



PREFEITURA MUNICIPAL DE
ARAÇATUBA

Araçatuba para Turistar

ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE ARAÇATUBA

2023



Um novo destino turístico nacional



Estudo de Demanda Turística

Pesquisa de Demanda Real de Araçatuba (SP)

2023

Prefeitura Municipal de Araçatuba (SP)

Dilador Borges Damasceno
Prefeito

Secretaria Municipal de Turismo

Laerte Aparecido Rocha
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

Carlos Alberto Leal Rodrigues
Maria Fernanda de Almeida Rodrigues

Pesquisadores

Karla Ranyelle de Almeida Marques
Patrícia Rasteiro Lorenzo
Priscila Turelo 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 da aplicação, análise e tabulação dos questionários de pesquisas realizadas no ano de 2023, bem como a elaboração do Estudo de Demanda Turística Real visando a manutenção do título de Município de Interesse Turístico.

Abastada terra, de solo fértil, Araçatuba está localizado na Região Turística “Tietê Vivo”, na qual se destaca pela vocação turística. Encontram-se em sua segmentação turística o Turismo Cultural, Turismo Religioso, Turismo Gastronômico, Turismo Noturno, Turismo de Eventos, Turismo de Compras e Turismo Náutico e Pesca. O município apresenta belezas cênicas, lindas igrejas e praças, além de ter o clima ameno. A sua abundância em água justifica o crescimento da pesca esportiva e de esportes náuticos, além do clube de águas quentes e praias fluviais. Tem como tradição a comida típica interiorana paulista, oferecendo diversos pratos típicos deliciosos e o famoso Cupim casqueirado. Quem visita Araçatuba se encanta e não se esquece jamais.

O presente 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 com a qual o turista e/ou excursionista escolhe seus produtos e 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 2023.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Período da Pesquisa.	14
Gráfico 2 – Residência Permanente.	14
Gráfico 3 – Local de Aplicação das Entrevistas.	15
Gráfico 4 – Sexo.	15
Gráfico 5 – Origem dos Visitantes.....	16
Gráfico 6 – Principais Municípios Emissores de Turistas.	16
Gráfico 7 – Faixa Etária.	17
Gráfico 8 – Principal Motivo da Viagem.	17
Gráfico 9 – Principal Motivo, Se a Lazer.	18
Gráfico 10 – Escolaridade Completa.....	18
Gráfico 11 – Renda Familiar Mensal.....	19
Gráfico 12 – Fonte de Informação para Realizar a Viagem.....	20
Gráfico 13 – Está Viajando... ..	20
Gráfico 14 – Pernoite na Cidade.	21
Gráfico 15 – Quantidade de Pernoites.	21
Gráfico 16 – Viagem Organizada por Agência de Turismo.	22
Gráfico 17 – Meio de Transporte Utilizado.	22
Gráfico 18 – Meio de Hospedagem no Destino.....	23
Gráfico 19 – Média de Gastos.	24
Gráfico 20 – Pessoas com Deficiência.....	24
Gráfico 21 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Limpeza Urbana.....	25
Gráfico 22 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Segurança Pública.....	26
Gráfico 23 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Sinalização Turística.	26
Gráfico 24 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Serviços de Táxi.	27
Gráfico 25 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Telecomunicações.	27
Gráfico 26 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Internet.....	28
Gráfico 27 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Restaurantes/Alimentação.	28
Gráfico 28 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Hospedagem.....	29
Gráfico 29 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Atrativos Turísticos.....	29
Gráfico 30 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Diversão Noturna.	30
Gráfico 31 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Informações Turísticas.	30
Gráfico 32 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Preços Praticados.	31
Gráfico 33 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Guia de Turismo.....	31
Gráfico 34 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Passeios/City-tour.	32
Gráfico 35 – Pensou em Visitar Outra Cidade?.....	33
Gráfico 36 – O que a cidade tem de melhor?.....	33
Gráfico 37 – O que a cidade tem de pior?.....	34
Gráfico 38 – Pretende Voltar ao Destino?.....	35

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Período de Aplicação das Pesquisas.	10
Quadro 2 – O que a cidade tem de melhor.	34
Quadro 3 – O que a cidade tem de pior.	35

Sumário

APRESENTAÇÃO.....	4
ÍNDICE DE GRÁFICOS	6
ÍNDICE DE QUADROS	7
Sumário.....	8
Introdução	9
Metodologia.....	9
1 PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL	12
1.1 Resultados da Pesquisa de Demanda Real.....	13
1.2 Análise da Pesquisa.....	37
1.3 Conclusão	40
2. CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS.....	46
ANEXOS	47

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 a aplicação, análise e tabulação dos questionários de pesquisas realizadas no ano de 2023 e elaboração do Estudo de Demanda Turística Real 2023, visando a manutenção do Município de Araçatuba como Município de Interesse Turístico - MIT.

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 sua equipe para realizar a aplicação, análise, 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 2023, 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 procurou 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, sendo este, um recorte espacial e temporal, tendo como objetivo compreender os diferentes aspectos de uma determinada realidade. A equipe técnica da **Leal Consultores e Associados** aplicou, analisou e tabulou 514 (quinhentos e quatorze) questionários aplicados no ano de 2023. As pesquisas foram realizadas nos meses de outubro, novembro e dezembro, conforme demonstra o quadro a seguir.

Quadro 1 – Período de Aplicação das Pesquisas.

Mês	Quantidade
Outubro	119
Novembro	127
Dezembro	268
TOTAL	514

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Os locais de aplicação foram nos Meios de Hospedagem (Ibis, Riviera Hotel, Água Branca Parque Hotel e Araçatuba Plaza), nos Meios de Alimentação (Bola 7, Vila Grill, Dom Marino e Philomena), nos Atrativos Turísticos (Recanto da Pesca e Hot Planet), nos Eventos (ABQM, Encontro de Carros, Eventos Natalinos e Aniversário da Cidade), no Terminal Rodoviário, no Comércio Diferenciado (Shopping Praça Nova e Araçatuba Shopping) e na Rua do Comércio (Calçadão). Sendo assim, 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 pela própria Secretaria Municipal de Turismo, permitindo a observação dentro de uma perspectiva de evolução histórica dos dados.



