

12.4 Evaluación de los recursos turísticos de Caldas Novas

Siguiendo la clasificación de los recursos turísticos ya detallada anteriormente, el próximo paso es la confección de una lista de las debilidades de cada recurso, las amenazas presentes y las oportunidades que ofrecen (Apartado 12.4.1). A continuación analizamos las oportunidades que ofrece cada recurso con mayor detalle, para establecer prioridades para el futuro desarrollo de los recursos turísticos de Caldas Novas (Apartado 12.4.2).

Estas incidencias son presentadas en cuadros sinópticos. El objetivo del análisis de la serie de cuadros con mayor detalle es recoger, por un lado, todas las disfunciones y, por el otro lado, las posibilidades de aprovechamiento de los recursos turísticos encontrados en la región. Este instrumento permite, además, identificar las mejores oportunidades y las mayores debilidades y amenazas. Más adelante, en la redacción del plan estratégico de desarrollo turístico se escogerán las opciones más viables o necesarias, teniendo en cuenta los resultados de este análisis.

12.4.1 Evaluación de los recursos turísticos desde la perspectiva de las debilidades, amenazas y oportunidades que presentan

Los Cuadro 12.6 y 12.7 recoge la incidencia de las diversas debilidades, amenazas y oportunidades de cada recurso. Los elementos que más se repiten son evidentemente los más significativos. El análisis del cuadro nos permite identificar las oportunidades que, si se aprovechan, tendrán mayor incidencia en la futura mejora del turismo. Así, se ve que una prioridad debe ser la mejora del producto principal actual. Asimismo, se perfila la oportunidad de desarrollar nuevas ofertas ya que la clientela actual parece mantener una actitud receptiva ante las nuevas ofertas.

Este cuadro también nos indica, de manera similar, las principales debilidades a eliminar y las amenazas contra las que hay que prevenir, como ya se ha constatado. La falta de coordinación de una política para el turismo y la ausencia de un programa de promoción están debilitando directamente el mejor aprovechamiento de los actuales recursos turísticos existentes. Por otro lado, la falta de iniciativas para convertir los recursos en productos turísticos está haciendo que muchos recursos potenciales no se transformen en una verdadera oferta turística.

La pérdida de atractivo de los recursos, si se explotan sin planificación, es la amenaza más significativa a la que se enfrenta el futuro del desarrollo turístico de Caldas Novas. No obstante, remarcamos el escaso reconocimiento en el mercado nacional de los recursos actuales existentes en el destino y, en cuanto a los recursos potenciales, la puesta

en el mercado turístico de muchos recursos de forma espontánea. Asimismo, es significativa la insatisfacción de la comunidad local ante la poca consideración que se ha tenido con ellos y su casi nula participación en el proceso turístico.

Cuadro 12.6: Evaluación de los recursos turísticos actuales: debilidades, amenazas y oportunidades

Recurso	Debilidades													Amenazas													Oportunidades							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8
A1. Piscinas termales	X	X				X		X				X	X	X	X		X	X	X		X	X				X	X	X						
A2. PESCAN			X	X		X	X		X	X		X	X	X		X				X	X	X	X			X	X		X	X				
A3. Sambódromo	X		X		X	X									X											X								
A4. Jardim Japonês	X		X	X	X	X	X									X					X		X			X								
A5. Hot Park	X	X				X		X	X								X	X	X	X	X	X	X			X	X	X						
A6. Clube de pesca			X	X		X	X	X		X						X		X	X	X	X	X	X			X			X	X				
A7. Lagoa Quente	X	X		X		X	X	X	X								X	X	X	X	X	X	X			X	X	X						
A8. Cachaçaria						X	X									X					X			X										
A9. Serra Verde						X	X								X	X								X		X								
A10. Feira do Luar						X	X							X	X	X					X			X		X								
A11. Trilha ecológica			X	X	X	X	X		X	X				X	X	X		X	X	X	X	X				X	X	X	X	X	X	X	X	
Número de Incidencias	5	3	5	5	3	11	7	5	4	5	2	2	1	4	4	7	3	3	5	5	9	3	6	5	3	2	8	4	4	6	2	2	2	5

Nota: La numeración corresponde a los elementos incluidos en el Cuadro 12.6.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 12.7: Evaluación de los recursos turísticos potenciales: debilidades, amenazas y oportunidades

Recurso	Debilidades													Amenazas													Oportunidades										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8			
P1. Lago Corumbá			X	X	X	X	X		X	X	X			X	X	X			X	X	X	X	X			X	X	X	X								
P2. Cascadas			X	X	X	X	X		X	X	X			X	X	X			X	X	X	X	X			X	X	X	X	X							
P3. Rio Pirapitinga			X		X	X			X	X	X						X		X	X	X					X				X	X						
P4. Balneário Municipal			X			X														X		X				X			X							X	X
P5. Casarão			X		X	X													X			X				X			X							X	
P6. UHE Corumbá			X			X	X															X				X			X								X
P7. Parque urbano			X		X	X															X	X				X											
P8. Praça do Cerrado			X	X	X	X								X	X						X	X				X	X									X	
P9. Fazenda do Pedrão			X			X									X			X					X				X										
P10. Pueblos rurales			X	X	X	X								X							X	X				X											
Número de Incidencias	0	0	10	4	7	10	3	0	3	3	3	0	0	2	3	3	1	0	6	4	7	4	7	4	2	7	2	2	2	6	2	0	3	5			

Nota: La numeración corresponde a los elementos incluidos en el Cuadro 12.6.

Fuente: Elaboración propia.

