

2

Avaliação do Potencial Turístico

Licínio Cunha

Resumo

As potencialidades de desenvolvimento turístico de uma localidade são função dos recursos mas o seu crescimento depende da capacidade de os valorizar e da criação de novos factores de atracção.

Deste modo cada localidade ou cada recurso dispõe de um potencial que difere de outro em vários aspectos que necessitam de ser avaliados.

Para o efeito torna-se necessário, em primeiro lugar, proceder à inventariação dos recursos e à sua classificação. Uma vez realizada esta inventariação pode proceder-se à avaliação do potencial turístico com o objectivo de estabelecer uma medida de valor que permita fundamentar as decisões relativas ao aproveitamento de certos territórios ou recursos.

No presente estudo aborda-se o potencial turístico de uma zona, a avaliação das praias e a avaliação turística através da análise das preferências.

Professor Catedrático
Convidado da
Universidade Lusófona de
Humanidades e
Tecnologias

Palavras chave

ATRATIVOS, RECURSOS, INVENTÁRIO, POTENCIAL TURÍSTICO

Résumé

Les potentialités du développement touristique d'un endroit sont fonction des ressources mais sa croissance dépend de la capacité de les mettre en valeur et de la création nouveaux facteurs d'attraction.

Ansi chaque endroit ou chaque ressource possède un potentiel qui diffère d'autre en plusieurs aspects qui ont besoin d'être évalués.

Pour ça il est nécessaire, en premier lieu de procéder l'inventaire des ressources et à la respective classification. Après la réalisation de cet inventaire on peut continuer avec l'évaluation du potentiel touristique ayant comme objectif établir une mesure de valeur qui puisse permettre de prendre les décisions relatives à l'utilisation de certains territoires ou ressources.

Dans cette étude on passe en revue le potentiel touristique d'une zone, l'évaluation des plages et l'évaluation touristique selon l'analyse des préférences.

Mots Clés :

ATTRACTIFS, RESSOURCES, INVENTAIRE, POTENTIEL TOURISTIQUE

1. Necessidade da Avaliação do Potencial Turístico

Os atractivos turísticos baseiam-se fundamentalmente na natureza, na história e na cultura mas são os elementos ou os factores naturais que, principalmente, originam a estruturação e organização da maior parte dos destinos turísticos.

À medida, contudo, que o turismo foi evoluindo, estes elementos não perderam nem o seu significado nem a sua capacidade de atracção, mas surgiram novos atractivos e operaram-se transformações em elementos existentes, sem qualquer ligação ao turismo (caso das minas ou fábricas desactivadas), com o fim de dar resposta a novas solicitações da procura. Outros factores de atracção se têm desenvolvido em resultado da inovação, do progresso

tecnológico e de novos estilos de vida.

A democratização do turismo, o alargamento da base motivacional das deslocações turística, a segmentação da procura turística bem como a criação de meios artificiais que pelas suas características ou grandiosidade despertam a curiosidade, modificam o elenco de atractivos que originam as correntes turísticas: o que provoca a atracção de Las Vegas, de Macau ou do Dubai não são factores naturais nem histórico-culturais mas, antes, um conjunto de elementos criados pelo homem com o propósito de desenvolver actividades turísticas.

Deste modo qualquer país ou região pode ser dotado de recursos ou actividades susceptíveis de utilização como atracção turística e de permitir o desenvolvimento de actividades turísticas.

Como é, porém, evidente nem todos os recursos oferecem as mesmas possibilidades: alguns exercem um forte poder de atracção e só por si dão origem a correntes turísticas que justificam o desenvolvimento de um vasto complexo de actividades de exploração para a satisfação das suas necessidades, mas outros desempenham, principalmente, um papel de fortalecimento ou de diversificação da atracção existente.

As potencialidades de desenvolvimento turístico de uma localidade são função dos recursos de que dispõe mas o seu crescimento é função da capacidade de os valorizar e da criação de novos factores de atracção.

Deste modo a capacidade de atracção de cada localidade depende dos recursos existentes e as potencialidades turísticas variam de localidade para localidade. Cada uma ou cada recurso oferece um potencial que difere de outro em vários aspectos que necessitam de ser avaliados.

O termo avaliação pode ser tomado em várias acepções. Assim, pode ser entendido como o conjunto dos métodos científicos que permitem determinar a eficácia dos programas ou das instituições no desenvolvimento de uma actividade ou serviço (Deng et. al.2002) ou, então, o grau de realização dos objectivos fixados. Pode ainda ser tomado no sentido da determinação de um índice que permita identificar a importância de um dado recurso turístico relativamente a outro ou a importância que assume para os visitantes no processo das suas decisões de viagens.

