estratégico e visionário, sinergia do desenvolvimento do destino turístico, estratégias e políticas sustentáveis, administração, gestão e pesquisa do destino.
Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores² (2008)	O principal objetivo deste estudo foi realizar um diagnóstico detalhado da realidade dos destinos indutores avaliados, a fim de colocar em perspectiva os níveis de competitividade turística de cada um, e permitir que gradualmente possam, com base nos princípios de sustentabilidade, oferecer produtos e serviços de melhor qualidade a turistas nacionais e estrangeiros. A metodologia utilizada no Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores se configurou em uma escala de 1 a 100 para mensuração dos quesitos em análise e utiliza 13 dimensões.
Índice WEF – Travel and Tourism Competitiveness	Elaboração do primeiro índice de competitividade, porém diretamente relacionado à fatores econômicos do destino. O relatório de

² Este estudo que era realizado pelo Ministério de Turismo em parceria com a Fundação Getúlio Vargas e o Sebrae teve sua última edição em 2015.

Index (2007-2017)	competitividade turística é baseado em um índice agregado, multidimensional e comparativo formado por 14 pilares que representam uma agrupação de variáveis representativas para a competitividade turística de um país, avaliando 90 indicadores, de 141 países, resultando em um ranking com posicionamento competitivo dos países.
--------------------------	---

Fonte: elaboração própria, baseada em Domareski, 2011.

Uma limitação que pode ser observada nos principais modelos de competitividade de destinos turísticos: Crouch e Ritchie (1999) e Dwyer e Kim (2003) é a carência de indicadores operacionalizáveis para aplicação empírica que possibilitem a avaliação da competitividade e a consequente comparação entre diferentes destinos, devido a falta de hierarquização das dimensões.

A compreensão e o estudo da competitividade para o turismo têm despertado a atenção de pesquisadores, governantes e investidores para incentivar o setor como alternativa ao desenvolvimento sustentável para diferentes localidades (MAZARO, 2007; VALLS, 2004). O que torna um destino turístico verdadeiramente competitivo é a sua capacidade para aumentar a despesa turística e para atrair mais visitantes ao mesmo tempo em que proporcionam experiências diferenciadas, tornando-se rentável, enquanto aumenta o bem-estar dos residentes e preserva o capital natural para as futuras gerações de destino (CROUCH; RITCHIE, 2005).

O objetivo fundamental da competitividade é manter ou incrementar o rendimento real dos cidadãos, o que pode refletir no nível e na qualidade de vida dessa população (CROUCH; RITCHIE, 2003; DWYER; KIM, 2003; VIANNA, 2011; DOMARESKI, 2011). Nesta perspectiva, a competitividade não deve ser vista como um fim, e sim como um meio para a melhoria dos indicadores sociais da localidade em questão.

É possível observar uma tendência em medir a competitividade dos países com o objetivo de classificá-los, como pode ser observado nos relatórios e documentos do *World Economic Forum* (WEF 2007-2015) em nível global, e pelas instituições de turismo em diversos países (CHIM-MIKI; DOMARESKI-RUIZ; ANJOS, 2016). Os destinos turísticos se esforçam para manterem-se bem posicionados em um mercado, que cada vez está mais competitivo e globalizado (CROUCH, 2011).

4 OBJETO DE ESTUDO: BALNEÁRIO CAMBORIÚ

Balneário Camboriú localiza-se no litoral centro-norte do estado de Santa Catarina, Região Sul do Brasil e possui uma população estimada de 131.727 (IBGE, 2017). Sua localização geográfica possibilita o fácil acesso a outros destinos turísticos do estado, como Blumenau, Joinville, Brusque, Bombinhas e Florianópolis, caracterizados pela proximidade com a BR 101, rodovia nacional que cruza o estado no sentido norte – sul e é o principal eixo de conexão entre as cidades do estado. O clima é temperado subtropical, com temperatura média anual de vinte e cinco graus Celsius (25°).

Balneário Camboriú é reconhecida pelas opções de lazer, entretenimento, com restaurantes, bares, casas noturnas e praias, e também pelo setor imobiliário. Um dos setores que movimentam a economia de Balneário Camboriú é o turismo, pela variedade de atrativos naturais, que juntamente com a construção civil contribuem para que o PIB do município esteja entre os mais altos da região sul do Brasil. A intensificação da construção civil começou na década de 1970 e atualmente, tem um dos

metros quadrados mais valorizados de Santa Catarina.