12.4.2 Análisis de las oportunidades específicas y las prioridades individualizadas de los recursos turísticos

Una vez enumeradas las debilidades, las amenazas y las oportunidades que manifiestan los recursos turísticos en Caldas Novas, tratamos en este apartado de profundizar en la identificación de las oportunidades específicas y las prioridades individuales de cada recurso. Recordemos que este análisis se ha realizado a partir de una investigación que reúne las informaciones adquiridas mediante el cuestionario y las observaciones extraídas de la participación popular en forma de entrevistas y seminarios con miembros de la comunidad local.

Así, en el Cuadro 12.8, resumimos las oportunidades específicas que ofrecen los diversos recursos. A continuación, tratamos de remarcar sus prioridades individualizadas para el desarrollo turístico de Caldas Novas (véanse Cuadros 12.9 y 12.10). Estas prioridades constituyen la última etapa del proceso de análisis de los recursos, y tiene en cuenta todos los pasos anteriores. Este procedimiento tiene como objetivo conocer con mayor profundidad la incidencia de cada recurso en el proceso turístico local. A través de ello, establecemos un escenario inicial y unos objetivos concretos para la planificación de los recursos turísticos de la zona que será la base de información para proponer planes de acción en etapas posteriores.

El análisis de las oportunidades específicas más destacadas (véase Cuadro 12.8), nos permite verificar que en este destino -ya consagrado como un espacio de ocio, debido especialmente al uso que se hace de las aguas termales- es viable crear una oferta más amplia basada en nuevos recursos. La consecuente diversificación del producto turístico podrá atender a otros segmentos del mercado. Las oportunidades prioritarias serían la promoción del ecoturismo a través del uso de varios recursos, especialmente los naturales y paisajísticos; el fortalecimiento del comercio local, por medio de la calificación y la diversificación del producto comercializado; y la creación de nuevos espacios de ocio para la comunidad local y así satisfacer una reclamación popular de más y mejores instalaciones y actividades de recreación.

En cuanto a las prioridades individualizadas (véanse Cuadros 12.9 y 12.10), destaca la importancia de evitar el agotamiento de los acuíferos como resultado de la explotación y la mala gestión; la urgencia de elaborar un plan de uso turístico para determinados recursos, especialmente el PESCAN y el *Lago de Corumbá*; y la necesidad de implantar mejoras y ampliaciones en la infraestructura turística actual, con el fin de proporcionar al visitante una mayor comodidad y seguridad.

Cuadro 12.8: Oportunidades específicas de los diversos recursos para el desarrollo turístico de Caldas Novas

Recursos turísticos actuales	Oportunidades
A1. Piscinas termales	- Consagrar como espacio de ocio y fortalecer la oferta de turismo de salud
A2. PESCAN	- Desarrollar el ecoturismo y fomentar el turismo educacional, creando una oferta de nuevos productos turísticos
A3. <i>Sambódromo</i>	- Crear un espacio para manifestaciones culturales y aumentar la participación de la comunidad
A4. <i>Jardim Japonês</i>	- Mejorar el producto turístico local
A5. <i>Hot Park</i>	- Ampliar la oferta de nuevos productos turísticos
A6. <i>Clube de pesca</i>	- Crear un nuevo espacio de ocio para la comunidad local y diversificar el producto turístico
A7. <i>Lagoa Pirapitinga</i>	- Ampliar la oferta de espacios de ocio actual - Fortalecer otra modalidad de alojamiento -el camping- alcanzando otros segmentos de la demanda - Contribuir al turismo cultural, como punto histórico del descubrimiento de las termas
A8. <i>Cachaçaria</i>	- Fortalecer el comercio local - Diversificar y mejorar la calidad de los productos comerciales de la región - Contribuir a la divulgación del patrimonio cultural local
A9. <i>Serra Verde</i>	- Estimular el comercio local
A10. <i>Feira do Luar</i>	- Estimular la comercialización de productos locales y consagrarse como un espacio de ocio
A11. <i>Trilha ecológica</i>	- Crear una nueva oferta para el desarrollo del ecoturismo - Disminuir los riesgos de degradación del entorno del PESCAN a través de la implicación de la población del entorno - Favorecer la educación ambiental a través de la observación de la fauna y flora con manuales de identificación - Fomentar el turismo rural con visitas a propiedades rurales y a sus cascadas - Estimular prácticas deportivas
Recursos turísticos potenciales	Oportunidades
P1. <i>Lago Corumbá</i>	- Diversificar la oferta de productos turísticos - Aumentar las áreas de ocio para el visitante y la comunidad local
P2. Cascadas	- Aumentar el atractivo del embalse y posibilitar la diversificación de actividades turísticas
P3. <i>Rio Pirapitinga</i>	- Ampliar la oferta de ocio en la región y fomentar el turismo deportivo a través de actividades de aventura
P4. <i>Balneário Municipal</i>	- Incrementar el turismo cultural con la creación del museo de las aguas termales - Fortalecer el turismo de salud con la renovación del balneario
P5. <i>Casarão</i>	- Transformar el edificio en un centro de tradiciones culturales proporcionando actividades para la comunidad y los turistas
P6. <i>UHE Corumbá</i>	- Fomentar el turismo educacional
P7. <i>Parque urbano</i>	- Generar una nueva oferta de ocio para la comunidad local y turistas - Ampliar la posibilidad de acoger eventos
P8. <i>Praça do Cerrado</i>	- Crear un espacio de información, especialmente sobre las características de la vegetación del <i>Cerrado</i>
P9. <i>Fazenda do Pedrão</i>	- Desarrollar el turismo rural
P10. Pueblos rurales	- Programar acontecimientos

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 12.9: Prioridades individualizadas de los recursos actuales para el desarrollo turístico de Caldas Novas