1 PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL

1.1 Resultados da 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, portanto, 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, analisou e tabulou 514 (quinhentos e quatorze) questionários aplicados no ano de 2023 no município de Araçatuba. As pesquisas foram aplicadas em outubro, novembro e dezembro. Os locais de aplicação foram: nos Meios de Hospedagem (Ibis, Riviera Hotel, Água Branca Parque Hotel e Araçatuba Plaza), nos Meios de Alimentação (Bola 7, Vila Grill, Dom Marino e Philomena), nos Atrativos Turísticos (Recanto da Pesca e Hot Planet), nos Eventos (ABQM, Encontro de Carros, Eventos Natalinos e Aniversário da Cidade), no Terminal Rodoviário, no Comércio Diferenciado (Shopping Praça Nova e Araçatuba Shopping) e na Rua do Comércio (Calçadão).

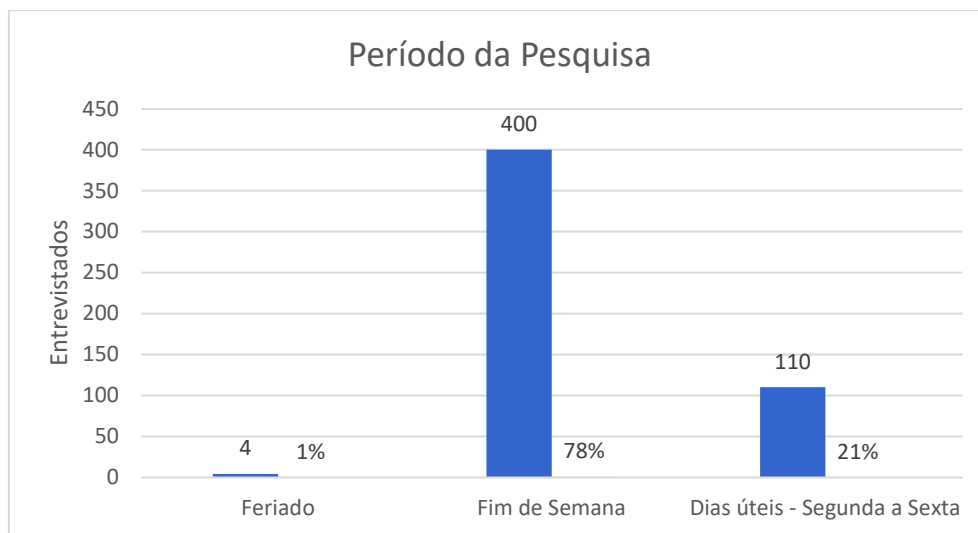
Aos entrevistados foram solicitadas informações sobre o seu perfil, tais como: escolaridade, renda familiar, preferências de passeios e local de residência, bem como, foi oportunizado aos mesmos opinar sobre o destino.

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 atraente para o público-alvo;
- Estimar em possíveis visitantes manifestação de interesse ou não em conhecer os atrativos turísticos do município de Araçatuba;
- Avaliar, dentre outros, os possíveis impactos econômicos que o turismo já traz ao município, dada a duração prevista para a viagem e a disposição de 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.

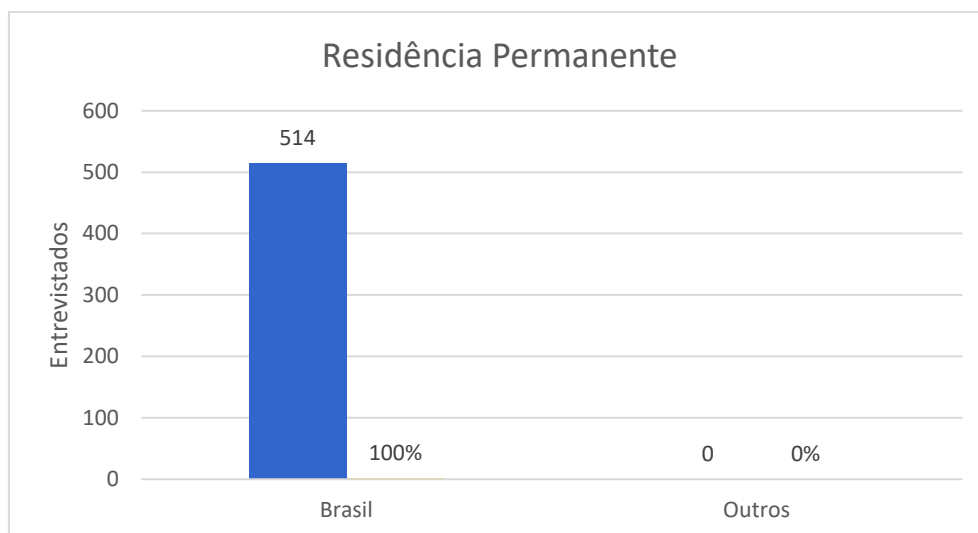
Gráfico 1 – Período da Pesquisa.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No Gráfico 1 pode-se observar que 78% das pesquisas ocorreram nos finais de semana, 21% nos dias úteis – segunda a sexta-feira e 1% em feriados.

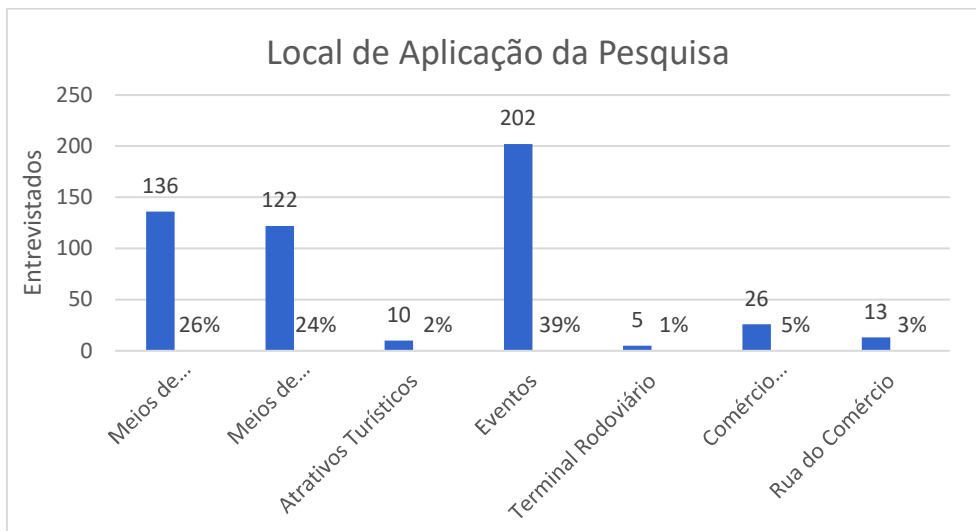
Gráfico 2 – Residência Permanente.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Conforme gráfico 2, 100% possuem residência fixa permanente no território brasileiro.

