



Estudo de Demanda Turística

**Pesquisa de Demanda Real
de Araçatuba (SP)**

2022

Prefeitura Municipal de Araçatuba (SP)

Dilador Borges Damasceno
Prefeito

Secretaria Municipal de Turismo

Marcelo Astolphi Mazzei
Secretário

Nelson Eduardo Pereira da Costa
Chefe de Gabinete

Leal Consultores e Associados

Carlos Alberto Leal Rodrigues
Márcio Paccola Langoni
Coordenadores do Estudo

Equipe técnica

Carlos Alberto Leal Rodrigues
Márcio Paccola Langoni

Colaboração

Alessandra de Assis Cunha Mantovani
Larissa de Aguiar Andrade

Supervisão de Campo

Maria Fernanda de Almeida Rodrigues

Pesquisadores

Karla Ranyelle de Almeida Marques
Patricia Rasteiro Lorenzo
Priscila Turelo Bordin
Ricardo Augusto Bordin

APRESENTAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Araçatuba, por meio da Secretaria Municipal de Turismo, contratou a **Leal Consultores e Associados**, para prestar serviços técnicos profissionais para realização das pesquisas de demanda turística real, aplicação, validação e tabulação dos questionários de pesquisas realizadas no ano de 2022, bem como, a elaboração do Estudo de Demanda Turística Real, visando a manutenção do Município de Araçatuba como MIT – Município de Interesse Turístico.

O estudo teve como objetivo, apresentar informações sobre o perfil e o comportamento dos turistas e excursionistas que visitam o município, coletando assim, informações a serem utilizadas pelo poder público e pelas empresas privadas, as quais buscam o desenvolvimento e o fomento da atividade turística da cidade de Araçatuba – SP.

O Estudo de Demanda Turística Real, possibilita o amplo conhecimento sobre o mercado turístico local e a dinâmica em que o turista e/ou excursionista escolhe seus produtos e/ou serviços. Vale ressaltar que o turismo está em plena ascensão, dessa forma, para se obter efetividade nos resultados, a pesquisa é uma ferramenta indispensável.

A Pesquisa científica, baseou-se na Publicação Métodos e Técnicas de Pesquisa em turismo, de Ada Dencker, além de cumprir aos requisitos da Lei Estadual Complementar nº 1.261/2015 e da Resolução ST 14/2016, da Secretaria Estadual de Turismo.

Cumpre-nos ressaltar que o presente estudo, além de ser uma importante ferramenta para coletar informações pertinentes para o planejamento turístico do município, tem também como objetivo atender os requisitos para que Araçatuba mantenha o título de Município de Interesse Turístico.

Dessa forma, apresentamos a seguir o Estudo de Demanda Turística Real realizada no município de Araçatuba no ano de 2022.

ÍNDICE 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.....	20
Gráfico 7 – Principal motivo da viagem.....	20
Gráfico 8 – Principal motivo, se a lazer.....	20
Gráfico 9 – Escolaridade completa	21
Gráfico 10 – Renda Familiar Mensal.....	22
Gráfico 11 – Fonte de informação para a viagem	23
Gráfico 12 – Está viajando.....	23
Gráfico 13 – Pernoite na cidade.....	24
Gráfico 14 – Quantidade de pernoites	25
Gráfico 15 – Viagem organizada por agência de turismo.....	25
Gráfico 16 – Meio de transporte utilizado.....	26
Gráfico 17 – Meio de hospedagem no destino.....	26
Gráfico 18 – Média de gastos	27
Gráfico 19 – Pessoas com necessidades especiais.....	28
Gráfico 20 – Avaliação sobre infraestrutura – Limpeza Urbana	29
Gráfico 21 – Avaliação sobre infraestrutura – Segurança Pública.....	29
Gráfico 22 – Avaliação sobre infraestrutura – Sinalização Turística.....	30
Gráfico 23 – Avaliação sobre infraestrutura – Serviços de Táxi	30
Gráfico 24 – Avaliação sobre infraestrutura – Telecomunicações.....	31
Gráfico 25 – Avaliação sobre infraestrutura – Internet	32
Gráfico 26 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Restaurantes/Alimentação	32
Gráfico 27 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Hospedagem	33
Gráfico 28 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Atrativos Turísticos.	34
Gráfico 29 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Diversão Noturna.....	35
Gráfico 30 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Informações Turísticas	35
Gráfico 31 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Preços Praticados....	35
Gráfico 32 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Guia de Turismo	37
Gráfico 33 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Passeios/City-tour....	37
Gráfico 34 – Pensou em visitar outra cidade?.....	38
Gráfico 35 – O que a cidade tem de melhor?.....	39
Gráfico 36 – O que a Cidade tem de Pior?	39
Gráfico 37 – Pretende voltar ao destino?	41

Tabela 1 – Visitantes com origem de até 100 km de Araçatuba	14
Tabela 2 – Visitantes com origem acima de 100 km de Araçatuba.....	15
Tabela 3 – Visitantes com origem da Capital, Região Metropolitana e Litoral do Estado	18
Tabela 4 – Visitantes com origem de Outros Estados.....	19

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 – O que a cidade tem de melhor	39
Quadro 2 – O que a cidade tem de pior	40

Sumário

APRESENTAÇÃO	3
ÍNDICE DE GRÁFICOS	4
ÍNDICE DE TABELAS	5
ÍNDICE DE QUADROS	6
Sumário	7
Introdução.....	8
Metodologia	8
1 PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL.....	10
Resultados Pesquisa de Demanda Real.....	11
Análise da pesquisa.....	42
Conclusão.....	45
2. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	51
ANEXOS	52

Introdução

A Prefeitura Municipal de Araçatuba, por meio da Secretaria Municipal de Turismo, contratou a **Leal Consultores e Associados**, para prestar serviços técnicos profissionais para realização das pesquisas de Demanda Turística Real 2022, bem como: aplicação, validação, tabulação dos questionários de pesquisas realizadas e elaboração do Estudo de Demanda Turística Real, visando a manutenção do Município de Araçatuba como MIT – Município de Interesse Turístico.

A **Leal Consultores e Associados**, empresa especializada para elaboração do Estudo de Demanda Turística Real, registrada no Conselho Regional de Administração de São Paulo – CRA-SP sob nº 12174 e no CADASTUR do Ministério do Turismo, mobilizou a sua equipe para realizar a aplicação, validação, tabulação e elaboração do Estudo de Demanda Turística Real de acordo com a Lei Complementar Estadual nº 1.261/15. O presente volume contém os resultados e análises das Pesquisas de Demanda Turística Real 2022, seus gráficos e comentários.

Metodologia

O estudo baseia-se em técnica de coletas realizada por meio de entrevistas, as quais proporcionam respostas para o problema abordado. A Pesquisa de campo é uma das etapas da metodologia que corresponde a observação dos dados coletados, analisando-os e interpretando-os. Esta etapa é muito importante para se obter informações pertinentes a realidade do objeto de estudo.

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 do visitante. 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.

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, observando que o pesquisador procura deixar o entrevistado à vontade para analisar e proceder sua resposta; os resultados estatísticos foram observados, as frequências absolutas

e relativas, conforme o referencial teórico-metodológico utilizado de acordo com Dencker (2001).

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 equipe técnica da **Leal Consultores e Associados** aplicou, validou e tabulou 562 questionários aplicados no ano de 2022 no município de Araçatuba. As pesquisas realizadas, ocorreram em dias alternados do mês de outubro, novembro e dezembro do ano de 2022.

Os locais de aplicação foram na ABQM, Comércio Diferenciado, Calçadão, Hot Planet, Meios de Alimentação, Meios de Hospedagem, Shopping Multishop, Shopping Praça Nova, Evento de Pesca, Eventos Natalinos e Parque Ecológico do Bagaçu.

Aos entrevistados foram solicitadas informações sobre o seu perfil, tais como escolaridade, renda familiar, preferências de passeios e local de residência. Aos entrevistados, foi oportunizada a chance de opinar sobre o potencial turístico do município de Araçatuba.

Para a tabulação das informações apontadas no questionário, 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.

As informações obtidas durante o estudo passaram a constituir uma base de dados que poderá ser alimentada periodicamente pelo própria Secretaria Municipal de Turismo, permitindo a observação dentro de uma perspectiva de evolução histórica dos dados.



1 PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL

Resultados Pesquisa de Demanda Real

O turismo como atividade econômica, apresenta-se atualmente em uma posição privilegiada, dessa forma, para que se possa obter resultados efetivos, é preciso buscar a informação junto aos turistas e excursionistas, identificando assim as motivações e expectativas em relação ao destino.

O comportamento turístico é dinâmico, por isso, ao planejar o desenvolvimento da atividade turística em uma destinação, é importante conhecer a chamada oferta turística do destino, para que se possa atender aos anseios dos turistas e/ou excursionistas os quais, movimentam a economia local.

A **Leal Consultores e Associados** e sua equipe aplicou, validou e tabulou 562 questionários aplicados no ano de 2022 no município de Araçatuba. Os locais de aplicação foram: ABQM, Comércio Diferenciado, Calçadão, Hot Planet, Meios de Alimentação, Meios de Hospedagem, Shopping Multishop, Shopping Praça Nova, Evento de Pesca, Eventos Natalinos e Parque Ecológico do Bagaçu.

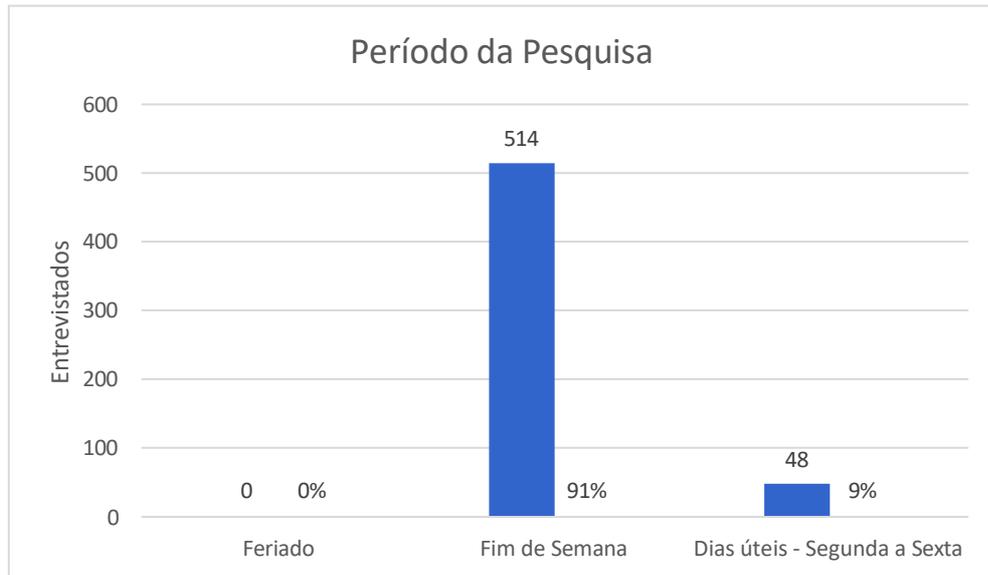
Aos entrevistados foram solicitadas informações sobre o seu perfil, tais como: escolaridade, renda familiar, preferências de passeios e local de residência, bem como, foi oportunizado aos mesmos opinar sobre o destino.

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, declarado pelos respondentes.

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

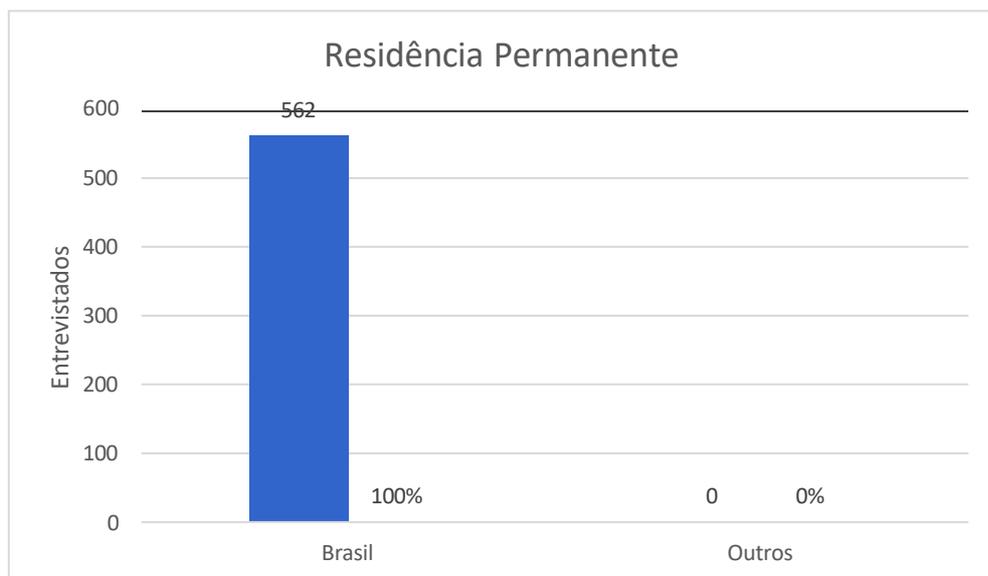
Gráfico 1 – Período da pesquisa.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

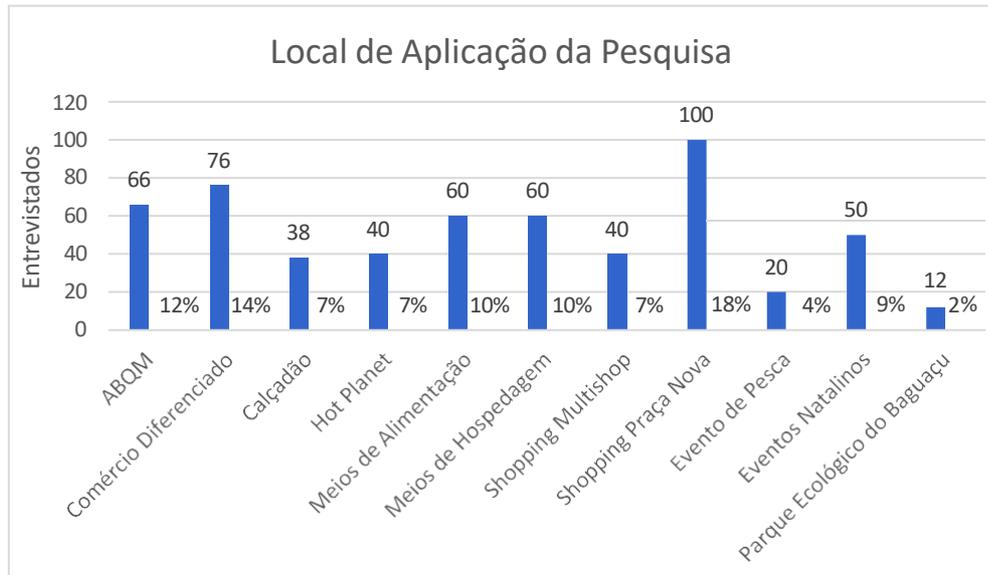
No Gráfico 1 pode-se observar que 91% dos respondentes foram entrevistados no fim de semana e 9% nos dias úteis - segunda a sexta-feira. Conforme gráfico 2, 100% possuem residência fixa permanente no território brasileiro.

