



Estudo de Demanda Turística Real

Pesquisa de Demanda Real de Araçatuba (SP)

2021

Prefeitura Municipal de Araçatuba (SP)

Dilador Borges Damasceno
Prefeito

Secretaria Municipal de Turismo

Nelson Eduardo Pereira da Costa
Chefe de Gabinete

Marcelo Astolphi Mazzei
Secretário

Leal Consultores e Associados

Coordenadores do Estudo
Carlos Alberto Leal Rodrigues
Márcio Paccola Langoni

Equipe técnica
Carlos Alberto Leal Rodrigues
Márcio Paccola Langoni

Colaboração
Alessandra de Assis Cunha Mantovani
Maria Fernanda de Almeida Rodrigues

Pesquisadores
Andreina Alessandra Nascimento Ribeiro
Gislaine Rodrigues da Silva
Priscila Turelo Bordin
Patricia Rasteiro Lorenzo

APRESENTAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Araçatuba, por meio da Secretaria municipal de Turismo, contratou a **LEAL Consultores e Associados** para prestar assessoria técnica especializada para tabulação, validação e análise dos resultados, bem como a elaboração do Estudo de Demanda Turística Real do município, de acordo com a Lei Complementar Estadual nº 1.261/2015, que estabelece critérios para a classificação e manutenção como Município de Interesse Turístico.

O estudo teve como objetivo apresentar informações sobre o perfil e o comportamento de turistas e excursionistas que visitam o município, coletando informações a serem utilizadas pelo Poder Público e pelas empresas privadas que buscam investir no fomento e no desenvolvimento da atividade turística no Município de Interesse Turístico de Araçatuba.

O Estudo de Demanda Turística Real possibilita amplo conhecimento sobre o mercado turístico local e a dinâmica em que o turista e/ou excursionista escolhe seus produtos e/ou serviços. A pesquisa científica baseou-se na publicação Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo, de Ada Dencker, além de cumprir os requisitos da Lei Complementar nº 1.261/2015 e da Resolução ST 14/2016.

Cumpre-nos ressaltar que o presente estudo é uma importante ferramenta para coletar informações pertinentes para o planejamento turístico do município e tem também por objetivo atender os requisitos para que Araçatuba mantenha a qualificação de Município de Interesse Turístico bem como o credenciamento do município com estância turística.

Apresentamos a seguir o Estudo de Demanda Turística Real realizada no município de Araçatuba no ano de 2021.

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Período da pesquisa.....	12
Gráfico 2 – Residência permanente.....	12
Gráfico 3 – Local de Aplicação das Entrevistas.....	13
Gráfico 4 – Sexo.....	13
Gráfico 5 – Origem dos visitantes.	14
Gráfico 6 – Faixa etária.	15
Gráfico 7 – Principal motivo da viagem.	15
Gráfico 8 – Principal motivo, se a lazer.	16
Gráfico 9 – Escolaridade completa.	16
Gráfico 10 – Renda Familiar Mensal.....	17
Gráfico 11 – Fonte de informação para a viagem.	18
Gráfico 12 – Está viajando.....	18
Gráfico 13 – Pernoite na cidade.	19
Gráfico 14 – Quantidade de pernoites.....	19
Gráfico 15 – Viagem organizada por agência de turismo.....	20
Gráfico 16 – Meio de transporte utilizado.....	20
Gráfico 17 – Meio de hospedagem no destino.	21
Gráfico 18 – Média de gastos.....	21
Gráfico 19 – Pessoas com necessidades especiais.	22
Gráfico 20 – Avaliação sobre infraestrutura – Limpeza Urbana.....	23
Gráfico 21 – Avaliação sobre infraestrutura – Segurança Pública.....	23
Gráfico 22 – Avaliação sobre infraestrutura – Sinalização Turística.	24
Gráfico 23 – Avaliação sobre infraestrutura – Serviços de Táxi.	24
Gráfico 24 – Avaliação sobre infraestrutura – Telecomunicações.....	25
Gráfico 25 – Avaliação sobre infraestrutura – Internet.....	25
Gráfico 26 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Restaurantes/Alimentação.	26
Gráfico 27 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Hospedagem.	26
Gráfico 28 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Atrativos Turísticos.	27
Gráfico 29 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Diversão Noturna.	27
Gráfico 30 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Informações Turísticas.	28
Gráfico 31 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Preços Praticados.....	28
Gráfico 32 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Guia de Turismo.....	29
Gráfico 33 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Passeios/City-Tour.....	29
Gráfico 34 – Pensou em visitar outra cidade?	30
Gráfico 35 – O que a cidade tem de melhor?	30

Gráfico 36 – O que a cidade tem de pior?.....	31
Gráfico 37 – Pretende voltar ao destino?	31

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	3
INDICE DE GRÁFICOS	4
SUMÁRIO.....	6
Introdução	7
Metodologia.....	7
CAPÍTULO 1	9
PESQUISA DE DEMANDA REAL.....	9
1.1 Resultados Pesquisa de Demanda Real.....	10
1.2 Análise da pesquisa	32
1.3 Conclusão	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
REFERÊNCIAS.....	40
ANEXOS	41

Introdução

A Prefeitura Municipal de Araçatuba, por meio da Secretaria municipal de Turismo, contratou a **LEAL Consultores e Associados** para prestar assessoria técnica especializada para tabulação, validação, análise dos resultados bem como elaboração do Estudo de Demanda Turística Real do município, de acordo com a Lei Complementar Estadual nº 1.261/2015, que estabelece critérios para a classificação e manutenção como Município de Interesse Turístico.

A **LEAL Consultores e Associados**, empresa especializada e registrada no Conselho Regional de Administração de São Paulo – CRA-SP sob nº 12174, mobilizou a sua equipe para realizar tabulação, validação, análise dos resultados bem como a elaboração do Estudo de Demanda Turística Real de Araçatuba. Cabe nos mencionar que, a aplicação das pesquisas de Demanda Turística Real, foi realizada pela empresa contratada pela Secretaria Municipal de Turismo, sendo esta, INOVE Consultoria Empresarial, coordenada pela Senhora Maria Aparecida Franzini de Almeida que, junto com os pesquisadores: Andreina Alessandra Nascimento Ribeiro, Gislaine Rodrigues da Silva, Priscila Turelo Bordin, Patricia Rasteiro Lorenzo, realizaram a aplicação das pesquisas tanto em dias da semana como final de semana e feriados e, gradativamente atingiram 402 pesquisas.

O presente volume contém os resultados da Pesquisa de Demanda Turística Real realizada no ano de 2021, seus gráficos e comentários.

Metodologia

Para que se possa obter informações pertinentes a natureza do estudo é necessária definir as técnicas que serão empregadas para a análise da pesquisa. O instrumento utilizado para coleta de informação para o presente estudo teve como base perguntas fechadas e abertas, sendo as mesmas qualitativas e quantitativas. A abordagem dos entrevistados ocorreu de forma aleatória, e aos resultados estatísticos foram observadas as frequências absoluta e relativa, conforme o referencial teórico-metodológico utilizado de acordo com Dencker (2001).

A pesquisa de campo é uma importante ferramenta para se obter informações precisas com base na natureza do estudo. O estudo baseia-se em técnica de coletas,

como entrevistas e pesquisas, as quais proporcionam respostas para o problema abordado.

A Pesquisa de Demanda Turística Real reporta-se aos visitantes presentes numa destinação turística em um determinado momento, tendo como objetivo compreender os diferentes aspectos de uma determinada realidade.

A **LEAL Consultores e Associados** e sua equipe tabulou e validou 402 pesquisas no ano de 2021. Pesquisas aplicadas tanto nos dias da semana como finais de semana e feriados, com turistas e excursionistas no município de Araçatuba.

As pesquisas ocorreram em diferentes momentos nos seguintes períodos: de 10, 11, 12 e 13 de outubro de 2021, e as entrevistas foram realizadas nos seguintes locais: Centro, ABQN - Associação brasileira do quarto de milha, no Hot Planet Thermas Park, meios de alimentação, em torno dos comércios diferenciados e, proximidades dos meios de hospedagem.

Diante da análise aos entrevistados, foram solicitadas informações sobre o seu perfil, tais como escolaridade, renda familiar, preferências de passeios e local de residência. Da mesma forma foi oportunizada a chance de o entrevistado opinar sobre o potencial turístico do município de Araçatuba.

Para a tabulação das informações apontadas nos questionários, utilizamos o editor de planilhas “Excel” não considerando casas decimais nos resultados percentuais, sendo assim, pode-se deparar em alguns gráficos com uma variação de 1 (um) por cento para mais ou para menos, que se justifica devido ao arredondamento automático da ferramenta utilizada.

Os dados obtidos com as pesquisas são essenciais para a segmentação da demanda turística de um município, sendo esta uma estratégia de marketing que permite atingir de maneira efetiva os consumidores ao oferecer-lhes produtos adequados visando assim a plena satisfação da demanda turística real do município. Da mesma forma, a segmentação permite a promoção do destino de modo mais específico por meio de uma comunicação direcionada a cada segmento de público. As informações obtidas durante o estudo passaram a constituir uma base de dados que poderá ser alimentada periodicamente pela própria Secretaria Municipal de Turismo, permitindo a observação dentro de uma perspectiva de evolução histórica dos dados.



CAPÍTULO 1

PESQUISA DE DEMANDA REAL

1.1 Resultados Pesquisa de Demanda Real

Ao planejar o desenvolvimento da atividade turística em uma destinação turística, é importante conhecer a chamada oferta turística do destino, para que se possa atender as exigências dos turistas e/ou excursionistas que buscam novos roteiros turísticos atendendo assim, suas peculiaridades, desejos e preferências, sendo assim, para que se possa obter efetividade nos resultados, considerar a opinião de gestores públicos, empresários e consultores especializados não é suficiente.

O comportamento turístico é dinâmico, e as motivações de viagens e expectativas precisam ser supridas. Dessa forma, é preciso buscar a informação junto aos turistas e excursionistas que visitam Araçatuba para avaliar quais características dos indivíduos e da destinação que proporciona uma experiência turística efetiva.

A **LEAL Consultores e Associados** e sua equipe tabulou e validou 402 pesquisas no ano de 2021. Pesquisas aplicadas tanto nos dias da semana como finais de semana e feriados, com turistas e excursionistas no município de Araçatuba.

As pesquisas ocorreram em diferentes momentos nos seguintes períodos: de 10, 11, 12 e 13 de outubro de 2021, e as entrevistas foram realizadas nos seguintes locais: Centro, ABQN - Associação brasileira do quarto de milha, no Hot Planet Thermas Park, meios de alimentação, em torno dos comércios diferenciados e, proximidades dos meios de hospedagem.

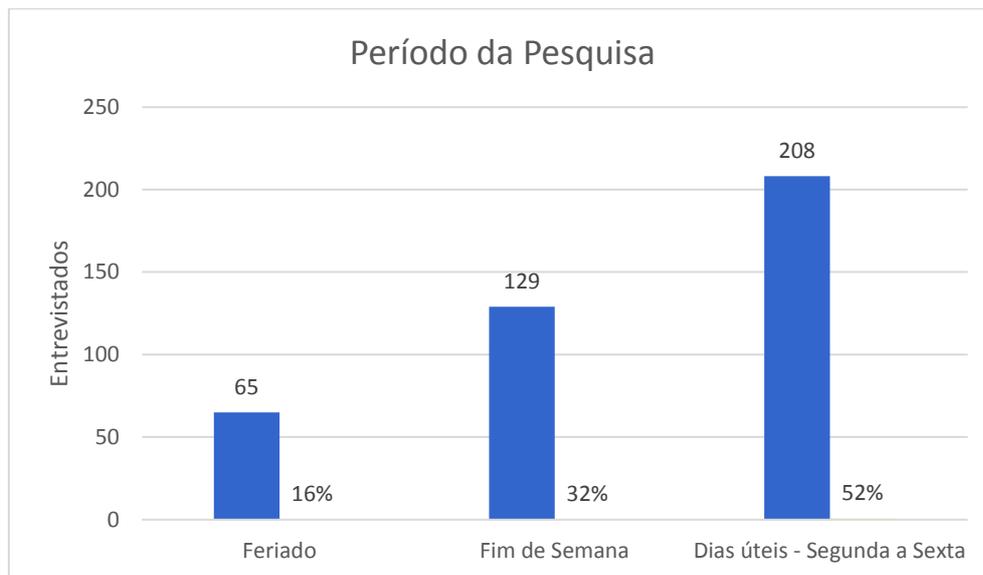
Aos entrevistados foram solicitadas informações sobre o seu perfil, tais como: escolaridade, renda familiar, preferências de passeios e local de residência. Os dados gerados com essas entrevistas, permitiram a realização deste estudo, o qual teve como principal objetivo:

- Identificar perfis socioeconômicos de visitantes, assim como melhorias necessárias no município, segundo a opinião dos entrevistados, para transformar o destino em um produto mais atraente para o público-alvo;
- Estimar em possíveis visitantes manifestação de interesse ou não em conhecer mais os atrativos turísticos do município de Araçatuba;

- Avaliar possíveis impactos econômicos que o turismo já traz ao município, dada a duração prevista para a viagem e a disposição a gastar no destino, conforme declarado pelos respondentes.

A seguir, será apresentado o panorama geral dos resultados acima citados por meio de gráficos que ilustram as informações coletadas.