Possui uma área territorial de aproximadamente 46.244 km², onde abrange uma diversidade de atrativos turísticos desde os naturais, como as praias e os atrativos construídos. É reconhecido como destino de Sol e Praia, mesmo sofrendo com a questão da sazonalidade, cujos meses de baixa temporada apresentam uma acentuada redução da demanda turística.

Além da diversidade de atrativos dispostos na cidade, é possível destacar que a mesma mantém sua cultura até os dias atuais, como por exemplo, pode ser visto no Bairro da Barra, que é uma vila de pescadores tipicamente açoriana onde foi preservada a herança cultural dos colonizadores na gastronomia, no artesanato e em suas edificações históricas (SANTUR, 2016).

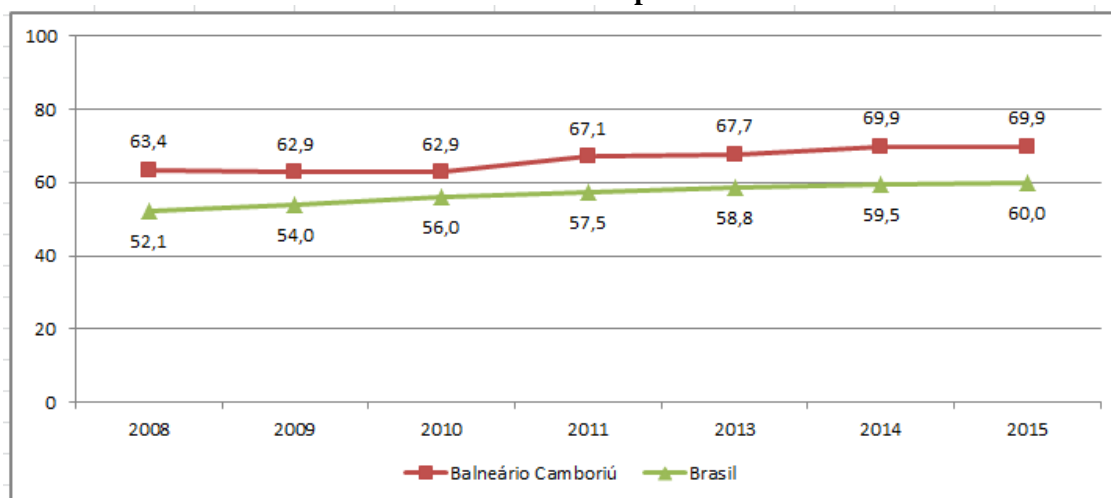
Localizado a pouco mais de 80 km de Florianópolis, Balneário Camboriú disputa com a capital catarinense a preferência dos turistas na alta temporada. A movimentada Praia Central cuja ocupação foi incrementada a partir 1970, com a construção de segundas residências para veranistas provenientes, sobretudo, do Vale do Itajaí, é a mais movimentada. Também existem opções mais tranquilas e preservadas, como as praias de Laranjeiras, Taquaras, Estaleiro e Estaleirinho e a primeira praia de naturismo do país: a Praia do Pinho. O Parque Unipraias, localizado na Barra Sul, reúne lazer, compras, ecoturismo e ainda proporciona uma bela vista da cidade em seus bondinhos aéreos. A Rodovia Interpraias também é uma opção de passeio, com pontos de observação das paisagens em todo o trajeto (SANTUR, 2016). Sem dados oficiais do fluxo turístico, a mídia noticia seguidamente que de dezembro a março, aproximadamente 1,5 milhão de pessoas visitam o destino turístico.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: A EVOLUÇÃO DA COMPETITIVIDADE TURÍSTICA DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ

A competitividade de destinos turísticos não apresenta uma única definição amplamente aceita (CROUCH; RITCHIE, 1999). Algumas definições apontam para a capacidade de o destino criar novos produtos que agreguem valor aos seus recursos e mantenham seu posicionamento no mercado em relação aos seus competidores (HASSAN, 2000). Outras a descrevem a partir da atratividade do destino e da singularidade da experiência proporcionada ao turista (CROUCH; RITCHIE, 1999; DWYER; KIM, 2003). Porém, todos os conceitos fazem referência a apresentar superioridade em alguns aspectos que conseqüentemente proporcionarão crescimento e desenvolvimento do setor turístico.