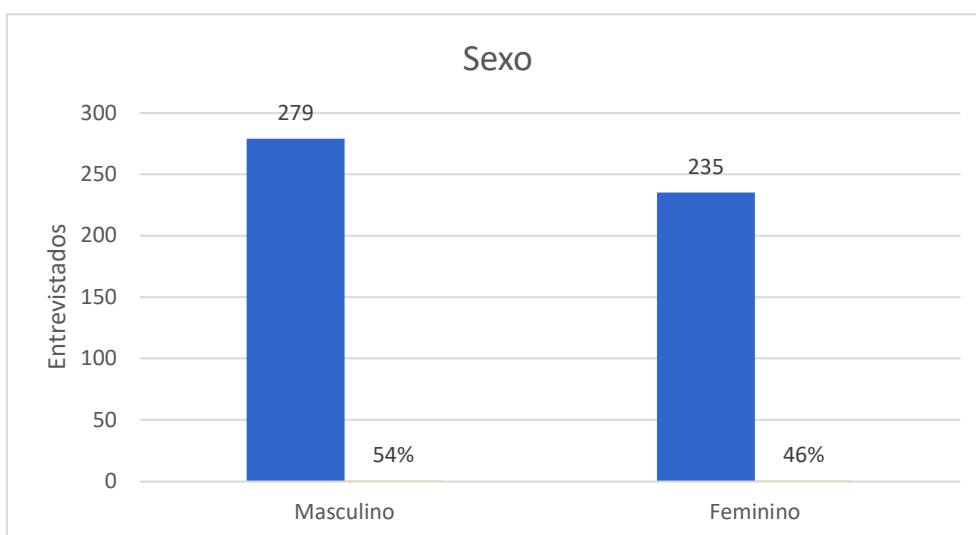
Gráfico 3 – Local de Aplicação das Entrevistas.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Diante do Gráfico 3, observa-se que 39% das entrevistas ocorreram em Eventos, 26% Meios de Hospedagem, 24% Meios de Alimentação, 5% no Comércio Diferenciado, 3% Rua do Comércio, 2% nos Atrativos Turísticos e por fim, 1% no Terminal Rodoviário.

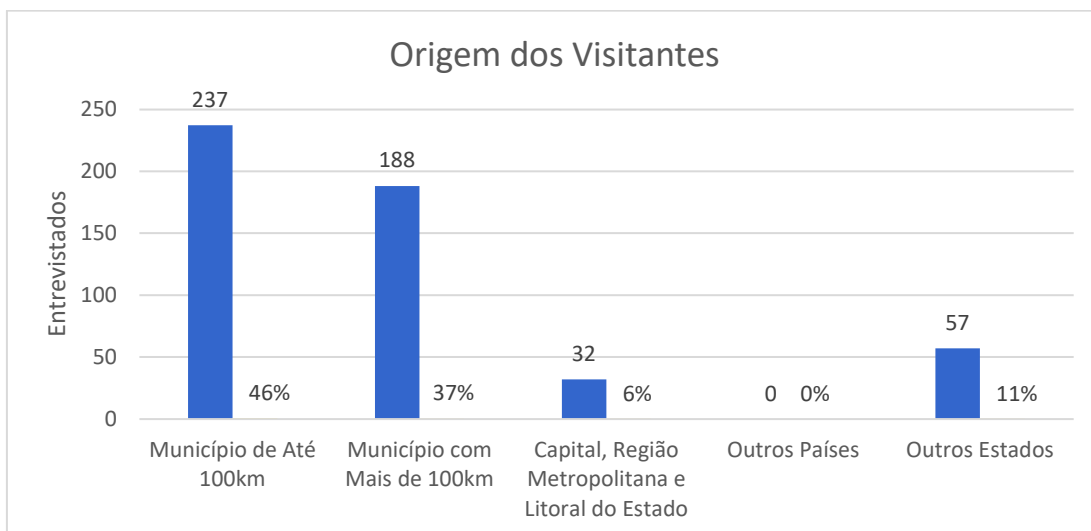
Gráfico 4 – Sexo.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No Gráfico 4, a pesquisa observou 54% dos entrevistados do sexo masculino e 46% do sexo feminino.

