

Avaliação do potencial de desenvolvimento turístico ao nível local

*Uma proposta de metodologia aplicada ao concelho de Ílhavo**

Zélia Breda

Aluna de doutoramento

Resumo

A elaboração de qualquer estratégia ou linha orientadora para o sector do turismo deverá passar pelo conhecimento da base de recursos que sustenta, ou que poderá sustentar, o desenvolvimento do turismo de um determinado local. A par do conhecimento dos recursos turísticos, há que se ter em conta também a procura, actual e potencial, por esses mesmos recursos. A interacção entre a oferta, elemento estático, e a procura, elemento dinâmico do sistema do turismo, faz surgir um terceiro elemento que deverá ser sempre ponderado quando se elabora uma estratégia de desenvolvimento: os impactes do turismo. O presente artigo, tendo por objectivo apresentar a metodologia seguida na avaliação do potencial de desenvolvimento do turismo a nível local, tenta evidenciar os três elementos que constituem o sistema do turismo.

Palavras-Chave

Recursos turísticos, oferta, levantamento, avaliação, procura, impactes, Ílhavo (Portugal).

Abstract

The elaboration of strategic guidelines for the tourism sector should be based on the set of tourist resources that sustain, or can sustain, the tourism development in any given place. Simultaneously, it should be taken into consideration the demand, actual or effective and potential, for that set of tourist resources. The interaction between the supply (the static element), and the demand (the dynamic element of the conceptual framework of tourism), results in a consequential element that should be regarded when preparing a development strategy: the impacts of tourism. This article, aiming to present the methodology followed in the evaluation of tourism development potential at the local level, tries to highlight these three elements of the tourism conceptual framework.

Keywords

Tourist resources, supply, assessment, evaluation, demand, impacts, Ílhavo (Portugal).

Zélia Breda

Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial
Universidade de Aveiro
Campus Universitário de Santiago, 3810-193 Aveiro, Portugal
Email: zelia@egi.ua.pt

* Elaborado tendo por base o projecto final de curso ("Avaliação do Potencial Turístico do Concelho de Ílhavo"), realizado juntamente com Maria Gorete Dinis e apresentado em Setembro de 1998.

Introdução

A longo dos anos, o crescimento da actividade turística tem vindo a evidenciar o importante papel que desempenha a vários níveis, especialmente em termos económicos. Os benefícios criados têm “aliciado” agentes públicos e privados a apostarem no sector, visando frequentemente efeitos imediatos e não olhando às consequências a longo prazo do crescimento potenciado. Dos efeitos negativos que a actividade turística pode provocar, e que raramente foram tidos em conta no passado, são de salientar os problemas socioculturais e ambientais. Exemplos menos favoráveis do desenvolvimento de actividades turísticas e de uma utilização incorrecta do espaço são bem conhecidos em todo o país, principalmente no litoral, onde se verificam as maiores pressões de utilização intensiva do solo, coincidindo, em geral, com as áreas de maior fertilidade e de maior amenidade climática. Vão, assim, ocorrendo sérias delapidações dos recursos naturais e do património cultural, pondo em causa quer os testemunhos do passado, quer ainda o seu aproveitamento e valorização futura.

A evolução do turismo em Portugal mostrou que a maneira desordenada e não planeada que o crescimento do turismo experimentou não apenas realçou os impactes negativos do turismo e reduziu a competitividade, pondo em risco perspectivas de crescimento, como também colocou um fardo muito pesado sobre as autoridades locais, as quais nem sempre têm sabido responder atempadamente aos problemas. É neste sentido que o planeamento e desenvolvimento em turismo assume grande importância, uma vez que pretende minimizar os efeitos negativos da actividade turística, maximizando, por outro lado, os benefícios. Tendo em atenção as necessidades sentidas pelas autarquias locais ao nível do planeamento em turismo, pretendeu-se desenvolver uma metodologia que servisse de apoio à implementação de medidas estratégicas destinadas à melhoria dos locais como destino turístico. Essa metodologia foi aplicada ao caso concreto do concelho de Ílhavo.