Considerando o conceito de competitividade mais completo e atual, quatro pontos são destacados: produtividade, participação no mercado, qualidade de vida e sustentabilidade. Ao longo dos anos, Balneário Camboriú melhorou sua competitividade turística, segundo o monitoramento realizado pelo MTur, o Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores³ estando entre os 10 destinos turísticos mais competitivos do país desde 2008 e apresentando um processo crescente de desenvolvimento no qual apresenta índices superiores à média nacional (Figura 01).

³ No ano de 2012 não foi realizado o Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores;
Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Penedo, Volume 7, Número 2, maio/ago. 2017, p. 121-139.
<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>

FIGURA 01 - Índice Geral do Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores

Fonte: Mtur, 2015;

Quanto à verificação da evolução da produção do setor, uma medida bastante indicativa é o fluxo turístico, porém, o município não possui dados estatísticos completos sobre o número de visitantes. Reconhecidamente, na temporada de verão, a cidade chega a aproximadamente 1,5 milhão de pessoas com a vinda de turistas nacionais e estrangeiros, principalmente argentinos, paraguaios e chilenos.

Outro dado que indica a produção do setor é o número de hotéis, leitos e nível de ocupação hoteleira. O Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Balneário Camboriú e Região - (SINDISOL) monitora estes dados e indica que o número de leitos atualmente é aproximadamente 18.000 e ao longo dos anos tem apresentado crescimento na média de ocupação hoteleira anual, como pode ser observado no Quadro 04 (SINDISOL, 2017). Estes dados de fluxo e ocupação hoteleira indicam um aumento na produção turística local.

QUADRO 04 - Ocupação Hoteleira Anual de Balneário Camboriú/SC

Ano	Taxa média de ocupação Hoteleira
2008	48%
2009	45%
2010	50%
2011	50%
2012	52%
2013	52%
2014	50%
2015	53%
2016	57%

Fonte: Sindisol, 2017;

Analisando o objeto de estudo da pesquisa, o destino turístico de Balneário Camboriú, é possível observar com base nos dados e na análise da linha do tempo de evolução do destino, o reflexo do fluxo turístico, nas obras de infraestrutura, no aumento das opções de lazer e entretenimento por toda a cidade.

É uma região que viu seu potencial turístico aumentar na década de 80, mas uma série de fatos foram marcando o desenvolvimento deste setor (Figura 02). Em 1928 foi inaugurado o primeiro empreendimento hoteleiro da praia de Camboriú, o Hotel do

Jacó, que em 1934 foi chamado de Hotel Miramar e que permanece como um dos hotéis mais tradicionais da cidade. Em 1957, o Hotel Fischer foi inaugurado, sendo considerado o hotel mais luxuoso da cidade, localizado na Barra Sul. Com o passar do tempo, a cidade se verticalizou e o hotel não se adaptou às mudanças, e outros empreendimentos foram surgindo. O Hotel Fischer encerrou suas atividades e em 2012 o prédio foi demolido. Em 2007, o primeiro hotel de rede se instalou no balneário, através da rede Mercure.

Melhorias no sistema viário e na infraestrutura garantiram o aumento do fluxo turístico no balneário, atraindo cada vez mais turistas, como por exemplo, com a construção da avenida beira mar em 1969.

O crescimento na oferta de atrativos turísticos também indica uma maior produção no setor e conseqüente aumento da competitividade quando consideramos a melhoria dos recursos e vantagens competitivas. O que pode ser observado com a estruturação de atrativos turísticos diferenciados como, por exemplo: em 1981 a inauguração do Barco Pirata; em 1991 a inauguração do Parque Temático do Beto Carrero World, importante e representativo atrativo turístico que atrai muitos turistas; o Shopping Atlântico em 1997; o atrativo Cristo Luz onde se tem uma vista panorâmica do balneário, também em 1997; em 1999 o Parque Unipraias, atrativo que explora a barra sul com diversas opções de lazer e entretenimento como o Bondinho, Ziprider, Youhoo e a Fantástica Floresta.