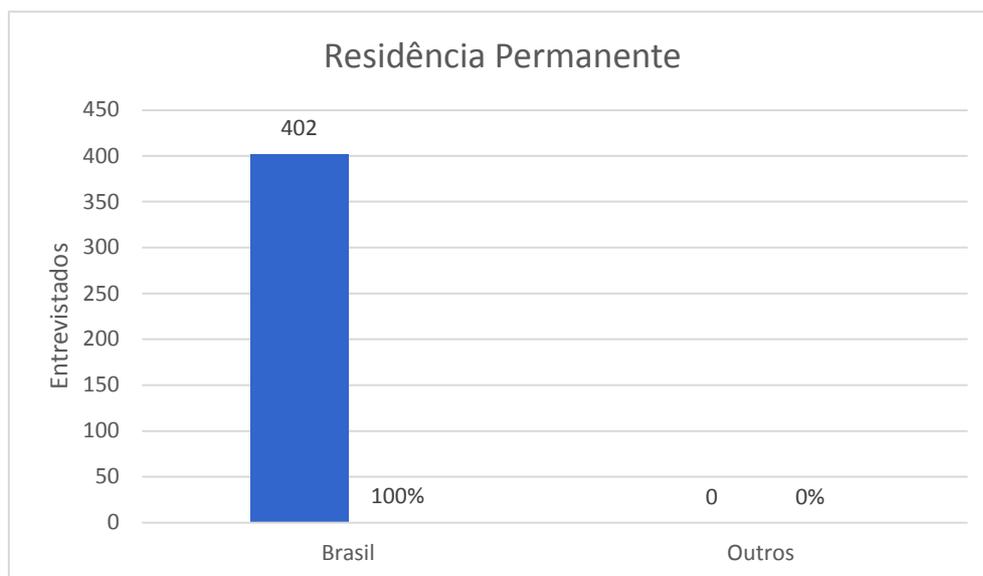
Gráfico 1 – Período da pesquisa.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

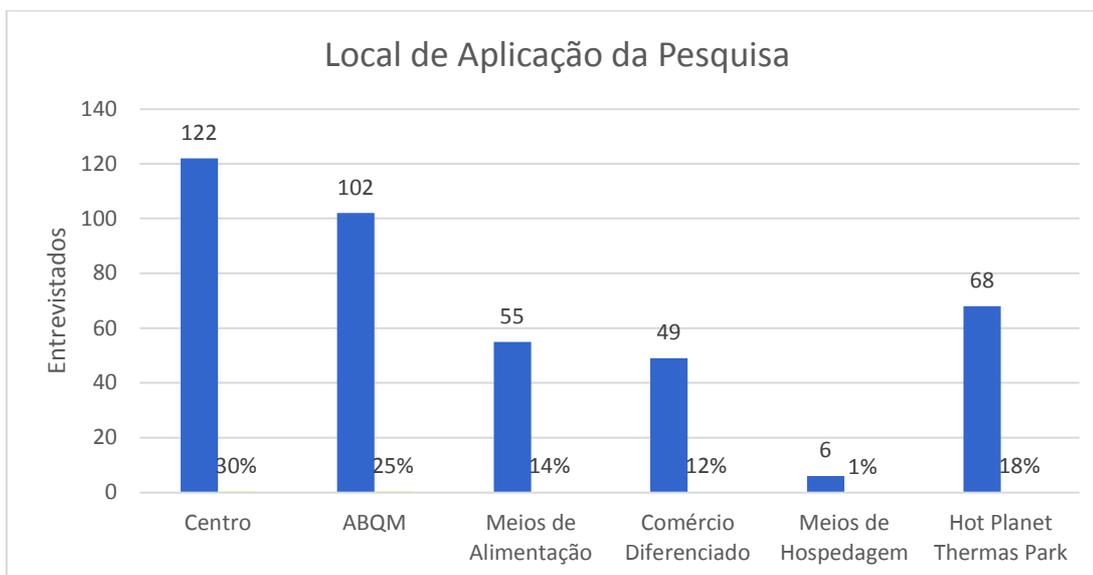
No Gráfico 1, pode-se observar que 52% dos respondentes foram entrevistados em dias úteis – segunda a sexta feira, 32% final de semana e, 16% no feriado. Conforme segue, no Gráfico 2, observamos a totalidade dos entrevistados na presente pesquisa com a residência fixa permanente no território brasileiro.

Gráfico 2 – Residência permanente.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

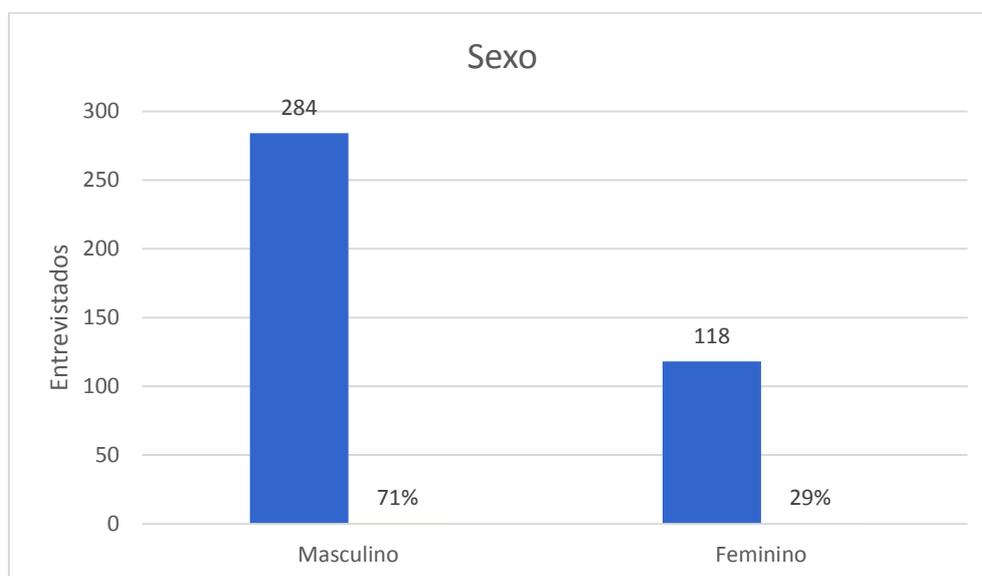
Gráfico 3 – Local de Aplicação das Entrevistas.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Diante do Gráfico 3, observa-se que 30% das entrevistas ocorreram nas ruas do Centro, 25% na ABQM - Associação brasileira do quarto de milha o qual promove eventos o ano todo incentivando a prática de Esportes Equestres em outros centros do país, 18% no Hot Planet Thermas Park, 14% em torno de meios de alimentação, 12% em torno dos comércios diferenciados e, 1% proximidades dos meios de hospedagem.

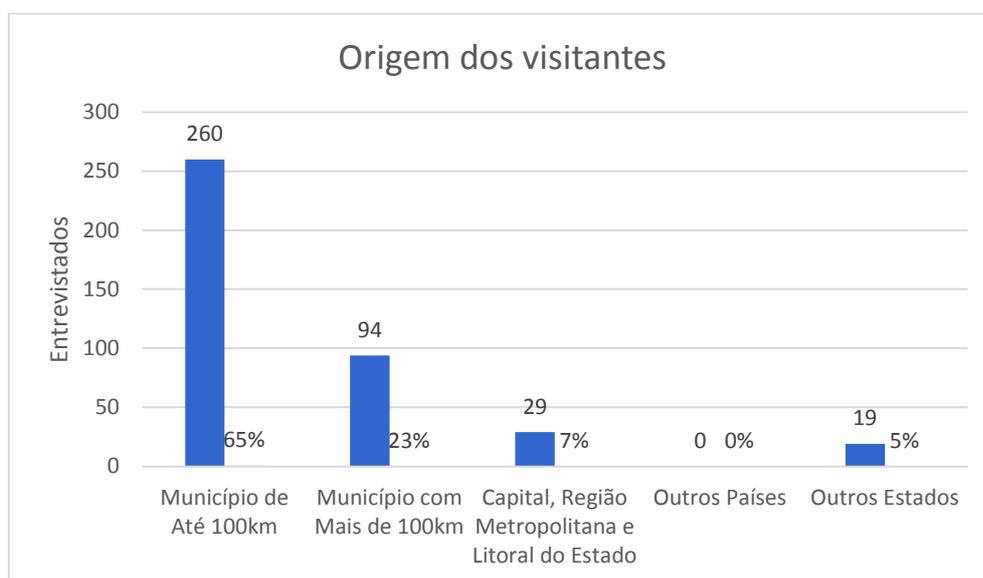
Gráfico 4 – Sexo.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

No Gráfico de número 4, Observa-se que 71% dos entrevistados são do sexo masculino e 29% do sexo feminino. Quanto a origem dos visitantes, conforme Gráfico a seguir, 65% informaram advir de município de até 100km de Araçatuba o que contribui para o passeio de um dia e para a configuração do turismo de proximidade, também chamado turismo regional. Já 23% dos respondentes eram de municípios com mais de 100 km, 7% aqueles advindos da Capital, região metropolitana e litoral do estado e apenas 5% eram de outros estados.

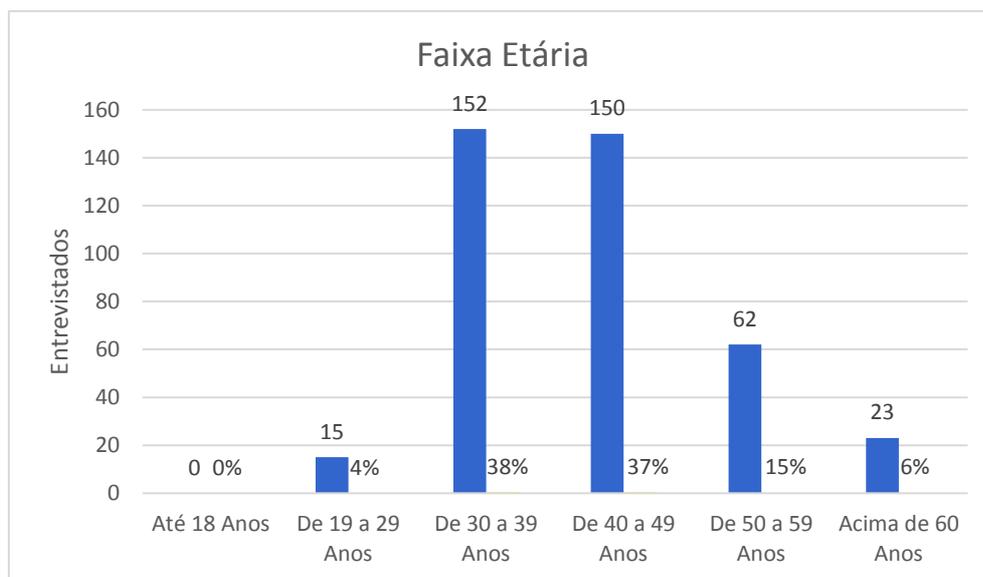
Gráfico 5 – Origem dos visitantes.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

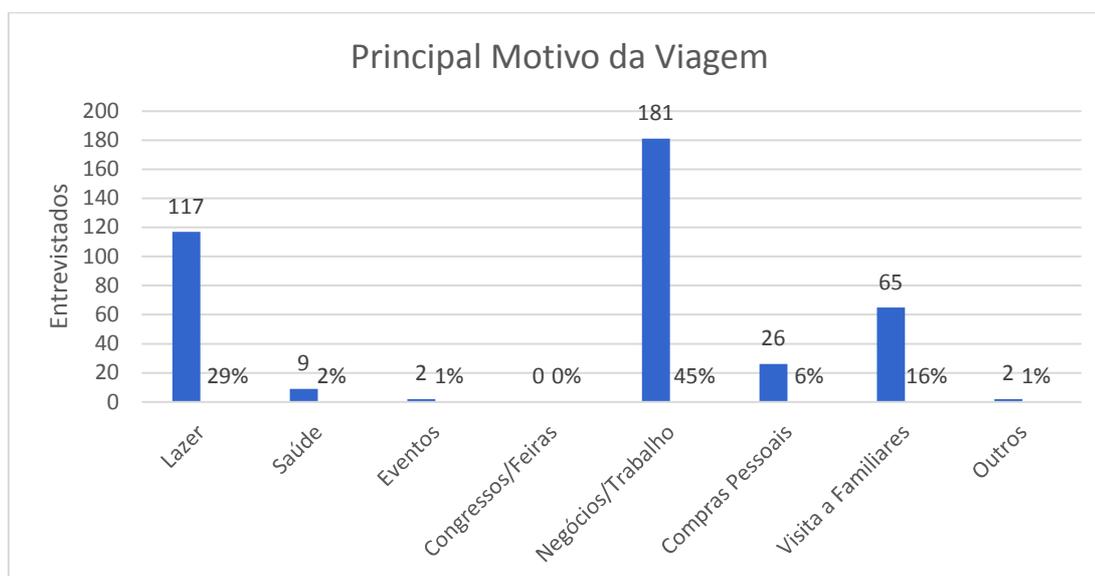
No Gráfico 6, a faixa etária predominante na pesquisa é dos 30 a 39 anos, representado por 38%, seguido pela faixa etária de 40 a 49 anos representado por 37%. Os entrevistados que se enquadraram na faixa etária de 50 a 59 anos foi 15%. Já 6% estão acima de 60 anos, enquanto aqueles que se enquadraram em uma faixa de 19 a 29 anos, foi 4%.

Gráfico 6 – Faixa etária.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Gráfico 7 – Principal motivo da viagem.