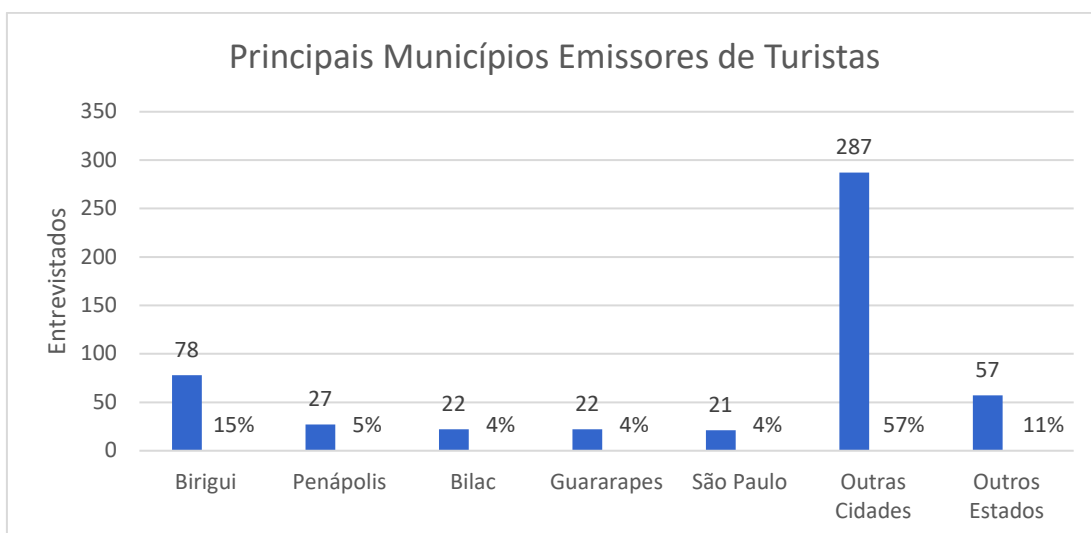
Gráfico 5 – Origem dos Visitantes.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Observa-se no Gráfico 5 que, 46% dos respondentes têm origem de municípios com até 100 km, 37% residem em municípios com mais de 100 km e 11% residem em outros estados. Já 6% apontaram a capital, região metropolitana e litoral do estado.

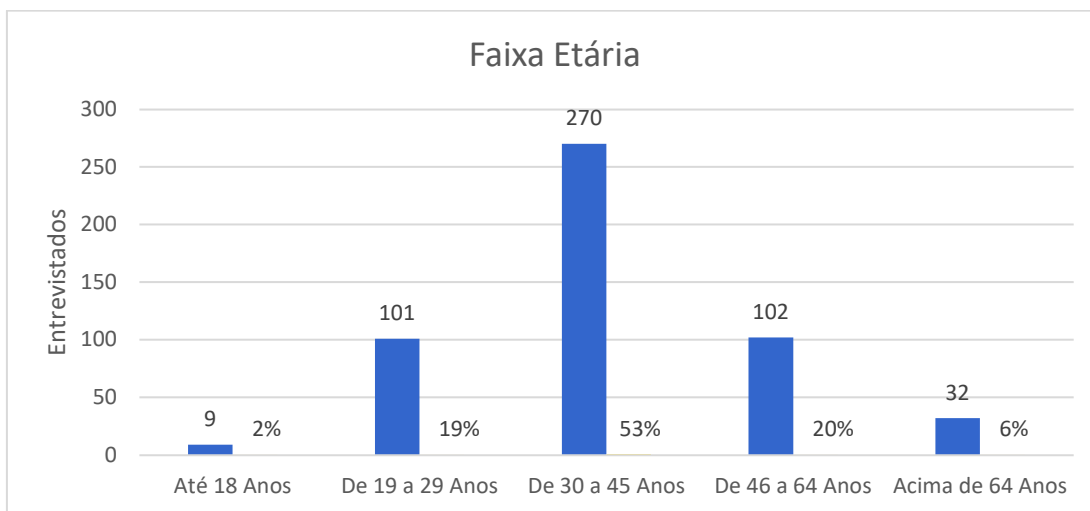
Gráfico 6 – Principais Municípios Emissores de Turistas.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Conforme o Gráfico 6, os principais municípios emissores de turistas que visitaram Araçatuba foram: 57% outras cidades, 15% Birigui, 11% outros estados e 5% Penápolis. Já 4% cada, Bilac, Guararapes e São Paulo.

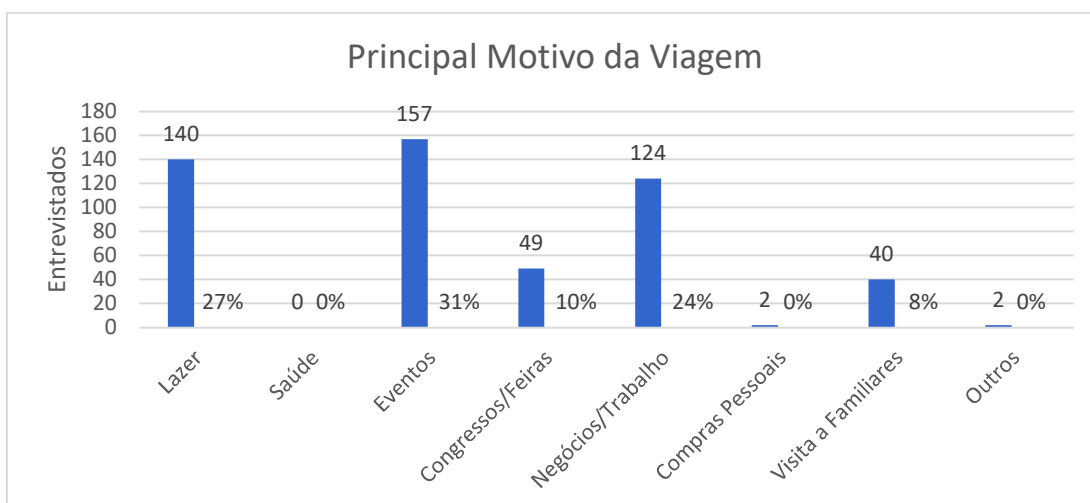
Gráfico 7 – Faixa Etária.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No Gráfico 7, a faixa etária com maior percentual, na presente pesquisa é dos 30 a 45 anos, representada por 53%, seguido de 20% pela faixa etária de 46 a 64 anos, já os que se enquadraram em uma faixa de 19 a 29 anos, foi 19%. Já 6% dos pesquisados se enquadram em uma faixa etária acima dos 64 anos e 2% de até 18 anos.