Em 2003 foi aberta a Estrada da Rainha, rodovia panorâmica que liga a Avenida Atlântica à Praia dos Amores, cortando o Morro do Careca. Ao longo do trajeto, os turistas contemplam amplas vistas para o mar e para os edifícios que cercam a orla da praia central, observando os contrastes com as paisagens formadas por recantos de belezas agrestes. Para o acesso à Estrada da Rainha, foi construída uma ponte de 750 metros quadrados de concreto armado, cruzando o canal do Marambaia – beira-mar, a via facilita o acesso às praias ao norte da cidade e ao topo do Morro do Careca, ponto de partida para a prática de esportes radicais como saltos de asa-delta e parapente. Em 2006, foram inaugurados o Deck da Barra Norte, o Molhe da Barra Sul, opções de entretenimento, como o Shopping Balneário Camboriú, e em 2007 surgiram diversas franquias de restaurantes diferenciados. Recentemente, em 2016 foi instalada a Passarela da Barra, além da inauguração do atracadouro de cruzeiros, previsto para entrar em funcionamento em 2018. A Figura 02 mostra um resumo da linha do tempo de Balneário Camboriú com dados marcantes para o desenvolvimento do turismo.

Todos esses fatos marcados na linha do tempo representam um marco para o desenvolvimento do turismo de Balneário Camboriú. Como consequência deste processo de desenvolvimento evolutivo pode-se evidenciar aspectos importantes de gestão e planejamento, onde estudos específicos e pesquisas de turismo auxiliaram os gestores públicos nas tomadas de decisão, contribuindo para desenvolver o turismo. As ações relacionadas à sustentabilidade ambiental contribuíram para promover o aumento da qualidade de vida da população, conseqüentemente gerou aumento do fluxo turístico contribuindo para o aumento da oferta de equipamentos de lazer, entretenimento e gastronomia no destino turístico.

FIGURA 02 - Linha do Tempo de Balneário Camboriú



Fonte: elaboração própria, baseado em PMBC, 2017;

O planejamento e a gestão turística do destino de Balneário Camboriú se refletem em diversas premiações recebidas pela localidade (Quadro 05), onde se

destacam as premiações relacionadas ao bem-estar da população e à qualidade de vida, ressaltando o principal impacto da competitividade que seria o reflexo positivo na melhoria da qualidade de vida da população.

QUADRO 05 - Premiações de Balneário Camboriú

CLASSIFICAÇÃO	ANO	PRÊMIO	ÓRGÃO
1º Lugar	2012	Qualidade urbana do país	IBGE
1ª Cidade	2012	Preferência de viagens e lazer por turistas paraguaios	FIPE/MTUR
Maior Índice Brasileiro	2014	Aspectos sociais na pesquisa de competitividade do turismo nacional – Destinos Indutores	MTUR/FGV
1º Lugar	2012/2013	Preferência turistas pelo programa viaja mais melhor idade	MTUR
1º Lugar	2013	Gestão fiscal do estado e do Brasil	FIRJAN
2º Lugar	2013	Melhor IDH do estado	PNUD/IPEA
3º Lugar	2014	Do estado e 23º do país em IFDM	FIRJAN
3º Lugar	2013	Município com maior expectativa de vida do país	ONU
3ª Cidade	2014	Com preferência de viagens a lazer por turistas chilenos	FIPE/MTUR
8ª Cidade	2014	Preferida por estrangeiros para o turismo no Brasil	FIPE/MTUR
10ª	2013	Cidade catarinense com maior desenvolvimento	FIRJAN
Prêmio Excelência	2013	Em qualidade nos serviços de guarda municipal	ABN
Melhores cidades	2014	Uma das 15 melhores cidades turísticas do país	MTUR/FGV
Potencial de consumo	2011	Uma das cidades catarinenses com maior potencial de consumo	IBGE
Municípios mais ricos de SC	2011	Um dos municípios mais ricos de SC	IBGE

Fonte: SECTURBC, 2017;