Gráfico 2 – Residência permanente.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

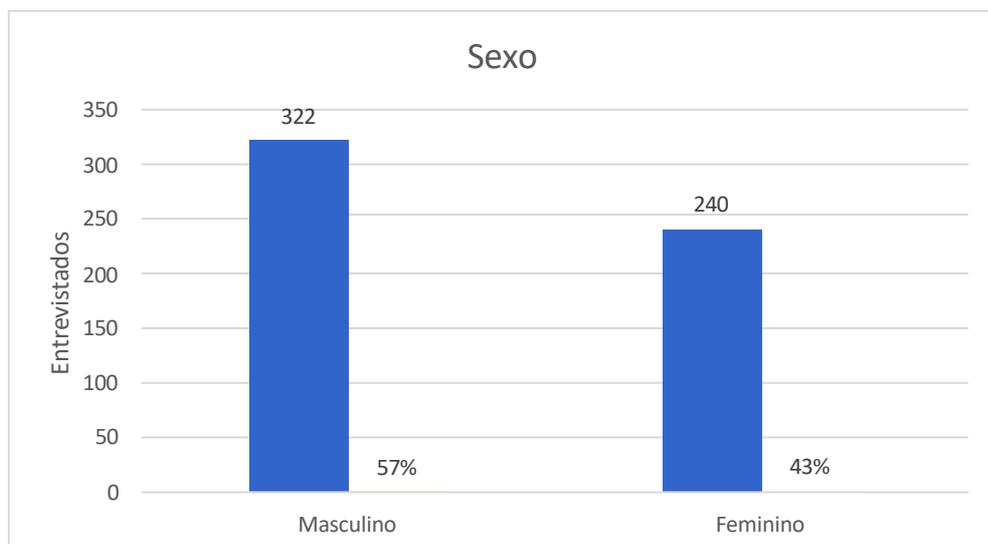
Gráfico 3 – Local de Aplicação das Entrevistas



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Diante do Gráfico 3, observa-se que 18% das entrevistas ocorreram no Shopping Praça Nova, 14% no Comércio Diferenciado e 12% na ABQM. Já 10% cada, ocorreram nos Meios de Alimentação e Meios de Hospedagem e 9% nos Eventos Natalinos. Já 7% cada, ocorreram no Calçadão, no Hot Planet e no Shopping Multishop e, 4% ocorreram no Evento de Pesca e 2% no Parque Ecológico do Baguaçu.

Gráfico 4 – Sexo.

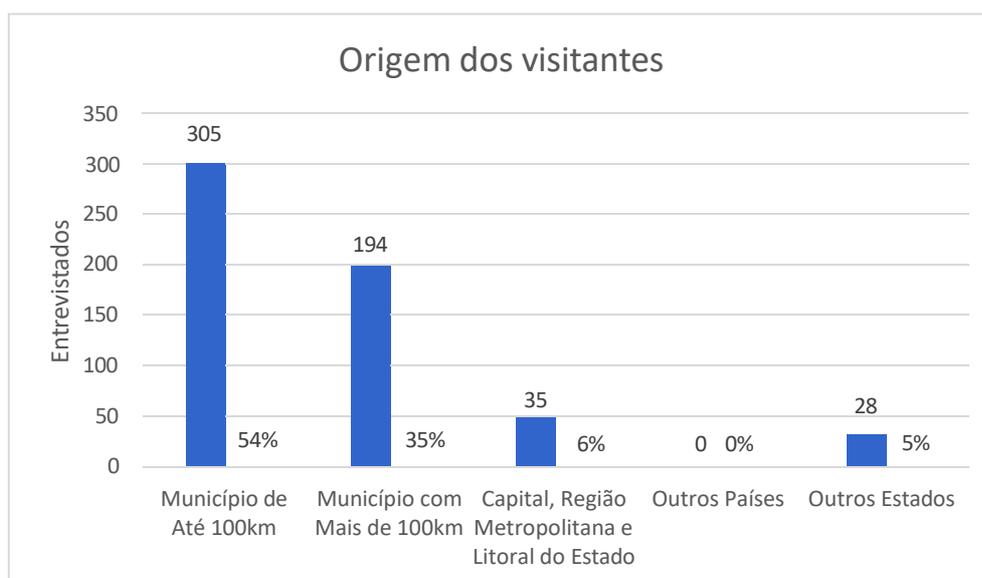


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

No Gráfico 4, a presente pesquisa observou 57% dos entrevistados do sexo masculino e 43% do sexo feminino.

Pode-se observar no Gráfico 5 que, 54% dos respondentes têm origem de municípios com até 100 km, 35% de municípios com mais 100 km. Já 6% apontaram capital, região metropolitana e litoral do estado, e, 5% outros estados.

Gráfico 5 – Origem dos visitantes.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

A seguir será detalhado a origem dos visitantes em ordem decrescente de turistas/excursionistas que visitaram a cidade de Araçatuba em 2022.

Visitantes com origem de até 100 km de Araçatuba:

Tabela 1 – Visitantes com origem de até 100 km de Araçatuba.

CIDADES	QUANTIDADE DE VISITANTES
Birigui	92
Bilac	32
Guararapes	23
Penápolis	23
Buritama	22
Brejo Alegre	15

Lins	14
Promissão	9
Braúna	8
Coroados	6
Lourdes	6
Mirandópolis	6
Valparaíso	6
Glicério	5
Piacatu	5
Barbosa	4
Gabriel Monteiro	4
Nova Luzitânia	4
Santo Antônio do Aracanguá	4
Gastão Vidigal	3
Zacarias	3
Macaubal	2
Monções	2
Planalto	2
Avanhandava	1
Guaraçai	1
Nhandeara	1
Saltópolis do Aguapeí	1
Turiúba	1
TOTAL	305

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Tabela 2 – Visitantes com origem acima de 100 km de Araçatuba.

CIDADES	QUANTIDADE DE VISITANTES
Bauru	16
Ribeirão Preto	13
São José do Rio Preto	11
Andradina	8

Fernandópolis	8
Campinas	6
Jales	6
Jundiaí	6
Votuporanga	6
Presidente Prudente	5
Piracicaba	4
Santa Fé do Sul	4
Americana	3
Botucatu	3
Castilho	3
José Bonifácio	3
Mirassol	3
Oswaldo Cruz	3
Tanabi	3
Altinópolis	2
Araras	2
Assis	2
Avaré	2
Cardoso	2
Garça	2
Jardinópolis	2
Lençóis Paulista	2
Marília	2
Ouro Verde	2
Pereira Barreto	2
Sorocaba	2
Sud Mennucci	2
Tupã	2
Urupês	2
Adamantina	1
Analândia	1

Arandu	1
Araraquara	1
Bady Bassit	1
Bebedouro	1
Borborema	1
Borebi	1
Brotas	1
Catanduva	1
Cedral	1
Estrela d'Oeste	1
Getulina	1
Herculândia	1
Horizonte	1
Ibirá	1
Itapetininga	1
Itápolis	1
Itatiba	1
Itirapina	1
Itu	1
Jacareí	1
Jaguariúna	1
Lindóia	1
Mira Estrela	1
Mirante do Paranapanema	1
Monte Azul Paulista	1
Ourinhos	1
Parisi	1
Paulo de Faria	1
Piedade	1
Pindamonhangaba	1
Pirajuí	1
Piratininga	1

Pongaí	1
Pontal	1
Pradópolis	1
Rancharia	1
Rifania	1
Rincão	1
Rio Claro	1
Rio das Pedras	1
Sales	1
São Carlos	1
São José dos Campos	1
São Manuel	1
Sertãozinho	1
Ubirajara	1
Valinhos	1
Viradouro	1
TOTAL	194

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Tabela 3 – Visitantes com origem da Capital, Região Metropolitana e Litoral do Estado.

CIDADES	QUANTIDADE DE VISITANTES
São Paulo	30
Osasco	3
Juquitiba	1
Mogi das Cruzes	1
TOTAL	35

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

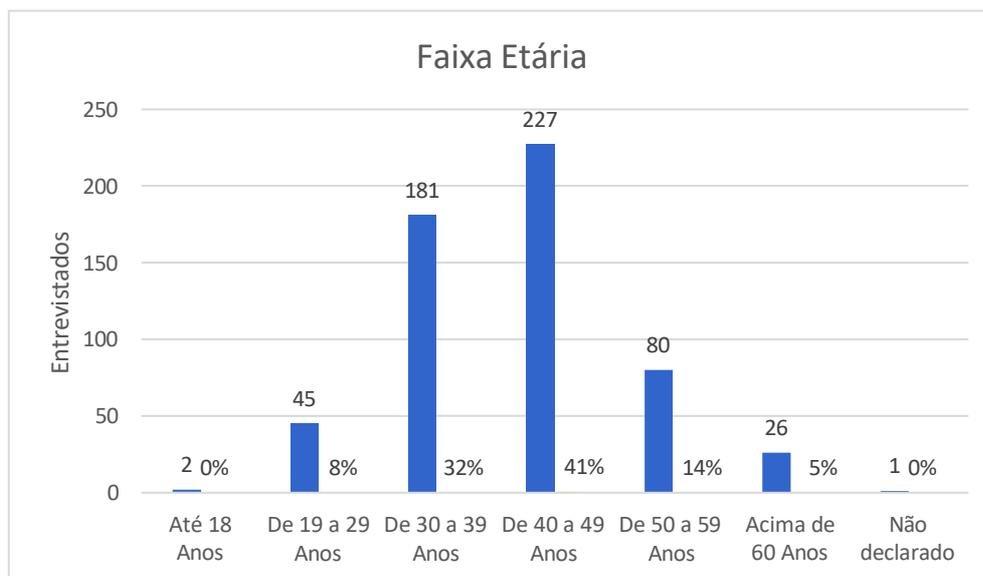
Tabela 4 – Visitantes com origem de Outros Estados.

CIDADES	QUANTIDADE DE VISITANTES
Três Lagoas - MS	7
Belo Horizonte - MG	6
Campo Grande - MS	3
Uberlândia - MG	2
Betim - MG	1
Campo Mourão - PR	1
Curitiba - PR	1
Frutal - MG	1
Marialva - PR	1
Penha - SC	1
Poços de Caldas - PR	1
Rolim de Moura - RO	1
Uberaba - MG	1
Vicentinópolis - GO	1
TOTAL	28

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

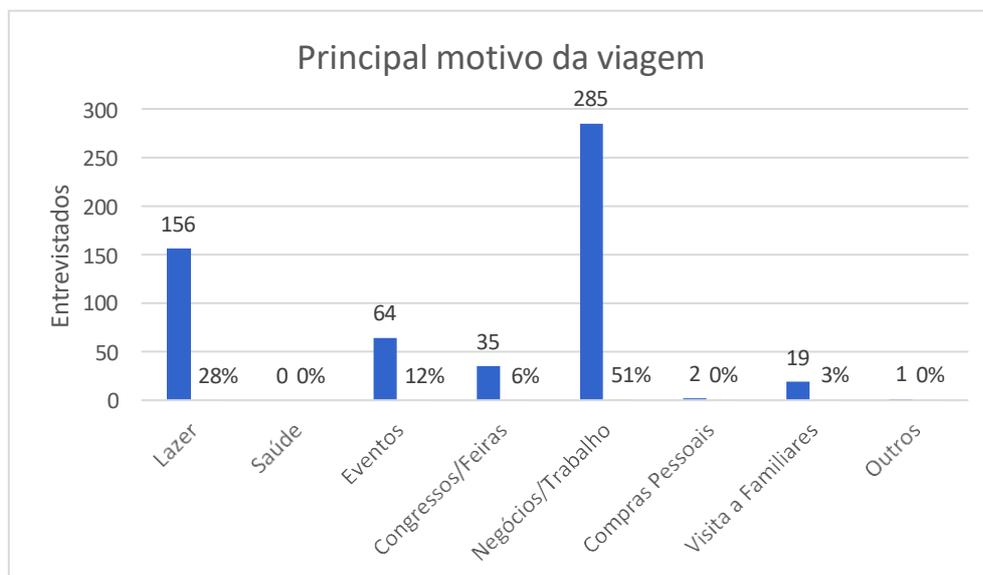
No Gráfico 6, a faixa etária com maior percentual, na presente pesquisa é dos 40 a 49 anos, representado por 41%, seguido de 32% pela faixa etária de 30 a 39 anos, já os que se enquadraram em uma faixa de 50 a 59 anos, foi 14%. Já 8% os pesquisados que se enquadram em uma faixa de 19 a 29 anos e 5% acima dos 60 anos.

Gráfico 6 – Faixa etária.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Gráfico 7 – Principal motivo da viagem.