Recurso	Prioridades
A1. Piscinas termales	1. Evitar el agotamiento de los acuíferos debido a la explotación excesiva y la mala gestión
A2. PESCAN	1. Elaborar un plan de uso turístico: ⇒ Implantar nuevas ofertas de servicios ⇒ Seleccionar itinerarios y elaborar contenidos educativos ⇒ Gestionar el uso de los itinerarios a partir del análisis de su capacidad de carga ⇒ Estructurar los puntos de observación y proveer informaciones sobre el lugar ⇒ Elaborar un programa de eventos, especialmente destinados a la comunidad local 2. Mejorar la infraestructura de soporte al turista ⇒ Implantar una línea regular de autocar 3. Controlar y prevenir los incendios y promover la reforestación del entorno del parque
A3. Sambódromo	1. Transformar en plaza de ocio con las debidas infraestructuras para manifestaciones culturales 2. Desplazar el parque de atracciones actualmente ubicado en esta plaza buscando mejorar la congestión local
A4. Jardim Japonês	1. Mejorar la infraestructura turística actual 2. Aumentar la calidad de la visita, incorporando nuevos espacios y artefactos materiales de la vida cotidiana
A5. Hot Park	1. Gestionar el flujo turístico diario, especialmente en temporada alta
A6. Clube de pesca	1. Elaborar un plan de uso turístico
A7. Lagoa Quente	1. Elaborar un plan de uso turístico
A8. Cachaçaria	1. Ampliar la infraestructura turística y los programas de información, simultáneamente a la expansión de la empresa
A9. Serra Verde	1. Ofrecer productos más imaginativos
A10. Feira do Luar	1. Mejorar la calidad de los productos y controlar su comercialización 2. Mejorar la infraestructura, especialmente de los servicios sanitarios públicos y de los colectores de basuras
A11. Trilha ecológica	1. Regularizar las salidas, evaluar el itinerario y hacer más estimulante la visita a través de la provisión de información ambiental 2. Ampliar la infraestructura de recepción del turista en las haciendas

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 12.10: Prioridades individualizadas de los recursos potenciales para el desarrollo turístico de Caldas Novas

Recurso	Prioridades
P1. Lago Corumbá	1. Elaborar un plan de uso turístico del embalse con una política de protección, programas de concienciación e infraestructuras
P2. Cascadas	1. Conseguir una concienciación adecuada e implantar infraestructuras
P3. Rio Pirapitinga	1. Recuperar las matas ciliares 2. Estructurar actividades deportivas
P4. Balneário Municipal	1. Restaurar el edificio y equipamientos para convertirlo en un centro de tratamiento con baños terapéuticos y un museo de las aguas termales
P5. Casarão	1. Renovar el edificio y elaborar un calendario de eventos 2. Actuar como un centro de apoyo a los artistas locales
P6. UHE Corumbá	1. Elaborar un plan de visitas
P7. Parque urbano	1. Crear infraestructuras para el uso público
P8. Praça do Cerrado	1. Crear infraestructuras de recepción e información del público 2. Elaborar programas de educación ambiental y eventos para la comunidad
P9. Fazenda do Pedrão	1. Crear infraestructuras turísticas 2. Elaborar un plan de uso turístico
P10. Pueblos rurales	1. Promover campeonatos y eventos que incorporen estas localidades para integrarlos en la economía de la región

Fuente: Elaboración propia.

12.5 Incidencia de las tendencias generales del turismo sobre los recursos turísticos de Caldas Novas

Este apartado sirve para identificar los indicadores más significativos para la planificación de los recursos turísticos de Caldas Novas. El Cuadro 12.11 sirve como guión y resumen del análisis realizado. En las dos primeras columnas del cuadro presentamos las tendencias generales del proceso turístico, que es un recordatorio de los principales resultados de la investigación teórica, es decir, el reconocimiento e implicaciones del modelo turístico existente en la zona (Capítulo 1), las tendencias actuales hacia nuevas formas de turismo (Capítulo 2) y el estudio de la motivación turística (Capítulo 3).

Entre estas observaciones generales destacan: el cambio en la demanda, en cuanto a la duración y a la frecuencia de las vacaciones; el nivel de exigencia de los turistas; el grado de concienciación ambiental que ellos muestran; y los tipos de productos turísticos solicitados. Todo ello está llevando el sistema turístico a reestructurarse en respuesta a estos cambios en el consumidor. En cuanto a las motivaciones, que se tratan de

motivaciones generales, constatamos que los diferentes estilos de vida, los nuevos valores, una voluntad cambiante y la búsqueda de la novedad están generando un aumento de demanda entre los turistas que, como resultado, buscan nuevos productos turísticos.

En las siguientes columnas presentamos las tendencias del turismo de Caldas Novas agrupados en dos categorías distintas: las formas de turismo; y los intereses públicos y privados, declarados relacionados con el fortalecimiento y crecimiento turístico. Estas informaciones han sido resumidas a partir de la caracterización ambiental y socioeconómica del área de estudio (Capítulos 6-9). A propósito de las formas de turismo específicas de la región, resaltamos un marcado interés por fortalecer el flujo turístico apoyado en la creación de una oferta complementaria que pueda atraer a turistas durante todo el año, aunque la mayor motivación entre los visitantes que acuden a la zona es -como viene siendo tradicional- la diversión y el relajamiento.

En cuanto a los intereses de los sectores privado y público destacan varios aspectos. Con el objetivo de garantizar la rentabilidad económica de la actividad turística, el sector privado está preocupado por diversificar la base del turismo a través de nuevas ofertas y, apostaría por el sector de congresos, porque considera que podría asegurar un flujo turístico continuo y significativo durante todo el año. Los intereses del sector público son más amplios y varían desde la implantación de políticas turísticas hasta la creación de espacios de ocio para la población local. Verificamos que la mayoría de los recursos corroboran para poder estructurar el sector de congresos ya que serían capaces de aumentar la oferta e implantar una gama más amplia de actividades complementarias en el destino. Además de estos intereses, resaltamos que los agentes locales reconocen la necesidad de implantar programas de capacitación como base para uno sistema turístico viable a largo plazo.