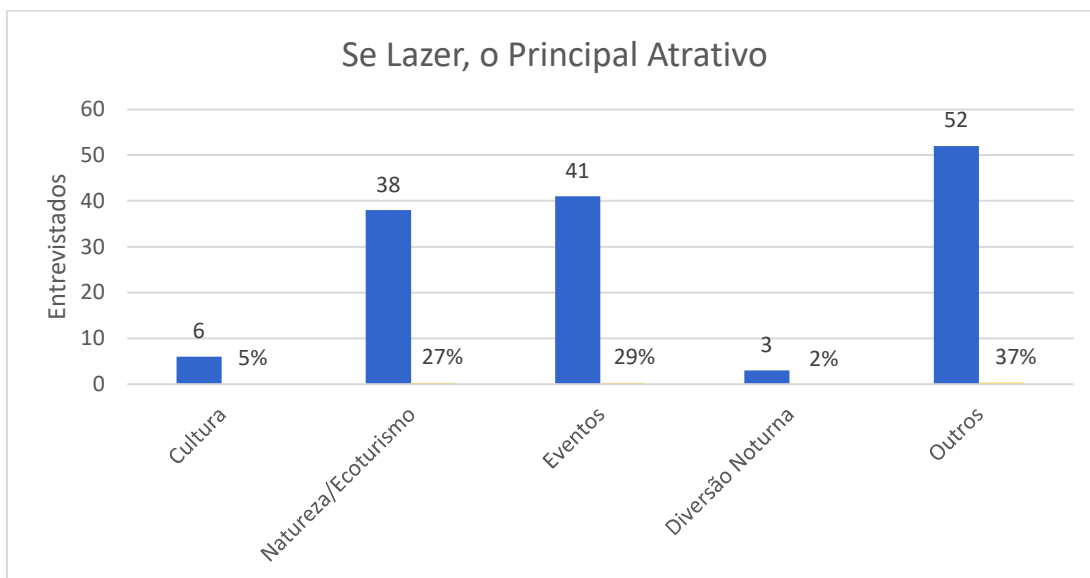
Gráfico 8 – Principal Motivo da Viagem.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Diante do Gráfico 8, 31% estavam na cidade devido a eventos e 27% apontaram o Lazer como principal motivo. Já 24% estavam a negócios/trabalho, 10% por congressos/feiras e 8% por visita a familiares.

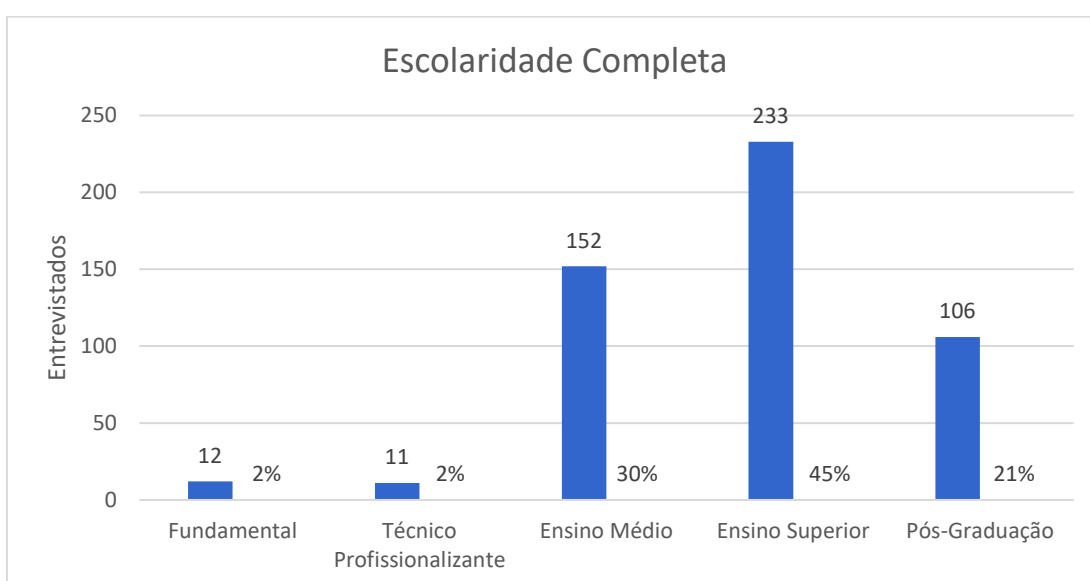
Gráfico 9 – Principal Motivo, Se a Lazer.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No gráfico 8, 140 entrevistados estavam na cidade a lazer, dentre esses respondentes, 37% apontaram “outros” como principal atrativo. Na presente pesquisa, “Outros” corresponde a: parque aquático, cinema, shopping, comércio, conhecer melhor a cidade e gastronomia. Já 29% apontaram os eventos, 27% natureza/ecoturismo, 5% cultura e 2% diversão noturna.

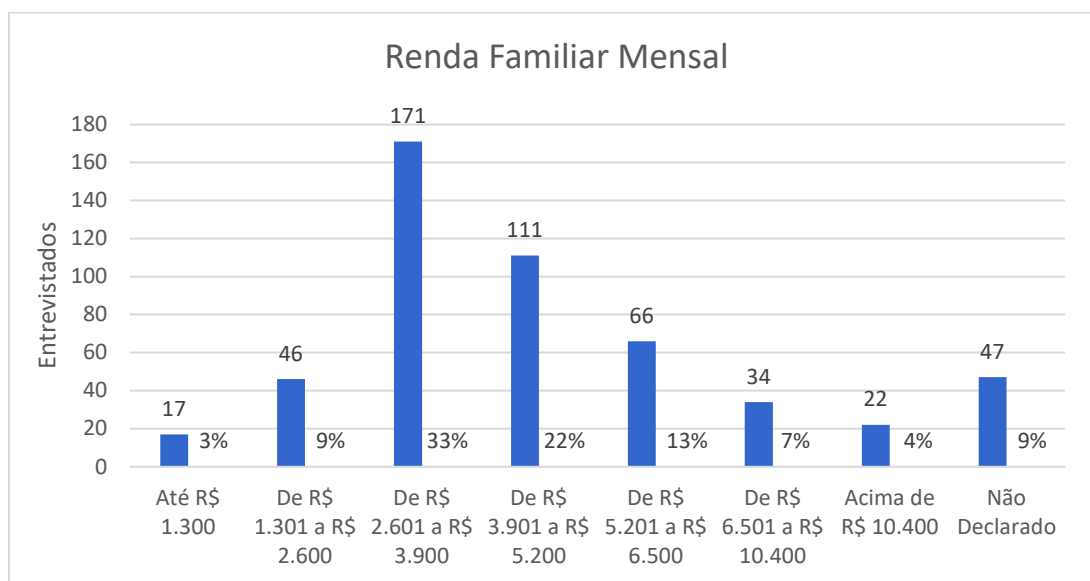
Gráfico 10 – Escolaridade Completa.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Em relação à escolaridade dos entrevistados (Gráfico 10), observa-se que 45% informaram possuir ensino superior e 30% informaram possuir ensino médio. Já 21% apontaram pós-graduação, 2% dos entrevistados apontaram: técnico profissionalizante e ensino fundamental.