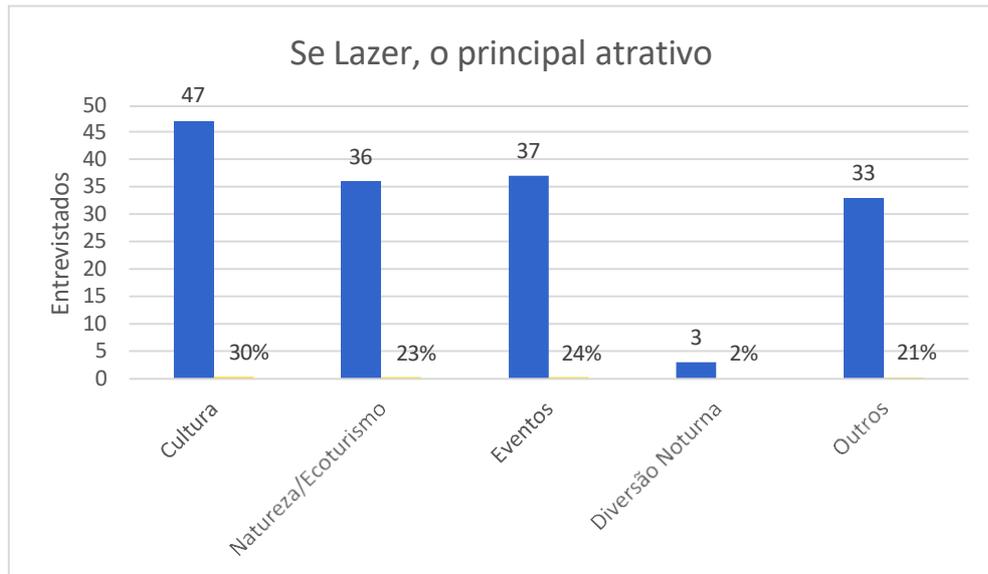
Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Diante do Gráfico 7, 51% estavam na cidade por motivos de negócios/trabalho, observa-se que 28% apontaram lazer, 12% eventos, 6% congressos/feiras e 3% estavam na cidade para visita a familiares.

Conforme gráfico anterior 156 dos respondentes estavam na cidade a Lazer e, dentre estes respondes que visitaram Araçatuba, 30% apontaram cultura, e 24%

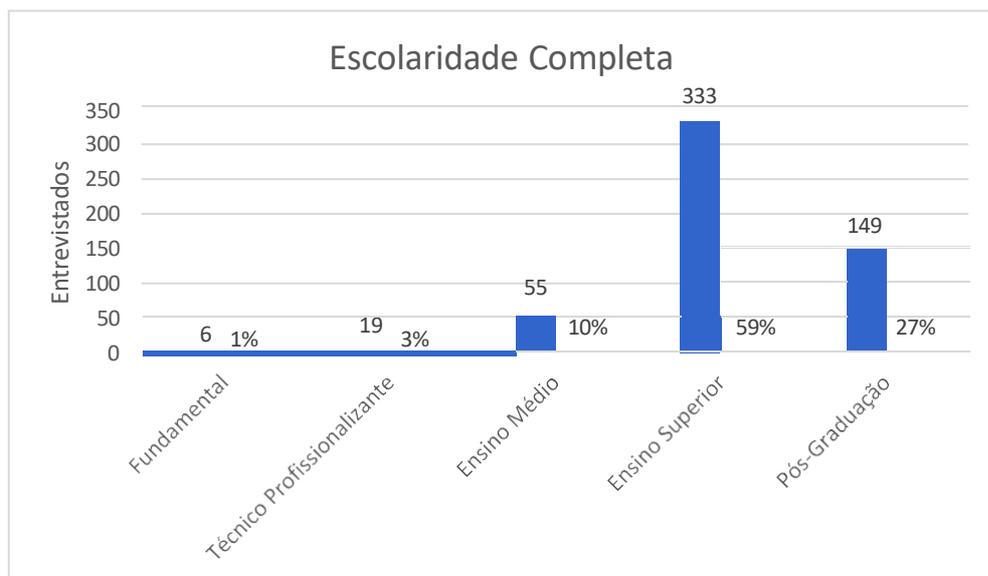
eventos como principal atrativo. Já 23% apontaram natureza/ecoturismo, cabe nos ressaltar que, Araçatuba está inserida em uma região privilegiada, de sol praticamente o ano todo, proporcionando aos turistas e excursionistas, belíssimos passeios pela região, 21% apontaram outros motivos não especificados e 2% diversão noturna.

Gráfico 8 – Principal motivo, se a lazer.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022

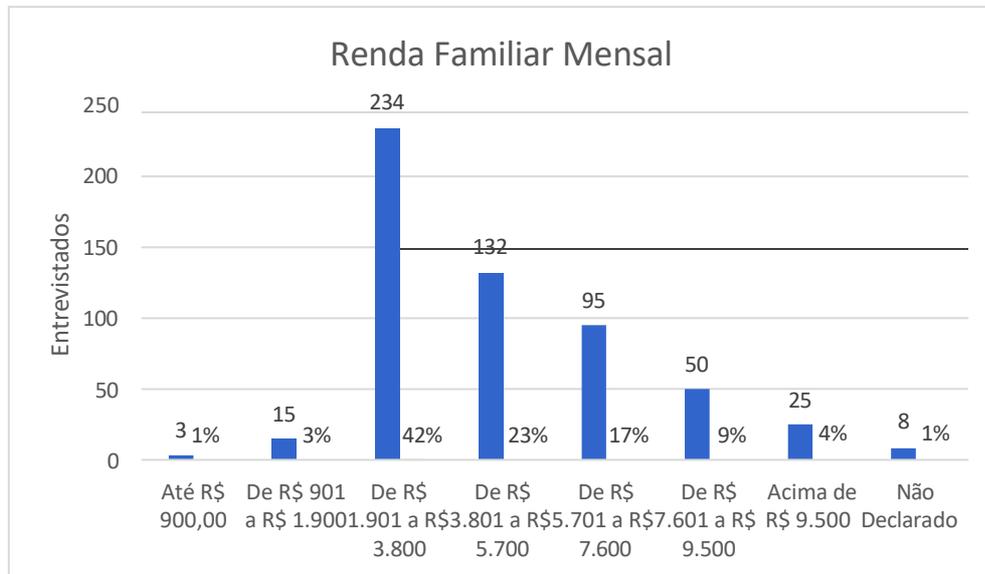
Gráfico 9 – Escolaridade completa.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Em relação à escolaridade dos entrevistados, conforme Gráfico 9 observa-se 59% informaram possuir ensino superior e 27% informaram possuir pós-graduação. 10% possuem ensino médio, 3% técnico profissionalizante e 1% fundamental.

Gráfico 10 – Renda Familiar Mensal.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022

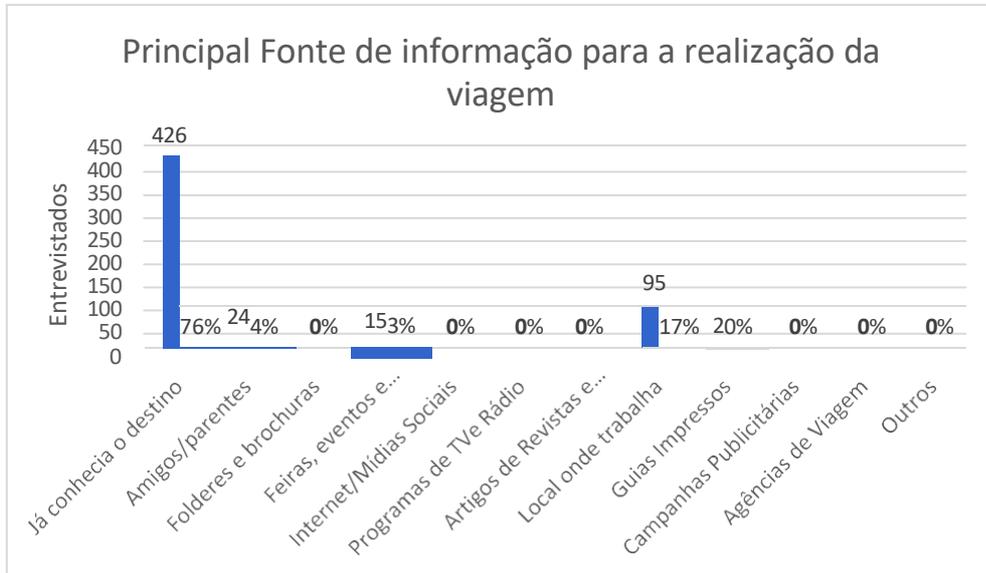
No gráfico 10, foi perguntado sobre a renda familiar e, 42% se enquadraram em uma renda de R\$ 1.901,00 a R\$ 3.800,00, 23% informaram ter uma renda de R\$ 3.801,00 a R\$ 5.700,00 e 17% apontaram uma renda de R\$ 5.701,00 a R\$ 7.600,00. Já 9% possuem um rendimento de R\$ 7.600,00 a R\$ 9.500,00, 4% acima de R\$ 9.500,00 e 3% de R\$ 901,00 a R\$ 1.900,00. Já 1% cada, apontou renda de até R\$ 900,00 e não declarou renda.

Diante das informações obtidas na análise anterior, ressalta-se a necessidade de planejamento para desenvolver a oferta turística do município de modo que atenda a todos e, assim fomentar a economia turística da cidade de Araçatuba.

Quanto a fonte de informação para realizar a viagem, conforme Gráfico 11, 76% já conheciam o destino, 17% informou local onde trabalha, 4% obtiveram informação junto a amigos/parentes e outros 3% informaram ser por feiras, eventos e congressos. Diante das informações, cabe-nos ressaltar o não apontamento como meio de informação a internet/mídias sociais, motivo pelo qual é necessário refletir, pois, ou o turista que visita Araçatuba utiliza pouco as redes sociais, aplicativos e internet, ou o

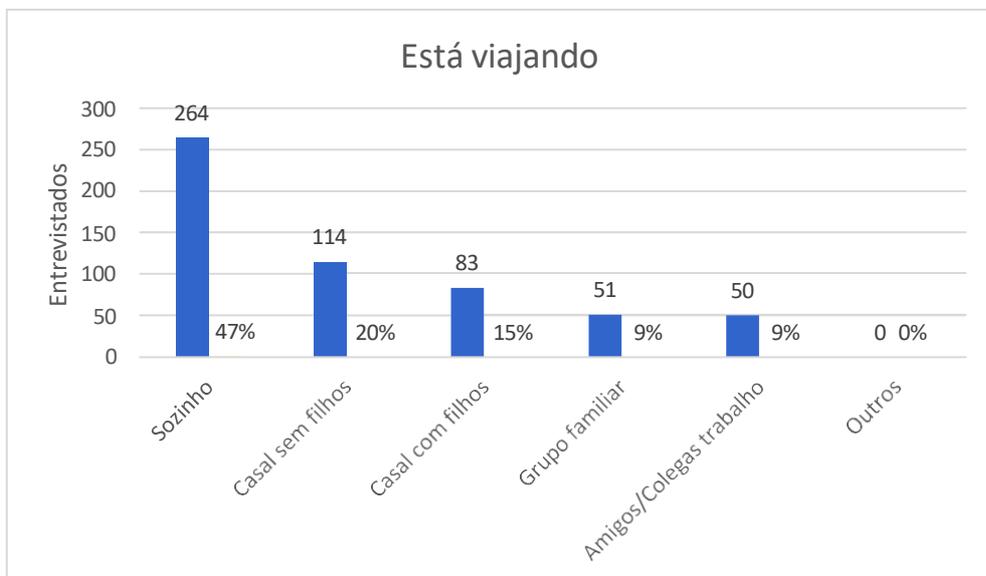
município ainda não tem disponível dados suficientes para que as pessoas possam obter maiores informações sobre o destino.

Gráfico 11 – Fonte de informação para a viagem.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

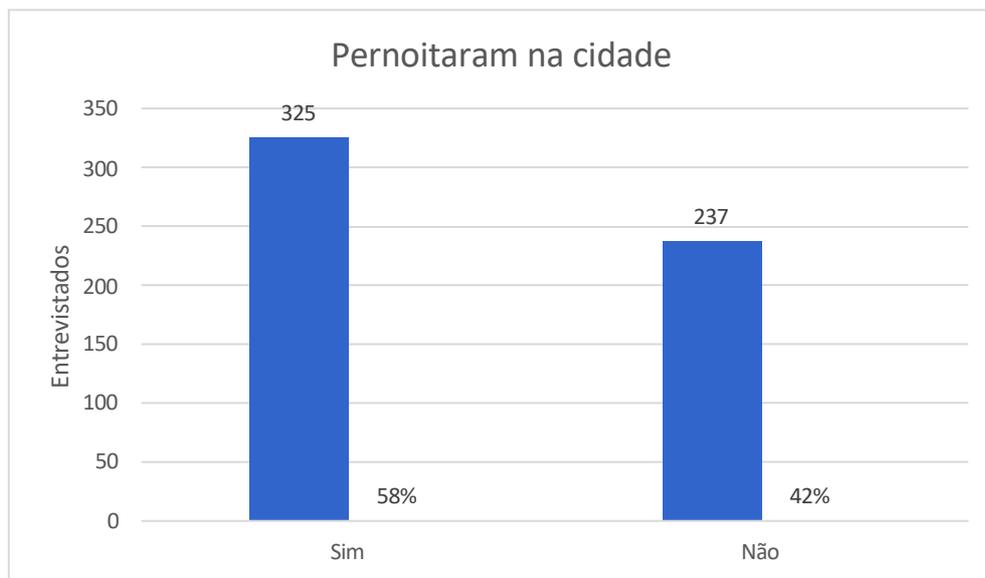
Gráfico 12 – Está viajando...



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Diante do gráfico 12, pode-se observar que 47% estavam viajando a cidade de Araçatuba sozinho, 20% em casal sem filhos, 15% em casal com filhos e, 9% cada, em grupo familiar e em amigos/colegas trabalho.