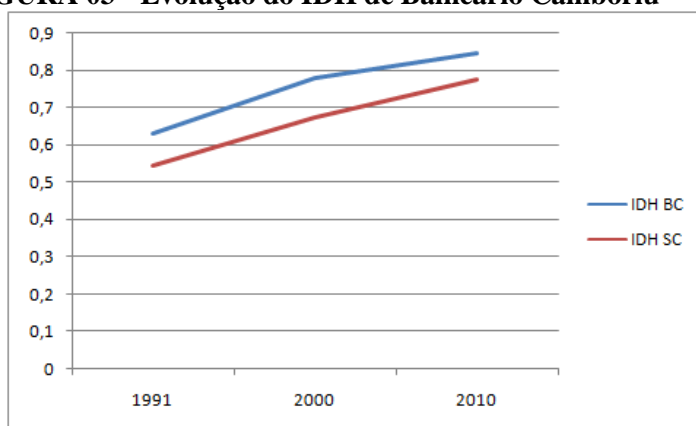
Este processo evolutivo em função do aumento do fluxo turístico acabou gerando benefícios tanto para os turistas, quanto para os moradores locais, aumentando, consequentemente, o IDH do município. Isto reflete diretamente na qualidade de vida dos residentes, além do aumento do número de empregos na região, principalmente voltados aos dois setores mais expressivos na região: o turismo e o mercado imobiliário. Com base na definição da competitividade turística, esta melhoria pode ser considerada tanto pela perspectiva da produtividade, *Market Share*, como pela qualidade de vida.

Balneário Camboriú (SC) atingiu o maior índice entre os 65 destinos indutores do Brasil na dimensão aspectos sociais, alcançando 85,6 pontos na escala deste monitor que é de 0-100 pontos (MTUR, 2015). Entre outros aspectos positivos considerados, o destino possui a menor taxa de analfabetismo e o maior Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - Longevidade (IDHM-L). Além disso, foram identificados elevados índices de investimento em educação no destino, o que contribui para a boa avaliação dos profissionais do setor por parte dos empresários, que não identificaram deficiências em sua formação.

A qualidade de vida no município é um dos diferenciais citados pelos moradores da

cidade, que possui um dos primeiros lugares do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH) mais altos do país, de acordo com índices pautados na educação, demografia, saúde, renda, trabalho, habitação e vulnerabilidade social. O IDH do município aponta para uma cidade mais saudável, dinâmica, com melhor renda e educação. A expectativa média de vida no município passou de 70,1 em 1991 para 78,6 anos em 2010, segundo dados da Secretaria de Turismo da cidade (SECTUR, 2013). Balneário Camboriú é uma das cidades com maior qualidade de vida do país (ONU, 2014), com 4º melhor índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH) do país. Todas as ações tanto em relação aos projetos quanto de infraestrutura refletem no bem-estar da população, gerando benefícios à turistas e residentes. A Figura 03 mostra a evolução ao longo do tempo do IDH, que melhorou estando acima do próprio índice do estado de Santa Catarina.

FIGURA 03 - Evolução do IDH de Balneário Camboriú



Fonte: IBGE, 2017;

O quadro 06 indica alguns projetos e equipamentos que contribuem na qualidade de vida e na prática de atividades sustentáveis, sendo utilizados por moradores e turistas.

QUADRO 06 - Equipamentos e projetos que contribuem na qualidade de vida e podem ser utilizados por moradores e turistas.

Projeto Maturidade Saudável (dança, esportes e ginástica para a melhor idade);
Uma orla com mais de 6 km para a prática de atividades esportivas;
19 academias ao ar livre;
11 estações multifuncionais;
1 academia pública profissional;

Fonte: SECTURBC, 2017.

Por outro lado, complementando as perspectivas abordadas no conceito de competitividade turística está a questão da sustentabilidade. Visando a qualidade de vida da população, e buscando cada vez mais inovação e sustentabilidade para a cidade, a Prefeitura de Balneário Camboriú disponibiliza equipamentos sustentáveis no município como a instalação do primeiro aerogerador⁴ municipal, implantado na Praça Almirante Tamandaré. Outros projetos e ações empresariais indicam ações em direção a

⁴Este sistema foi elaborado junto ao projeto da nova Praça com a intenção de absorver e utilizar energia limpa para o consumo de iluminação das tomadas abaixo dos bancos e dos equipamentos da BISC - Base Integrada de Segurança Comunitária;

sustentabilidade ambiental e social, fortalecendo a competitividade turística no seu conceito integrador. Por exemplo, o projeto Humanizando Balneário Camboriú, criado pela Prefeitura Municipal, tem gerado resultados em diversas áreas da cidade por meio da implantação de equipamentos estratégicos para o desenvolvimento urbano, local e regional; a ampliação e melhoria da rede estruturante de transporte público coletivo; a implantação e renovação de espaços públicos; a melhoria e ampliações da infraestrutura e da rede viária municipal (LEI Nº 3237, DE 25 DE JANEIRO DE 2011).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A temática da competitividade de destinos turísticos é muito estudada por pesquisadores em todo o mundo (CROUCH; RITCHIE, 2003; DWYER; KIM, 2003; VIANNA, 2011; DOMARESKI, 2011; CHIM-MIKI; GÂNDARA; MUNHOZ, 2012; DOMARESKI-RUIZ; ANJOS; ANJOS, 2013; MTUR, 2015; WEF, 2015).