Cuadro 12.11: Tendencias del turismo de Caldas Novas: indicadores para la planificación

Tendencias Generales		Tendencias del turismo en Caldas Novas	
Formas de turismo	Motivaciones del turista	Formas de turismo	Intereses declarados
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vacaciones más cortas pero más frecuentes 2. Mayores exigencias de calidad (alojamientos, servicios, medio turístico) 3. Reacción de los consumidores contra la oferta homogénea 4. Entrega de bienes y servicios en respuesta a variaciones de la demanda 5. Reducción del tiempo dedicado a “tumbarse al sol” 6. Vacaciones más activas 7. Combinación de trabajo y placer 8. Aumento de la demanda por parte de personas de mayor edad 9. Turismo más perspicaz y sofisticado 10. Mayor selectividad de los turistas en la elección de sus destinos 11. Mayor demanda de productos especializados 12. Búsqueda de nuevas experiencias 13. Aumento y diversificación constante de la demanda 14. Diferenciación y personalización de productos de viaje y ocio 15. Diversificación y especialización de la oferta 16. Globalización de la competencia 17. Nuevas prácticas turísticas, nuevas formas de contratación, nuevos escenarios turísticos, nuevas necesidades de la demanda, nuevas perspectivas, nuevos espacios 18. Reestructuración del sistema turístico en respuesta a los cambios de la demanda del consumidor 19. Reorientación del turismo hacia versiones más flexibles, descentralizadas e integradas social y espacialmente 20. Evolución del turismo hacia nuevas estructuras que pueden convivir o substituir a las antiguas 21. Las nuevas formas del turismo no amenazan al turismo convencional 22. Supervivencia del fenómeno de masas al lado del desarrollo de un turismo más diversificado 23. El turismo de interior no se ha convertido en una auténtica alternativa de desarrollo económico, pues no se hallan plenamente homologados ni productos ni servicios turísticos ni su comercialización, y sus flujos son, por definición, reducidos e inconstantes, de modo que no permiten remontar economías o dinamizar zonas deprimidas 24. Mayor concienciación de la existencia de límites ambientales, que dificultará el desarrollo de nuevos productos turísticos en nuevos espacios que no sean compatibles con la protección de la naturaleza 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descanso y relajamiento 2. Relevancia de nuevos valores: ocio, cultura y espectáculo 3. Voluntad cambiante del consumidor 4. Búsqueda de lo singular 5. Búsqueda constante de la novedad y unas experiencias alternativas 6. Reacción de los consumidores contra la oferta homogénea 7. Diferentes estilos de vida y experiencia, personificando y diferenciando productos de viaje 8. Comportamientos personales diferentes creando nuevas oportunidades de turismo 9. Necesidad de experimentar situaciones placenteras recreadas en la imaginación 10. Interés por los espacios artificiales 11. Afán por realizar compras 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lenta incorporación al balneario de los conceptos de fitness, belleza, bienestar personal y tratamientos alternativos basados en la medicina natural 2. Apertura de la oferta recreativa del destino termal hacia el turismo natural, cultural y de aventura 3. Receptividad para conectar el balneario con otro recurso de origen natural -el paisaje- y especialmente con el PESCAN, desarrollando un concepto de complejo termal ecológico 4. Creación de una oferta vinculada al ocio y a la recreación como, por ejemplo, un casino. 5. Creación de unas infraestructuras y servicios para acoger adecuadamente a congresos, reuniones y convenciones 6. Inversión en complejos hoteleros y residenciales <p>Objetivo General</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Fortalecimiento del sector turístico 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reforzar el turismo de salud (PU) 2. Diversificar la base del turismo con ofertas alternativas (PR) 3. Desarrollar el ecoturismo y el turismo de aventura (PU) 4. Crear espacios de ocio e incrementar actividades culturales y recreativas para visitantes y población local (PU / PR) 5. Estructurar el sector de congresos (PU / PR) 6. Desarrollar el sector comercial (PR) 7. Implantar políticas de incentivos y redes de cooperación (PR) 8. Implantar programas de formación profesional (PR) <p>PU: Interés público PR: Interés privado</p>