Apesar da avaliação ter passado a ser utilizada com cada vez maior extensão e profundidade no turismo, a maior parte

das vezes, focaliza-se mais na procura turística do que nos destinos e recursos.

Contudo, a necessidade de garantir o desenvolvimento sustentável, de evitar a excessiva utilização dos recursos que provoca o seu desgaste ou de promover o desenvolvimento de novos destinos torna indispensável dispor de avaliações rigorosas que permitam gerir com maior eficácia os produtos e os destinos. É cada vez mais importante determinar se o potencial turístico de um destino está ou não a ser afectado ou se as medidas introduzidas o aumentam ou não.

Os atractivos são a base da organização dos espaços que garante a turistização dos territórios, ou seja, o processo de transformação que cria uma nova realidade e novas relações com vista à satisfação das necessidades turísticas dando origem aos destinos. Espaços que, tendo uma vocação inicial, são transformados para desempenharem uma nova missão (Cunha, 2006). Deste modo os recursos são também a base do processo de organização empresarial.

A optimização entre os territórios e os recursos neles existentes, por um lado, e a organização empresarial e o seu consequente processo de exploração, por outro, pressupõe um equilíbrio. Para o garantir é indispensável o conhecimento do potencial turístico, através de medidas de avaliação adaptadas às características específicas dos destinos: praias, parques naturais, centros históricos, montanhas etc.

2. Recursos Turísticos

Do ponto de vista económico podem definir-se recursos como sendo todos os meios tangíveis ou intangíveis utilizados num processo de transformação para a obtenção de bens ou serviços destinados à satisfação de necessidades humanas.

Nesta acepção os recursos não são considerados como tais pelo simples facto de existirem: só o são mediante um processo de transformação que lhes atribua a capacidade de satisfazer necessidades (Zimmermann, citado por O.M.T., 1998).

A actividade turística baseia-se em recursos turísticos que se definem simplificadaamente como todos os elementos naturais ou actividades humanas que dêem origem à deslocação de visitantes.

Como o turismo pressupõe a deslocação, a actividade turística só tem lugar, em geral, quando existirem recursos que originem deslocações. Assim, os recursos constituem os elementos essenciais do desenvolvimento turístico porque são eles que determinam a atracção de um país ou região e definem as suas potencialidades turísticas.

A Organização Mundial de Turismo distingue dois conceitos diferenciados entre si: património turístico e recurso turístico (OMT, 1978). Define o primeiro como sendo "o conjunto potencial (conhecido ou desconhecido) dos bens materiais ou imateriais à disposição do homem e que podem utilizar-se, mediante um processo de transformação, para satisfazer as suas necessidades turísticas". O segundo, compreende "todos os bens e serviços que, por intermédio da actividade humana, tornam possível a actividade turística e satisfazem as necessidades da procura".

Assim o património turístico constitui o elemento fundamental que o homem transforma em recursos turísticos utilizando meios técnicos, humanos e financeiros. Os recursos são então constituídos pelo património turístico que mediante uma intervenção, se transforma em património utilizável (Cerro, 1993).

Tal como são oferecidos pela natureza, os recursos naturais são insuficientes para garantir a permanência dos visitantes cuja deslocação originam. Torna-se, com efeito, necessária a construção de equipamentos que, por um lado, permitam a deslocação (acessibilidades e facilidades) e, por outro, assegurem a permanência (alojamento, restaurantes) requerendo uns e outros a construção de infra-estruturas. Sem estes equipamentos não existirá actividade turística embora possam existir deslocações.

São a importância e as características dos recursos turísticos que definem a maior ou menor potencialidade dos destinos turísticos pelo que a sua identificação é uma das tarefas essenciais do processo de desenvolvimento turístico.

Esta identificação processa-se através do inventário dos recursos turísticos que consiste na elaboração de um catálogo dos lugares, elementos naturais, objectos ou estabelecimentos que, pelas suas características, isoladamente ou em conjunto, originem a deslocação de visitantes e tornam possível o desenvolvimento de actividades turísticas.

Por esta definição, o inventário inclui todos os recursos turísticos mas exclui as actividades: uma praia ou um monumento serão incluídos mas os hotéis ou restaurantes,

por serem actividades turísticas possibilitadas pelos recursos não o serão.