Por se caracterizar como um conceito complexo, heterogêneo e complementar, a competitividade de um destino turístico não pode ser avaliada a partir de uma única atividade econômica, e se configura como um desafio, destacando uma visão ampla e abrangente que considere os diversos fatores que direta ou indiretamente influenciam o seu desempenho.

A competitividade de destinos turísticos é um conceito que está diretamente relacionado à concorrência de mercados, portanto, pode ser entendido como sendo uma estratégia assumida pelo destino turístico, evidenciando cada vez mais o processo de gestão. Observa-se esta tendência nos estudos de competitividade de destinos turísticos em evidenciar a gestão como fator de primordial importância para o desenvolvimento da competitividade de destinos turísticos. Onde a gestão aplicada ao destino turístico pode garantir resultados e benefícios a todo setor turístico, o que favorece o aumento da competitividade local (CROUCH, 2011; DOMARESKI-RUIZ; ANJOS; ANJOS, 2013).

Baseado na diversificação de conceitos sobre o tema pode-se perceber a amplitude que o mesmo possui, apesar de que os conceitos quase sempre abordam a mesma estruturação fazendo referência à superioridade nos aspectos ou determinantes da competitividade, mas ao longo do tempo evoluindo de um foco puramente econômico de produtividade para incluir a qualidade de vida e a sustentabilidade ambiental.

A importância que o setor turístico tem representado para a economia dos países aumentou a competição entre os destinos turísticos. Assim, todo o processo de avaliação da competitividade dos destinos em relação ao turismo pode contribuir diretamente na estratégia, no planejamento, na gestão e na priorização de ações que irão beneficiar o setor. Por isto, a abordagem e o aprofundamento da temática da competitividade de destinos turísticos são de grande importância para os destinos em si, pois favorecem o planejamento e a gestão dos recursos do destino turístico, buscando otimizá-los proporcionando melhorias tanto para os turistas quanto para os moradores locais (CROUCH; RITCHIE, 2003; DWYER; KIM, 2003; VIANNA, 2011; DOMARESKI, 2011).

Estas constatações foram evidenciáveis na análise do objeto de estudo, o destino turístico de Balneário Camboriú/SC, onde a linha do tempo evidencia fatos que refletiram na evolução do turismo, apresentando benefícios visíveis tanto para os turistas quanto para os residentes, justificando os fundamentos presentes na definição da competitividade de destinos turísticos, ou seja, produtividade, *market share*, qualidade de vida e sustentabilidade.

O destino turístico de Balneário Camboriú se desenvolveu baseado em aspectos presentes no conceito de competitividade turística. Isto significa reconhecer que é possível observar o aumento da produtividade turística, do *market share* e da qualidade de vida, já que foi notório o aumento do fluxo turístico, melhoria na taxa de ocupação hoteleira e criação de vantagens competitivas, como os atrativos turísticos. Por outro lado, o último aspecto evidenciado pela competitividade de destinos turísticos, a sustentabilidade ambiental, ainda não mostra indicadores que satisfaçam o conceito integralmente. Apesar de haverem ações neste sentido, ainda estão em fases iniciais.

No entanto, podemos concluir pela linha do tempo do desenvolvimento turístico e as variáveis analisadas que este destino turístico está desenvolvendo sua competitividade turística a luz da teoria dominante neste tema. Especialmente, porque competitividade não é fim em si mesmo, mas um meio para atingir melhor qualidade de vida a população local (NEWALL, 1992; VIANNA 2011; DOMARESKI, 2011), fato que Balneário Camboriú vem atendendo acima da média nacional. A competitividade apresenta como resultado ações e decisões que refletiram em benefícios tanto para a população quanto para os turistas, como para o meio ambiente.