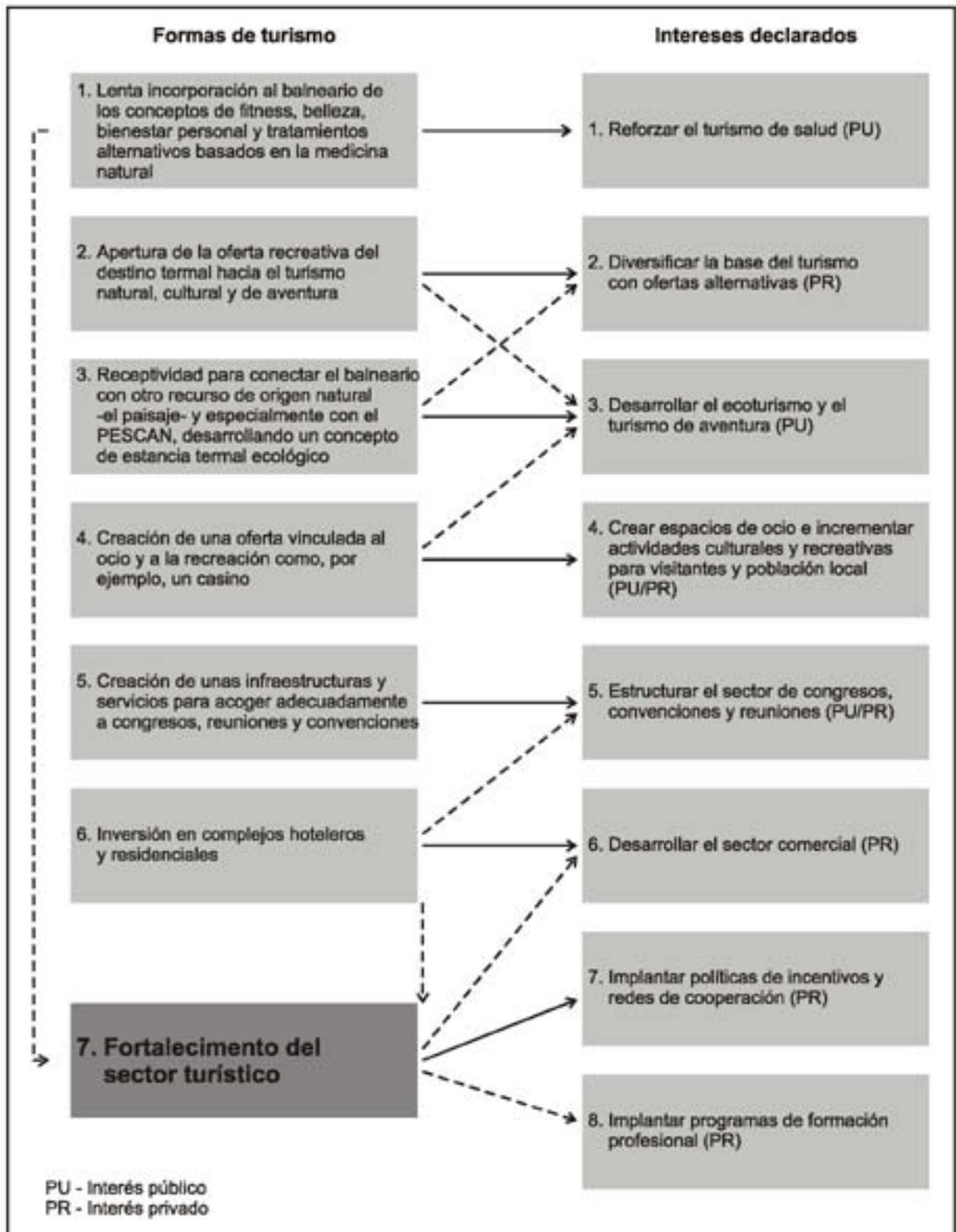
Fuente: Elaboración propia.

Si se comparan las tendencias generales con las específicas del turismo en Caldas Novas, referentes a cada recurso, destacan las siguientes características:

1. En general se evidencia un cambio en el comportamiento de la demanda, que pasa a realizar períodos de vacaciones más cortas pero más frecuentes, además de reducir el tiempo dedicado a “tumbarse al sol”, lo que hace que aumente la demanda por nuevas ofertas. No obstante, ha quedado comprobado que “tumbarse al sol” sigue siendo un incentivo destacado en Caldas Novas
2. Resaltamos que las tendencias anotadas en los puntos 18, 19, 20, 21 y 23, que se refieren a los cambios estructurales y la diversificación de los tipos de turismo, ya se manifiestan globalmente. En Caldas Novas estas tendencias aún son incipientes, pero figuran entre los objetivos declarados
3. Determinadas características relacionadas con la demanda, enmarcadas en los puntos 3, 6, 11, 12, 13 y 15, inciden en las motivaciones del turista y todas estas tendencias generales están recogidas en las formas del turismo planteadas y los intereses declarados en Caldas Novas
4. La tendencia a combinar trabajo y placer (punto 7), tiene su propuesta paralela en Caldas Novas, donde se espera desarrollar el sector de congresos
5. El hecho de que parece asegurado que el turismo de masas seguirá existiendo al lado del desarrollo de un turismo más diversificado (punto 22) es una tendencia omnipresente en Caldas Novas
6. La concienciación por temas ambientales (punto 24) también se verifica en Caldas Novas y queda claramente reflejada en las formas de turismo que se pretende implantar en la región

En cuanto a las tendencias específicas del turismo en Caldas Novas, se observa que las formas de turismo de incipiente desarrollo o propuestas para Caldas Novas coinciden con los intereses declarados. Estas relaciones se resumen en el diagrama adjunto (véase Figura 12.2). Así, por ejemplo, la incorporación de nuevos conceptos de turismo de balneario reforzaría el turismo de salud. De forma similar, el desarrollo de nuevas ofertas recreativas serviría para diversificar la base del turismo y así, consecutivamente, como se explicita en el diagrama. Esta coincidencia de tendencias e intereses facilitará la implementación de las propuestas concretas en el futuro.

Figura 12.2: Análisis de las formas de turismo y los intereses declarados



Fuente: Elaboración propia.

En los Cuadros 12.12 y 12.13 se realiza un análisis más profundo e individualizado para los recursos actuales y los potenciales respectivamente. En estos cuadros tratamos de evaluar su atractivo, el sector de la demanda a que atiende y los tipos de productos turísticos viables en cada caso. Asimismo, indicamos la incidencia, para cada uno de ellos, de las tendencias generales y específicas descritas anteriormente en el Cuadro 12.11.

Por regla general, el valor de atractivo de los recursos turísticos actuales varía de medio a alto, mientras que los recursos turísticos potenciales varían de medio a bajo. La suma de los recursos alcanza una amplia gama de sectores de la demanda, lo que implica la posibilidad de ofrecer actividades para todas las edades.