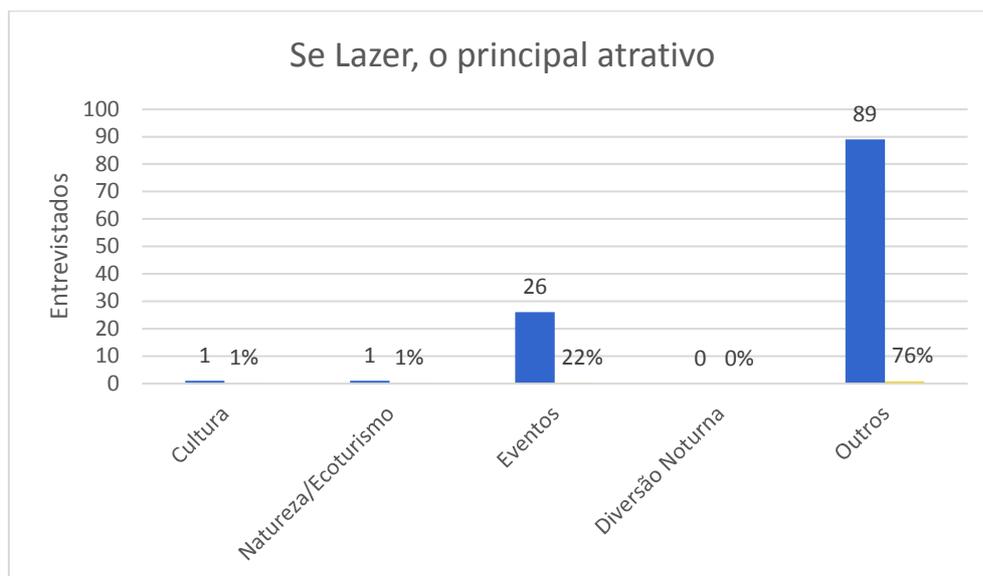


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Diante do Gráfico 7, observa-se que 45% informaram estar na cidade a negócios/trabalho, 29% dos entrevistados estavam em Araçatuba a lazer, 16%, apontou que o principal motivo da viagem era visita a familiares, já 6% informou estar na cidade para compras pessoais, 2% informou que o principal motivo era saúde e, 1% cada, eventos e outros motivos. Conforme o gráfico 8 a seguir, os entrevistados que visitaram o município a lazer, 76% responderam que o principal atrativo foram

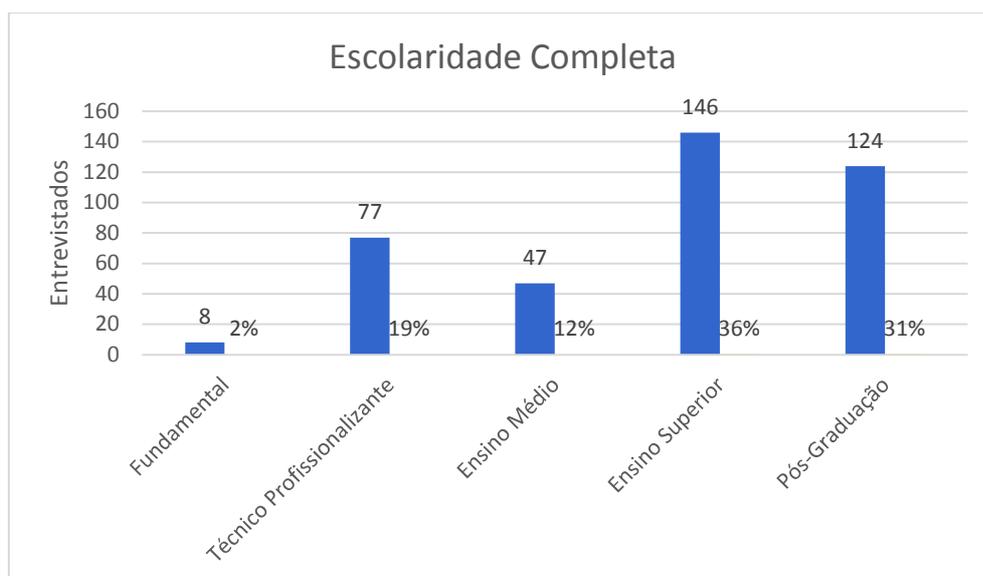
outros pontos não denotados na pesquisa mas, que no caso do presente estudo, diante das manifestações, trata-se do passeio em si, ou seja, para os respondentes, a visita a familiares, os eventos, gastronomia e compras, formaram apontados como principal atrativo.

Gráfico 8 – Principal motivo, se a lazer.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021

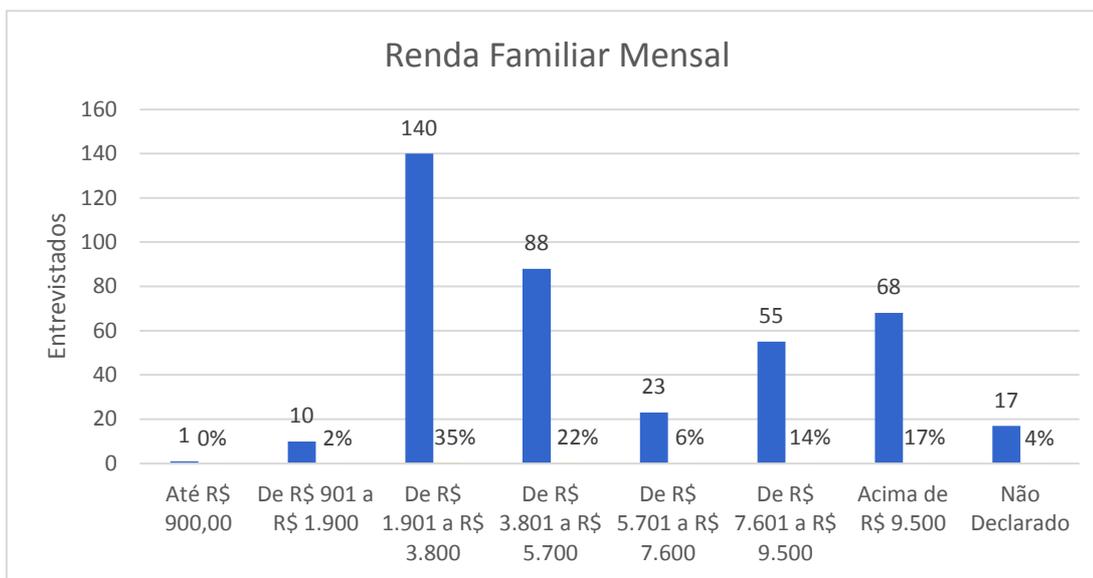
Gráfico 9 – Escolaridade completa.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Em relação à escolaridade dos entrevistados, conforme gráfico a seguir aponta que 36% possuem ensino superior, 31% pós-graduação, 19% técnico profissionalizante. Já 12% possuem ensino médio e 2% ensino fundamental.

Gráfico 10 – Renda Familiar Mensal.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021

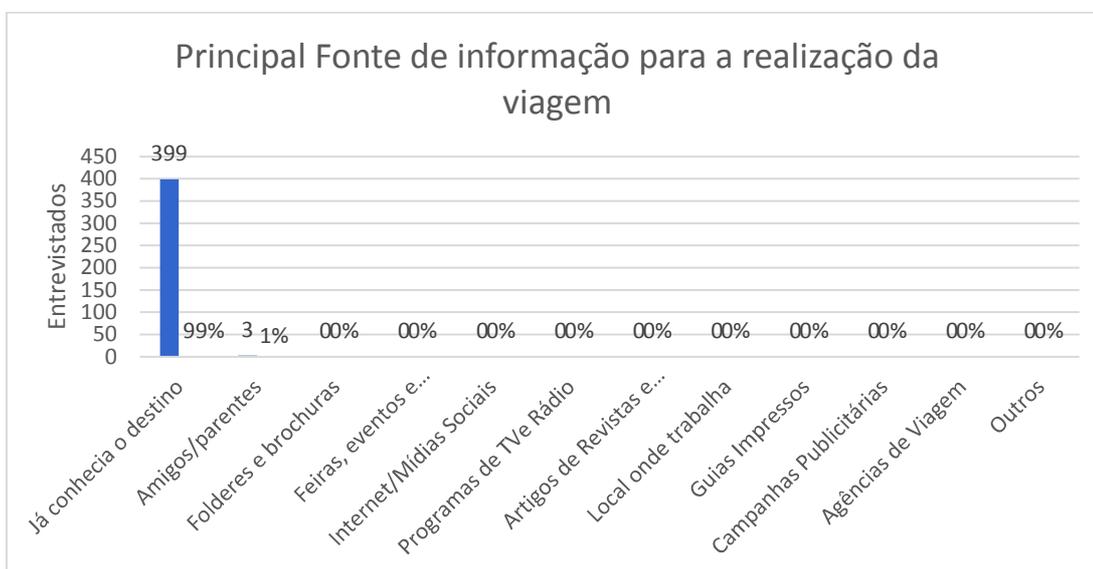
Em relação a renda familiar, 35% dos entrevistados possuem renda familiar de R\$ 1.901,00 até R\$ 3.800,00, já 22% dos respondentes declararam possuir renda média entre R\$ 3.801,00 a R\$ 5.700,00. Já, 17% apontaram rendimento acima de R\$ 9.500,00 reais, 14% se enquadraram em uma renda de R\$ 7.601,00 a R\$ 9.500,00, 6% denotaram faixa de renda de R\$ 5.701,00 a R\$ 7.600,00. No presente estudo, 4% dos entrevistados optaram em não responder questão abordada e, 2% apontaram renda de R\$ 901,00 a R\$ 1.900,00.

Diante das informações obtidas na análise anterior, observa-se que o poder aquisitivo dos visitantes é heterogêneo, o que ressalta a necessidade de planejamento para desenvolver a oferta turística do município de modo que atenda a todos. E assim, fomentar a atividade turística do município.

Quanto a fonte de informação para realizar a viagem, conforme Gráfico 11, 99% dos entrevistados informaram já conhecer a cidade de Araçatuba e, apenas 1% recebeu recomendações de parentes e amigos. Observa-se no presente estudo que nenhum dos entrevistados buscaram informação por meio da internet e mídias sociais, diante das informações, é necessário refletir sobre a divulgação dos eventos e

atrativos do município visando maior abrangência, levando assim, informações sobre atratividade do município para aqueles que ainda não conhecem.

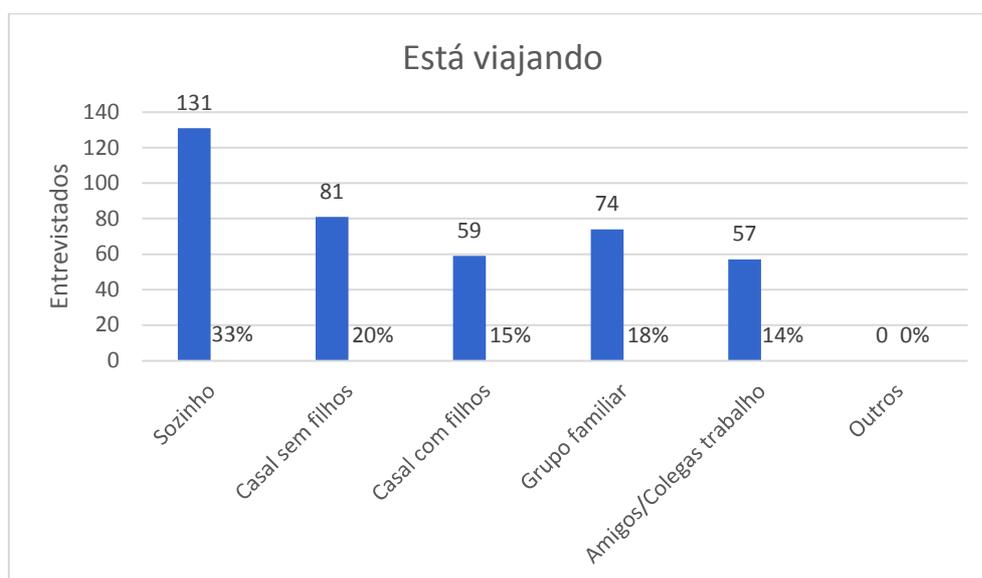
Gráfico 11 – Fonte de informação para a viagem.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

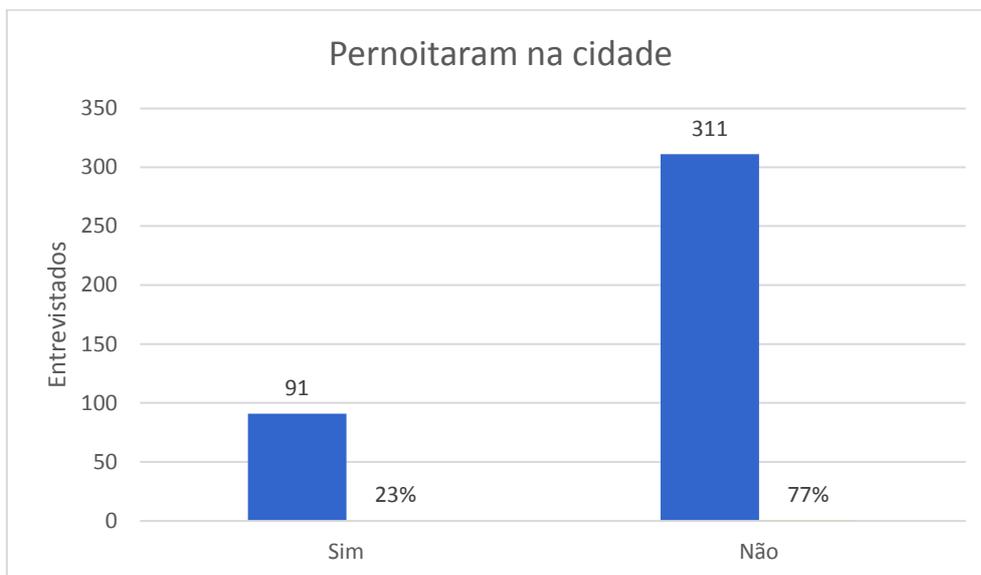
No gráfico a seguir, pode-se observar que 33% estavam viajando sozinho, já 20% foi formado por casais sem filhos, 18% viajaram com grupo familiar, 15% casal com filhos já, 14% viajaram com amigos/colegas de trabalho.