Este estudo teve como limitação a falta de dados estatísticos que representem melhor a produção turística de Balneário Camboriú, como o detalhamento do fluxo turístico, taxa de ocupação hoteleira, número de visitantes nas atrações locais, entre outros. Em face a isto, a análise pode ser considerada parcial e necessita melhores aportes empíricos para substanciar as conclusões indicadas por esta análise preliminar, portanto, recomenda-se mais estudos sobre a temática.

REFERÊNCIAS

CHIM-MIKI, A. F.; GÂNDARA, J. M. G.; MUÑOZ, D. R. M. O estado atual de pesquisas sobre competitividade turística no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 12, n. 2, p. 212-223, 2012.

CHIM-MIKI, A. F.; DOMARESKI-RUIZ, T. C.; ANJOS, F. A dos. Competitividade potencial e real: uma análise da variação da produção turística comparativamente a variação da posição competitiva no mercado. **Anais da Anptur, XIII Anptur**, 2016.

CHIZZOTI, A. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. **Revista Portuguesa de Educação**, Universidade de Minho: Braga, v. 16, n. 2, p. 221-236. 2003.

CHUDNOVSKY, D.; PORTA, F. **La competitividad internacional**: principales cuestiones conceptuales y metodológicas. Montevideo: Universidade de La Republica, 1990.

CRACOLICI, M. F.; NIJKAMP, P. The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of southern Italian regions. **Tourism Management**, v. 30, n. 3, p. 336-344, 2009.

CROUCH, G.I.; RITCHIE, J.R.B. Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity. **Journal of Business Research**, v. 44, n. 3, p. 137-152, 1999.

CROUCH, G.I.; RITCHIE, J.R.B. Application of the Analytic Hierarchy Process to

Tourism Choice and Decision Making: A Review and Illustration Applied to Destination Competitiveness. **Tourism Analysis**, v. 10, n. 1, p. 17-25, 2005.

CROUCH, G. I. Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. **Journal of Travel Research**, SAGE Publications, v. 50, n. 1, p. 27- 45, 2011.

D'HAUTESERRE, A. M. Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods casino resort. **Tourism Management**, v.21, n.1, p.23-32, 2000.

DE KEYSER, R.; VANHOVE, N. The competitive situation of tourism in the Caribbean area-Methodological approach. **Revue de Tourisme**, v. 3, p.19-22, 1994.

DOMARESKI, T, C. **A Competitividade das Destinações Turísticas: O Caso de Foz do Iguaçu (PR), Brasil**. Dissertação de Mestrado, Univali, 2011.

DOMARESKI-RUIZ; ANJOS; ANJOS. Competitividad de destinos turísticos: Estudio de caso do Foz do Iguaçu. Universidad de Murcia. **Cuadernos de Turismo**, v. 31, p. 83-103, 2013.

DWYER, L.; FORSYTH, P.; RAO, P. The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. **Tourism Management**, v. 21, n.1, p.9-22, 2000.

DWYER, L.; KIM, C. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. **Current Issues in Tourism**, v.6, p. 369-414, 2003.

EISENHARDT, K. M. Building Theories from Case Study Research. **Academy of Management**, v.14, p.532-550, 1989.

ENRIGHT, M. J.; NEWTON J. Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. **Tourism Management**, v.25.n.6, p.777-788, 2004.

ESSER, K; HILLEBRAND, W; MESSNER, D; MEYER-STAMER, J. Competitividad sistémica: competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas. Berlim: **Instituto Alemán de Desarrollo**. 1994.

FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. **Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOOROOCHURN, N.; SUGIYARTO, G. Competitiveness Indicators in Travel and Tourism Industry. **Tourism Economics**, v.11, n.1, p. 25-43, 2005.

HASSAN, S. Determinants of Markets Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. **Journal of Tourism Research**. v. 38. p. 239-245, 2000.

HEATH, E. Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 10, n. 2, p. 124-41, 2002.

HONG, W. C. Global Competitiveness Measurement for the Tourism Sector. **Current Issues in Tourism**, v.12. n. 2, p.105-132, 2009.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=420200>>. Acesso em: 07 mar. 2017.

JOVÁN, Z.; BRADIC-MARTINOVIC, A. Competitiveness of Nations in selected SEE Countries”, **Procedia Economics and Finance**, v. 8, p. 755–762, 2014.

KOZAC, M.; RIMMINGTON, M. Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. **Hospitality Management**, v.18, p.273-283, 1999.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MAZARO, R. M. A sustentável leveza do visitar: modelo de avaliação de competitividade e sustentabilidade estratégica dos destinos turísticos. **Revista Turismo Visão e Ação**. v. 9, n. 3, p.325-339, 2007.