El tipo de producto predominante es el vinculado al ocio y recreación, sostenido especialmente por la presencia de las piscinas termales, donde está concentrado lógicamente toda la oferta de turismo de salud que existe. Los recursos turísticos actuales no ofrecen la posibilidad de desarrollar el turismo deportivo y son pocos los que incentivan el ecoturismo -a excepción del PESCAN- o el turismo cultura y rural. No obstante ofrecen la posibilidad de establecer una oferta limitada y fortalecer el sector de congresos, convenciones y reuniones y el comercio. Algunos de esos recursos se configuran como espacio de recreación y ocio para la comunidad local, aunque requieren mejoras en su gestión.

De forma similar a lo que hemos constatado con respecto a los recursos actuales, se ha comprobado que los recursos turísticos potenciales pueden contribuir a la creación de espacios de ocio accesibles a la población permanente y ser el escenario de una cierta oferta que estimule el sector de congresos y el comercio local. No obstante se destacan por su capacidad para diversificar y fortalecer la oferta actual, por medio del desarrollo, sobre todo, del turismo cultural y rural.

La incidencia de las tendencias generales que se han detectado tanto de las formas de turismo como de las motivaciones del turista, nos permite evaluar la viabilidad del desarrollo del turismo utilizando un recurso específico. Así, cuanto mayor la incidencia de las tendencias generales, mayores posibilidades de éxito tendrán las acciones realizadas sobre un determinado recurso. Por lo tanto, los recursos actuales y potenciales que ofrecen mayores garantías de aceptación, y consecuentemente los que deben ser considerados como recursos claves en el proceso de planificación, son:

1. Recursos actuales: las aguas termales, el PESCAN, *el Hot Park*, la *Lagoa Quente* y la *Trilha ecológica*
2. Recursos potenciales: el *Lago Corumbá* y sus cascadas, la *Fazenda do Pedrão*

Estos recursos merecerán mayor atención en la futura planificación turística, pero es esencial puntualizar de antemano algunos aspectos relevantes que proporcionan indicaciones sobre los tipos de iniciativas y de nuevos productos que se podrá implantar en Caldas Novas.

A propósito de las aguas termales, aunque la tendencia mundial en los balnearios es de fortalecer el turismo de salud, somos cautelosos a la hora de recomendar inversiones para desarrollar este tipo de turismo. Por un lado, las propiedades terapéuticas de estas aguas no son remarcables en comparación con otros balnearios, lo que hace que los tratamientos de salud en este destino no sean significativos. Por otro lado, la implantación del turismo de belleza frecuentemente en asociación con el turismo de salud -otra tendencia presente en diferentes balnearios alrededor del mundo- implicaría grandes inversiones en equipos especializados, profesionales cualificados, y la formación de personal, sin garantías claras de su rentabilidad. Otro aspecto importante es el período mínimo necesario para un programa de tratamiento, que es de 7 a 10 días, un período más largo que la estancia habitual en el destino. No parece un obstáculo insuperable, ya que averiguamos en el trabajo de campo que esta circunstancia está relacionada con la oferta y la forma de comercialización actualmente vigentes. No obstante, según el testimonio de los gerentes de algunos hoteles, ciertos establecimientos de alta categoría ya han iniciado el proceso de implantación de la infraestructura necesaria para atender a los turistas motivados por el turismo de salud, pero, hasta ahora, los resultados no han sido satisfactorios.

Se acredita que se deba prestar mayor atención hacia el desarrollo del ecoturismo en la región, estimulado por la presencia del PESCAN y de la *Trilha ecológica*, pues este tipo de turismo crearía una base turística más amplia, alcanzando nuevos segmentos del mercado, en línea con las tendencias mundiales del turismo sostenible. Hay que considerar también que la actitud que favorece una conservación pasiva nos conduce hacia un modelo conservacionista que no ha dado buenos resultados en Brasil. Prueba de ello es la situación precaria de muchos parques y la reducida repercusión de los programas de educación ambiental.

Las alternativas de desarrollo del turismo rural, son apropiadas para una estrategia turística regional, pero hay evidencia de que este tipo de turismo necesita mucha inversión pública en las etapas de planificación y desarrollo, incluyendo, por ejemplo, la coordinación logística de reservas, la formación del personal y su comercialización. Sumados a estos factores, se resalta que los recursos son insuficientes para configurar un turismo rural potente en la región, cuando se comparan con otros sitios, ya que solamente la *Fazenda do Pedrão* tiene un atractivo destacado.

Finalmente cabe resaltar, con referencia a las tendencias del turismo en Caldas Novas, que, tanto el sector público como el privado, han mostrado un gran interés por desarrollar los recursos como una oferta complementaria al turismo actual.

Cuadro 12.12: Planificación de los recursos turísticos actuales

Recurso	Valor atractivo	Sector de demanda	Tipos de producto turístico viables*										Tendencias Generales**			Tendencias del turismo en Caldas Novas**	
													Formas de turismo	Motivaciones del turista	Formas de turismo	Intereses declarados	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9						
A1. Piscinas termales	Alto	Todos	X	X										1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 16, 17	1, 4, 7, 9, 10	1, 5, 6	1, 5
A2. PESCAN	Alto	Todos	X		X									1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 17, 24	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8	3	2, 3, 4, 5
A3. Sambódromo	Bajo	Todos	X				X							1	2, 9	7	4
A4. Jardim Japonés	Bajo	Todos	X											1, 5, 8	1, 5, 10	7	4
A5. Hot Park	Alto	Jóvenes y Adultos	X				X							1, 2, 3, 4, 5, 7, 11, 12, 14	2, 3, 4, 5, 9, 10	4, 5	3, 4, 5
A6. Clube de pesca	Medio	Todos	X					X						1, 5, 8,	1, 3, 6	2, 5, 6	4
A7. Lagoa Quente	Alto	Todos	X		X									1, 2, 5, 7, 11, 15, 16, 17	2, 7	3, 4	1, 2, 4, 5
A8. Cachaparia	Medio	Todos								X				1, 8, 15	4, 11	4, 7	6, 8
A9. Serra Verde	Bajo	Todos								X				1, 8	11	7	6
A10. Feira do Luar	Medio	Todos								X				1, 8	4, 11	7	6
A11. Trilha ecológica	Medio	Jóvenes	X		X					X				3, 5, 6, 11, 12, 13, 15, 24	4, 5, 6, 7, 8, 9	3, 7	2, 3