O problema que se coloca na elaboração de um inventário é o do estabelecimento de uma metodologia ou de critérios que permitam abarcar realidades diferentes e possam ter aceitação geral com fim de estabelecer classificações comparáveis.

Os métodos mais simples seguidos na elaboração de inventários dos recursos consistem na classificação de elementos nos quais se agrupam aqueles que possuem características idênticas. Por exemplo: recursos hidrológicos nos quais se incluem todos aqueles que se identificam com a água: rios, lagos, nascentes, cascatas etc..

No entanto, estes métodos identificam a natureza mas não a função e a importância dos recursos que é um critério mais útil para efeitos de planeamento porque permite identificar melhor o potencial dos recursos.

Além do número, natureza ou função dos recursos há então necessidade de conhecer a sua importância para estabelecer ordem de prioridades nos programas ou projectos de desenvolvimento. Com estes objectivos a Organização dos Estados Americanos (OEA) adoptou uma metodologia que merece grande aceitação por permitir, além da classificação, a hierarquização dos recursos turísticos (Cerro, 1993, OMT, 1998).

Esta metodologia estabelece uma classificação dos recursos turísticos em 5 grandes categorias, subdivididos em tipos e sub-tipos:

1-Sítios Naturais: que englobam todos os lugares que têm um valor paisagístico, com exclusão de qualquer outro critério, bem como os recursos associados ao interesse paisagístico (fauna, flora, caça e pesca).

2-Museus e manifestações culturais históricas: inclui o conjunto dos recursos de natureza cultural que têm um valor histórico, artístico ou monumental tais como: museus, realizações urbanas, lugares históricos ou centros arqueológicos.

3-Folclore: que compreende todas as manifestações relacionadas com o acervo cultural, os costumes e tradições da população residente.

4-Realizações técnicas, científicas e artísticas contemporâneas: que abarcam apenas os elementos que pela sua singularidade ou alguma característica excepcional têm interesse turístico: explorações minerais ou industriais,

obras de arte e técnica, centros científico e técnicos.

5-Acontecimentos programados: que compreendem todas as manifestações e eventos organizados, actuais ou tradicionais, que podem ter capacidade para atrair visitantes, quer sejam artísticos, desportivos ou outros.

Uma vez identificados, os recursos são classificados em categorias, tipos e sub-tipos e, de seguida hierarquizados de acordo com o seu interesse turístico consoante o seu atractivo seja pouco ou muito relevante. São 5 as hierarquias (inicialmente apenas 4) estabelecidas pela OEA:

Hierarquia 5: recurso com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz de por si só originar uma importante corrente de visitantes (actual e potencial) (interesse internacional);

Hierarquia 4: atractivo excepcional capaz de motivar uma corrente (actual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atractivos locais (interesse nacional);

Hierarquia 3: atractivo com alguma capacidade de atracção capaz de interessar visitantes de longa distância mas que se deslocam ao local por outras razões turísticas.

Hierarquia 2: atractivo com interesse, capaz de originar correntes turísticas regionais ou locais.

Hierarquia 1: atractivos sem méritos suficientes para considerar o recurso como relevante mas que desempenha um papel complementar, diversificado e potenciando os restantes recursos.

Quando os recursos, por si só ou em conjunto com outros, provocam correntes turísticas com carácter de permanência, de uma certa dimensão, dão origem a actividades turísticas que se desenvolvem em espaços territoriais de maior ou menor extensão.

Estas actividades podem surgir por iniciativas informais sem obediência a qualquer plano ou estratégia, que a pouco e pouco vão alterando o espaço inicial, ou podem surgir pela decisão de organizar estrategicamente um espaço com vista a atrair pessoas que aí obtém experiências novas e estabelecem, temporariamente, vivências e relações diferentes das do seu quotidiano no local de residência.

Em qualquer dos casos as transformações que se operam no espaço territorial dão origem a novas relações, modificam

as suas características e fazem nascer novas actividades de que resulta uma nova estruturação espacial onde se encontra um conjunto de atracções e serviços que garantem uma produção turística diversificada.

Estes espaços designam-se por destinos turísticos que podem ser entendidos como sistemas formados por elementos espaciais, administrativos e produtivos bem como pelas inter-relações e efeitos que produzem (Timón, 2004). Os elementos espaciais são constituídos pelos recursos; os administrativos pelas políticas e organização; os produtivos pelas empresas e outros agentes e as inter-relações e efeitos são as novas realidades paisagísticas, transformações territoriais e percepções. Mas, além disso, os destinos possuem uma imagem porque a decisão dos turistas “é determinada não só pelo potencial desempenho do destino mas também pela percepção da sua personalidade ou imagem (Telisman Kosuta, apud Kim, 1998)” que é constituída pelas impressões visuais ou mentais formadas por uma série de atributos que definem o destino nas suas varias dimensões e exercem uma forte influência no comportamento do consumidor turístico (Beerli et al, 2003).