1 Levantamento dos recursos turísticos

O estudo do sector do turismo em qualquer local deverá iniciar-se pela componente da oferta, a qual terá necessariamente de ser objecto de um levantamento e posterior avaliação da base de recursos que a compõe. No estu-

do conduzido para o concelho de Ílhavo, o levantamento e avaliação dos recursos e actividades turísticas seguiu essencialmente a metodologia proposta por Inskeep (1991). Deste modo, procedeu-se a uma breve caracterização da área, de modo a poder enquadrar o concelho na região, e também a abordar as principais potencialidades existentes, nomeadamente ao nível do ambiente natural, da estrutura socioeconómica e envolvente histórica.

O levantamento dos recursos¹ não se circunscreveu apenas às atracções e actividades turísticas (naturais e culturais), teve também em conta elementos como o alojamento (onde foram analisadas as formas de alojamento disponíveis e posteriormente enquadradas num contexto geográfico mais lato, i.e., ao nível da região de turismo onde o concelho se insere e ao nível nacional); outras “facilidades” e serviços turísticos (como sejam os postos de turismo, estabelecimentos similares da hotelaria, agências de viagens, entre outros); infra-estruturas e serviços de transporte; outras infra-estruturas de apoio à actividade turística; e os próprios elementos institucionais. Nesta última categoria, devem ser posicionados todos os elementos necessários ao desenvolvimento e gestão do turismo, incluindo os recursos humanos afectos ao planeamento e ensino; programas de formação; estratégias de *marketing* e programas de promoção; estruturas organizacionais, públicas e privadas; políticas, legislação e regulamentação relacionadas com o sector; políticas de investimento dos sectores público e privado; programas económicos, ambientais e socioculturais e controlo de impactes. Seria pertinente analisar estas variáveis, quando possível, a um nível macro (nacional e regional), de modo a verificar o grau de adequação das políticas e das estruturas para o nível local.

O levantamento dos recursos turísticos iniciou-se com pesquisas documentais e recolha de informação junto de alguns organismos oficiais ligados ao turismo, a fim de determinar o tipo e a localização das atracções existentes. Este primeiro passo permitiu obter uma lista preliminar dos tipos e características predominantes. Numa segunda fase, procedeu-se a um estudo de campo com a finalidade de conhecer a fundo as características das atracções, assim como tomar contacto com a realidade do concelho, enquadrando a atracção com o meio em que se encontrava inserida. Para alguns tipos de atracções, o estudo foi conduzido durante mais do que uma época do ano, a fim de determinar as diferenças sazonais das características do local.

¹ Para tipificar os recursos turísticos seguiu-se a classificação da DGT adoptada para o IRT, (Inskeep, 1991, e Mill & Morrison, 1985).

Figura 1 – Exemplo da apresentação dos recursos na base de dados



A identificação dos recursos foi feita sistematicamente, indicando o nome, o tipo, a localização, a acessibilidade, características especiais, o tipo de desenvolvimento (se existisse) e as vantagens ou desvantagens desse desenvolvimento. Sempre que relevante, foram incluídas fotografias e uma descrição sumária sobre as características dos recursos, bem como informações necessárias para a determinação da capacidade de carga. A localização dos recursos turísticos foi cartografada em mapas (escala 1:50 000) que continham toda a área em estudo,

para que os recursos pudessem ser analisados, no que respeita aos sistemas de transporte e áreas potenciais de desenvolvimento turístico. Alguns recursos culturais específicos (*non-place*) foram apenas descritos.

A apresentação de cada atracção foi também feita numa base de dados (figura 1) que continha grande parte dos elementos afectos ao levantamento realizado. A opção por construir a base de dados deveu-se à enorme quantidade de informação a tratar, e também por se tornar mais prático a consulta e actualização de dados.