Gráfico 11 – Renda Familiar Mensal.

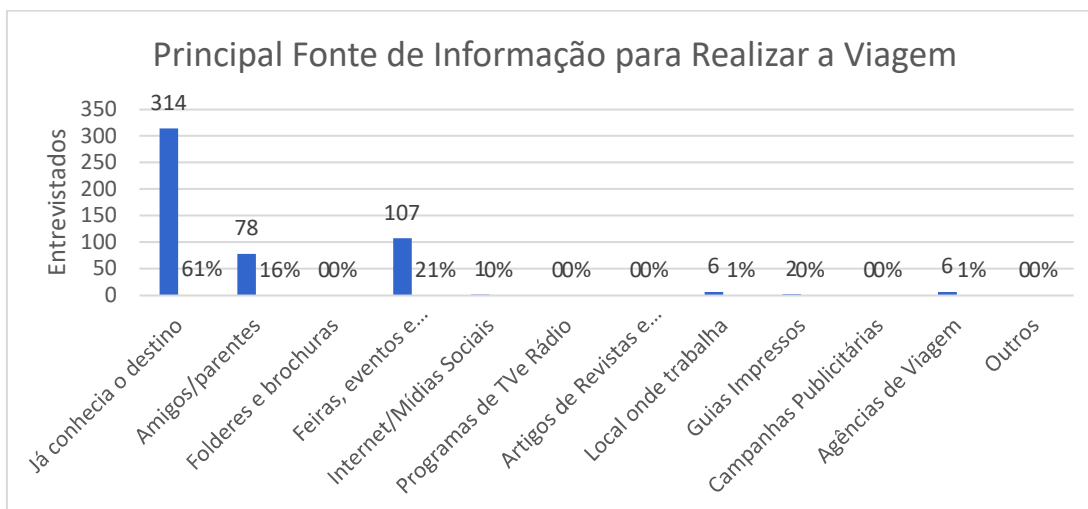


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No gráfico 11, foi perguntado sobre a renda familiar e, 33% dos entrevistados apontaram renda de R\$ 2.601,00 a R\$ 3.900,00 e 22% denotaram renda de R\$ 3.901,00 a R\$ 5.200,00. Já 13% declararam renda de R\$ 5.201,00 a R\$ 6.500,00, 9% rendimento de R\$ 1.301,00 a R\$ 2.600,00 e, outros 9% não declaram renda. Aqueles que apontaram renda de R\$ 6.501,00 a R\$ 10.400,00 foram 7%, rendimento acima de R\$ 10.400,00 4% e, renda de até R\$ 1.300,00 apenas 3%.

Diante da 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.

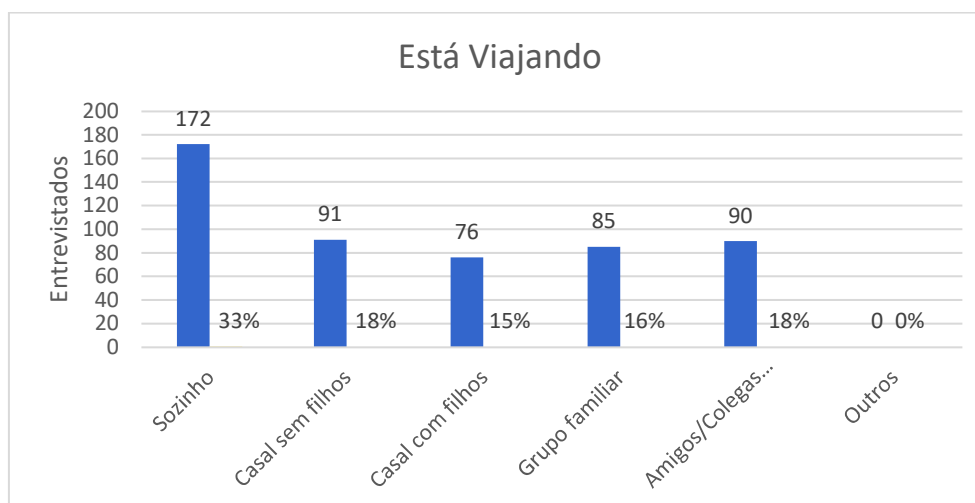
Gráfico 12 – Fonte de Informação para Realizar a Viagem.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Quanto a fonte de informação para realizar a viagem, conforme Gráfico 12, 61% já conheciam o destino, 21% obtiveram informação por feiras, eventos e congressos, e 16% obtiveram a informação junto a amigos e parentes. Já 1% cada, denotaram ser o local onde trabalha e agências de viagem. 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.

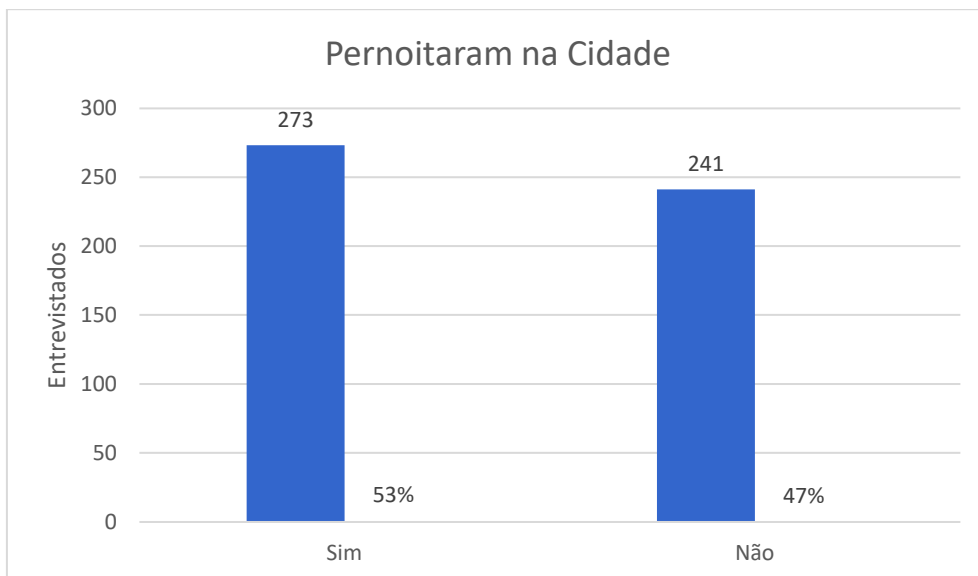
Gráfico 13 – Está Viajando...