Sendo os recursos e os destinos que atraem os visitantes, é a avaliação da capacidade que cada um deles possui para garantir o desenvolvimento de actividades turísticas que determina o potencial turístico.

3. Métodos de avaliação do potencial turístico

Os métodos de avaliação do potencial turístico têm como objectivo estabelecer uma medida de valor que permita fundamentar as decisões relativas ao aproveitamento turístico de certos territórios ou recursos.

Porém, dada a grande variedade dos recursos e dos territórios turísticos não é viável utilizar um único método de avaliação que permita abarcar realidades tão diferentes como praias, montanhas, parques naturais ou cidades.

Deste modo a avaliação do potencial turístico consiste num conjunto de técnicas que partem da hipótese de que, considerando a presença de determinados componentes e atribuindo um valor a cada uma delas, se pode chegar à avaliação da qualidade turística de um recurso ou de uma zona (Cerro, 1993)

O primeiro passo, para o efeito, é o inventário e classificação dos recursos turísticos porque é através dele que se procede à identificação dos elementos ou actividades que possuem uma efectiva ou potencial capacidade de atracção.

Uma vez obtido o inventário dos recursos de uma dada zona e a hierarquização de cada um deles pode, então, proceder-se à avaliação do potencial turístico dessa zona

3.1. Potencial Turístico de uma zona

Os principais objectivos da avaliação do potencial turístico de uma determinada zona são:

- Determinar o valor de diversas zonas a fim de estabelecer uma ordem de prioridades de desenvolvimento ou de programação dos investimentos a realizar;
- Avaliar em que medida uma determinada zona aumenta ou diminui o seu potencial turístico em função do seu crescimento;
- Comparar o potencial turístico de uma zona com o de outras que com ela concorrem;
- Avaliar a capacidade de atracção de uma zona após um acontecimento positivo (recuperação de uma área degradada, construção de equipamentos em resultado de um evento desportivo) ou de um acontecimento negativo (catástrofe natural, poluição das praias por derrame de petróleo, incêndios florestais).

O valor turístico da zona baseia-se nos recursos turísticos de que dispõe e das características que a identificam (clima, cultura) mas a análise do valor real do seu potencial turístico não se mede apenas pelo número dos recursos que possui mas também pela sua qualidade. Em geral o potencial turístico depende das acessibilidades, dos recursos em número e qualidade bem como das infra-estruturas e equipamentos.

Assim, o potencial turístico de uma determinada zona pode calcular-se através da expressão (Cerro, 1993):

$P_t = \alpha Fr + \beta fa + \delta Fe$ em que:

P_t = Potencial turístico

Fr = Valor dos recursos

Fa = Valor das acessibilidades

Fe = Valor dos equipamentos

α, β, δ = Coeficientes de ponderação

a) Valor dos Recursos

Na expressão PT o valor dos recursos é função da relação entre as suas características e a singularidade dada pela relação:

$$V_{ri} = H_i * p \text{ em que :}$$

V_r = valor do recurso i = Fr

H = hierarquia primária do recurso i

p = factor de ponderação relativo à natureza do recurso i .

A avaliação dos recursos implica a identificação das hierarquias primárias, a aplicação de um factor de ponderação e a elaboração dos índices de potencial. As hierarquias determinam-se para cada recurso (naturais, monumentos, etnografia) de acordo com as hierarquias da OEA.

A determinação do factor de ponderação do recurso é um passo importante visto que a hierarquia indica a importância do recurso mas não o seu valor turístico. Para este efeito realizam-se inquéritos com o fim de avaliar a sua capacidade de atracção. Os coeficientes assim obtidos podem variar entre 0 e 3 ou entre 0 e 5 da escala de Likert.

b) Valor das acessibilidades

O grau de acessibilidade da localidade é um dos aspectos essenciais do desenvolvimento de actividades turísticas e determina-se em função das condições que permitem a deslocação dos turistas desde os mercados emissores.

Para a determinação deste factor é útil considerar separadamente a acessibilidade interior da exterior. A interior refere-se à distância entre os principais centros urbanos e a localidade de destino e avalia-se pela qualidade das vias de comunicação; a exterior representa as facilidades de acesso internacional determinadas pela distância económica (distância tempo/custo).