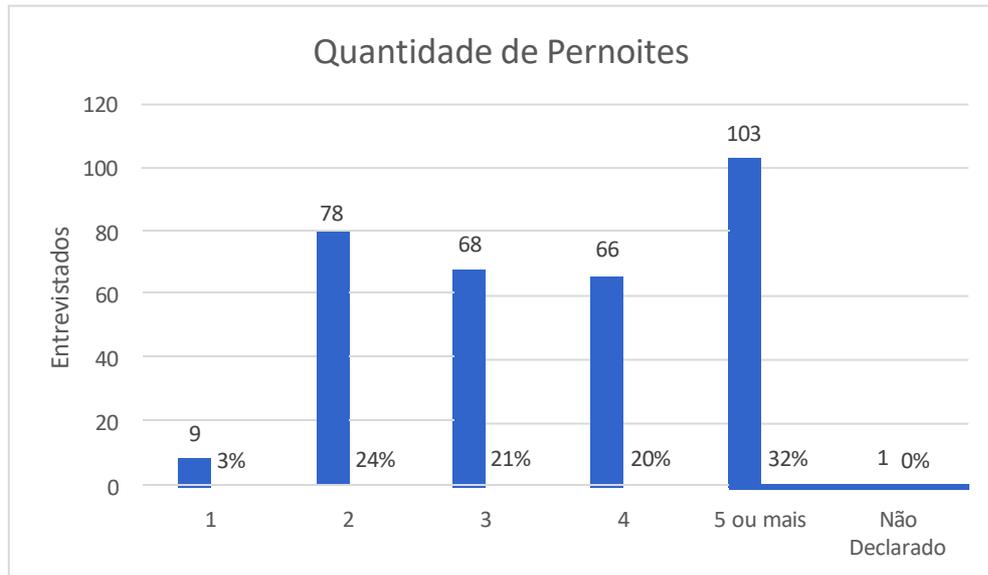
Gráfico 13 – Pernoite na cidade.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Diante do Gráfico 13, observa-se que no presente estudo, 58% dos entrevistados pernoveram na cidade e, 42% dos respondentes informaram que não. Dentre os respondentes que pernoveram em Araçatuba, 32% pernoveram por 5 ou mais dias, 24% por 2 dias, 21% por 3 dias, 20% por 4 dias e 3% por um dia, conforme mostra o Gráfico 14.

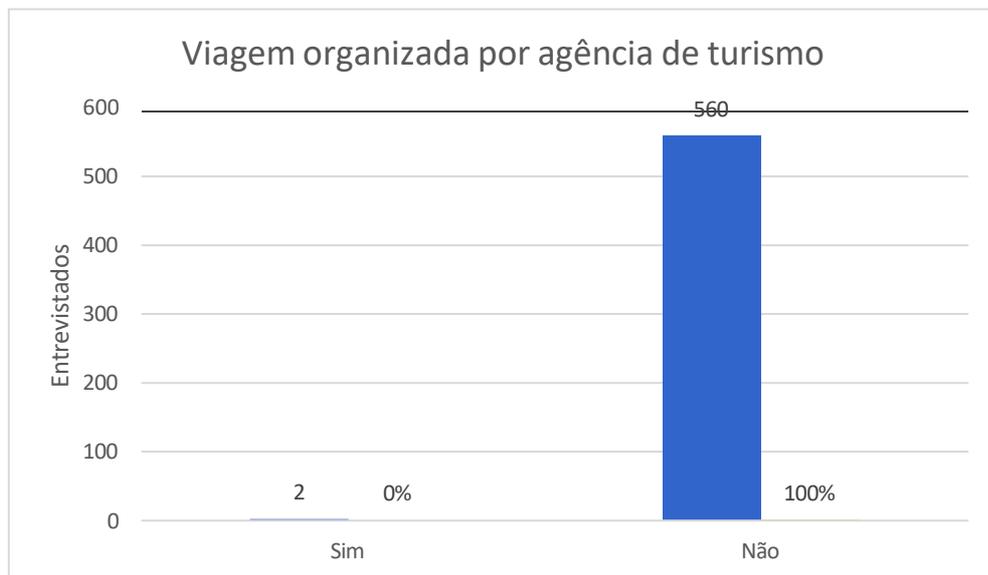
Gráfico 14 – Quantidade de pernoites.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Observa-se no Gráfico 15 que 100% dos entrevistados chegaram em Araçatuba por conta própria, sem intermédio de agência de viagem.

Gráfico 15 – Viagem organizada por agência de turismo.

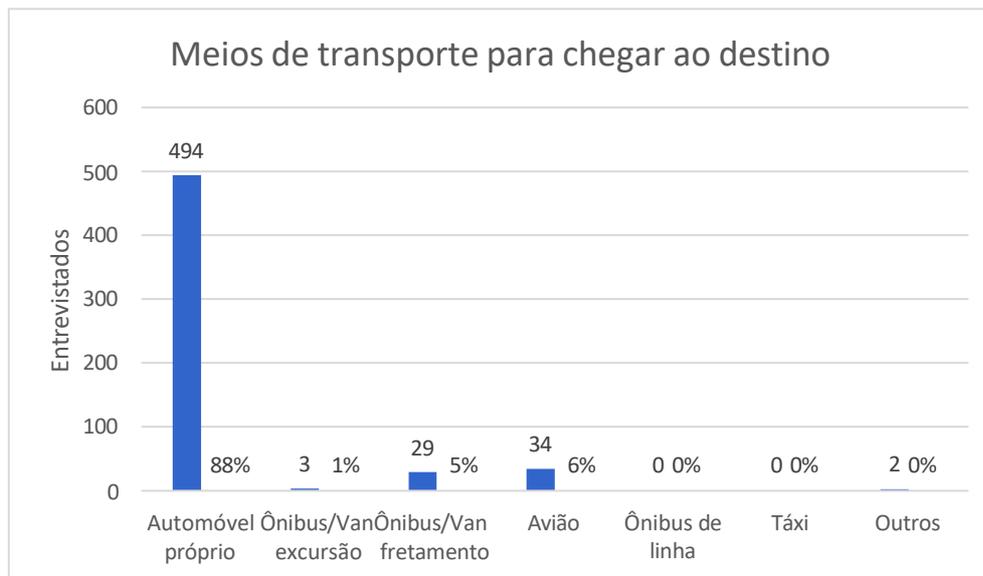


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Diante do gráfico 16, a liberdade e o conforto de chegar e partir quando desejar deixou o uso do automóvel próprio com 88% da preferência dos respondentes para realizar a viagem e 6% utilizaram serviços aéreos. Já 5% optaram por ônibus/van

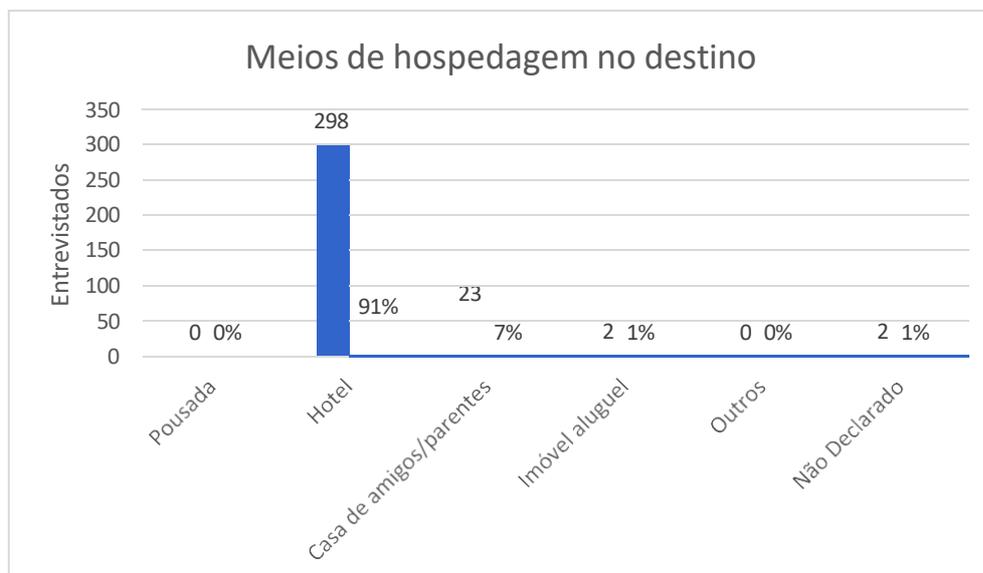
fretamento e 1% por ônibus/van excursão. O expressivo número de entrevistados que utilizaram o avião como meio de transporte se justifica devido ao período de aplicação da pesquisa, além dos constantes eventos promovidos pelo município.

Gráfico 16 – Meio de transporte utilizado.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Gráfico 17 – Meio de hospedagem no destino.

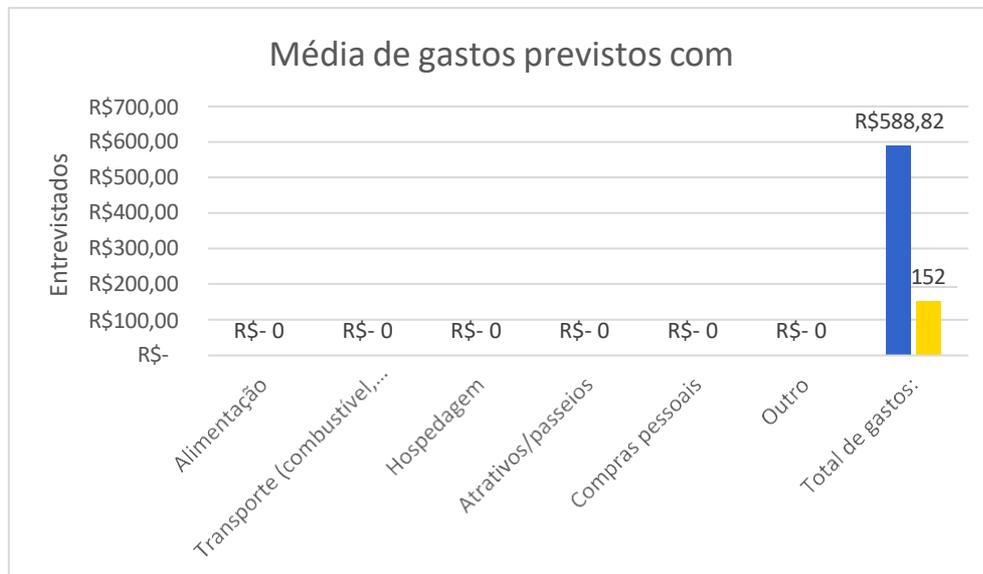


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Conforme gráfico 13, 58% dos entrevistados informaram ter pernoitado na cidade, sendo assim, dentre os respondentes, quanto ao meio de hospedagem no

destino, 91% ficaram em hotéis, 7% se hospedaram em casa de amigos/parentes e, 1% cada, em imóvel de aluguel e em outros meios de hospedagem não declarados.

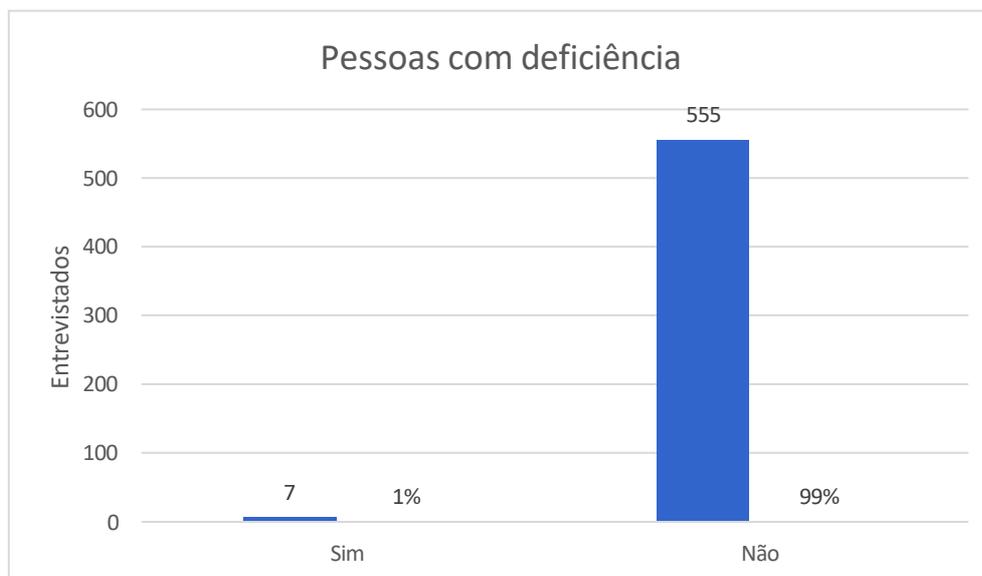
Gráfico 18 – Média de gastos.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

No gráfico 18, 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\$ 588,82, valor este que, refere-se ao período de permanência do turista/excursionista no município.

Gráfico 19 – Pessoas com deficiência.

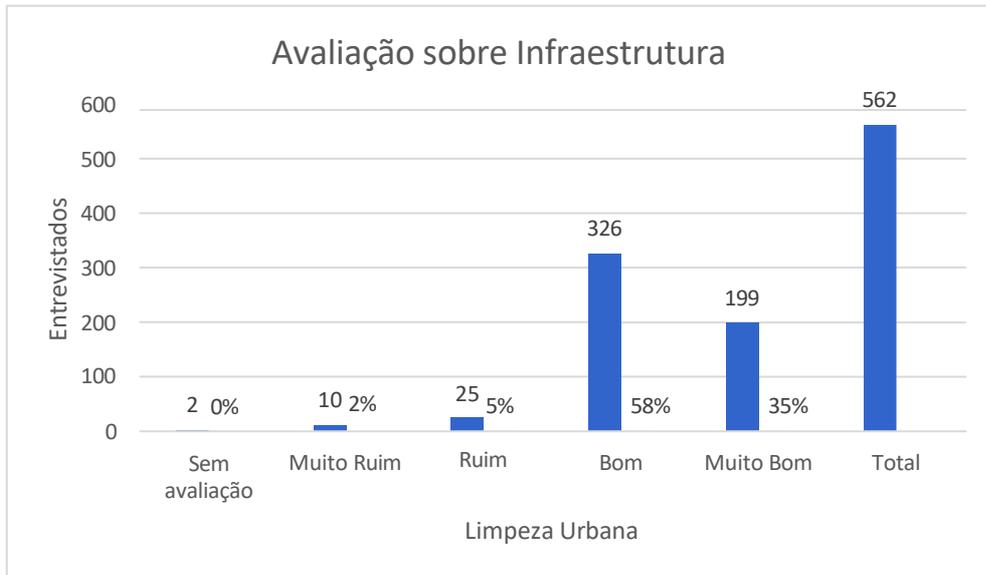


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

No Gráfico 19 observa-se que, 99% dos entrevistados informaram não possuir e não estar acompanhados de alguma pessoa com deficiência, já 1% afirmaram possuir ou estar acompanhado. 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 de 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 Estadual Complementar 1.261/2015 apresenta exigências para os destinos turísticos no futuro adequem-se para a acessibilidade universal.