* 1 Recreación 2 Turismo de salud 3 Turismo deportivo

4 Ecoturismo

5 Turismo cultural

6 Turismo rural

7 Congresos

8 Comercio

9 Espacio de ocio para la comunidad

** El código de números coincide con el Cuadro 12.1

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 12.13: Planificación de los recursos turísticos potenciales

Recurso	Valor atractivo	Sector de demanda	Tipos de producto turístico viable*									Tendencias generales**			Tendencias del turismo en Caldas Novas**		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	Formas de turismo	Motivaciones del turista	Formas de turismo	Intereses declarados		
P1. Lago Corumbá	Medio y variable	Todos	X		X			X						1, 2, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 24	1, 3, 5, 7, 9	2	2, 3, 4, 5
P2. Cascadas	Alto y variable	Todos	X			X								1, 2, 3, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 15, 17, 24	1, 3, 4, 5, 6, 7, 9	2	2, 3, 4, 5
P3. Rio Pirapitinga	Bajo	Todos	X					X						4	1, 5, 8	3	2, 3, 4
P4. Balneario Municipal	Bajo	Todos		X			X							1	2, 4	1, 4	1, 4, 5
P5. Casarão	Bajo	Todos	X						X					1	1, 2	7	4, 5, 8
P6. UHE Corumbá	Medio	Todos	X				X							1, 3, 9, 11, 15	4, 5	4	4, 5, 8
P7. Parque urbano	Medio	Todos	X						X					4	1, 2	7	4
P8. Praça do Cerrado	Bajo	Todos	X						X					4	1, 2	7	4
P9. Fazenda do Pedrao	Medio	Todos	X			X	X							1, 3, 5, 7, 8, 11, 12, 13, 15, 17	1, 2, 4, 5, 6	2	2, 4, 5, 8
P10. Pueblos rurales	Bajo	Todos							X	X	X	X	X	17, 23	1	7	4, 6

- * 1 Recreación 2 Turismo de salud 3 Turismo deportivo
 4 Ecoturismo 5 Turismo cultural 6 Turismo rural
 7 Congresos 8 Comercio 9 Espacio de ocio para la comunidad
 ** El código de números coincide con el Cuadro 12.1

Fuente: Elaboración propia

12.6 Análisis del mercado: los sectores de demanda de Caldas Novas

El análisis del mercado representa un importante instrumento de previsión o anticipación de lo que puede acontecer en el futuro. En el estudio del perfil del turista actual (véase Capítulo 7) detectamos cuatro grandes grupos de demanda, o sea: el turismo residencial, el turismo de fin de semana, el turismo de tercera edad organizado y el turismo joven. Así mismo, teniendo en cuenta las tendencias del turismo que se acaban de analizar, detectamos dos sectores de demanda potencial, concretamente, el sector de congresos y el turismo de naturaleza y cultura. En este punto es importante examinar con mayor profundidad esta demanda actual, ya que ayudará a identificar los productos que pueden tener mayor aceptación en el caso de una futura diversificación de la oferta, para así contribuir al fortalecimiento del turismo en la zona de estudio.

12.6.1 Los principales sectores de la demanda actual

➤ El turismo residencial

Se compone mayoritariamente por familias que proceden de un radio de 300 km. Muchas de ellas tienen en el municipio sus residencias secundarias, son socios de hoteles o clubes, o tienen amigos o parientes que residen en la zona. El abanico de edades de estos visitantes es amplio y pertenece a un nivel socioeconómico medio, por lo que su nivel de gasto es limitado. Otro punto débil que presentan este segmento de demanda es su fuerte estacionalidad, ya que se define como un turista de veraneo o de fines de semana y festivos, sujeto en gran medida al calendario escolar. Hasta el momento no suelen realizar ninguna actividad recreativa aparte del disfrute de las piscinas termales, y en menor medida, de la vida nocturna, especialmente los bailes en clubes. Sin embargo, su principal queja es la falta de actividades alternativas. Así pues, se perfila la oportunidad para aprovechar la tendencia de la demanda hacia un turismo más activo y deseoso de una oferta complementaria, para estructurar los recursos en torno a la misma, que puede resultar atractiva para este sector de la demanda.

➤ El turismo de fin de semana

Representa el mayor volumen de visitantes y predominan los grupos familiares aunque también son bastante numerosos los grupos de amigos y las parejas sin hijos. Normalmente realizan el viaje por cuenta propia y el automóvil es el medio de transporte utilizado. Éstos son los más deseosos de disponer de actividades complementarias y están receptivos a nuevas ofertas de productos, especialmente los relacionados con la naturaleza y los deportes.

➤ **El turismo de tercera edad organizado**

Como el turismo de la tercera edad no está subvencionado en Brasil, se concentra la frecuentación especialmente en temporada baja, cuando se ofrecen paquetes de estancia con pensión completa a precios mucho más bajos que los habituales. Este sector de la demanda podría estar estrechamente vinculado al turismo de salud pero, como ya se ha resaltado, no existe un interés notable por tratamientos de salud entre ellos, pues las aguas termales no poseen significativas calidades terapéuticas. De echo, este grupo busca esencialmente el relajamiento y el contacto social.

➤ **El turismo joven**

Es un turismo de recreación, compuesto principalmente de grupos de estudiantes que acuden a este destino para conmemorar el final de sus carreras escolares o universitarias. Ellos buscan la diversión y disfrutar principalmente del parque acuático *Hot Park*.

