

Avaliação do Estágio de Maturidade do Gestão do Destino Turístico com Base em Seus Recursos, Atrativos e Produtos Turísticos

Thiago Duarte Pimentel¹
Fabiola Cristina Costa de Carvalho²

Resumo

Partindo da suposição de que a oferta turística de uma dada localidade é, em boa medida, dependente dos recursos, atrativos e produtos turísticos existentes no território e que a maior concentração de tal oferta em um desses três estágios caracteriza a disponibilidade de elementos materiais e imateriais com os quais se pode contar na gestão de um destino turístico, este estudo tem como objetivo avaliar o estágio de maturidade da gestão do destino turístico com base em seus recursos, atrativos e produtos turísticos, segundo a percepção dos principais *stakeholders* do destino. Para tanto, realizou-se uma revisão teórica sobre gestão de destinos turísticos, em geral, e sobre atrativos turísticos e o processo de conversão de recursos em atrativos e produtos, em particular. Empiricamente, este estudo foi operacionalizado a partir de um estudo de caso na cidade de Juiz de Fora, a qual é considerada um destino turístico indutor do estado de Minas Gerais. Primeiramente realizou-se um *survey*, em estilo censo, de todos os elementos potencialmente, real ou virtualmente explorados pelo turismo na cidade. Em seguida, procedeu-se a elaboração de uma lista, a qual foi submetida a um pré-teste, a fim de identificar uma amostragem de alguns dos elementos mais representativos da cidade, agrupados nas dimensões: 1) ambiental, 2) cultural, 3) gastronômico, 4) entretenimento e lazer. Em seguida, procedeu-se realização de um *e-survey*, radicado na plataforma *Survio*, com 30 respondentes, com base nas seguintes questões: Classifique os lugares como recurso turístico (RT), atrativo turístico (AT) e produto turístico (PT); classifique os atrativos segundo sua importância; classifique os atrativos por segmento do turismo; você gastaria seu tempo indo visitar aos lugares elencados?; você pagaria para entrar nesses lugares? Considerando modelo de hierarquização dos atrativos Embratur em 2007, a partir da proposta da Organização Mundial de Turismo - (OMT) e pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística - (CICATUR) pode-se observar que os componentes do sistema turístico de Juiz de Fora estão predominantemente no nível de recursos e, no caso dos atrativos, são elementos de baixa atratividade, em escala local e regional.

Palavras-chave: Destino Turístico; Estágio de Maturidade; Recursos Turísticos; Atrativos Turísticos; Produtos Turísticos.

¹ Doutor em Ciências Sociais (UFJF), Mestre em Administração (UFMG), Bacharel em Turismo (UFMG). Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). CV: <http://lattes.cnpq.br/9841188234449467>. thiago.pimentel@ich.ufjf.br

² Doutora em Ciências Sociais (UAS-México), Mestra em Administração Pública (FJP), Bacharela em Turismo (UFJF). Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). CV: <http://lattes.cnpq.br/8325615691511449>. fabiolacarvalho.tur@hotmail.com