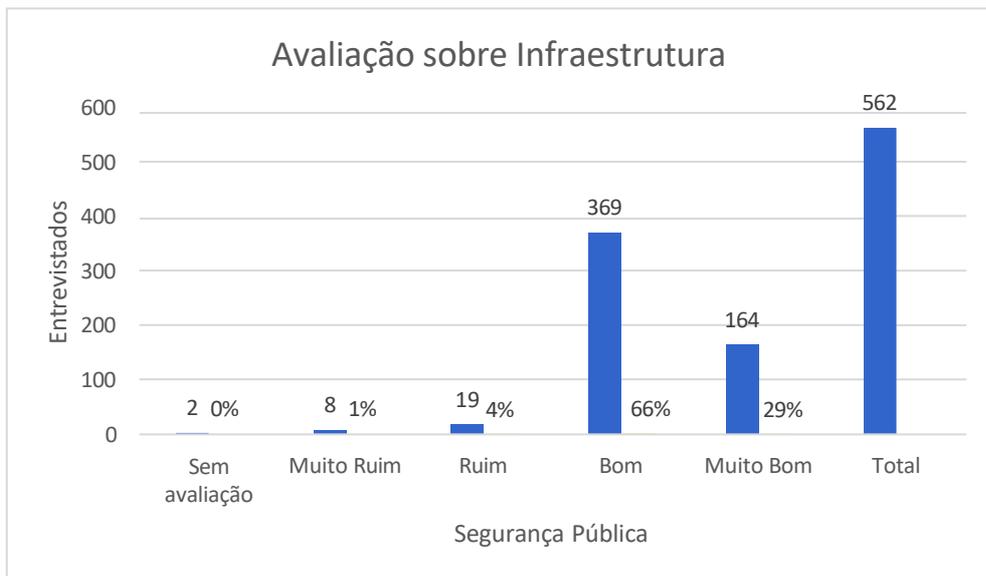
Continuando a análise, segue representação gráfica da avaliação sobre a infraestrutura de Araçatuba, na perspectiva dos entrevistados. Diante do Gráfico 20, possibilitou avaliar a infraestrutura no quesito Limpeza Urbana e, conforme as informações obtidas 93% avaliaram de bom a muito bom a limpeza de Araçatuba e 7%, avaliaram como muito ruim ou ruim a questão abordada.

Gráfico 20 – Avaliação sobre infraestrutura – Limpeza Urbana.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

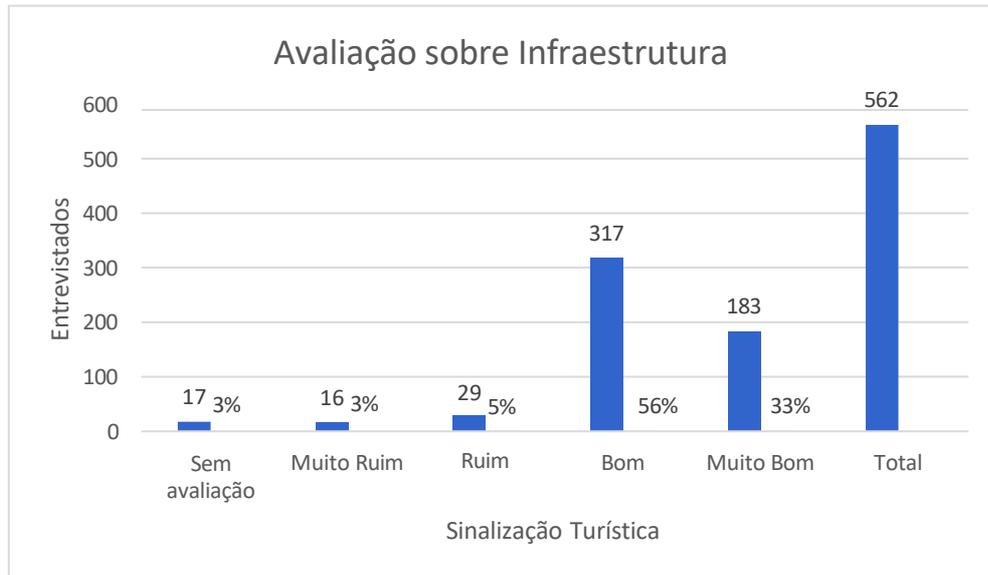
Gráfico 21 – Avaliação sobre infraestrutura – Segurança Pública.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

O Gráfico 21, nota-se que, 95% avaliaram de bom a muito bom a questão abordada, 5% dos respondentes avaliaram o item segurança pública como muito ruim ou ruim.

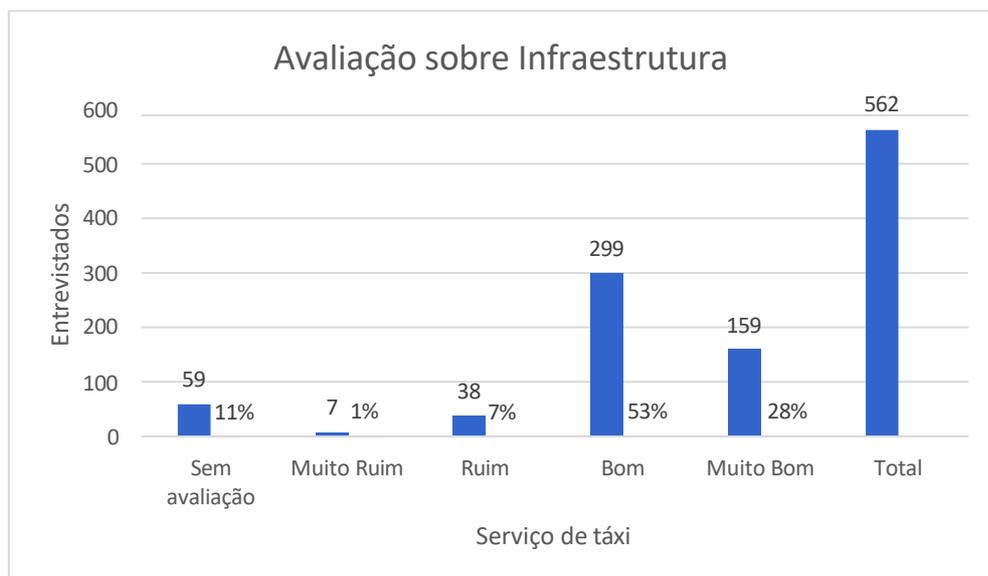
Gráfico 22 – Avaliação sobre infraestrutura – Sinalização Turística.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

O Gráfico 22, apresenta a avaliação sobre a infraestrutura no quesito sinalização turística, diante dos dados, 89% classificaram como bom e muito bom, 8% consideraram como muito ruim ou ruim e 3% não avaliaram o item.

Gráfico 23 – Avaliação sobre infraestrutura – Serviços de Táxi.

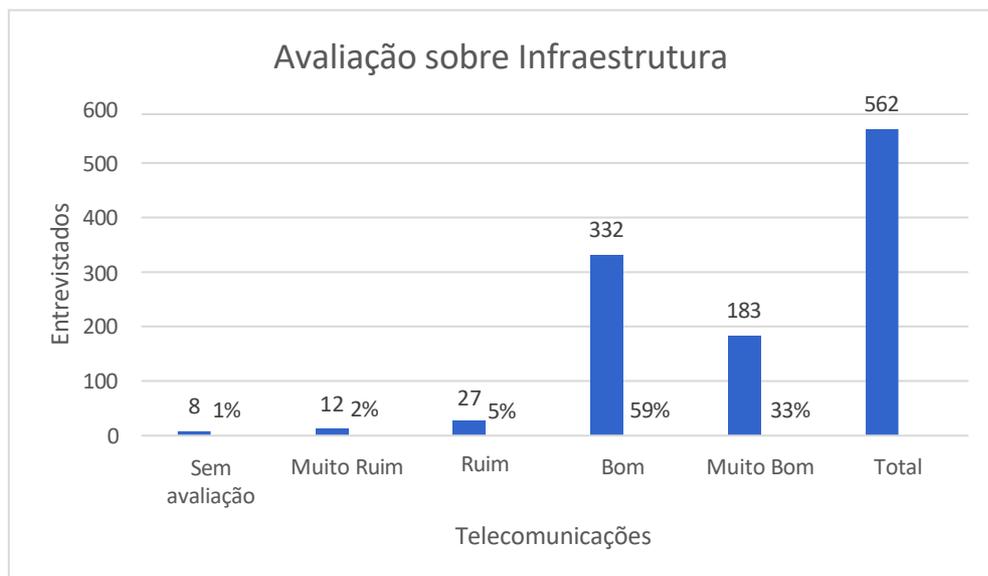


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Continuando as análises do presente Estudo de Demanda Turística Real de Araçatuba, no caso da avaliação da infraestrutura no aspecto táxi, 81% consideraram de bom a muito bom, 11% dos entrevistados não avaliaram o item e 8% avaliaram como muito ruim ou ruim. Mesmo os entrevistados tendo a preferência de utilizar o próprio automóvel para realizar a viagem, os respondentes se sentiram confortáveis em avaliar o item pois, em alguma visita a Araçatuba utilizaram o serviço. Atualmente os serviços de táxi e transporte por aplicativos são muito procurados, o que justifica a avaliação deste item.

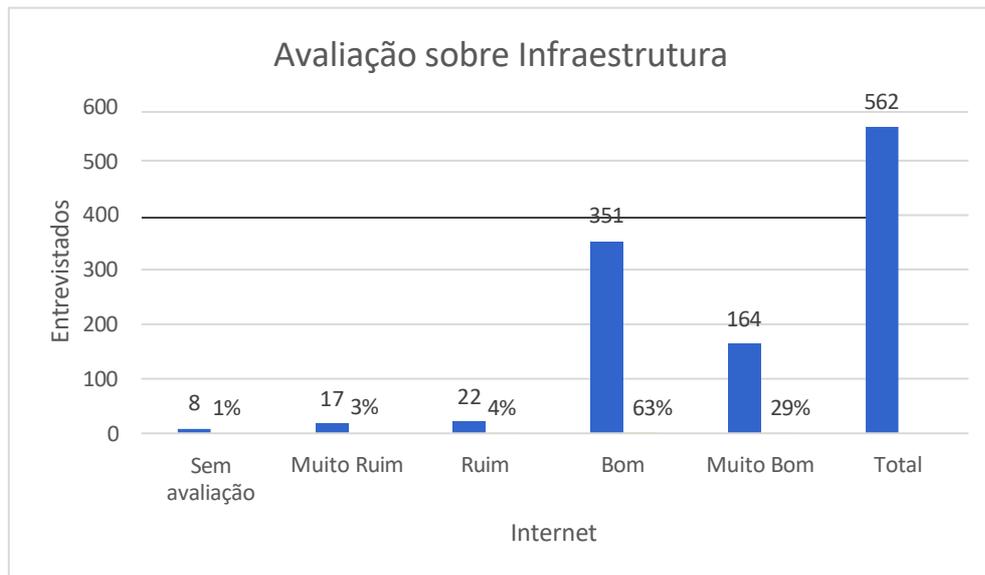
Diante da pesquisa realizada, observa-se que 1% não se sentiram à vontade de avaliar o item Telecomunicações, já, 92% classificaram de bom a muito bom as telecomunicações (telefonia) da cidade e 7% classificaram como muito ruim ou ruim.

Gráfico 24 – Avaliação sobre infraestrutura – Telecomunicações.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

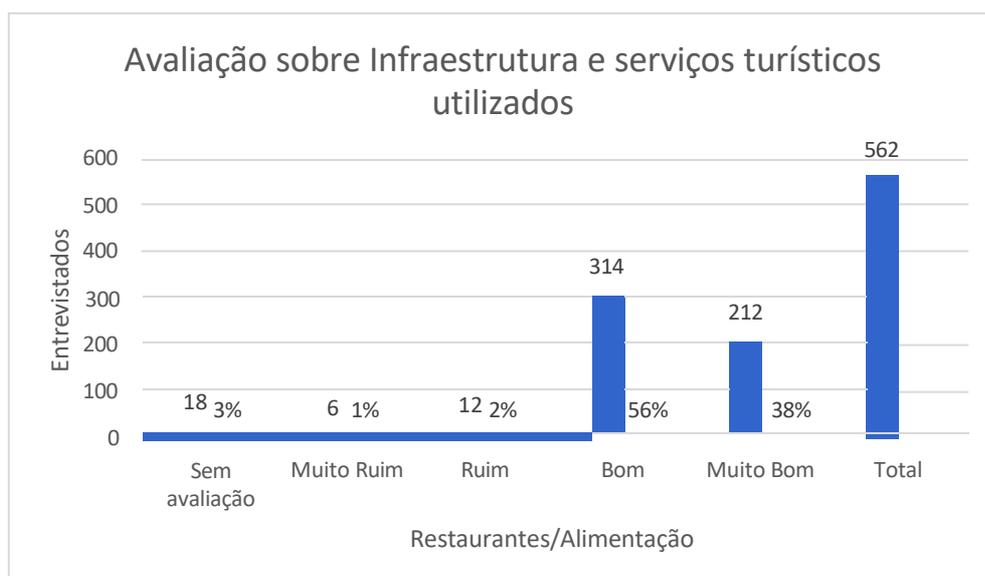
Gráfico 25 – Avaliação sobre infraestrutura – Internet.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Com base nos dados coletados e representados por meio do Gráfico 25, observa-se que 92% dos respondentes avaliaram de bom a muito bom a internet do município. Por outro lado, 7% classificaram como muito ruim ou ruim e 1% não avaliou o item.