Dado que a distância económica para uma região é idêntica para todos os destinos que nela se situam a acessibilidade pode classificar-se (por exemplo de 0 a 5) em função dos acessos a partir dos pontos de chegada das vias nacionais ou internacionais

c) Valor dos equipamentos

Este factor define-se em função de dois elementos básicos: os equipamentos turísticos aos quais se atribui uma ponderação 2 e os equipamentos comerciais com a ponderação 1.

$$Fe = 2Et + Ec$$

Fe= Valor dos equipamentos

Et= Equipamentos turísticos (hotelaria e restauração)

Ec= Equipamento comercial

Quer a variável equipamentos turísticos, quer a variável equipamento comercial podem ser expressos numa escala de 0 a 5 pontos em função do número e qualidade dos estabelecimentos existentes.

d) Coeficientes de ponderação

O critério fundamental para a quantificação destes coeficientes é a possibilidade de intervenção humana sobre cada um dos factores considerados. Assim os recursos terão um coeficiente mais elevado considerando que se não existem serão os mais difíceis de criar. O factor acessibilidade é o segundo em importância porque é impossível reduzir distâncias físicas mas a qualidade dos acessos e a distância económica pode melhorar-se. Os equipamentos constituem o factor menos condicionante porque a sua carência é a mais difícil de eliminar (Pardellas de Blas e Fabeiro, 2003)

Deste modo os valores dos coeficientes podem ser:

$$\alpha=1,50$$

$$\beta=1,25$$

$$\Delta=1,00$$

3.2. Avaliação das praias

A grande capacidade de atracção das praias, dando origem ao desenvolvimento de destinos turísticos de grandes dimensões, estimulou desde há muito, os estudos de avaliação do seu potencial turístico como base do ordenamento turístico do território.

Um dos métodos utilizados consiste na análise e valoração das componentes das praias proposta pela OEA para planeamento do desenvolvimento turístico do **Equador** de acordo com a seguinte metodologia:

1. Definição das variáveis a utilizar (23) representativas das características que uma praia deve ter para a sua exploração assim como os obstáculos que dificultam o seu desenvolvimento turístico. Entre elas identificam-se as variáveis internas (13) que assegurem as características intrínsecas das praias (dimensão, areia, transparência da água do mar etc.) e as variáveis externas (10) que influenciam a sua capacidade de desenvolvimento (acessibilidades, infra-estruturas etc.)

2. Quantificação de cada uma destas variáveis numa escala de -3 a 0 quando limitativa e de 0 a 3 quando positivas. Por exemplo : atribui-se o valor 3 a areias finas e o valor -3 à existência de pedras grandes.

3. Elaboração de uma matriz de selecção a partir dos valores atribuídos a cada uma das variáveis internas ponderadas com um coeficiente em função da sua importância para o turismo. A soma de todos os coeficientes deverá ser = 1 . Atribui-se por exemplo, uma ponderação de 0,10 à cor da areia e de 0,10 à temperatura da água.

4. Elaboração de um quadro com as variáveis externas com a ponderação semelhante à anterior; acesso por boa estrada 0,08, condições do terreno, 0,20.

5. Construção de um quadro final com os valores anteriores em que as variáveis internas têm uma ponderação de 0,75 e as externas de 0,25.

Mais completa é, no entanto, a técnica de avaliação das praias sugerida por Leno e Alvarez (Cerro, 1993) que se desenvolve em três fases:

1. Estabelecimento de hierarquias primárias:

Determina-se na base da média das pontuações obtidas por um conjunto de factores intrínsecos, meio ambiente e de acessibilidades, cujo valor deriva, por sua vez, das pontuações atribuídas às suas componentes numa escala de 1 a 5 pontos:

$$Hp = \frac{Fi + Fm + Fa}{3} \quad \text{em que:}$$

Hp= Hierarquia primária

Fi= Factores intrínsecos que incluem a dimensão da praia (D), qualidade da areia (Qa), temperatura da água (Ta) e o nível de contaminação da água (Co), ou seja:

$$Fi = \frac{(D + Qa + Ta) - Co}{3} \quad \text{em que:}$$

Fm= Factores meio ambientais que incluem o clima (C), os dias de insolação (I) , os ventos (V), a contaminação do ar (Ca) e o índice de pluviometria (P):

$$Fm = \frac{(C + I) - (V + Ca + P)}{2}$$

Fa= Factor de acessibilidade que se avalia de acordo com a disponibilidade dos meios de transporte e da qualidade das vias de comunicação