MTUR. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores**. 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/indice_Brasil_2014_2.pdf>. Acesso em: 04/out. 2016.

NEWALL, J. E. The challenge of Competitiveness. **Business Quarterly**, v. 56, p.94-100, 1992.

OECD. **Organisation for Economic Co-operation and Development**. 2000. Disponível em: <<http://www.oecd.org/>>. Acesso em: 09/out. 2016.

OMERZEL, D.; MIHALIC, T. Destination Competitiveness: Applying different models, the case of Slovenia. **Tourism Management**, v.29. p.294-307, 2007.

ONU. **Organizações das Nações Unidas**. 2014. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/>>. Acesso em: 04 abr. 2017.

PMBC. **Prefeitura Municipal de Balneário Camboriú**. Disponível em: <<http://www.balneariocamboriu.sc.gov.br/index.cfm>>. Acesso em: 19/mai. 2017.

PIKE, S. **Destination Marketing: A integrated marketing communication approach**. Butterworth-Heinemann, 2008.

PORTER, M. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. 11. ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 1999.

PORTER, M.E. **The competitive advantage of nations**. Ed. Free Press, New York,

1990.

PORTER, M. **Vantagem Competitiva**. Rio de Janeiro. 18. ed. Campus, 1989.

QUEIROZ NETO, A; LOHMANN, G; SCOTT, N; DIMMOCK, K. Rethinking competitiveness: important attributes for a successful scuba diving destination. **Journal of Tourism Recreation Research**, p. 1-11, 2017.

RITCHIE, J.R.; CROUCH, G. I. **The competitive destination: a sustainable tourism perspective**. Oxon, UK: CABI Publishing, 2003.

SANCHO PÉREZ, A.; GARCÍA MESANAT, G. **El posicionamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo: comparación de prácticas entre competidores líderes**. 2007. Disponível em: <<http://www.uv.es/~sancho/benchmarking.pdf>>.

SANTUR. **Santa Catarina Turismo**. Balneário Camboriú. 2017. Disponível em: <<http://turismo.sc.gov.br/cidade/balneario-camboriu/>>. Acesso em: 07 mar. 2017.

SECTURBC. **Secretaria de Turismo de Balneário Camboriú**. Disponível em: <www.secturbc.com.br>. Acesso em: 04 abr. 2017.

SINDISOL. **Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Balneário Camboriú e Região**. Disponível em: <www.sindisol.com.br>. Acesso em: 04 abr. 2017.

SCOTT B.; LODGE G. **US Competitiveness and the World Economy**. Harvard Business School Press, Boston, *Mass*, 1985.

VALLS, J. F. **Gestión Sostenible de Destinos Turísticos**. Gestión 2000, Barcelona, 2004.

VIANNA, S. L. G. **A Competitividade e a Qualidade de Vida na Destinação Turística: Análise quanto à sua correspondência**. Tese (Doutorado em Turismo), Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Balneário Camboriú, 2011.

WEF. **World Economic Forum**. 1994. Disponível em: <<https://www.weforum.org/>>. Acesso em: 09/out. 2016.

WEF. World Economic Forum. **The Travel & Tourism Competitiveness Report**. Disponível em: <<http://www.weforum.org/en/index.htm>>. Acesso em: 12 de mar de 2017.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e método**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Destination Competitiveness: The Case of Balneário Camboriú - Santa Catarina - Brazil

Abstract

The competitiveness of tourism destinations has become a debated issue in the media and academia. The concept of competitiveness is complex and multidimensional, providing the analysis of relevant aspects for a tourism destination. This paper aims to analyze the development process of Balneário Camboriú according to the evolution of the perspectives of tourism competitiveness. The methodology used is qualitative, being a case study of Balneário Camboriú/SC. Based on the analysis, it is possible to affirm that by the time line of development of the tourist destination Balneário Camboriú followed partially the stages of the evolution of the theories in tourism competitiveness. The first and second phases of the competitiveness perspective are visible in the destination. However, the last phase that included environmental sustainability still does not show indicators that fully demonstrate it.

Key-words: *Tourism; Destination Competitiveness; Balneário Camboriú/SC.*

Artigo enviado em 13/06/2017. Aceito para publicação em 25/08/2017.