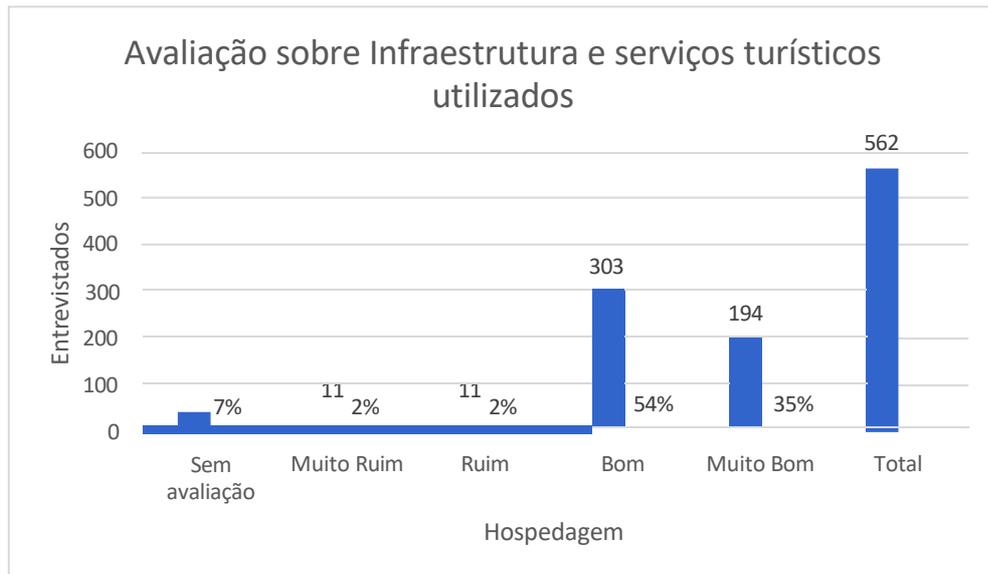
Gráfico 26 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Restaurantes/Alimentação.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

No Gráfico 26, observa-se expressivo percentual de satisfação, onde, 94% dos respondentes classificaram de bom a muito bom a infraestrutura no quesito Restaurantes/Alimentação da cidade de Araçatuba, 3% não se sentiram confortáveis em avaliar o item e 3% avaliou como muito ruim ou ruim.

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

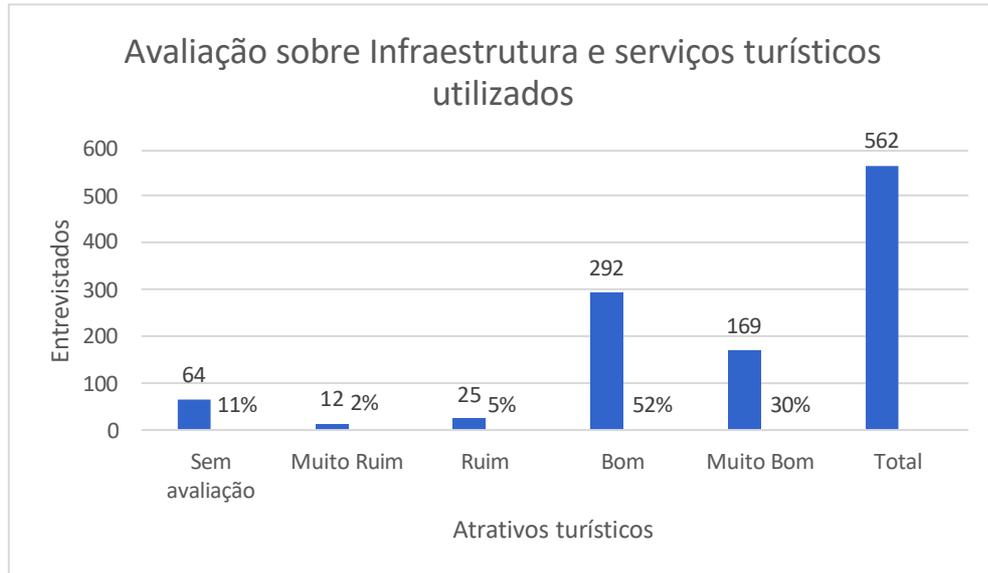


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Diante dos dados obtidos, 7% não se sentiram à vontade em avaliar, e dos que se sentiram confortáveis, 89%, classificou de bom a muito bom e 4% dos entrevistados avaliaram como muito ruim ou ruim o quesito Hospedagem.

No Gráfico 28, 82%, classificou de bom a muito bom, 11% dos entrevistados não avaliaram os Atrativos turísticos da cidade e 7%, avaliou como muito ruim ou ruim.

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



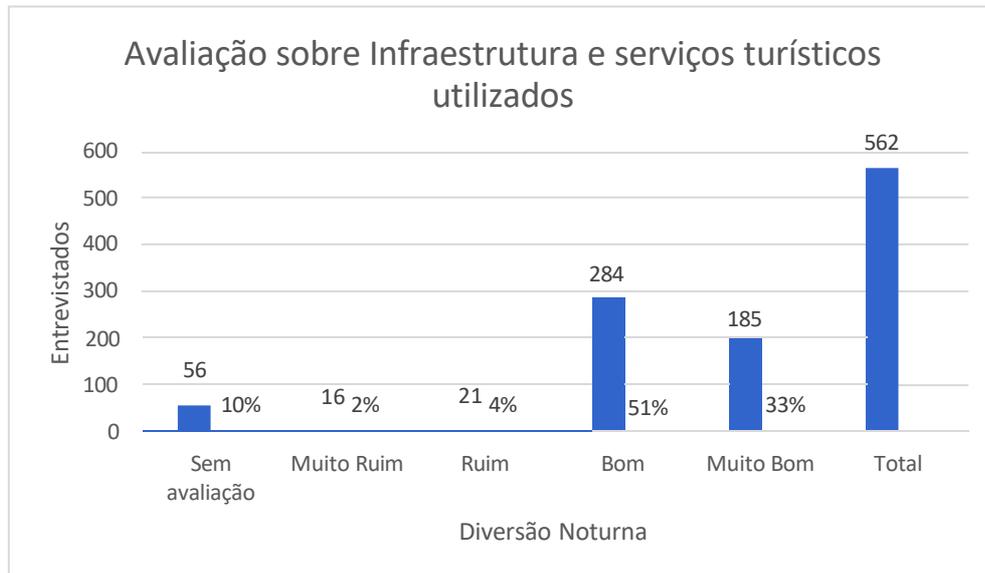
Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

A Diversão Noturna, 84% dos entrevistados classificaram como bom e muito bom, 10% dos respondentes não avaliaram e 6%, avaliou como muito ruim ou ruim.

Em relação à avaliação das informações turísticas, Gráfico 30, 78% classificaram como bom e muito bom, 13% dos entrevistados não avaliaram e 9% avaliaram como muito ruim ou ruim.

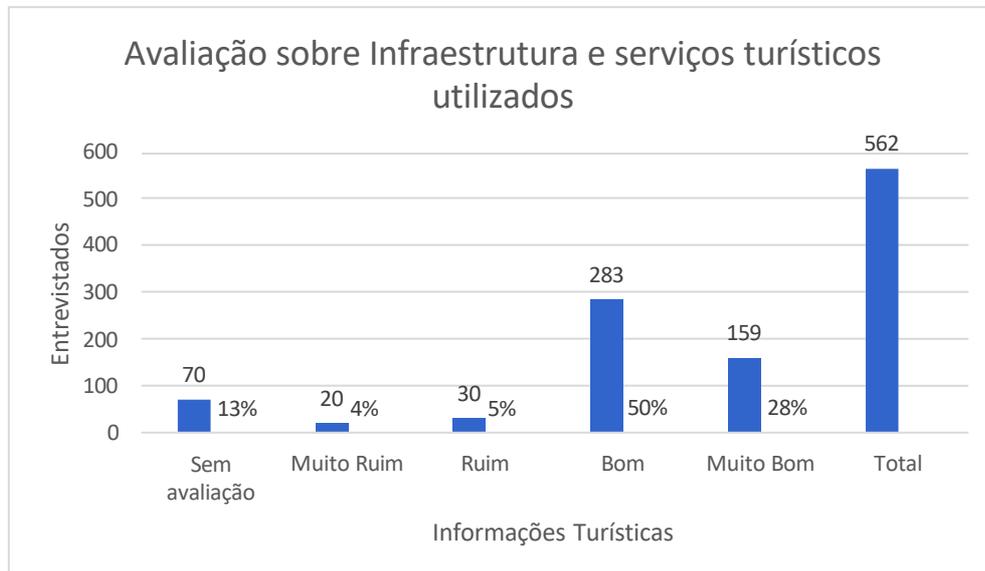
A seguir gráfico 29 e 30 que representam as informações apontadas acima.

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



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

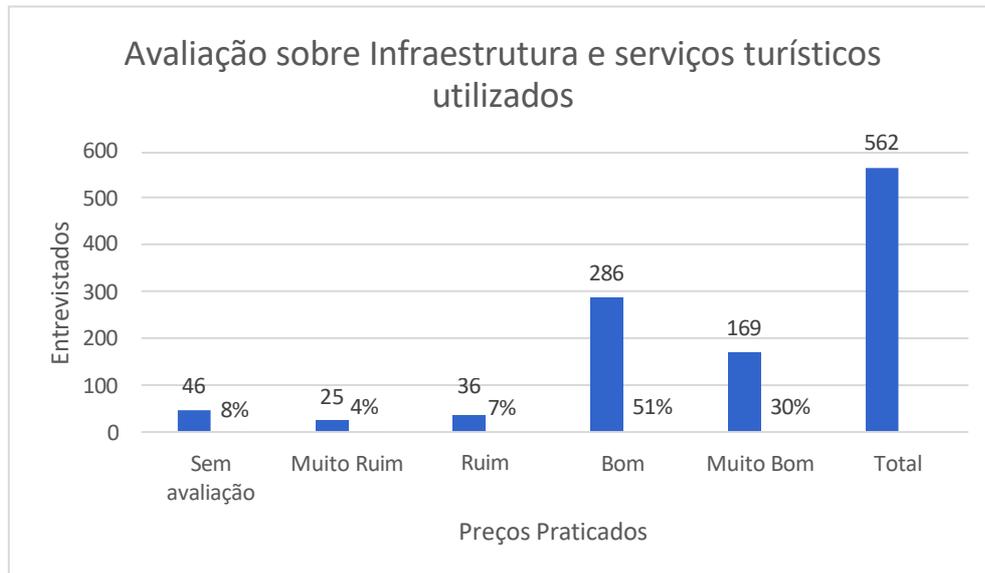
Gráfico 30 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Informações Turísticas.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Conforme o Gráfico 31 a seguir, observa-se que 81% consideraram bom a muito bom o preço praticado, 11%, avaliou como muito ruim ou ruim e 8% não avaliou o quesito preço.

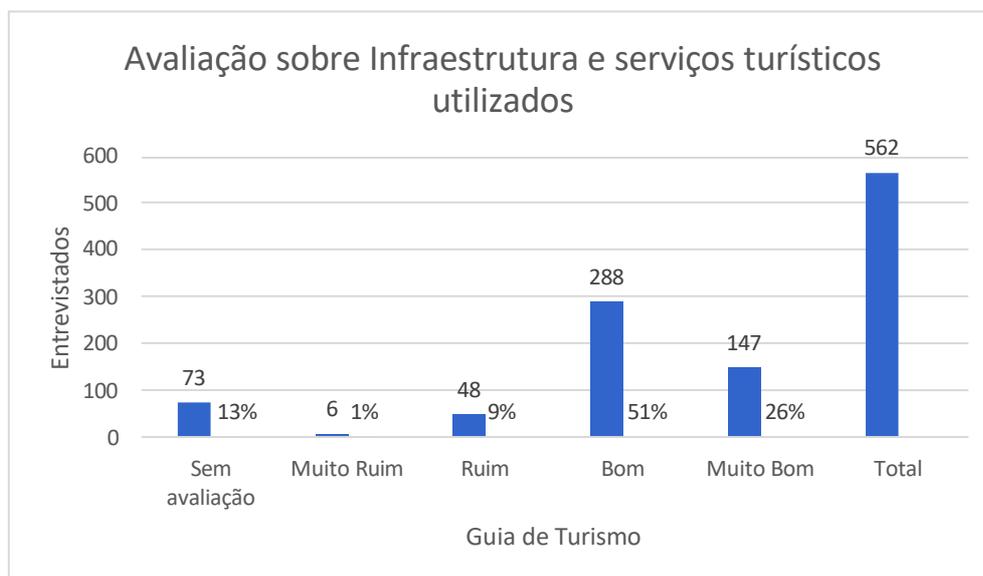
Gráfico 31 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Preços Praticados.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

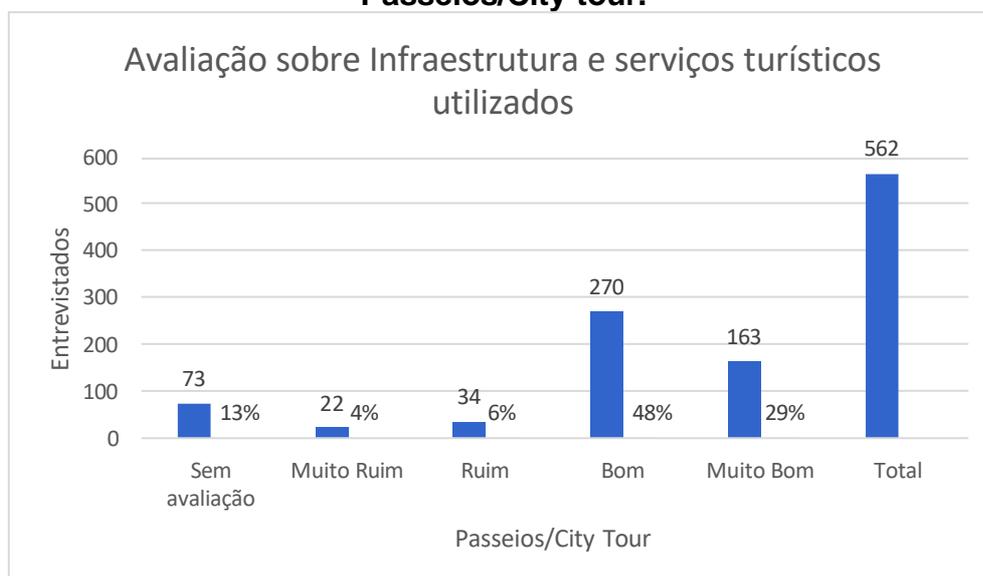
No caso de serviços turísticos – Guia de Turismo (Gráfico 32) 13% não se sentiram à vontade em avaliar, 77% avaliaram o Guia como bom e muito bom e 10% avaliaram o serviço como muito ruim ou ruim. Quanto a avaliação do Guia de Turismo, o entrevistado acaba analisando de forma geral, todo informativo encontrado sobre o local. Os impressos e informações obtidas por meio digital são considerados; bem como, toda informação obtida por alguns visitantes junto a munícipes. Diante das considerações, justifica o percentual de visitantes que classificaram e avaliaram o item em questão. Cabe nos ressaltar ainda que o município de Araçatuba divulga e realiza constantes eventos na cidade, o que atrai inúmeros turistas/excursionistas anualmente, e que obtém informações por meio digital, impressos, amigos, trabalhos etc.