2 Avaliação dos recursos turísticos

Falar da avaliação dos recursos turísticos implica, na nossa perspectiva, verificar a importância dos recursos a diferentes escalas territoriais (local, regional, nacional e internacional) e segundo os diferentes tipos de procura. A avaliação deverá, portanto, ter em conta os mercados turísticos potenciais para as características dos recursos, o uso desses recursos pelos residentes da área, as acessibilidades nacional, regional e local, os custos relativos à conservação e desenvolvimento, a capacidade de carga e

Tabela 1 – Exemplo de alguns recursos turísticos utilizados na matriz de avaliação

Recursos turísticos	Factor de avaliação							Total	Comentários
	Acessibilidade	Possibilidade de desenvolvimento económico	Impacte ambiental	Impacte sociocultural	Importância				
					Regional	Nacional	Internacional		
Recursos naturais									
Clima	5	5	5	5	4	4	5	33	Primário
Jardim e Esteiro Oudinot	4	5	4	4	4	2	1	24	Secundário
Praia da Costa Nova	5	3	2	3	5	4	3	25	Primário
Praia da Barra	4	3	2	3	5	5	4	26	Primário
Praias fluviais	3	4	2	3	3	2	1	18	Secundário
Ria de Aveiro	4	3	2	3	5	5	4	26	Primário
Paisagens	3	3	3	4	5	4	3	25	Primário
Recursos culturais									
Artesanato	3	5	5	4	4	4	4	29	Primário
Gastronomia	4	4	5	3	4	4	4	28	Primário
Forte da Barra	4	4	3	4	3	3	2	23	Secundário
Farol da Barra	4	2	5	5	4	4	3	27	Primário
Palheiros da Costa Nova	5	3	3	3	4	5	3	26	Primário
Casas de estilo arte nova	3	3	3	3	4	3	2	21	Secundário
Capela de Nossa Sra. de Penha de França	4	3	4	3	5	4	3	26	Primário
Paço da Ermida	3	2	5	4	2	3	3	22	Secundário
Museu da Vista Alegre	4	4	4	3	4	5	4	28	Primário
Museu Marítimo e Regional de Ílhavo	4	3	5	3	4	4	3	26	Primário
Romaria do Senhor Jesus dos Navegantes	4	3	4	3	3	1	1	19	Secundário
Festivais de Folclore	4	4	5	4	4	3	2	26	Primário
Festival de Escultura	4	4	3	4	4	3	2	24	Secundário
Tipos especiais de recursos									
Clube de Vela da Costa Nova	5	3	3	4	4	4	3	26	Primário
Associação Náutica da Gaf. da Encarnação	4	3	3	4	4	4	3	25	Primário
Minigolfe da Costa Nova	4	4	4	4	3	2	1	22	Secundário
Clube Hípico	3	4	4	4	2	1	1	19	Secundário
Piscina Municipal de Ílhavo	4	2	4	4	3	2	1	20	Secundário
Campos de ténis	3	4	4	4	2	1	1	19	Secundário

Fonte: adaptado de Inskeep, 1991

as implicações ambientais e socioculturais do seu desenvolvimento. Um importante resultado da avaliação consiste na classificação dos recursos inventariados em recursos primários ou secundários. A avaliação irá também indicar quais os tipos predominantes de recursos (naturais ou culturais), sendo uma importante consideração para a análise de mercado, uma vez revelar a melhor base para o desenvolvimento do turismo.

Considerando os aspectos referidos, para avaliar os recursos turísticos do concelho de Ílhavo procedeu-se à construção de uma matriz de avaliação (Tabela 1)² e, de acordo com a proposta de Mill & Morrison (1985), de uma matriz que avalia as oportunidades de recreio, existentes ou potenciais, tendo em conta o seu uso efectivo e o seu potencial de atracção em relação aos diversos tipos de mercados, desde o nível local ao nível internacional (Tabela 2). Relativamente às actividades de recreio e lazer, a análise pode ainda ser complementada com a sistematização das principais actividades turísticas passíveis de serem praticadas (ou que mostrem potencial para a sua prática), o grau de disponibilidade das actividades e a época da sua realização (meses de elevada procura e meses de menor popularidade para a realização das actividades).