2. Cálculo do coeficiente de ponderação:

Determina-se utilizando como factores básicos a conectividade da zona (FC), a concentração dos recursos turísticos (CR), o suporte de alojamento e restauração (HR) e o suporte de estabelecimentos complementares (EC) de acordo com a fórmula:

$$FP = FC * CR * HR * EC + 1$$

3. Estabelecimento da hierarquia final de cada praia que é dada pelo produto da sua hierarquia primária pelo correspondente factor de ponderação

$$HF = Hp * Fp$$

4. Avaliação turística através da análise das preferências dos utilizadores

O método das preferências dos utilizadores utiliza como critério de medida para avaliação dos recursos turísticos as preferências dos visitantes, partindo do princípio que quanto maior for o valor de um recurso ou de um destino turístico maior expectativa despertará entre os seus usufrutuários potenciais ou reais.

Este método que, tem em consideração essencialmente a procura, é normalmente, completado com critérios ligados às características intrínsecas dos recursos por forma a incorporar a oferta na determinação do valor turístico final.

Podem, por isso, seguir-se duas vias: uma que se baseia nas preferências determinadas por inquéritos realizados directamente junto dos visitantes e, outra, que consiste na extrapolação das preferências dos visitantes a partir da consulta a peritos, utilizando a técnica **Delphi**.

Pela primeira, procede-se à investigação das preferências com o objectivo de avaliar um determinado recurso mediante a realização de um inquérito junto de uma amostra representativa de utilizadores.

A segunda, consiste em seleccionar um conjunto de elementos definidores da capacidade de atracção da região em causa (clima, paisagem, cultura, arquitectura, gastronomia,

etc.) e determinar a importância relativa de cada um deles através dos factores de produção. Procedem-se, depois, à entrevista de um conjunto de peritos para a avaliação daqueles elementos o que permitirá determinar os atractivos da região.

De acordo com esta técnica, Var, Beck e Loftus concluíram que **a função da atracção turística** de uma zona (*j*) pode expressar-se da seguinte forma:

$$T_j = f(N_j, S_j, H_j, R_j, I_j) \text{ em que:}$$

- T_j = atracção turística da região *j*
- N_j = factores naturais existentes
- S_j = factores sociais
- H_j = factores históricos
- R_j = equipamentos recreativos e comerciais
- I_j = infra-estruturas, alojamento e restauração

Cada um destes factores é, obviamente, constituído por um conjunto de elementos caracterizadores que se utilizam para a determinação do valor da atracção turística. Assim, o factor **N_j** é constituído pelas paisagens; o factor **S_j** são os recursos artísticos, festivais e feiras; o factor **H_j** é constituído pela história e valores religiosos; **R_j** pelos equipamentos desportivos, educativos, de saúde e repouso, animação nocturna e equipamento comercial.

De acordo com a técnica de **Delphi**, cada um dos peritos procede à pontuação de cada um destes elementos. Representando a ponderação que atribuem a cada um dos elementos por **W₁, W₂ ... W_i** e por **d_i** os valores de cada um dos factores para cada área, calcula-se o **índice de atractividade** pela fórmula:

$$IA_j = \sum_{i=1}^n (w_i * d_{ji}) \text{ em que:}$$

- IA_j = índice de atracção total
- w_i = ponderação dos elementos (importância do atributo **i** para a atractividade de um destino)
- d_{ji} = valor da pontuação obtida para a área **j** de cada um dos elementos
- n = número de atributos

Como estas duas vias apresentam vantagens e inconvenientes, Ferrario adoptou, na avaliação dos recursos turísticos

da África do Sul, uma solução de compromisso que procura maximizar as vantagens e reduzir os inconvenientes procedendo da seguinte forma:

1º Definição das preferências dos turistas com base num inquérito aos visitantes;

2º Utilização das opiniões dos peritos na valorização da oferta local;

3º Introdução de uma componente de valorização individual de cada um dos recursos inventariados;

4º Delimitação das regiões turísticas com base no agrupamento e potencialidade dos recursos.

O método de Ferrario parte da hipótese de que o valor turístico de um recurso ou de uma área concreta depende de dois factores básicos: um factor de procura (A) que resulta das preferências dos consumidores e um factor de oferta (B) que resulta da possibilidade de utilização desse recurso.