12.6.2 Los principales sectores de la demanda potencial

A continuación se examina el sector de congresos y el turismo de naturaleza y cultura de forma similar.

➤ **El sector de congresos**

La singularidad de Caldas Novas, debido a la presencia de las aguas termales, su ubicación en el centro del país, su clima agradable y constante durante todo el año, la actitud hospitalaria de la gente y la extensa oferta hotelera, hace que este destino sea ya bastante solicitado para eventos y congresos. Existe gran interés en estimular este tipo de turismo por parte del sector empresarial como forma de asegurar una alta ocupación durante todo el año y, por parte del sector público, como instrumento de ganancias económicas.

Sin embargo, para satisfacer los requisitos de este sector de demanda, es imprescindible dotar a la ciudad con las infraestructuras básicas tales como un gran centro de convenciones y la mejora de la terminal del aeropuerto para recibir el público. Paralelamente hace falta estructurar mejor la oferta de productos complementarios, de modo que el turista de negocios encuentre otras actividades además de las piscinas termales y tenga una experiencia turística más satisfactoria. La inversión en centros de recreación, incluyendo un casino, es una buena alternativa y sostendría no sólo este sector de la demanda sino también otros.

➤ **El turismo de naturaleza y cultura**

Es un mercado potencialmente importante, ya que se caracteriza por un nivel socioeconómico medio alto, compuesta principalmente por familias, jóvenes y grupos de amigos según lo observado durante la realización de las encuestas y entrevistas con agentes del sector turístico local. Las actividades complementarias que prefieren son aquellas que se relacionan con la recreación (excursiones, paseos, deportes suaves) y actividades culturales. La estancia normalmente es de cuatro días, de domingo a miércoles o de miércoles a domingo, aprovechando las ofertas hoteleras que ofrecen tarifas reducidas en régimen de media pensión.

El lento desarrollo actual de este mercado se debe a las reticencias del sector privado a realizar inversiones ante la falta de acciones gubernamentales que aseguren la oferta del producto, o sea una oferta de servicios regular y de calidad, especialmente en el PESCAN. El aspecto educativo ofrece gran potencial de ser incrementado con excursiones de un día, durante el cual se visitaría especialmente los recursos relacionados con la naturaleza.

También habría de considerarse el turismo rural y el turismo cultural como mercados potenciales debido a la existencia de una demanda de actividades de este tipo. Sin embargo, observamos que el poder de atracción de los recursos relacionados con estas formas de turismo no es significativamente representativo para sostener por sí mismo un flujo turístico considerable. Estos recursos pueden actuar como productos complementarios ofrecidos conjuntamente con otras actividades. Otro punto de debilidad es la competencia de otros centros turísticos ya consagrados como destinos culturales, tales como Pirenópolis y Cidade de Goías, y destinos rurales en la región de Goías, que poseen un patrimonio cultural y rural mucho más atrayente. Cabe resaltar también que el lento desarrollo actual de este mercado se debe a la falta de acciones gubernamentales que aseguren la oferta del producto, con garantías de su calidad.

12.6.3 Una aproximación a las perspectivas de demanda en el futuro, a partir de la situación actual

Se puede resumir los principales puntos del análisis del mercado, destacando los grandes grupos de demanda actuales y los mercados potenciales con mayor proyección de futuro, de la siguiente manera.

Grande grupos de demanda actuales y los mercados potenciales

Grupo de Demanda	Mercado
Residencial	- Familias motivadas esencialmente por el disfrute de las piscinas termales
Fin de semana	- Mayor volumen de visitantes - Deseosos de disponer de actividades complementarias y receptivos a nuevas ofertas de productos, especialmente los relacionados a naturaleza y deportes
Tercera edad organizado	- Vinculado al turismo de salud, relajamiento y contacto social
Joven	- Recreación
Congresos, convenciones y seminarios	- Considerable demanda potencial para eventos y congresos debido a la presencia de las aguas termales, su ubicación en el centro del país, su clima agradable y la oferta hotelera
Naturaleza y Cultura	- Mercado potencialmente importante, ya que se caracteriza por un nivel socioeconómico medio alto de la demanda

Según lo observado a lo largo del análisis, el mercado turístico actual de la región presenta buenas perspectivas de futuro, debido a la posibilidad de diversificar la gama de productos, generando una oferta de nuevos tipos de turismo. No es una cuestión de aumentar la capacidad de acogida, sino de estructurar la oferta para conseguir un flujo continuo y significativo en temporada baja. Este público más numeroso en temporada baja puede proceder en parte de familias que no tiene niños en edad escolar, y en parte de las personas de medio a alto poder adquisitivo que prefieren evitar los periodos de temporada alta para salir de vacaciones. Además, la oferta de un turismo de naturaleza, especialmente basado en la existencia del PESCAN, y la posibilidad de practicar deportes acuáticos en el *Lago Corumbá*, resultaría atractivo para la demanda familiar y de personas más jóvenes.

Hay que considerar también que los turistas de la tercera edad aprovechan la temporada baja para viajar y son ellos el principal público del turismo de salud. Para ellos, un mejor desarrollo de esta oferta podría resultar atractivo, fortaleciendo este tipo de turismo en la zona y contribuyendo a aumentar la demanda en temporada baja.

No obstante, el análisis confirma el importante papel que la expansión del sector de congresos y eventos tendría en la desestacionalización de la frecuentación. Se ha demostrado que ya existe una demanda significativa en la zona que se puede potenciar a partir de una planificación adecuada de los recursos turísticos actuales y potenciales. Estos recursos parecen capaces de fortalecer el flujo turístico, pero, sin la implantación de una estrategia de desarrollo turístico sería difícil implementar las medidas necesarias y deseadas.