3 Procura turística

À semelhança do que acontece ao nível da oferta, antes de se olhar para a procura turística torna-se necessário a construção de uma abordagem ao contexto geral onde o território em estudo se insere, uma vez que a procura não é um fenómeno estanque de uma determinada área, antes pelo contrário, esta tende a ligar e aproximar destinos. Deste modo, no trabalho realizado apresentou-se o posicionamento concorrencial de Portugal e da região onde se localiza o concelho, para a partir desta análise se poder traçar o posicionamento do concelho de Ílhavo. Este posiciona-

mento foi feito em termos geográficos e em relação aos produtos oferecidos, isto é, analisou-se a concorrência a níveis internacional, nacional e regional, para cada tipo de produto que o concelho oferece.

A Boston Consulting Group (BCG), recomenda às organizações a avaliação de cada um dos seus produtos com base na taxa de crescimento de mercado e na sua quota de mercado relativamente ao seu maior concorrente. De modo a complementar a análise concorrencial, decidiu-se pela construção da referida matriz, com o fim de analisar o posicionamento de cada produto turístico do concelho em relação aos seus maiores concorrentes a nível regional, resultando daí um importante indicador para a elaboração de medidas estratégicas para cada um desses produtos.

Outro indicador utilizado para determinar a importância turística do concelho foi o índice de preferência³, que também permite avaliar em que medida uma determinada área exerce um efeito de preferência ou não relativamente às restantes e, portanto, de que modo se comporta essa área perante a evolução do turismo no país. A conjugação deste indicador com a taxa de função turística⁴ permite determinar o grau de importância turística efectiva de cada local.

No entanto, para uma perfeita análise da concorrência é necessário identificar quais os actuais e potenciais concorrentes; os seus objectivos e estratégias; a posição e *performance* de cada concorrente no respectivo mercado de produtos; e as suas fraquezas e pontos fortes. Devem também analisar-se factores como o clima, a localização, a relação qualidade/preço, as actividades de *marketing*, a qualidade do alojamento turístico e respectivas estruturas de apoio, a sazonalidade, a animação turística e o apoio governamental. Seria ainda pertinente analisar o índice de saturação turística⁵, de modo a avaliar não só a importân-

² A avaliação dos recursos turísticos foi feita tendo em conta vários critérios, sendo atribuída a cada um uma pontuação de 1 a 5, correspondendo este último a uma maior importância do factor (por exemplo: boa acessibilidade; limitados impactes negativos; elevado grau de importância em termos de atracção de turistas, etc.). Para cada recurso turístico procedeu-se ao somatório da pontuação atribuída aos vários factores, sendo deste modo decidido quais os recursos primários e os secundários.

³ O índice de preferência pode ser determinado pela divisão entre o número de turistas, ou hóspedes, chegados a uma determinada localidade durante um ano e o número global de turistas ou hóspedes registados em todos os estabelecimentos do país durante o mesmo período (Cunha, 1997).

⁴ É também designada de taxa de função hoteleira, que é dada pela relação entre o número de camas existentes nos meios de alojamento de uma determinada área e a população dessa área.

⁵ O índice de saturação turística (relação entre o número de turistas que visita um país ou um destino e a respectiva população) permite avaliar a importância relativa do turismo em cada país ou local e a sua capacidade para suportar acréscimos adicionais da procura turística, isto é, um país ou local com índice inferior ao de outro tem uma importância turística menor, mas possui maior capacidade de crescimento potencial. Este índice pode, deste modo, indicar qual o estágio do ciclo de vida do destino (Cunha, 1997).

cia relativa do turismo em cada destino apontado, como também o seu potencial de crescimento.