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Diante do gráfico 13, pode-se observar que 33% dos respondentes estavam viajando sozinhos e, casal sem filhos e amigos/colegas trabalho, foram apontados 18% para cada item. Já 16% em grupo familiar e 15% em casal com filhos.

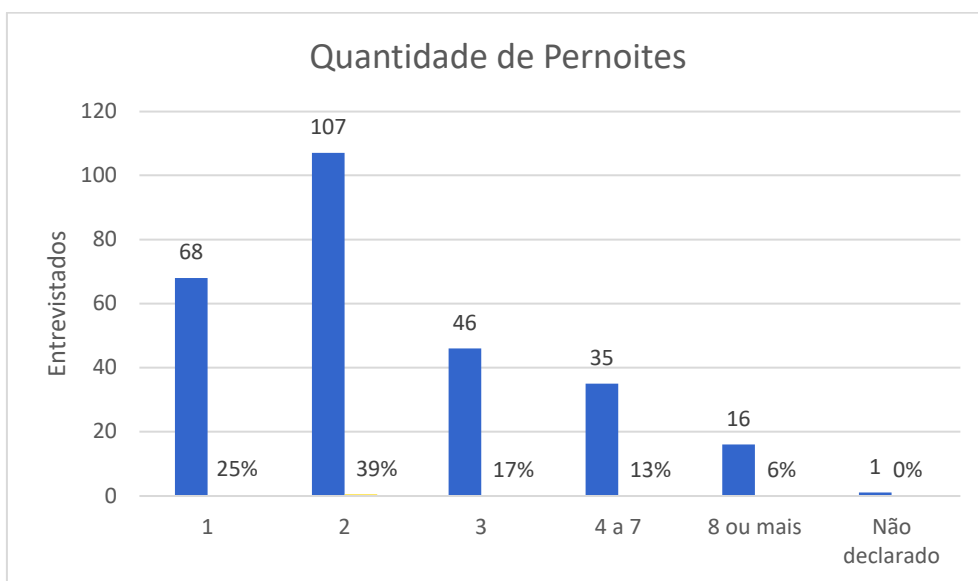
Gráfico 14 – Pernoite na Cidade.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No Gráfico 14, observa-se que, 53% dos entrevistados pernoitaram na cidade e 47% dos respondentes informaram que não.

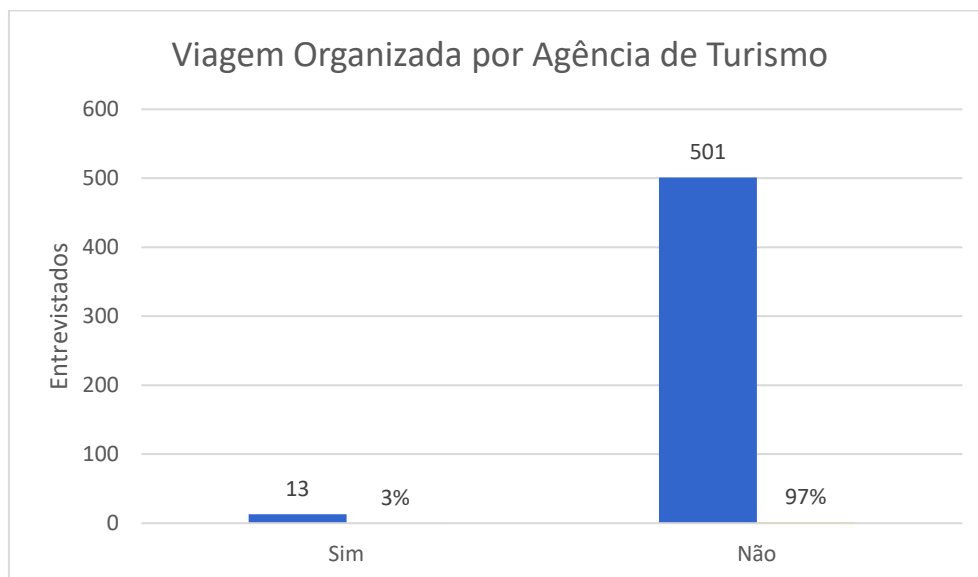
Gráfico 15 – Quantidade de Pernoites.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Dentre os respondentes que pernoveram em Araçatuba, 39% permaneceram por 2 dias, 25% por 1 dia, 17% por 3 dias, 13% de 4 a 7 dias e 6% de 8 ou mais dias, conforme demonstrado no Gráfico 15.