Gráfico 12 – Está viajando...



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

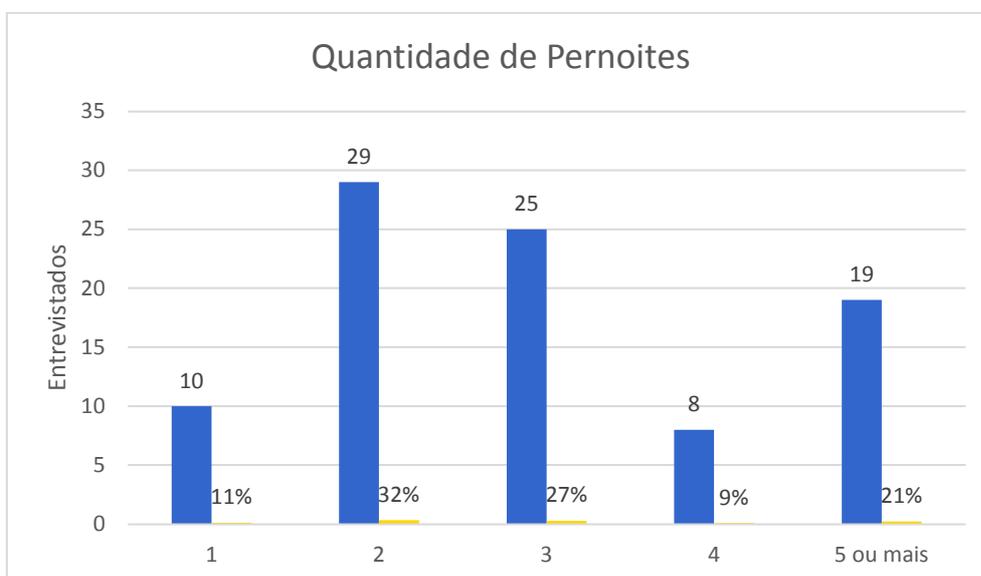
Gráfico 13 – Pernoite na cidade.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

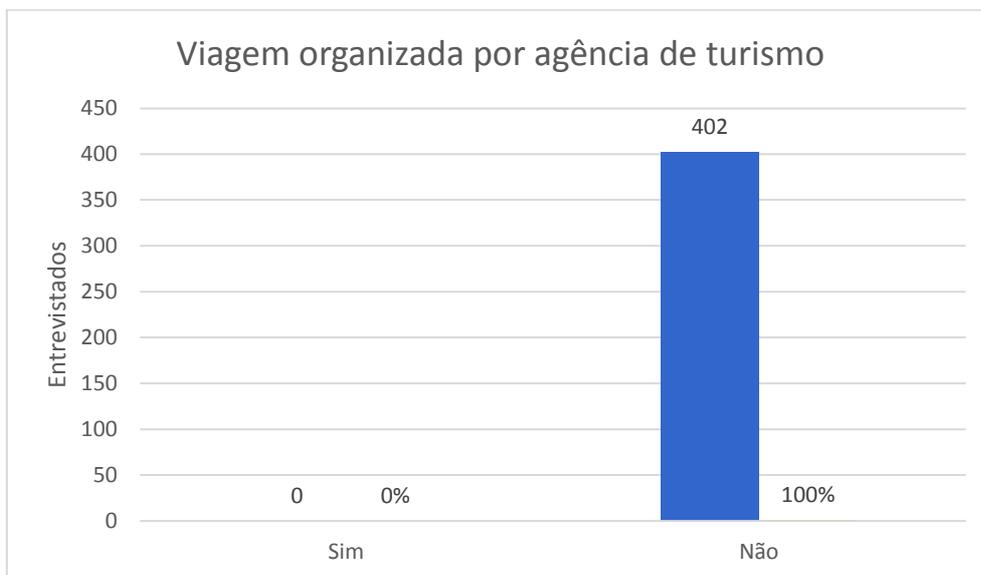
Diante do Gráfico 13, 77% dos entrevistados não pernoveram na cidade, reforçando assim o turismo de proximidade, o fato de advirem de municípios próximos. No entanto, 23% dos respondentes pernoveram em Araçatuba, e conforme gráfico a seguir, 32% pernoveram por apenas dois dias, 27% por três dias, 21% informou ter permanecido na cidade por 5 dias ou mais, 11% por um dia e, 9% dos respondentes informaram ter pernoverado por quatro dias.

Gráfico 14 – Quantidade de pernoveres.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

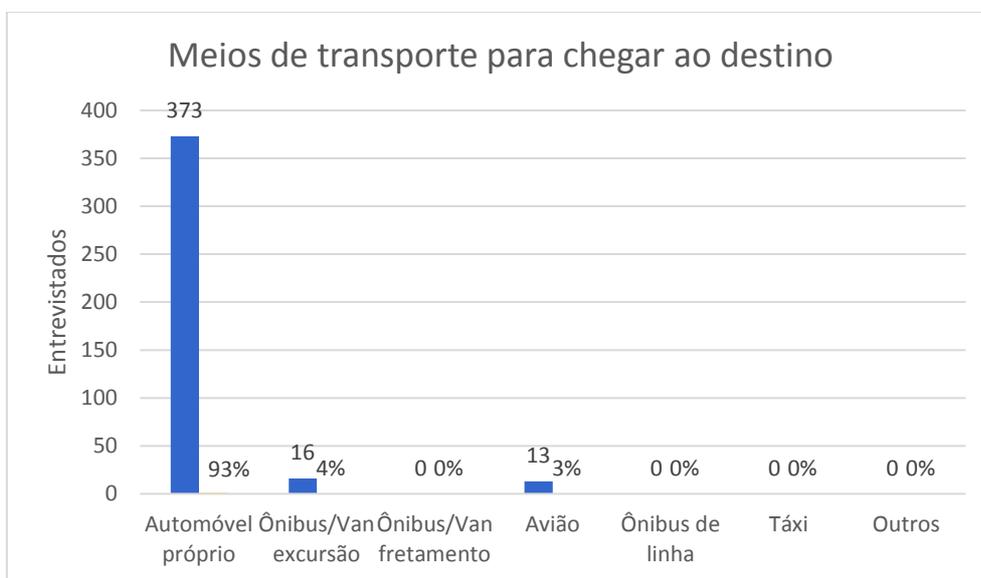
Gráfico 15 – Viagem organizada por agência de turismo.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Conforme o gráfico 15, observa-se que 100% dos entrevistados chegaram a Araçatuba por conta própria, sem intermédio de agência de viagem.

Gráfico 16 – Meio de transporte utilizado.

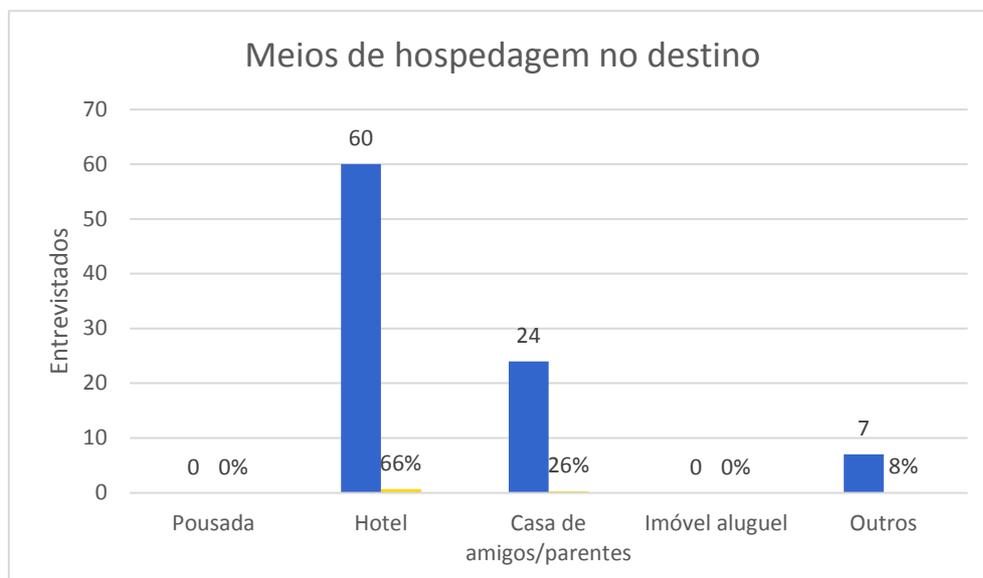


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

No Gráfico 16, a liberdade de chegar e partir quando se deseja, deixou o automóvel próprio com 93% de preferência para chegar ao destino, 4% utilizaram ônibus/van excursão e, 3% utilizaram serviços aéreos.

Dentre os entrevistados que informaram ter pernoitado na cidade, o meio de hospedagem de 66% foi Hotel, 26% se hospedaram na casa de amigos/parentes e, 8% apontaram outros meios de hospedagem no destino não especificado.

Gráfico 17 – Meio de hospedagem no destino.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Gráfico 18 – Média de gastos.

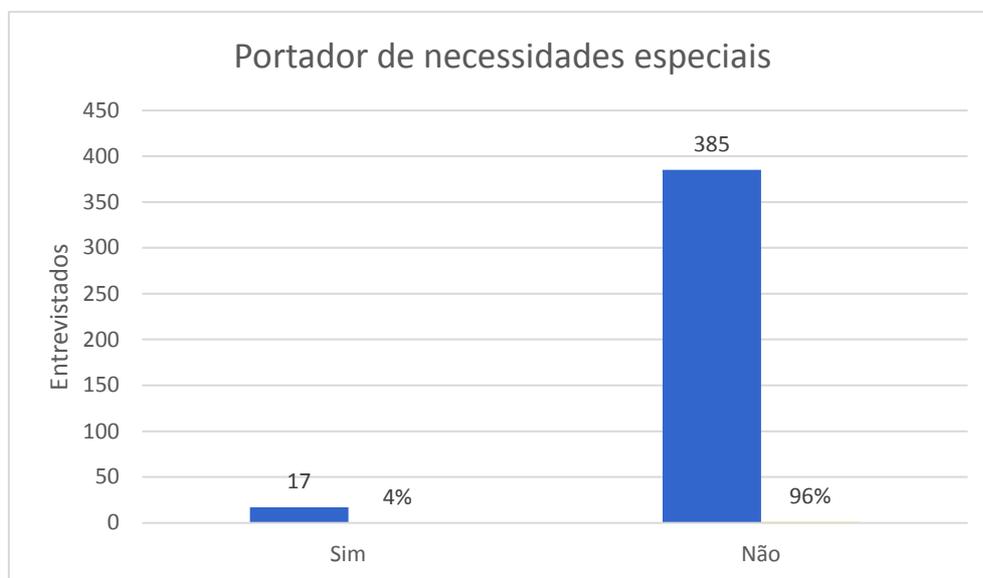


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Com base nos valores declarados pelos entrevistados respondentes, é realizado a somatória dos itens alimentação, transporte, hospedagem, passeios e

compras pessoais e outros, o resultado total é dividido pela quantidade de respondentes, dessa forma, a média total de gastos por entrevistados conforme gráfico 18 é de R\$ 640,23.

Gráfico 19 – Pessoas com necessidades especiais.

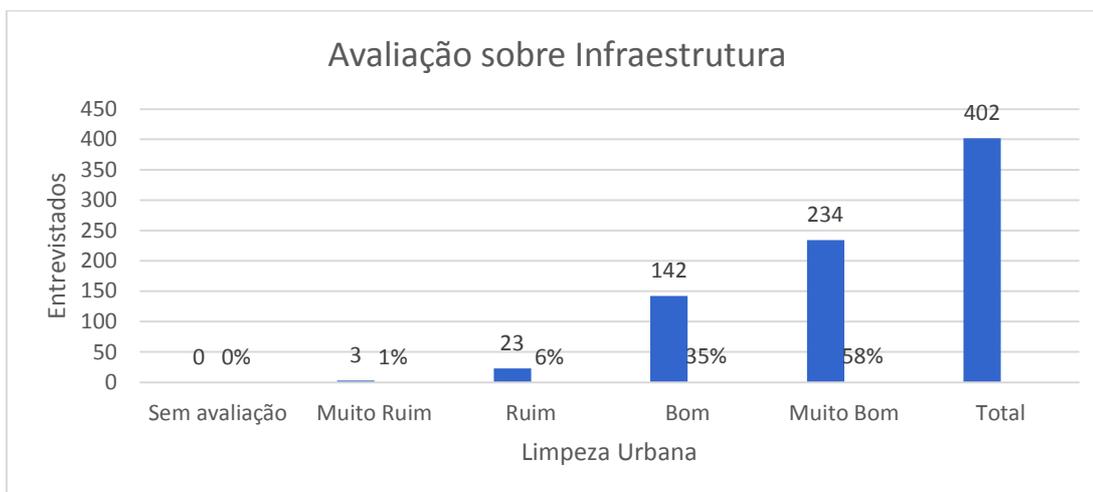


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Segundo o Gráfico 19 observa-se que 96% dos entrevistados informaram não possuir ou estar acompanhados de pessoas com necessidades especiais. No entanto, é pertinente uma reflexão acerca deste dado, pois muitas pessoas com alguma deficiência, permanente ou temporária, não possuem alternativas de lazer. Em muitos casos, de acordo com estudos recentes e com as informações prestadas por profissionais da área de consultoria, os empreendimentos turísticos não se posicionam como locais com adequações para receber este público e, em muitos casos, a demanda fica reprimida e o direito ao lazer e ao turismo desta parcela dos cidadãos também. Importante que as cidades e os empreendimentos da cadeia produtiva do turismo estejam adequados a receber este público. De se mencionar também que a Lei Complementar Estadual nº 1.261/2015, apresenta exigências para os destinos turísticos no futuro adequem-se para a acessibilidade universal para manterem suas condições de MIT.