Para além destes aspectos, é necessário ter em atenção a monitorização e análise das tendências e mudanças nas necessidades e percepções dos mercados turísticos, tanto

existentes como potenciais. A análise do mercado deverá envolver os seguintes grupos de critérios (Heath e Wall, 1992):

- *medição e previsão do mercado* – determinar o tamanho, actual e futuro, do mercado existente;

Tabela 2 – Matriz de avaliação das oportunidades de recreio, existentes e potenciais

Actividades de lazer e recreio			Mercado existente				Mercado desejado				Mercado potencial			
			Recursos	Local	Regional	Nacional	Internacional	Local	Regional	Nacional	Internacional	Local	Regional	Nacional
Recursos Naturais	Água	Vela	●	●	●	○	●	●	●		●	●	○	○
		Canoagem	●	●	○		●	●			●	○		
		Remo	●	●	○		●	●			●	○		
		Motonáutica	●	●	○		●	●			●	○		
		Barcos de recreio	★	●	○	○	●	●	○		●	○	○	●
		Passeios de moliceiro	★	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	
		Mergulho	★	○	○		○	●	○		○	●	○	
		Pesca	●	●	○	○	●	●	●		●	●	●	●
		Windsurf	●	○	○		●	●	○		●	●	●	
		Surf	●	●	○	○	●	●	○		●	●	●	
	Esqui aquático	●	○	○		●	●			●	●	○		
	Natação	●	●	○		●	●			●	●	○		
	Bodyboard	●	○	○		●	●	○		●	●	●		
Terra	Caça	●	○			○	○			●	●	○		
	Orientação	★				○	●	●		○	●	○		
	Piquenique	★	●	○		●	●			○	●	●		
	Passeios de bicicleta	●	●	○		●	○			●	○			
	Passeios a cavalo	★				●	●			○	○			
	Hipismo	★	●	○		○	○			○	○			
	Passeios pedestres	●	○			○	●			○	○	○		
Paint-ball	●				●	●			●	●	○			
Água e terra	Apreciar paisagens naturais	●	○	●	○	●	●	●	○	●	●	●		
	Pintura / fotografia	●	○	○		○	○			○	○			
	Hovercraft	★				●	●			●	●	●		
Ar	Balonismo	●				●	●	●		●	●	●	○	
	Pára-quedismo	★				●	●	○		●	●	●		
	Paramotor	●				●	●	○		●	●	●		
Históricos culturais	Monumentos e sítios históricos	★	○	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	
	Museus	★	○	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	
	Artesanato	○	○	●	●		○	○		○	○	○		
	Eventos culturais	★	●	●			●	●	○	●	●	●		
	Festas e romarias	●	●	●			●	●	○	●	●	●		
	Gastronomia	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	
Recursos desenvolvidos e controlados pelo Homem	Infra-estruturas de recreio e lazer	Alojamento e estâncias de recreio	●	●	●	●	●	●	●	●				
		Marina	○		●	●	○	○	○		○	●	●	●
		TER	○		●	●	○	○	○		○	●	●	○
		Hotel/pensão	○	●	○						○	●	●	○
	Centro de congressos	○	●	○			●	●		●	●	●	○	
	Oportunidades de recreio e lazer	Portos de recreio	★	●	●	○		●	●	●	●	●	●	●
		Praias	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
		Campos de futebol	★	●	○			○			○			
		Campos de ténis	★	●	○			●			○	○	○	
		Campos de minigolfe	○	●	●			○	●		●	●		
Campos de basquete		○	●				○			○				
Campos de voleibol	○	●				○			○					
Atrações	★	●	○	●		●	●		●	●				

Fonte: adaptado de Mill e Morrison, 1985

Legendas:

Recursos

- Recursos abundantes (existentes e/ou potenciais)
- ★ Recursos moderados (existentes e/ou potenciais)
- Recursos escassos (existentes e/ou potenciais)
- Recursos não existentes
- Forte utilização/procura
- Utilização/procura limitadas
- Nenhuma utilização/procura

Mercados desejado

- Forte desejo de atrair este mercado como mercado primário
- Desejo limitado de atrair este mercado como mercado primário
- Nenhum desejo de atrair este mercado como mercado primário

Mercado potencial

- Forte atracção por esta actividade
- Fraca atracção por esta actividade
- Nenhuma atracção por esta actividade

- *segmentação de mercado* – determinar os principais grupos que constituem o mercado, de maneira a escolher o melhor segmento-alvo;
- *análise dos consumidores* – determinar as características dos turistas, especificamente as suas necessidades, percepções, preferências e comportamento, de maneira a adaptar a oferta da região às suas características.