Deste modo, o índice do potencial turístico do recurso ou da unidade territorial considerada é dada pela expressão:

$$I = \frac{\sqrt{A * G + B}}{2} \quad \text{em que G é o número de guias em que o recurso é mencionado.}$$

A primeira tarefa para a determinação daquele índice consiste em proceder ao inventário dos recursos turísticos mediante a consulta dos guias turísticos publicados partindo do princípio que é através deles que se incorporam no mercado os recursos com um certo potencial turístico. Uma vez identificados esses recursos procede-se à sua classificação em categorias que agrupam os elementos cujas características físicas e localização são facilmente reconhecidos em função do seu interesse turístico. Mediante esta classificação, seleccionam-se os recursos e equipamentos que possuam características que os transformam em atractivos turísticos, isto é, que originam uma deslocação.

O factor oferta (A) é determinado pela análise das preferências da procura. No caso da África do Sul, Ferrario utilizou um questionário em que se apresentaram aos turistas 22 categorias de recursos em relação aos quais foi possível obter a percentagem de "Votos" dos turistas consultados (Quadro 1). O valor de A resulta da divisão por dez daquela percentagem.

O factor B mede a disponibilidade real de cada um dos recursos inventariados e a sua capacidade para satisfazer o interesse que despertam na procura turística.

A principal dificuldade na avaliação dos recursos turísticos reside na necessidade de reduzir a dados, com o objectivo de comparar, recursos muito diferentes. Para ultrapassar essa dificuldade Ferrario estabelece seis factores de avaliação:

- a) Sazonalidade: nº de dias que cada recurso pode ser desfrutado em cada ano;
- b) Acessibilidade: vias de acesso, transportes;
- c) Modalidade de entrada: se existem ou não restrições para utilização do recurso;
- d) Importância: valor do recurso relativamente a outros;
- e) Fragilidade: capacidade de um recurso para suportar aumentos de utilização turística sem degradar as suas características naturais ou os seus valores culturais;
- f) Popularidade, pela qual avalia a imagem que um recurso possui.

Estes factores pode servir de base de valorização de recursos diferentes permitindo a comparação entre eles.

Quadro 1 - Preferências dos turistas e valor do parâmetro A

Categoria dos recursos e atributos	Porcentagem	Valor A
Paisagem	77	7,7
Vida Selvagem	69	6,9
Vegetação Natural	56	5,6
Vida tribal Banta	43	4,3
Visita a cidades e campos	43	4,3
Participação na vida local	38	3,8
Sol e Praias	37	3,7
Monumentos históricos	35	3,5
Zoos e criação de animais	34	3,4
Visitas a família e amigos	31	3,1
Visitas a minas de ouro e diamantes	21	2,1
Outros grupos étnicos	21	2,1
Equipamentos desportivos	21	2,1
Desportos aquáticos	20	2,0
Vida nocturna	19	1,9
Arte rupestre e arqueológica	18	1,8
Actividades ao ar livre	18	1,8
Tecnologia e progresso	16	1,6
Safaris de caça	11	1,1
Casinos	9	0,9
Espectáculos desportivos	9	0,9
Balneários	7	0,7

Fonte: Cerro, 1993

5. Estudo de caso: Índice de Potencial Turístico da Corunha

Em 2002 o naufrágio do petroleiro “Prestige” na costa da Galiza provocou um grande impacto sobre a actividade do território . Dois docentes da universidade de Vigo Xulio X. Pardellas de Blas e Cármen Padin Fabeiro decidiram determinar o potencial turístico dos municípios mais afectados pela contaminação utilizando o modelo de avaliação de Cerro (1993) com o objectivo de estabelecer os indicadores que em maior medida foram modificados pela catástrofe.

Utilizando o valor do potencial turístico dado por:

$IPti = \alpha Fri + \beta Fai + \delta Fei$ procederam à avaliação de cada um dos factores que constituem este índice, de acordo com a metodologia descrita anteriormente, para cada área chegando aos resultados que se apresentam no quadro 2

Quadro 2 Índice de Potencialidade Turística

Áreas	$IPti = 1,50Fri + 1,25Fai + 1,00Fei$			Total	Valor Ponderado
	1,50Fri	1,25Fai	1,00Fei		
Corunha Norte	74,19	75	19,83	169,02	45,07
Ferrol - Corunha	107,83	125	97,39	330,22	88,05
Arco-Ártabro	60,54	100	33,68	194,22	51,79
Costa Noroeste	90,63	75	17,22	182,85	48,53
Muros Noia	78,55	75	39,73	193,28	51,54
Ria de Arousa	106,53	125	35,16	266,69	71,11
Rio de Pontevedra	128,71	125	90,85	344,48	91,86
Ria de Vigo	150,00	125	100,00	375,00	100

Fonte: Pardellas de Blas et al.