Dando continuidade na análise dos resultados, a seguir segue representação gráfica da avaliação sobre a infraestrutura do Município de Araçatuba, na perspectiva dos entrevistados.

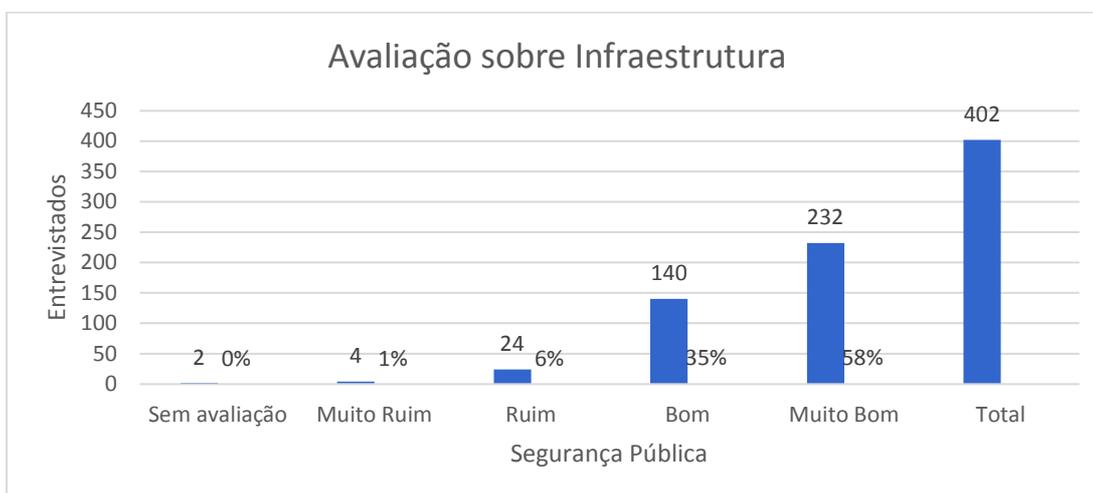
Gráfico 20 – Avaliação sobre infraestrutura – Limpeza Urbana.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

O Gráfico 20, possibilitou avaliar a infraestrutura no quesito percepção do visitante quanto a Limpeza Urbana e, conforme as informações obtidas 93% avaliaram de bom a muito bom a limpeza da cidade de Araçatuba, 7% perceberam e classificaram de muito ruim a ruim este importante quesito.

Gráfico 21 – Avaliação sobre infraestrutura – Segurança Pública.



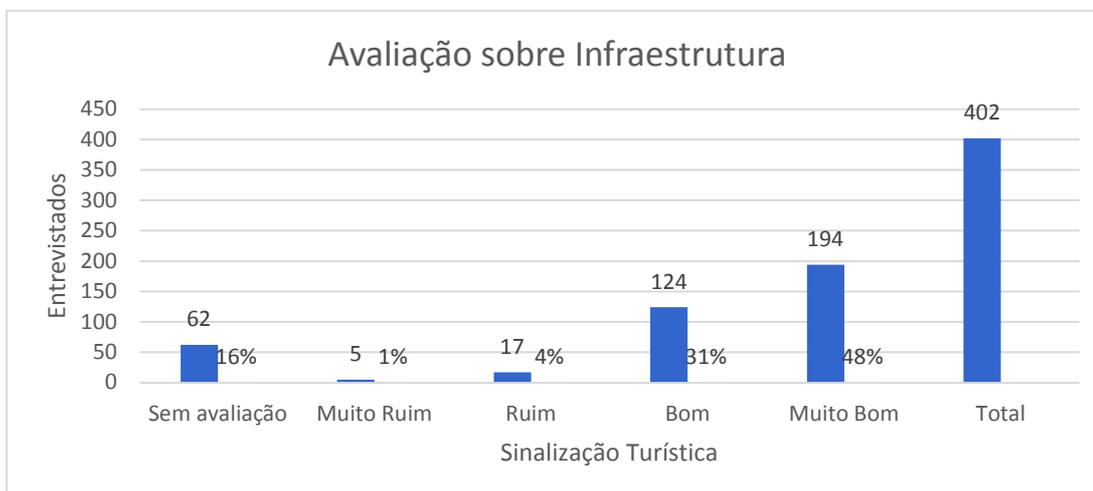
Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

O Gráfico 21, mostra que 93% dos respondentes avaliaram de bom a muito bom, a infraestrutura da cidade no quesito Segurança Pública. No entanto, 7% dos respondentes consideraram de muito ruim a ruim.

O Gráfico 22, apresenta a avaliação sobre a infraestrutura no quesito sinalização turística e, diante da avaliação, 79% dos respondentes classificaram de

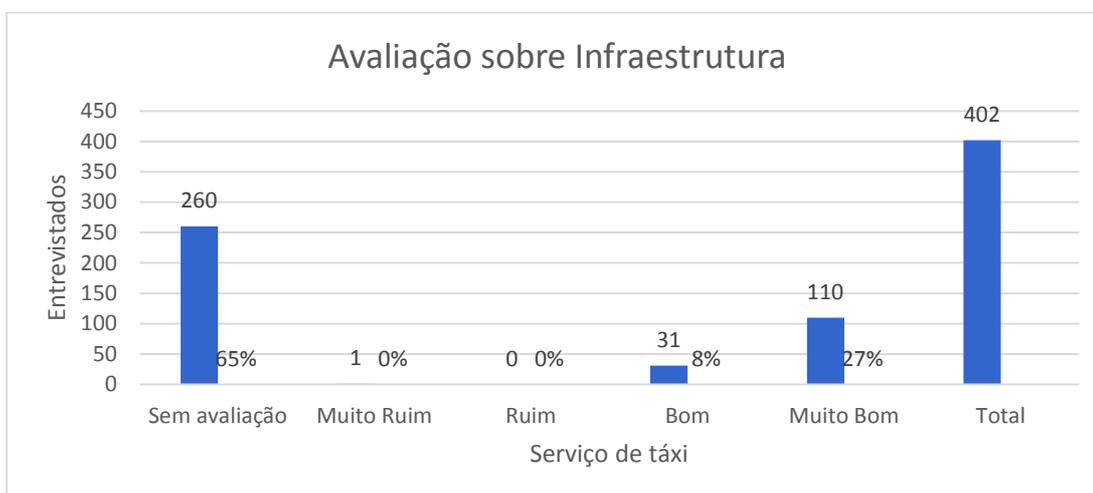
bom a muito bom, 16% não se sentiram em condições de avaliar e, 5% avaliaram de muito ruim a ruim a sinalização turística do município.

Gráfico 22 – Avaliação sobre infraestrutura – Sinalização Turística.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Gráfico 23 – Avaliação sobre infraestrutura – Serviços de Táxi.

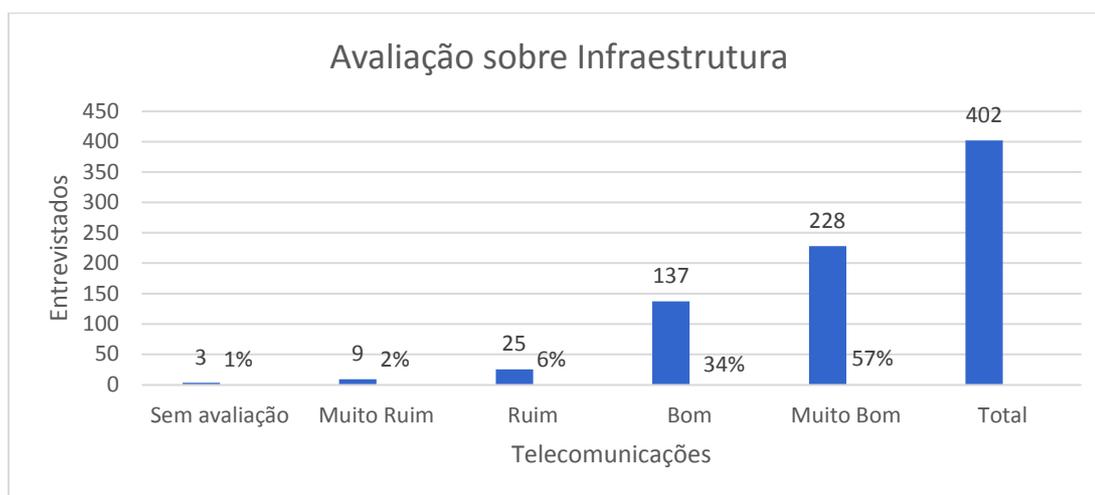


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Continuando as análises do presente Estudo de Pesquisa de Demanda Real de Araçatuba, no caso da avaliação da infraestrutura no aspecto táxi, percebe-se que 65% dos entrevistados não avaliou o serviço o que pode ser justificado devido a quantidade de respondentes que utilizaram o próprio veículo para chegar ao destino. No entanto, aqueles que utilizaram o serviço no município, 35% consideraram de muito bom a bom.

O estudo apresentou apenas 91% de satisfação, ou seja, pessoas que consideraram de bom a muito bom as telecomunicações (telefonia) da cidade, apenas 8% classificaram de muito ruim a ruim a telecomunicação do município e, 1% não avaliou o serviço.

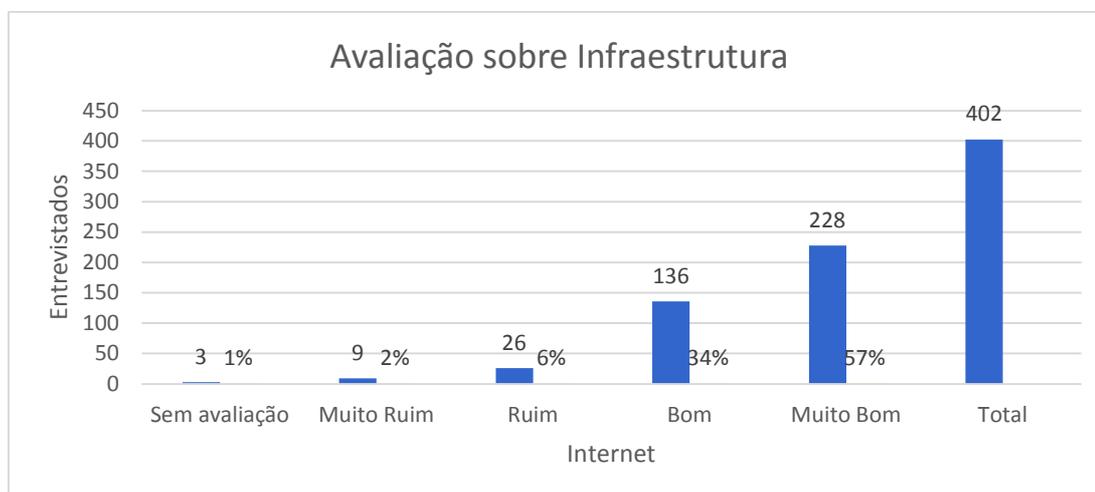
Gráfico 24 – Avaliação sobre infraestrutura – Telecomunicações.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

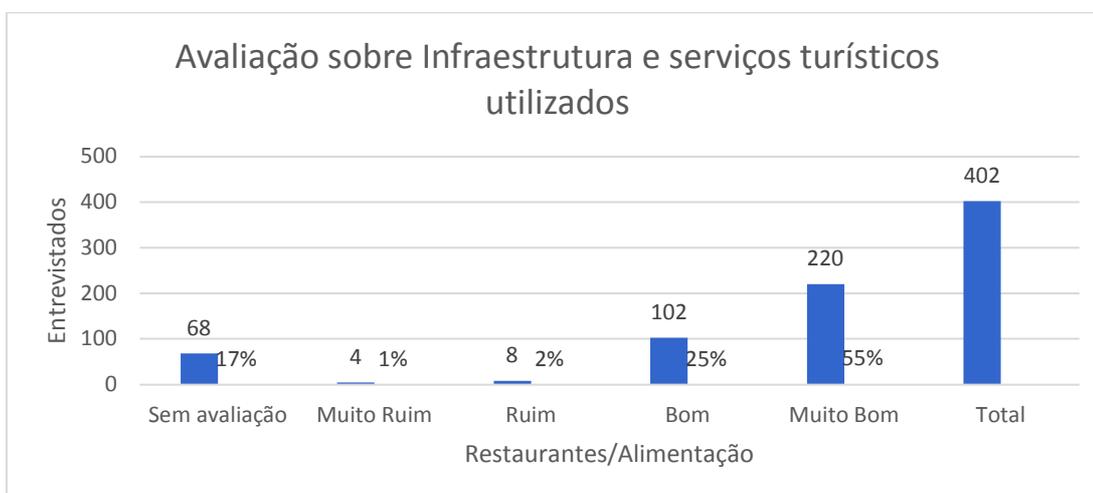
Diante dos dados coletados e representados por meio do Gráfico 25, observa-se que 91% dos respondentes avaliaram de bom a muito bom a internet do Município. Por outro lado, 8% classificaram de muito ruim a ruim e apenas 1% não avaliou o serviço de internet da cidade.