Para que realmente a informação tenha expressão e de modo a traçar o perfil do mercado que visita a área, seria necessário inquirir os visitantes, além do seu local

de origem (país de residência, nacionalidade e enquadramento habitual), sobre os seguintes elementos de caracterização: meio de transporte utilizado para chegar ao local; motivo da viagem; dados demográficos (idade, sexo, rendimento anual, habilitações literárias, emprego); duração da estada; despesa média na área; uso das “facilidades” locais (alojamento, restaurantes, atracções, eventos, etc.); segmento de mercado a que pertencem (casal com crianças, solteiros, grupos organizados, etc.); número de vezes que já visitou o local; atitudes e níveis de satisfação do visitante (Mill e Morrison, 1985).

Tabela 3 - Potencial na produção de impactes ambientais negativos de algumas actividades turísticas

Componentes da biosfera	Actividades	Impacte ambiental								
		Destruição das dunas	Aumento do risco de incêndio	Lixo	Erosão do solo	Destruição da vegetação	Perturbação da vida animal	Poliuição da água	Poliuição do ar	Poliuição sonora
Terra	Caça	X	□	●	★	●	□	X	★	●
	Orientação	X	□	★	★	●	★	X	X	X
	Piqueniques	X	□	□	X	●	★	X	X	X
	Passeios de bicicleta	X	★	X	X	★	★	X	X	X
	Passeios a cavalo	X	★	X	★	★	★	X	X	X
	Caminhadas	★	●	●	★	●	●	X	X	X
	Paint-ball	X	●	★	★	★	★	X	X	X
Terra e/ou água	Hovercraft	●	X	X	●	●	★	★	★	●
	Pintura / fotografia	X	X	X	X	★	★	X	X	X
	Apreciar paisagens	★	X	X	X	★	★	X	X	X
	Fazer praia	□	X	□	□	□	★	●	X	X
Água	Natação	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Bodyboard	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Vela	X	X	X	X	X	X	★	X	X
	Canoagem	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Remo	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Motonáutica	X	X	X	X	X	★	★	★	●
	Passeios de barco	X	X	X	X	X	X	★	★	●
	Mergulho	X	X	X	X	X	★	X	X	X
	Pesca	X	X	□	X	★	●	●	X	X
	Windsurf	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Surf	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Ar	Esqui aquático	X	X	X	X	X	★	★	★	★
	Balonismo	X	X	X	X	X	X	X	★	X
	Pára-quedismo	X	X	X	X	X	★	X	●	●
	Paramotor	X	X	X	X	X	★	X	●	□

Fonte: adaptado de Dowling, 1993

Legenda

Potencial para produzir impactes adversos:

★ Baixo ● Moderado □ Elevado X Não aplicável

Outro indicador de interesse relaciona-se com a época do ano em que o destino é mais visitado. O grau ou taxa de sazonalidade, dado pela relação entre a entrada de visitantes nos meses de Julho, Agosto e Setembro e as entradas totais durante o ano, mostra a preferência dos visitantes por uma determinada época do ano, permitindo medir o grau de concentração temporal e, deste modo, revelar possíveis impactos que possam advir da preferência excessiva por uma determinada época.

A compreensão da própria configuração espacial das viagens de férias, permite também uma melhor previsão e estimativa da procura. Conhecer os padrões de ligação entre destinos, ajuda a identificar nós-chave, possibilita o desenvolvimento de estratégias e facilita a desconcentração temporal e espacial dos visitantes. Também contribui para o reconhecimento de parceiros naturais em cooperação regional ou local, especialmente no que se refere à concentração de esforços de *marketing*.