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



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

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

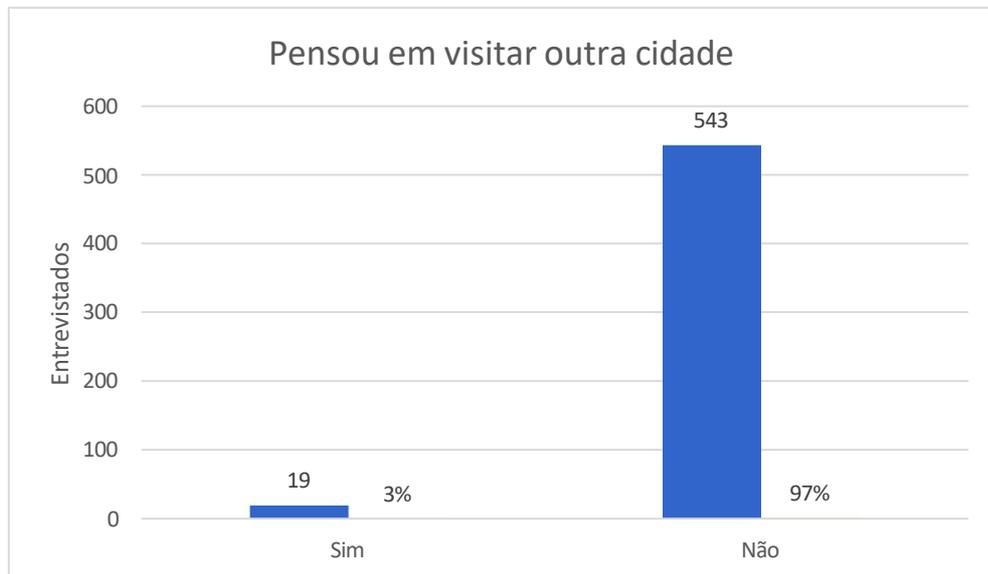


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

No Gráfico 33, percebe-se que 77%, classificou como bom ou muito bom os Passeios/City Tour, 13% não avaliou o serviço e, 10% avaliaram como muito ruim ou ruim. Os Passeios/City Tour, refere-se a um passeio, oferecido por empresas de turismo ou traslado, onde é possível conhecer melhor a cidade e visitar os principais pontos turísticos, no entanto, o passeio realizado pelo entrevistado de forma

autônoma é considerado como um city tour pelos mesmos, o que justifica a avaliação de bom a muito bom.

Gráfico 34 – Pensou em visitar outra cidade?

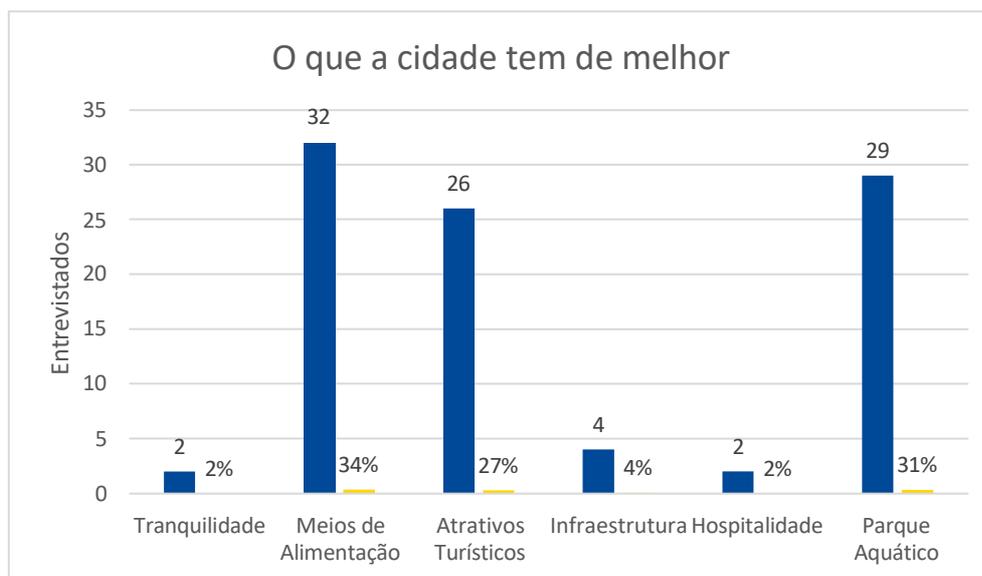


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Observa-se no gráfico 34, que 97% dos respondentes tinham como único objetivo visitar a cidade de Araçatuba e outros 3% não.

Continuando a análise dos resultados, nos gráficos a seguir, foram realizados apontamentos dos pontos fortes e fracos do município de Araçatuba, pontos esses essenciais para o desenvolvimento do planejamento e fomento da atividade turística do município.

Gráfico 35 – O que a cidade tem de melhor?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

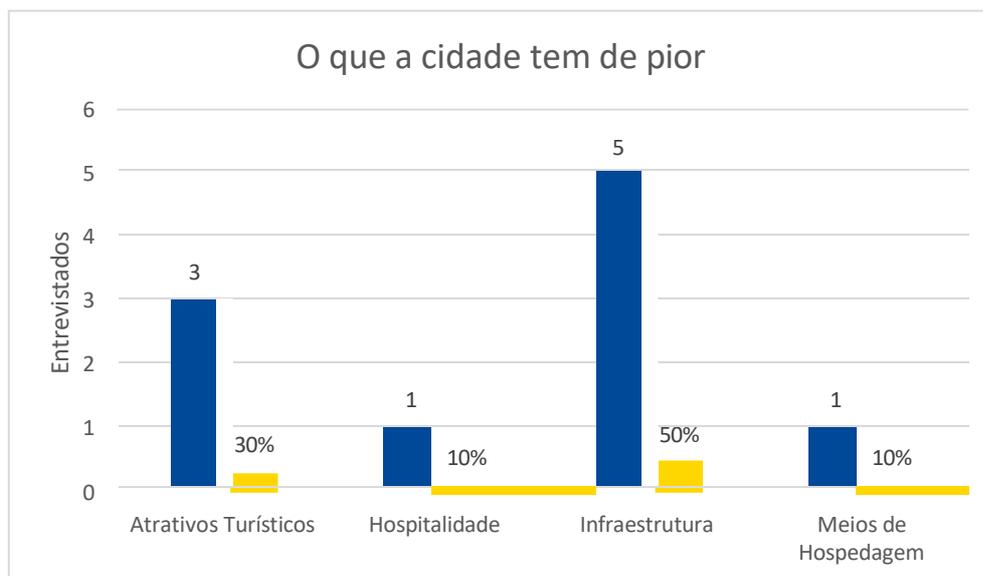
Diante do Gráfico 35, foi possível levantar os pontos fortes da cidade na perspectiva dos entrevistados respondentes e diante dos resultados alcançados na questão abordada, observa-se que os entrevistados cada qual com seus apontamentos, ficaram satisfeitos com alguma característica da cidade, conforme apresentado no quadro a seguir. Cabe nos ressaltar que, o percentual Infraestrutura pontuado de forma positiva englobou: segurança.

Quadro 1 – O que a cidade tem de melhor.

%	Nº respondentes	Apontamento
34%	32	Meios de Alimentação
31%	29	Parque Aquático
27%	26	Atrativos Turísticos
4%	4	Infraestrutura
2%	2	Hospitalidade
2%	2	Tranquilidade
100%	95	-

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Gráfico 36 – O que a Cidade tem de Pior?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Por sua vez, o Gráfico 36 aponta o que a cidade tem de pior na opinião dos turistas/excursionistas respondentes que visitaram o município e diante dos apontamentos, em relação a Infraestrutura, os principais questionamentos foram no quesito: limpeza e segurança, cabe nos ainda, uma observação quanto ao número de respondentes, dentre os 562 entrevistados, apenas 10 entrevistados realizaram apontamentos.

Quadro 2 – O que a cidade tem de pior.

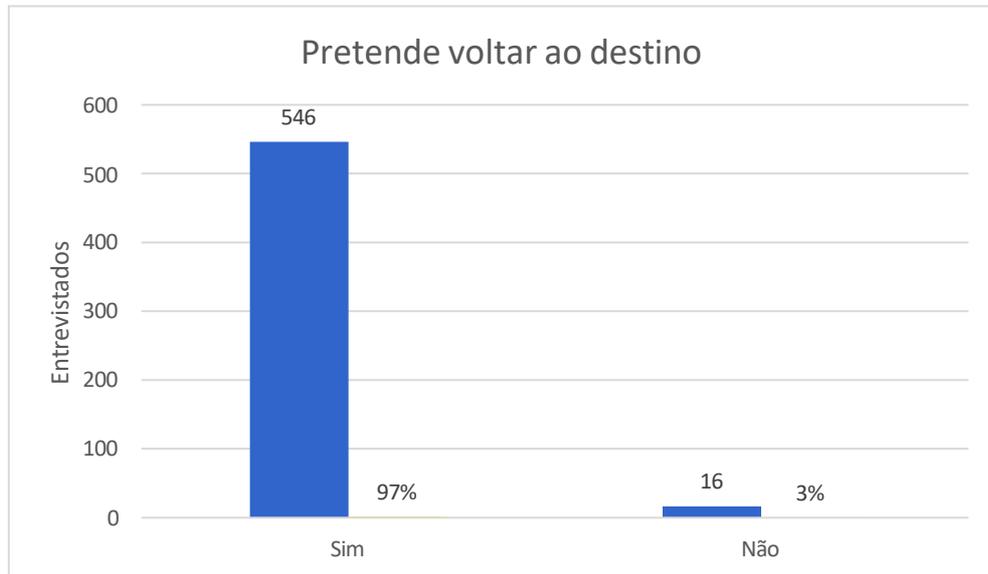
%	Nº respondentes	Apontamento
50%	5	Infraestrutura
30%	3	Atrativos Turísticos
10%	1	Hospitalidade
10%	1	Meios de Hospedagem
100%	10	-

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Mesmo diante dos apontamentos do gráfico anterior, no Gráfico 37, foi questionado junto ao entrevistado a pretensão de retornar ao município e, 97%

apresentaram interesse em voltar e conhecer melhor a cidade e 3% não apresentaram interesse.

Gráfico 37 – Pretende voltar ao destino?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2022.

Análise da pesquisa

A seguir destacamos os índices de maior relevância que foram identificados na pesquisa e os agrupamos:

- ↪ 91% das entrevistas ocorreram em finais de semana e 9% em dias úteis, os locais de aplicação, 18% no Shopping Praça Nova, 14% no Comércio Diferenciado e 12% na ABQM. Já 10% cada, ocorreram nos Meios de Alimentação e Meios de Hospedagem e 9% nos Eventos Natalinos. Já 7% cada, ocorreram no Calçadão, no Hot Planet e no Shopping Multishop. 4% ocorreram no Evento de Pesca e 2% no Parque Ecológico do Bagaçu.
- ↪ 100% dos respondentes possuem residência fixa no Brasil e, quanto a origem dos visitantes, 54% dos respondentes têm origem de municípios com até 100 km, 35% de municípios com mais 100 km. Já 6% apontaram capital, região metropolitana e litoral do estado e, 5% denotaram outros estados.
- ↪ Diante da principal motivação para realizar a viagem, observa-se na presente pesquisa que 51% estavam na cidade por motivos de negócios/trabalho, já 28%, apontaram lazer, 12% eventos, 6% congressos/feiras e 3% visita a familiares. Dentre aqueles respondentes que apontaram o Lazer como principal motivo, 30% apontaram cultura e, 24% eventos. Já 23% apontaram natureza/ecoturismo, 21% outros motivos não especificados e 2% diversão noturna.
- ↪ Em relação ao perfil dos visitantes, 57% eram do sexo masculino e 43% do sexo feminino. A faixa etária predominante, foi de 30 a 49 anos e, quanto ao nível escolar dos visitantes 59% informaram possuir ensino superior, seguido de 27% que informaram possuir pós-graduação. A renda familiar, observa-se que 82% dos entrevistados se enquadram em uma faixa de R\$ 1.901,00 a R\$ 7.600,00.
- ↪ Quanto a principal fonte de informação para realizar a viagem, 76% já conheciam o destino, 17% se informou no local onde trabalha, 4% obtiveram informação junto a amigos/parentes e outros 3% informaram ser por feiras, eventos e congressos.