Gráfico 25 – Avaliação sobre infraestrutura – Internet.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

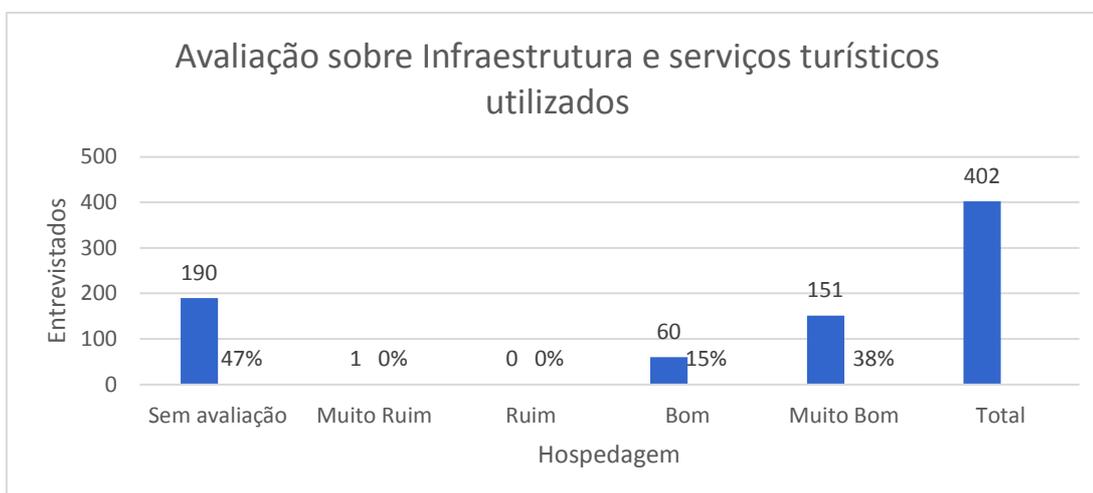
Gráfico 26 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Restaurantes/Alimentação.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

No Gráfico 26, observa-se que apenas 17% dos entrevistados não avaliaram os restaurantes/alimentação da cidade, dentre os que avaliaram, 80% consideraram de bom a muito bom o serviço e, apenas 3% classificou de muito ruim a ruim.

Gráfico 27 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Hospedagem.

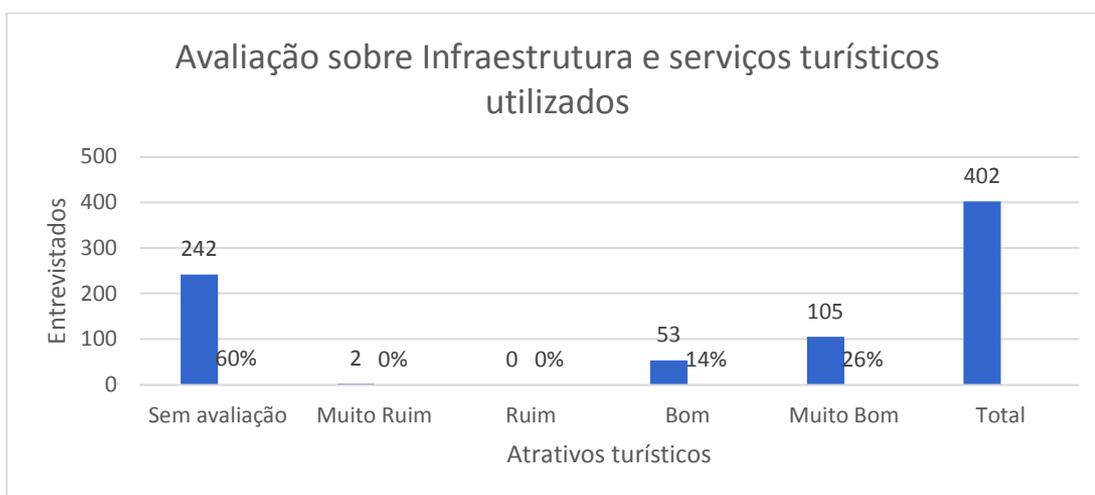


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Diante dos dados obtidos, 53% dos entrevistados classificaram de bom a muito bom o serviço de hospedagem da cidade e, 47% dos respondentes não avaliou item. A falta de avaliação, pode ser justificada devido a não utilização do serviço de hospedagem no município.

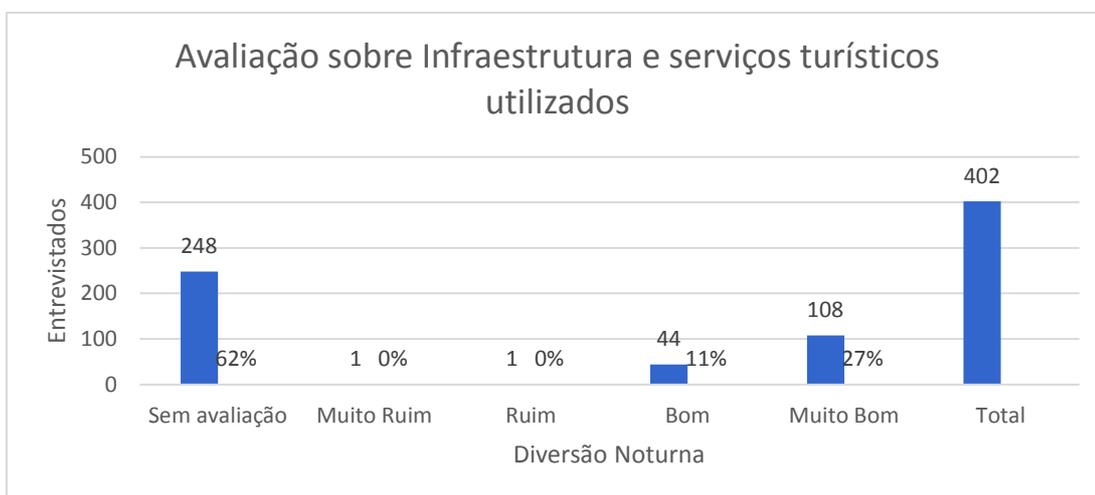
Conforme Gráfico 28, 60% dos entrevistados não se sentiram em condições de avaliar os atrativos do município já, 40% dos respondentes, avaliaram de bom a muito bom.

Gráfico 28 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Atrativos Turísticos.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

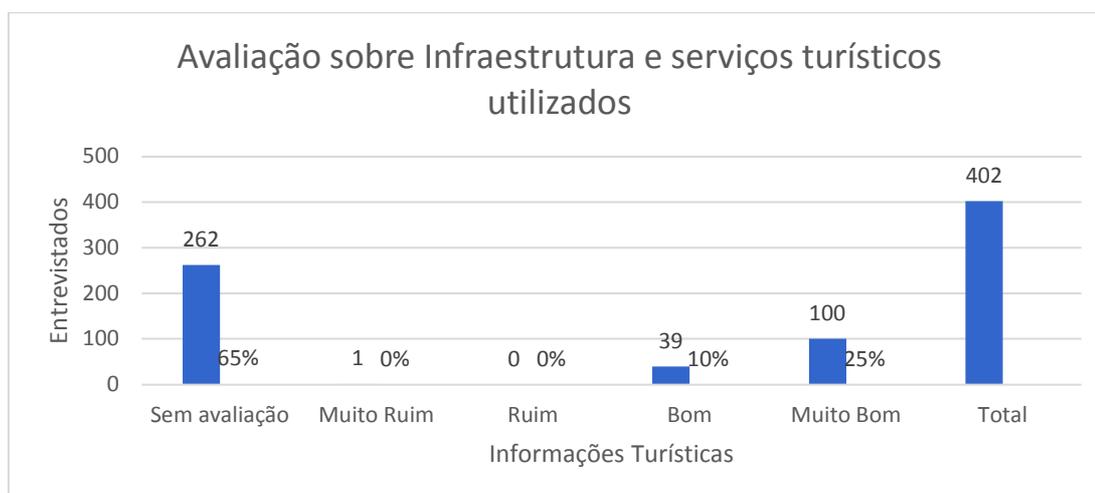
Gráfico 29 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Diversão Noturna.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

De se ressaltar que 62% não avaliaram a diversão noturna da cidade de Araçatuba, muito em razão do turismo de proximidade. Já 38% dos entrevistados classificaram de bom a muito bom a diversão noturna conforme representação do Gráfico 29.

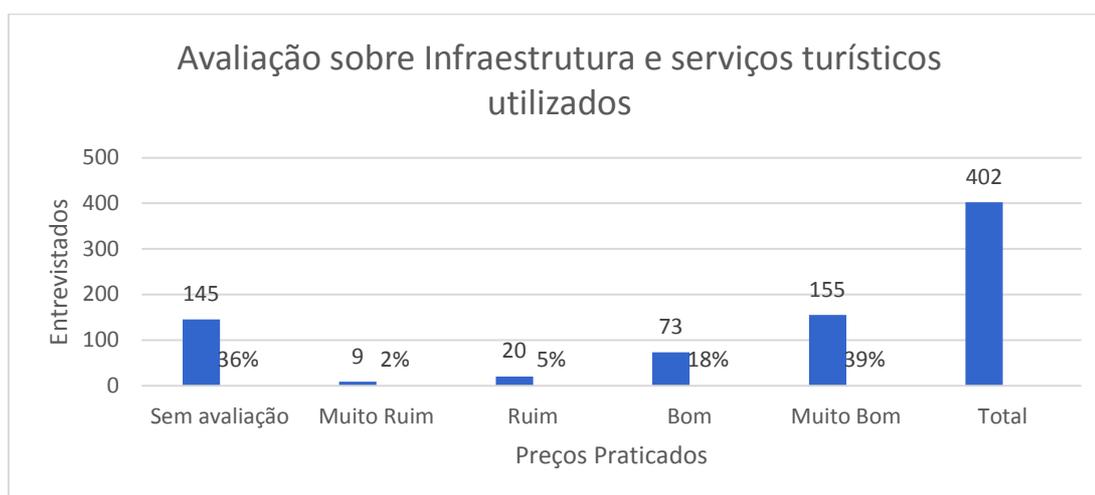
Gráfico 30 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Informações Turísticas.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Conforme Gráfico 30, em relação à avaliação das informações turísticas 65% dos entrevistados, não avaliaram a informação turística do município e, 35% classificaram de bom a muito bom.

Gráfico 31 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Preços Praticados.

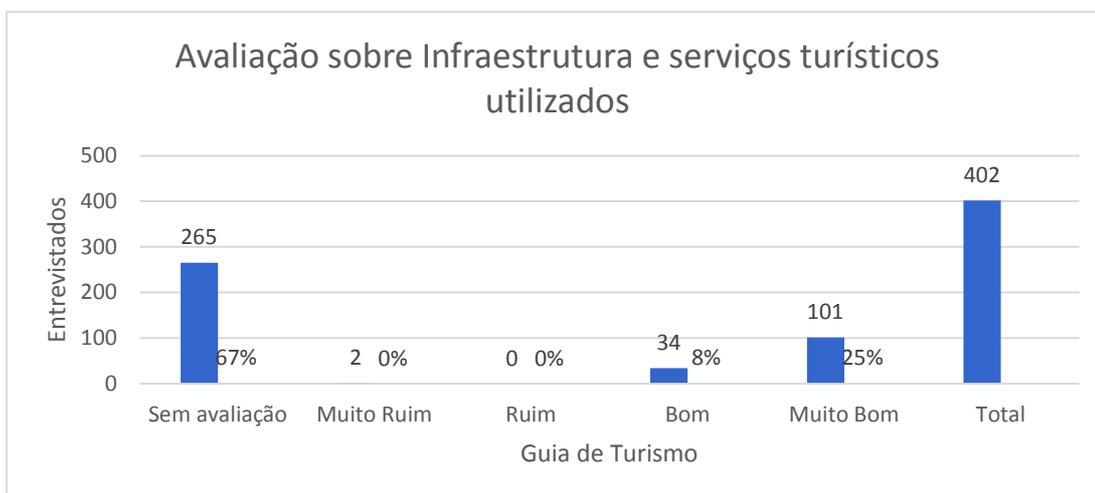


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Conforme o Gráfico 31 observa-se que 57% consideraram de bom a muito bom os preços praticados, apenas 7% classificaram de muito ruim a ruim e, 36% não avaliou o quesito preço. No caso de serviços turísticos, observa-se que 67% dos

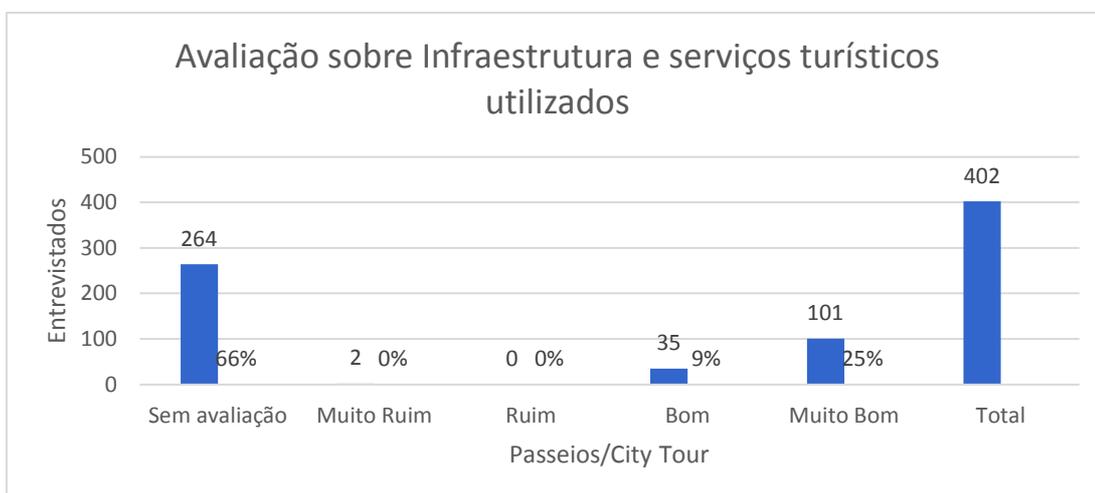
entrevistados não avaliaram o item Guia de Turismo, no entanto, 33% avaliou de bom a muito bom o guia do município. Já o passeio city tour do município, 66% não avaliou e, 34% classificaram de bom a muito bom.