O valor do potencial turístico determinado para cada área refere-se a uma situação concreta constituindo, portanto, um diagnóstico da capacidade actual de cada território.

Verifica-se que cada área tem um potencial turístico diferente dos restantes sendo a Costa Noroeste e Arco-Ártabro, com Corunha/Norte, aqueles que evidenciam os valores mais reduzidos que foram, justamente, as mais afectadas pela maré negra.

Estas áreas possuem importantes recursos mas o equipamento turístico é reduzido e limita-se à hotelaria litoral o

que supõe uma oferta excessivamente centrada no modelo “sol e mar” que foi o que, obviamente, sofreu maior impacto do “Prestige”.

Deste modo os autores do estudo concluem que:

a) é urgente uma reconfiguração do modelo turístico para esta costa fundamentado noutros recursos (rurais, históricos, etnográficos)

b) as intervenções administrativas devem dar prioridade às áreas de menor potencial devendo ser centradas, em primeiro lugar, na melhoria dos acessos e equipamentos públicos e, em segundo lugar, na planificação e orientação dos investimentos para a criação de produtos turísticos diversificados e singulares.

Percepção relativa à capacidade de um destino em garantir satisfação em cada atributo no contexto de uma experiência de férias de recreio

Atributos	França	Grécia
Alimentação	4,17	3,62
Clima	3,68	4,13
Disponibilidade/Qualidade do alojamento	3,87	3,63
Paisagem (cenário)	4,31	4,52
Atitude para com os turistas	3,28	3,85
Disponibilidade e qualidade do transporte local	3,86	3,46
Níveis de preços locais	2,89	3,52
Comunicação dificuldade da língua	3,17	3,16
Compras	4,25	3,82
Festivais, eventos especiais	3,75	3,86
Oportunidades de desporto e recreio	3,52	3,65
Atrações históricas	4,57	4,65
Carácter único do modo de vida	3,68	4,03
Entretenimento	4,26	3,98
Acessibilidade	3,91	3,66
Museus e atrações culturais	4,47	4,42

Fonte: Hu Yangzhou e Ritchie Brent (1993) “Measuring Destination Attractiveness: A contextual approach” Journal of Travel Research

A França tem melhor capacidade para satisfazer no caso da alimentação, alojamento, transportes locais, comunicação, compras, entretenimento, acessibilidades e museus mas a Grécia tem vantagens no clima, paisagem, atitudes para com os turistas, níveis de preços, festivais e eventos, oportunidades de desporto e recreio, carácter único do modo de vida.

Referências Bibliográficas

- Beerli Asunción, Martin Josefa, 2003, "Tourists" Characteristics and perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis a case study of Lanzarote, Spain, *Tourism Management*
- Cerro, Francisco Leno, 1993, "Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico", Ministerio de Industria, Comércio y Turismo.
- Cunha, Licínio, 1973, "Hierarquização das Estâncias Termiais Portuguesas" Separata nº 2, Outubro 1973, da Revista das Corporações Transportes e Turismo.
- Cunha, Licínio, 2006, "Economia e Política do Turismo" Editorial Verbo
- Deng Yinyang, Kim Brian, Bauer Thomas, 2002, "Evaluating Natural Attractions for Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol.29, nº2 pp 422-438
- Hu Yangzhou e Ritchie Brent (1993) "Measuring Destination Attractiveness: A contextual approach" *Journal of Travel Research*
- Kim, Hong-bumm, 1998, " Perceived Attractiveness of Korean Destinations" *Annals of Tourism Research*, Vol.25, nº2
- Morales Manuel Lopez, 2003, "El Potencial Turístico de los Balnearios", *Estudios Turísticos*, nº 157, pp125-145
- Organização Mundial de Turismo (OMT), 1978, "Evaluación de los Recursos Turísticos", OMT, Madrid
- Organização Mundial de Turismo (OMT), 1998, "Introducción al turismo" 1ª Ed. Julho 1998
- Pardellas, Xulio X. De Blas, Padin Cármen Fabeiro, 2003, "El Potencial Turístico de la Costa Gallega Después de la Catástrofe des Prestige: La diversidad de la oferta como propuesta, "Estudios Turísticos", nº 157 pp 41-43