- ↪ No item está viajando, 47% estavam viajando a cidade de Araçatuba sozinho, 20% em casal sem filhos, 15% em casal com filhos e, 9% cada, em grupo familiar e em amigos/colegas trabalho.
- ↪ 58% dos entrevistados pernoveram na cidade e, 42% dos respondentes informaram que não. Dentre os respondentes que pernoveram em Araçatuba, 32% pernoveram por 5 ou mais dias, 24% por 2 dias, 21% por 3 dias, 20% por 4 dias e 3% por um dia. Quanto ao meio de hospedagem, 91% utilizaram serviços hoteleiros, 7% se hospedaram em casa de amigos/parentes e, 1% cada, em imóvel de aluguel e outros meios de hospedagem não declarados.
- ↪ 100% dos entrevistados declaram ter organizado a viagem por conta própria, sem auxílio de agências de turismo e deixou o uso do automóvel próprio com 88% da preferência dos respondentes para realizar a viagem e 6% utilizaram avião. Já 5%, se locomoveram por meio de ônibus/van fretamento e 1% por ônibus/van excursão. O expressivo valor de entrevistados que utilizaram o avião como meio de transporte se justifica devido ao período de aplicação e constantes eventos promovidos na cidade.
- ↪ Com base nos valores declarados, observa-se que os respondentes estão dispostos a gastar em média R\$ 588,82 distribuídos entre alimentação, transporte, hospedagem, atrativos/passeios, compras pessoais e outros gastos não declarados. Na presente pesquisa, a média foi obtida por meio da somatória de todos os itens e dividido pela quantidade de entrevistados respondentes.
- ↪ 99% dos entrevistados informaram não possuir e não estar acompanhado de algum deficiente, no entanto, 1% informaram possuir ou estar acompanhado de pessoas com alguma deficiência permanente ou temporária. Em relação a acessibilidade, cabe salientar a necessidade de um devido acompanhamento pois, é preciso atender as exigências apresentadas na Lei Estadual Complementar 1.261/15 para que os destinos turísticos se adequem para a acessibilidade universal, possibilitando atender esse público.
- ↪ 97% dos respondentes, não pensaram em visitar outra cidade, tiveram como único objetivo visitar o município de Araçatuba e, 97% dos respondentes demonstraram interesse em voltar e conhecer melhor a cidade.

Com base nos apontamentos realizados no Gráfico 35, foi possível verificar o que mais agradou o turista e/ou excursionista que visitou a cidade de Araçatuba e com base nos dados obtidos realizar um planejamento estratégico para valorizá-los na oferta turística local. Sendo assim, quando questionado junto ao entrevistado o que a cidade tem de melhor, os itens de destaque observados no presente estudo, diante dos apontamentos dos entrevistados respondes, foram:

- ✓ 34% Meios de Alimentação
- ✓ 31% Parque Aquático
- ✓ 27% Atrativos Turísticos
- ✓ 4% Infraestrutura
- ✓ 2% Hospitalidade
- ✓ 2% Tranquilidade

No item o que a cidade tem de pior, foi possível identificar os principais pontos que desagradam os turistas, visando assim oportunizar novos negócios e buscar melhorias de forma contínua. O município de interesse turístico que visa atender de forma efetiva sua demanda precisa estar atento aos fatores que desagradam seus visitantes, quanto a este item, cabe uma observação quanto ao número de respondentes, dentre os 562 entrevistados, apenas 10 entrevistados realizaram apontamentos, sendo eles:

- ✓ 50% Infraestrutura
- ✓ 30% Atrativos Turísticos
- ✓ 10% Hospitalidade
- ✓ 10% Meios de Hospedagem

Identificar os pontos fortes e fracos, bem como as oportunidades e ameaças de uma destinação turística é fundamental para que o município possa desenvolver um plano de ação que visa potencializar os pontos fortes e desenvolver estratégias que neutralizem os fatores negativos, alinhando-as na busca da satisfação plena dos turistas e excursionistas que movimentam e fomentam a economia e atividade turística do município.

Conclusão

Diante do atual cenário econômico, observa-se que os turistas e/ou excursionistas estão buscando novas alternativas para viajar e, uma das formas, é por meio do turismo de proximidade. 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 desagradam em uma destinação.

O estudo da demanda turística tem como objetivo observar o comportamento dos visitantes de uma destinação turística, identificando motivações para realizar a viagem, bem como o que os agradam e, o que os desagradam numa destinação.

Com base na análise realizada, conclui-se que, os turistas e excursionistas que visitaram Araçatuba em 2022, 54% residem em municípios com até de 100 km do município, e deixa o uso do próprio automóvel com maior percentual de preferência para realizar a viagem. Dentre os principais motivos para realizar a viagem, negócios/trabalho teve maior percentual, seguido de lazer. Aqueles que estavam a lazer, apontaram cultura, eventos e natureza como principal atrativo.

Quanto ao perfil dos entrevistados, observa-se que, 57% eram do sexo masculino e 43% sexo feminino e, a faixa etária de destaque ficou de 30 a 49 anos. No presente estudo o nível escolar de destaque foi o ensino superior seguido da pós-graduação e a faixa de renda familiar de 86% ficou de até R\$ 7.600,00.

A principal fonte de informação para realizar a viagem, observa-se que o maior percentual já conhecia o destino e aqueles que não conheciam obtiveram informação no local onde trabalha, organizando assim a viagem por conta própria sem auxílio de agências de turismo.

Como já pontuado, no presente estudo, muitos entrevistados pernoveram na cidade, dentre os que pernoveram, a estada na cidade de maior destaque, foi por cinco ou mais dias e o meio de hospedagem no destino foram os hotéis.

Diante dos valores declarados, observa-se que os respondentes estão dispostos a gastar em média R\$ 588,82, distribuídos 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 entrevistados respondentes.

Em relação aos apontamentos, na perspectiva dos respondentes, Meios de Alimentação, Parque Aquático, Atrativos Turísticos, Infraestrutura, Hospitalidade e Tranquilidade, foram os itens de destaque em relação ao que a cidade tem de melhor, no entanto, alguns visitantes, perceberam e apontaram de forma negativa a Infraestrutura, Atrativos Turísticos, Hospitalidade e Meios de Hospedagem.

Na perspectiva dos visitantes, a avaliação sobre a infraestrutura da cidade nos quesitos Limpeza Urbana e Segurança Pública teve um bom índice de contentamento, ou seja, pessoas que classificaram de bom a muito bom.

A avaliação do serviço de táxi, mesmo o maior percentual de visitantes terem utilizado o próprio veículo para realizar a viagem, observa-se 81% de satisfação, no entanto, pode ser justificado devido aos respondentes se sentirem à vontade em avaliar o item pois, já utilizaram o serviço no município, o que hoje em dia é muito comum a utilização de motoristas por aplicativo. Já a hospedagem, observa-se que 89% classificaram de bom a muito bom.

O serviço de telecomunicação teve 92% de satisfação, ou seja, pessoas que classificaram de bom a muito bom o serviço, já 7% consideraram como muito ruim ou ruim e 1% não avaliaram. Já a Internet, teve 92% de satisfação, 7% classificaram como muito ruim ou ruim e 1% não avaliaram.

Os Restaurantes/Alimentação 94%, classificou de bom a muito bom. Já a Diversão Noturna, 84% classificaram como bom e muito bom, 10% não avaliaram e, 6%, considerou muito ruim e ruim. No quesito Preços praticados, 81%, classificou de bom a muito bom, 11%, classificou como muito ruim e ruim e 8% não avaliaram.

Diante dos dados, observa-se que Sinalização Turística da cidade 89% classificaram como bom e muito bom, 8%, classificou como muito ruim e ruim e 3% não avaliaram. Quanto os atrativos turísticos 11% não avaliaram, dentre os que se sentiram à vontade em avaliar, 82%, classificou de bom a muito bom e 7% classificou de muito ruim a ruim. As informações turísticas, 78%, avaliou como bom e muito bom, 13% não avaliou e 9% avaliou de muito ruim a ruim.

Quanto ao Guia de Turismo, teve expressivo percentual de avaliação, que se justifica pelo fato de os entrevistados avaliarem de forma geral todo informativo encontrado sobre o local, como por meio digital, impressos e informações obtidas junto aos munícipes. Já os Passeios/City tour também teve expressivo percentual de

avaliação, o que se justifica pelos entrevistados considerarem o passeio realizado de forma autônoma como um city tour.

Cabe-nos apontar que, diante da avaliação dos itens infraestrutura do município, mesmo com boa avaliação é recomendável um permanente aprimoramento a fim de oferecer serviços de excelência aos turistas/excursionistas que visitam a cidade.

De se ressaltar ainda que, de acordo com a experiência reduzida do turista, algumas percepções sobre determinado tema ficam restritas e o entrevistado prefere não responder. Importante esclarecer ainda que nem todos os serviços são utilizados pelo visitante turista/excursionista.

Mesmo diante de todos os apontamentos, em nível de satisfação e insatisfação, observa-se que 97% dos entrevistados afirmaram que pretendem voltar ao destino, o que demonstra interesse em conhecer melhor a cidade e seus potenciais atrativos.



2. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É a condição do demandante que permite identificar o potencial turístico de uma destinação, dessa forma, as informações obtidas com o Estudo de Demanda Turística Real, proporcionam base de dados que agregam aos avanços da atividade econômica do município, sendo esta, vista como mola propulsora para o desenvolvimento e fomento de uma destinação, pois, gera renda e beneficia diversos setores. Nenhuma destinação é perfeita, por isso, conhecer suas limitações e fortalezas é essencial no que concerne o desenvolvimento de Políticas Públicas, seja na orientação da iniciativa privada interessada neste 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.

Com base nas informações, 54% dos respondentes eram advindos de municípios com até 100 km de Araçatuba, o que deixou o uso do próprio automóvel como preferência para realizar a viagem. Dentre os principais motivos para realizar a viagem, destaca-se negócios/trabalho seguido de Lazer e, o principal motivo para aqueles que apontaram Lazer foi: Cultura, natureza/ecoturismo e eventos.

Com relação ao perfil dos turistas e/ou excursionistas que visitaram o município, o nível escolar predominante foi o ensino superior, e a renda familiar de 86% dos entrevistados é de até R\$ 7.600,00. Outra característica a se registrar é que a maioria dos entrevistados já conhecia o destino e estava viajando sozinho. Com base na amostragem, 58% dos respondentes pernoveram na cidade e deixou o meio de hospedagem com maior percentual de preferência os hotéis.

Os turistas e/ou excursionistas que visitaram o município, apontaram como ponto forte da cidade os Meios de Alimentação, Parque Aquático, Atrativos Turísticos, Infraestrutura (segurança), Hospitalidade e Tranquilidade, estes foram os itens de destaque em relação ao que a cidade tem de melhor, no entanto, alguns visitantes perceberam e apontaram de forma negativa a Infraestrutura (limpeza e segurança), Atrativos Turísticos, Hospitalidade e Meios de Hospedagem.

Assume grande importância em nossas considerações finais a necessidade de atenção do município para o planejamento e execução de melhorias para os itens apontados pelos turistas de forma negativa, assim como a devida atenção para a oportunidade de desenvolver o turismo de proximidade, onde, turistas e/ou excursionistas buscam explorar e visitar destinos próximos a cidade de origem, e para isso, uma multiplataforma assume grande importância para divulgar os atrativos

turísticos já estruturados no município, consolidando assim de forma efetiva a oferta turística do destino.

Com base no presente estudo, pode-se concluir que Araçatuba possui potencial para aumentar o fluxo de visitantes, principalmente em finais de semana, devido às suas características e região a qual está inserida. Dessa forma, é preciso realizar um trabalho de promoção do destino, apresentando assim seus expressivos atrativos.

A mobilização da equipe da Prefeitura em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo - COMTUR e empreendedores da cadeia produtiva, aliados ao apoio técnico profissional, serão fatores determinantes para o desenvolvimento de estratégias para que o município de interesse turístico de Araçatuba receba e atenda às reais necessidades de seus turistas e/ou excursionistas os quais, movimentam a economia local por meio do efeito multiplicador tão característico do turismo bem como, a conquista do pleito de 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: () Feriado () Fim de semana () Dias úteis - Segunda a Sexta			
PERFIL DO ENTREVISTADO () Turista () Excursionista					
Residência permanente:		1 - País: () Brasil Outro:		2 - Estado:	
3. Cidade:					
4. Sexo: () Masculino () Feminino		5. Qual é a sua idade?			
6. Qual é o principal motivo da viagem: (apenas uma opção)					
() Lazer () Negócios/trabalho		7. Se lazer, qual foi o principal atrativo?			
() Saúde () Compras pessoais		() Cultura () Diversão noturna		() Outros:	
() Eventos () Visita a familiares		() Natureza/Ecoturismo () Outros:		() Eventos	
() Congressos/Feiras () Outro:		() De R\$ 3.801 a R\$ 5.700 () Acima de R\$ 9.500			
8. Renda Familiar Mensal:		() Até R\$ 900,00 () De R\$ 901 a R\$ 1.900 () De R\$ 5.701 a R\$ 7.600		Especificar:	
		() De R\$ 1.901 a R\$ 3.800 () De R\$ 7.601 a R\$ 9.500			
9. Escolaridade completa:		() Fundamental () Ensino Médio () Pós-graduação			
		() Técnico profissionalizante () Ensino Superior			
CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM					
10. Qual a principal fonte de informação para a realização desta viagem? (resposta única)					
() Já conhecia o destino () Feiras, Eventos e Congressos () Artigos em revistas e jornais () Campanhas publicitárias		() Amigos/parentes () Internet/Mídias Sociais () Local onde trabalha () Agência de viagens		() Folderes e brochuras () Programas de TV e Rádio () Guias turísticos impressos () Outros:	
11. Você está viajando:			Se em grupo, qual o tamanho do grupo:		
() Sozinho () Casal sem filhos () Casal com filhos () Grupo familiar () Amigos/Colegas trabalho () Outros					
12. Pernoitou na cidade?		Número de pernoites:		13. Viagem organizada por agência de turismo?	
() Sim () Não		Horas no destino:		() Sim () Não	
14. Meios de transporte para chegar ao destino?			15. Qual o meio de hospedagem no destino?		
() Automóvel próprio () Avião () Pousada () Casa de amigos/parentes		() Ônibus/Van excursão () Ônibus de linha () Hotel () Imóvel aluguel		() Ônibus/Van fretamento () Outros: () 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?			() Sim () Não		
2. Tipo de necessidade:		() locomoção () auditiva () visual () 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