Gráfico 32 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Guia de Turismo.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

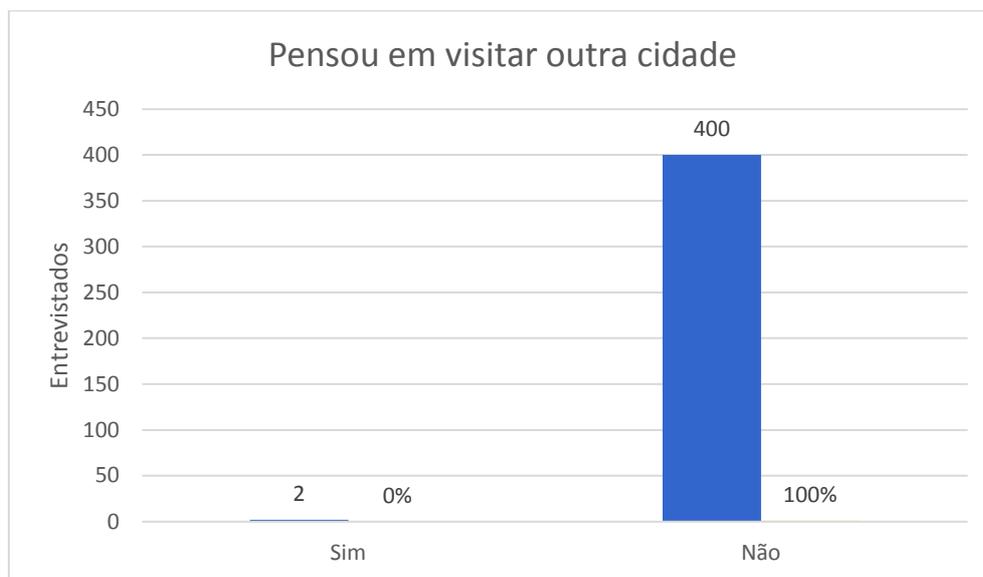
Gráfico 33 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Passeios/City-Tour.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

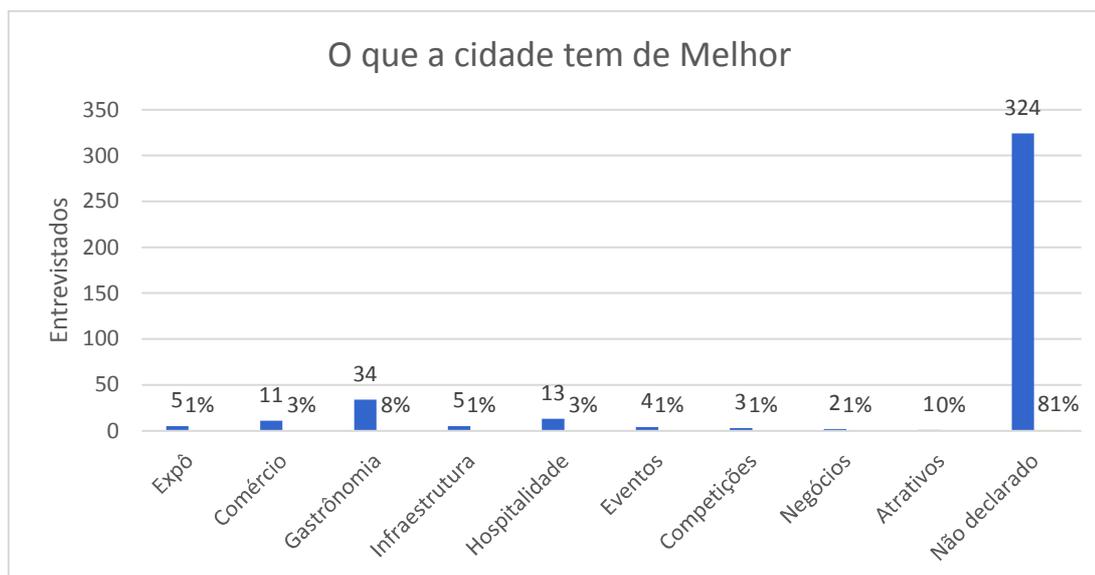
Observa-se no Gráfico 34 que 100% dos respondentes tinham como objetivo visitar a cidade de Araçatuba.

Gráfico 34 – Pensou em visitar outra cidade?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Gráfico 35 – O que a cidade tem de melhor?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

No Gráfico 35, foi abordado o que a cidade tem de melhor, na perspectiva dos entrevistados, diante dos apontamentos, pode-se observar que 8% apontaram a gastronomia de forma positiva, 3% cada, denotaram o comércio e aspecto sensitivo a hospitalidade e, 1% cada, pontuaram a expo, a infraestrutura, os eventos, as competições e os negócios. Mesmo sem percentual significativo os atrativos foram percebidos de forma positiva.

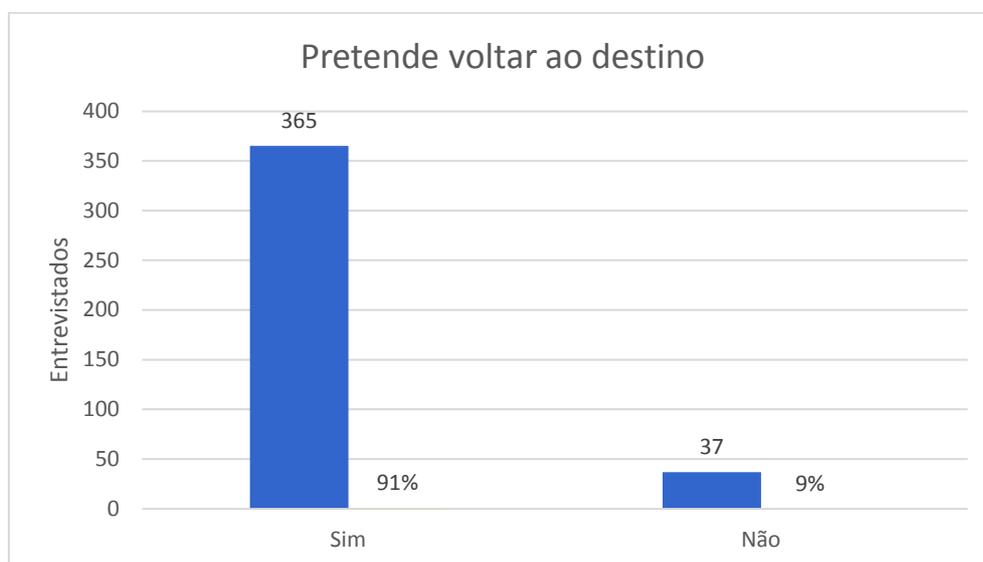
Gráfico 36 – O que a cidade tem de pior?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Por sua vez, o Gráfico 36 aponta o que a cidade tem de pior na perspectiva dos visitantes e, conforme representação gráfica, observa-se que 97% dos respondentes não apontaram nada de ruim, aqueles que realizaram apontamentos, 3% não ficaram contentes com a infraestrutura da cidade, e diante dos questionamentos, itens apontados foram: limpeza, ruas com buracos e segurança pública. Já os preços praticados e atendimento, não tiveram percentual significativo, mas, cabe nos apontar a insatisfação.

Gráfico 37 – Pretende voltar ao destino?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2021.

Apesar das insatisfações apontadas no gráfico anterior, 91% dos entrevistados, apresentou interesse em voltar ao Município de Araçatuba e conhecer melhor seus atrativos já, 9% não demonstrou interesse em retornar ao município.

1.2 Análise da pesquisa

A seguir destacamos os índices de maior relevância identificados na pesquisa e os agrupamos em tópicos para melhor entendimento:

- ↪ 52% das entrevistas em dias úteis – segunda a sexta feira seguido de 32% no final de semana e 16% feriado, quanto aos locais de aplicação de maior destaque foram: 30% no centro, 25% evento na ABQM e 18% no Hot Planet Thermas Park.
- ↪ Dentre os principais motivos para realizar a viagem, 45% apontaram negócios/trabalho seguido de 29% que apontaram o lazer. Aqueles que apontaram o lazer, 76% apontaram outros, como principal atrativo, mas que, no caso do presente estudo, as manifestações foram o passeio, visita a familiares, eventos, gastronomia e compras.
- ↪ Quanto a origem dos visitantes, 65% são advindos de município de até 100km de Araçatuba o que caracteriza turismo de proximidade, seguido de 23% que denotaram municípios com mais de 100km.
- ↪ Quanto ao perfil dos entrevistados, 71% são do sexo masculino e, 29% do sexo feminino; A faixa etária de 75% ficou de 30 a 49 anos e 36% informou possuir Nível Superior, 31% pós-graduação e 19% técnico profissionalizante; quando questionado a renda familiar, 57% se enquadram em uma renda de R\$ 1.901,00 a R\$ 5.700,00 já, 17% denotaram renda acima de R\$ 9.500,00.
- ↪ No presente estudo, segundo os entrevistados, 99% informaram já conhecer o destino e aqueles que não conheciam, 1% obteve informações junto a amigos/parentes. Com base nos dados, 33% dos entrevistados estavam viajando sozinho, 20% casal sem filhos, outros 18% realizaram a viagem com grupo familiar, 15% casal com filhos, e, 14% amigos/colegas de trabalho.
- ↪ Dentre os apontamentos, 23% pernoveram na cidade de Araçatuba, dos 91 respondentes que informaram ter pernoverado na cidade, 32% ficaram por 2 dias seguido de 27% que apontaram 3 dias e 21% pernoverou por 5 dias ou mais, o

meio de hospedagem no destino de maior preferência foi Hotel (66%), seguido de 26% que optaram pela casa de amigos/parentes.

- ↳ 100% dos entrevistados organizaram a viagem por conta própria, sem intermédio de agências de viagem e a liberdade e o conforto de chegar e partir quando desejar deixou o uso do automóvel com percentual de 93% de preferência para realizar a viagem.
- ↳ Com base nos valores declarados pelos entrevistados respondentes, na presente pesquisa foi realizado a somatória dos itens: alimentação, transporte, hospedagem, atrativos/passeios, compras pessoais e outros; o resultado total, foi dividido pela quantidade de entrevistados respondentes, dessa forma, a média obtida com base nos valores declarados foi de R\$ 640,23, valor este que, refere-se ao período de permanência do turista/excursionista no município.
- ↳ Apenas 4% dos respondentes informaram possuir ou estar acompanhado de alguma pessoa com necessidades especiais; no entanto, item carece de atenção pois, a Lei 1.261/2015 apresenta exigência para que os destinos turísticos no futuro se adequem para a acessibilidade universal.
- ↳ 100% tiveram como único objetivo visitar Araçatuba e 91% afirmaram que pretende voltar no destino o que demonstra contentamento e intensão de conhecer melhor a cidade.

Quando questionado sobre o que a cidade tem de melhor, segundo os entrevistados, a gastronomia, hospitalidade e comércio foram pontuados de forma positiva pelos respondentes. Diante dos apontamentos realizados, esses itens merecem ser valorizado na oferta turística local e para o planejamento estratégico do município e cadeia produtiva.

Também foi questionado junto aos entrevistados o que a cidade tem de pior e na perspectiva dos mesmos, em relação a este tópico, 97% dos respondentes não declararam insatisfação, e demais apontamentos teve um percentual baixo, como pode-se observar, 3% apontaram de forma negativa a infraestrutura e mesmo sem percentual, o atendimento e preços praticados foram percebidos de forma negativa.

Diante de 97% dos entrevistados que não declararam insatisfação, em uma primeira análise pode-se ocorrer a avaliação de que pouco se tem a aprimorar no turismo receptivo de Araçatuba. No entanto, mesmo sendo pequenos os percentuais

de insatisfação, a destinação precisa estar atenta para desenvolver estratégias que visam potencializar os fatores positivos e desenvolver ações que permitam neutralizar os fatores negativos, visando assim, a plena satisfação dos turistas e excursionistas que visitam e movimentam a atividade econômica do município.

Outro aspecto que merece ser destacado é a necessidade de o município buscar novos públicos. Por esta razão, agir de modo a melhorar a experiência do turista que já visita o município e, a partir destes dados, buscar medidas que possam também atrair novos públicos.

1.3 Conclusão

Os turistas e/ou excursionistas estão buscando novas alternativas para viajar, uma das formas é por meio do turismo de proximidade, onde, busca-se explorar e visitar destinos próximos a cidade de origem sem gastar muito. Entretanto, para que o turismo possa se consolidar de forma rentável é preciso estabelecer pilares que garantam sua manutenção e continuidade. Para isso, é fundamental conhecer a demanda real, identificando o perfil do turista, o que agrada e o que desagrada em uma destinação.