4 Impactes resultantes da actividade turística

Tendo em conta a existência de duas áreas bastante frágeis no concelho e com características muito próprias que urge preservar, a ria de Aveiro e a zona litoral, procedeu-se à construção de uma matriz (Tabela 3) que mostra a intensidade dos impactos das principais actividades turísticas, existentes e potenciais, no concelho.

No que diz respeito aos impactos socioculturais, o contacto entre residente e visitante pode provocar alterações positivas nos comportamentos da população. Há a destacar como impactos socioculturais positivos a promoção do desenvolvimento local, o incentivo à produção artesanal, a recuperação de costumes e do património cultural, actuando também como um elemento de modernização. No entanto, podem apontar-se impactos negativos, causados pela relação desigual entre o visitante e o residente, que tendem a traduzir-se fundamentalmente na mudança do sistema de valores, nos comportamentos e nos estilos de vida (Mathieson e Wall, 1982).

Deste modo, para qualquer área, torna-se indispensável avaliar a capacidade de recepção de visitantes, por forma a que o desenvolvimento do turismo não rompa

nenhum equilíbrio fundamental e provoque impactos negativos. O turismo depende fundamentalmente da utilização dos recursos naturais e culturais, recursos esses que se assumem como atractivos para os visitantes. Uma exploração descontrolada dessas potencialidades turísticas pode, portanto, pôr em causa a sua continuidade a médio e longo prazos. O conceito de capacidade de carga turística visa, deste modo, avaliar o número de visitantes, bem como o grau de utilização do espaço, susceptíveis de não ter consequências nitidamente agressivas para os recursos turísticos.

A avaliação da capacidade de carga turística ou de saturação não deve ser conduzida apenas por critérios quantificáveis⁶, pois isso equivaleria a uma atitude demasiado simplista e indutora de conclusões menos válidas, na medida em que variados factores como as consequências ecológicas e culturais, bem como os condicionantes psicológicos sobre os visitantes, são muito difíceis de ser quantificados. Para torneir esta situação, torna-se então indispensável recorrer às chamadas técnicas de avaliação global das consequências do desenvolvimento turístico, nomeadamente à análise de custos-benefícios e aos estudos de impacto ambiental. Deste modo, a capacidade de carga global constituirá a resultante de um equilíbrio entre os vários critérios, tanto quantificáveis como não quantificáveis.

5 Considerações finais

O presente artigo pretendeu rever, de uma forma geral, parte do trabalho realizado para o concelho de Ílhavo, mostrando a metodologia seguida nas três componentes do sistema do turismo: a oferta, a procura e os impactos resultantes da sua interacção. A etapa que se segue ao estudo destas componentes prende-se com a análise das potencialidades e estrangulamentos da área em estudo (tanto ao nível da procura como da oferta), uma importante fase que antecede a elaboração de qualquer estratégia. A definição de linhas e orientações estratégicas deverá, portanto, ser feita com base na avaliação dos recursos, na análise da procura e na análise SWOT, e estar em consonância com as políticas estabelecidas a nível nacional e regional.

⁶ Como critérios quantificáveis, podem considerar-se o alojamento, a prestação de serviços ou os benefícios económicos. Há a salientar a taxa de actividade turística, relação entre o número de camas por turistas e a população permanente duma região, que permite não só comparar a densidade turística entre vários locais, mas também, em certas circunstâncias, pode ser utilizada para dar indicações sobre os níveis aceitáveis de capacidade de carga.

Bibliografia

- Cunha, L, 1997, *Economia e Política do Turismo*, McGraw-Hill, Lisboa.
- Dowling, R, 1993, "An environmentally-based planning model for regional tourism development" *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 1, n.º 1, pp. 17-35.
- Inskip, E., 1991, *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.
- Mathieson, A., e Wall, G., 1982, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, Harlow.
- Mill, R. C., e Morrison, A. M., 1985, *The Tourism System: An Introductory Text*, Prentice Hall, Nova Jérícia.