No presente estudo, pode-se observar que os turistas e/ou excursionistas que visitaram Araçatuba, 65% informaram advir de municípios com até 100km, seguido de 23% que apontaram advir de municípios com mais de 100 km. E o meio de transporte para realizar a viagem de maior preferência foi o próprio automóvel.

A principal fonte de informação para realizar a viagem, 99% afirmaram já conhecer o destino e aqueles que não conheciam, obtiveram informação junto amigos/parentes. Dentre os principais motivos para realizar a viagem, 45% apontaram o negócio/trabalho, seguido de 29% que denotaram o lazer, e, aqueles que apontaram o lazer como a principal motivo, 76% apontaram outros como principal atrativo, que no caso dos apontamentos no presente estudo, foram: o passeio pela cidade, visita a familiares, gastronomia e compras.

No presente estudo observa-se que 23% dos respondentes pernoveram no município, dentre os respondentes que pernoveram, 59% permaneceram na cidade de 2 a 3 dias e 21% de 5 dias ou mais. Quanto ao meio de hospedagem no destino, 66% informaram ter utilizado serviços hoteleiros do município, já 26% ficaram na casa de amigos/parentes.

Com relação ao perfil dos turistas e/ou excursionistas que visitaram o município, 71% são do sexo masculino, a faixa etária de 75% é de 30 a 49 anos. Quanto a escolaridade, 36% informaram possuir nível superior, seguido de 31% aqueles com pós-graduação. Diante a renda declarada, 57% apontaram rendimento de R\$ 1.901,00 a R\$ 5.700,00. Outra característica a se registrar, o maior percentual de respondentes estava viajando sozinho, seguido dos entrevistados que estavam viajando casal sem filhos e com grupo familiar.

Diante valores declarados, observa-se que os respondentes estão dispostos a gastar em média R\$ 640,23, distribuída entre alimentação, transporte, hospedagem, atrativos/passeios, compras pessoais e outros gastos não declarados. Na presente pesquisa, para se obter a média, foi realizado a somatória de todos os itens e dividido pela quantidade de entrevistado respondente.

Em relação aos apontamentos, na perspectiva dos respondentes, a Gastronomia, comércio, hospitalidade bem como, Expô, Infraestrutura, eventos competições, negócios e os atrativos foram itens observados de forma positiva em relação ao que a cidade tem de melhor já a infraestrutura, preços praticados e atendimento foram observados de forma negativa por alguns visitantes.

Quanto à avaliação sobre a infraestrutura da cidade, nos quesitos Limpeza Urbana, Segurança e Sinalização turística observa-se um bom nível de satisfação, ou seja, pessoas que classificaram de bom a muito bom.

Os serviços de telecomunicação e Internet, no presente estudo, observa um percentual significativo de satisfação, já os restaurantes, foram bem avaliados, mas, o percentual de não avaliação também foi significativo, os meios de hospedagens, 53% avaliaram de bom a muito bom, no entanto, 47% não se sentiram em condições de avaliar.

Em relação à avaliação do serviço de táxi, observa-se que o maior percentual não avaliou, no entanto, a falta de avaliação para o serviço pode ser justificada devido ao grande percentual de respondentes terem utilizado o próprio veículo para realizar a viagem.

A diversão noturna, 62% dos entrevistados não avaliaram e 38% classificaram de bom a muito bom, os preços praticados, 57% dos respondentes classificaram de bom a muito bom.

Os atrativos turísticos, informações turísticas, guia de turismo e passeios city tour, tiveram um considerável percentual de visitantes que não se sentiram em condição de avaliar os serviços turísticos, os respondentes que avaliaram, 40% classificou de bom a muito bom os atrativos da cidade, 35% avaliou de bom a muito bom a informação turística, 33% denotou de forma positiva o guia de turismo e, 34% dos entrevistados apontaram os passeios/city tour de bom a muito bom.

Cabe-nos ressaltar que, para os serviços apontados acima, é recomendável um permanente aprimoramento a fim de oferecer serviços de excelência aos turistas/excursionistas que visitam a cidade.

Mesmo diante de todos os apontamentos, em nível de satisfação e insatisfação, observa-se que 91% dos entrevistados afirmaram que pretendem voltar ao destino, o que demonstra interesse em conhecer melhor a cidade e seus atrativos.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos com o Estudo de Demanda Turística Real de 2021, assim como as análises e conclusões, serão capazes de auxiliar nas avaliações e no planejamento de novas estratégias a respeito do desenvolvimento e fomento do turismo em Araçatuba.

Os dados obtidos na pesquisa, incorporadas ao Plano Diretor de Turismo, proporcionam informações pertinentes que agregam aos avanços da atividade econômica do município, seja no que concerne o desenvolvimento de Políticas Públicas, seja na orientação da iniciativa privada interessada no setor. De outro lado, estes indicadores são fontes para comprovação do potencial turístico de Araçatuba, a fim de manter o título de MIT, e pleitear novos investimentos ao município.

No presente estudo observa-se que o turismo de proximidade ficou característico e dentre os principais motivos para realizar a viagem, o resultado foi negócio/trabalho seguido do lazer. O principal atrativo para aqueles que estavam visitando a cidade a lazer, foram outros atrativos, que quando questionados os apontamentos foram: passeio, visita a familiares, os eventos, gastronomia e compras.

Com relação ao perfil dos turistas e/ou excursionistas que visitaram o município, o nível escolar, 36% foi o nível superior seguido de 31% aqueles com pós-graduação, sendo que a renda familiar de 57% dos entrevistados é de até R\$ 1.901,00 a R\$ 5.700,00, 17% denotaram renda acima de R\$ 9.500,00 e 14% faixa de renda de R\$ 7.601,00 a R\$ 9.500,00. Outra característica a se registrar: a maioria dos entrevistados viajou sozinho e, não pernitoou em Araçatuba, tendo como destaque a utilização do próprio veículo para chegar ao destino. Daqueles que pernitoaram, o maior percentual utilizou serviços hoteleiros.

Os apontamentos de maior destaque em relação aos pontos fortes e fracos foram: Gastronomia, comércio e hospitalidade itens apontados de forma positiva e, Infraestrutura, preços praticados e atendimento, apontamentos realizados de forma negativa. Cabe-nos apontar que, algumas críticas relacionadas a limpeza e na conservação de ruas foram relatadas pelos entrevistados no quesito infraestrutura.

Vale destacar a importância de um entendimento entre empresários e Poder Público para sanar com efetividade os apontamentos realizados pelos entrevistados, estabelecendo ações que visam neutralizar os pontos negativos e oportunizar os pontos positivos com foco na promoção do destino.

Com base nos resultados, pode-se concluir que a cidade de Araçatuba possui potencial para aumentar o fluxo de visitantes, principalmente aos finais de semana devido a característica do turismo de proximidade. No entanto, para isso, é preciso realizar um trabalho de promoção do destino, apresentando assim seus atrativos, uma excelente ferramenta para promoção da cidade é a internet, a qual permite grande abrangência com baixo custo.

A sinergia entre equipe da prefeitura, COMTUR e empreendedores da cadeia produtiva, aliados ao apoio técnico profissional, são fatores determinantes para o desenvolvimento de estratégias que visam o fomento da atividade turística do Município de Interesse Turístico de Araçatuba bem como o credenciamento do município como estância turística.

REFERÊNCIAS

DENCKER. A.F.M. Métodos e Técnicas da Pesquisa em Turismo. São Paulo: Futura, 2001.

ANEXOS

INSTRUMENTO DE PESQUISA

Demanda Turística Real

FORMULÁRIO DE ENTREVISTA - DEMANDA TURÍSTICA REAL

DADOS GERAIS					
Município:	Local:	Entrevistador:	Data/Hora:		
Período da pesquisa: <input type="checkbox"/> Feriado <input type="checkbox"/> Fim de semana <input type="checkbox"/> Dias úteis - Segunda a Sexta					
PERFIL DO ENTREVISTADO <input type="checkbox"/> Turista <input type="checkbox"/> Excursionista					
Residência permanente:	1 - País: <input type="checkbox"/> Brasil	Outro:		2 - Estado:	
3. Cidade:					
4. Sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino	5. Qual é a sua idade?				
6. Qual é o principal motivo da viagem: (apenas uma opção)					
<input type="checkbox"/> Lazer	<input type="checkbox"/> Negócios/trabalho		7. Se lazer, qual foi o principal atrativo?		
<input type="checkbox"/> Saúde	<input type="checkbox"/> Compras pessoais		<input type="checkbox"/> Cultura	<input type="checkbox"/> Diversão noturna	
<input type="checkbox"/> Eventos	<input type="checkbox"/> Visita a familiares		<input type="checkbox"/> Natureza/Ecoturismo	<input type="checkbox"/> Outros:	
<input type="checkbox"/> Congressos/Feiras	<input type="checkbox"/> Outro:		<input type="checkbox"/> Eventos		
8. Renda Familiar Mensal:	<input type="checkbox"/> Até R\$ 900,00		<input type="checkbox"/> De R\$ 3.801 a R\$ 5.700		<input type="checkbox"/> Acima de R\$ 9.500
	<input type="checkbox"/> De R\$ 901 a R\$ 1.900		<input type="checkbox"/> De R\$ 5.701 a R\$ 7.600		Especificar:
	<input type="checkbox"/> De R\$ 1.901 a R\$ 3.800		<input type="checkbox"/> De R\$ 7.601 a R\$ 9.500		
9. Escolaridade completa:	<input type="checkbox"/> Fundamental		<input type="checkbox"/> Ensino Médio		<input type="checkbox"/> Pós-graduação
	<input type="checkbox"/> Técnico profissionalizante		<input type="checkbox"/> Ensino Superior		
CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM					
10. Qual a principal fonte de informação para a realização desta viagem? (resposta única)					
<input type="checkbox"/> Já conhecia o destino	<input type="checkbox"/> Feiras, Eventos e Congressos	<input type="checkbox"/> Artigos em revistas e jornais	<input type="checkbox"/> Campanhas publicitárias		
<input type="checkbox"/> Amigos/parentes	<input type="checkbox"/> Internet/Mídias Sociais	<input type="checkbox"/> Local onde trabalha	<input type="checkbox"/> Agência de viagens		
<input type="checkbox"/> Folderes e brochuras	<input type="checkbox"/> Programas de TV e Rádio	<input type="checkbox"/> Guias turísticos impressos	<input type="checkbox"/> Outros:		
11. Você está viajando:			Se em grupo, qual o tamanho do grupo:		
<input type="checkbox"/> Sozinho	<input type="checkbox"/> Casal sem filhos	<input type="checkbox"/> Casal com filhos	<input type="checkbox"/> Grupo familiar	<input type="checkbox"/> Amigos/Colegas trabalho	<input type="checkbox"/> Outros
12. Pernoitou na cidade?	<input type="checkbox"/> Sim	Número de pernoites:	13. Viagem organizada por agência de turismo?		
<input type="checkbox"/> Não	<input type="checkbox"/> Não	Horas no destino:	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
14. Meios de transporte para chegar ao destino?			15. Qual o meio de hospedagem no destino?		
<input type="checkbox"/> Automóvel próprio	<input type="checkbox"/> Avião		<input type="checkbox"/> Pousada	<input type="checkbox"/> Casa de amigos/parentes	
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van excursão	<input type="checkbox"/> Ônibus de linha		<input type="checkbox"/> Hotel	<input type="checkbox"/> Imóvel aluguel	
<input type="checkbox"/> Ônibus/Van fretamento	<input type="checkbox"/> Outros:		<input type="checkbox"/> Outros:		
DETALHAMENTO DAS DESPESAS NO MUNICÍPIO					
1. Alimentação	R\$	5. Compras pessoais	R\$		
2. Transporte (combustível, táxi, estacionamento)	R\$	6. Outros:	R\$		
3. Hospedagem	R\$	7. Total de Gastos	R\$		
4. Atrativos/passeios	R\$				
8. Contando com você, quantas pessoas estão incluídas neste gasto?					
ACESSIBILIDADE DE PESSOAS COM NECESSIDADES ESPECIAIS					
1. Você ou alguém que o acompanha possui alguma necessidade especial?			<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não	
2. Tipo de necessidade:	<input type="checkbox"/> locomoção	<input type="checkbox"/> auditiva	<input type="checkbox"/> visual	<input type="checkbox"/> Outras:	
3. Cite as acessibilidades de que sentiu mais falta:					
4. Alguma sugestão de adequação para o destino?					
INFRAESTRUTURA					
	Muito bom	Bom	Ruim	Muito ruim	Não se aplica
					à excursionistas
1. Limpeza urbana	4	3	2	1	0
2. Segurança pública	4	3	2	1	0
3. Sinalização turística	4	3	2	1	0
4. Serviços de táxi	4	3	2	1	0
5. Telecomunicações	4	3	2	1	0
6. Internet	4	3	2	1	0
INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS (aqueles utilizados)					
	Muito bom	Bom	Ruim	Muito ruim	Não se aplica
					à excursionistas
1. Restaurantes/Alim.	4	3	2	1	0
2. Hospedagem	4	3	2	1	0
3. Atrativos turísticos	4	3	2	1	0
4. Diversão noturna	4	3	2	1	0
5. Informações tur.	4	3	2	1	0
6. Preços praticados	4	3	2	1	0
7. Guia de Turismo	4	3	2	1	0
8. Passeios/City-tour	4	3	2	1	0