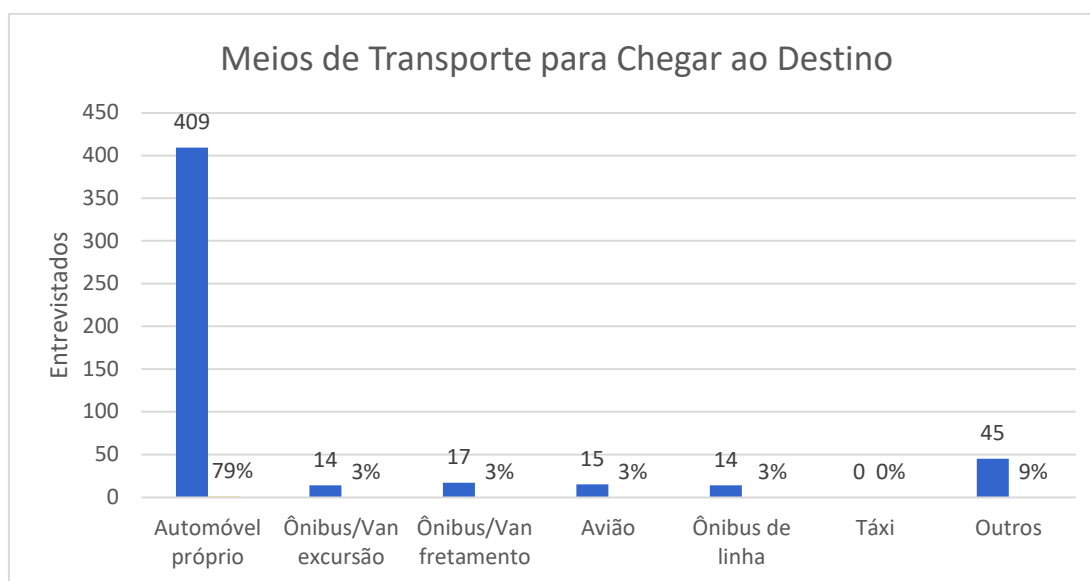
Gráfico 16 – Viagem Organizada por Agência de Turismo.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Nota-se no Gráfico 16 que 97% dos entrevistados chegaram em Araçatuba por conta própria, sem intermédio de agência de viagem e 3% utilizaram o serviço.

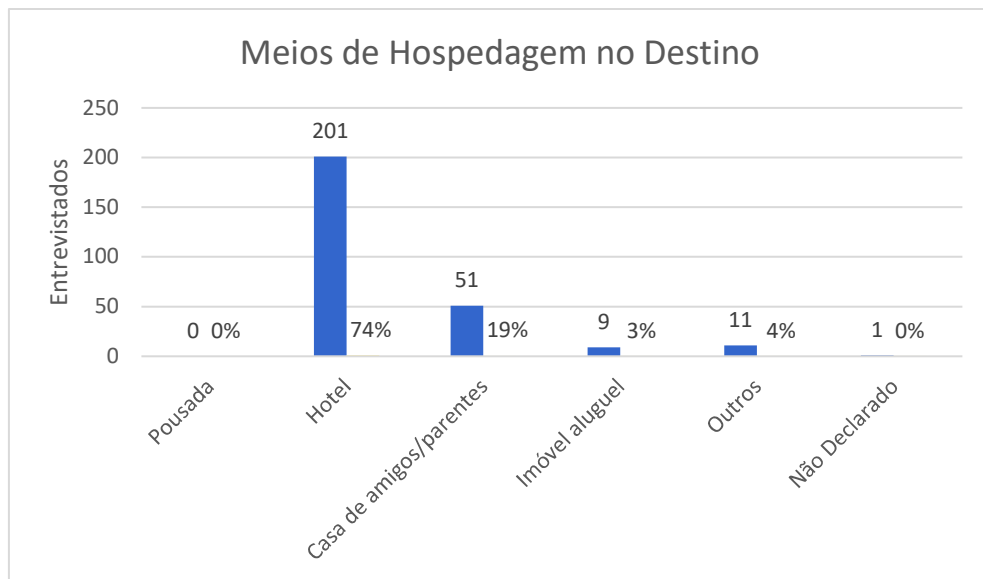
Gráfico 17 – Meio de Transporte Utilizado.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Observa-se no gráfico 17, a liberdade e o conforto de chegar e partir quando desejar, deixou o uso do automóvel próprio com 79% da preferência dos respondentes para realizar a viagem e 9% utilizaram outros meios de transporte, como: a moto, bicicleta, transporte empresarial, carona, transporte por aplicativo e até caminhando. Já 3% cada, utilizaram ônibus/van excursão, ônibus/van fretamento, avião e ônibus de linha.

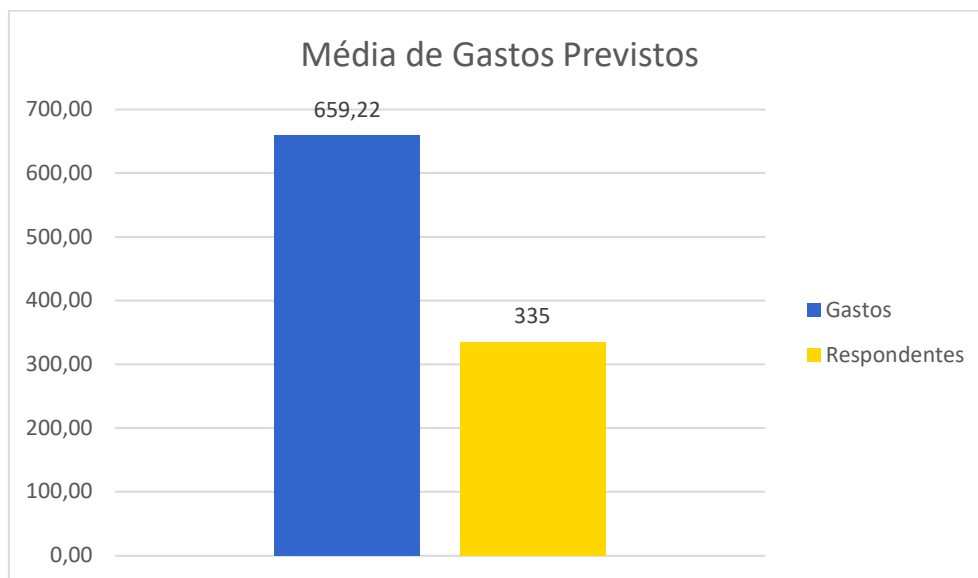
Gráfico 18 – Meio de Hospedagem no Destino.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Conforme gráfico 14, 273 entrevistados informaram terem pernoitado na cidade, sendo assim, desses: 74% se hospedaram em hotéis, 19% na casa de amigos/parentes, e 4% outros, que na presente pesquisa, corresponde a camping, alojamento empresarial, e *Airbnb*. Já 3% ficaram em imóvel de aluguel.

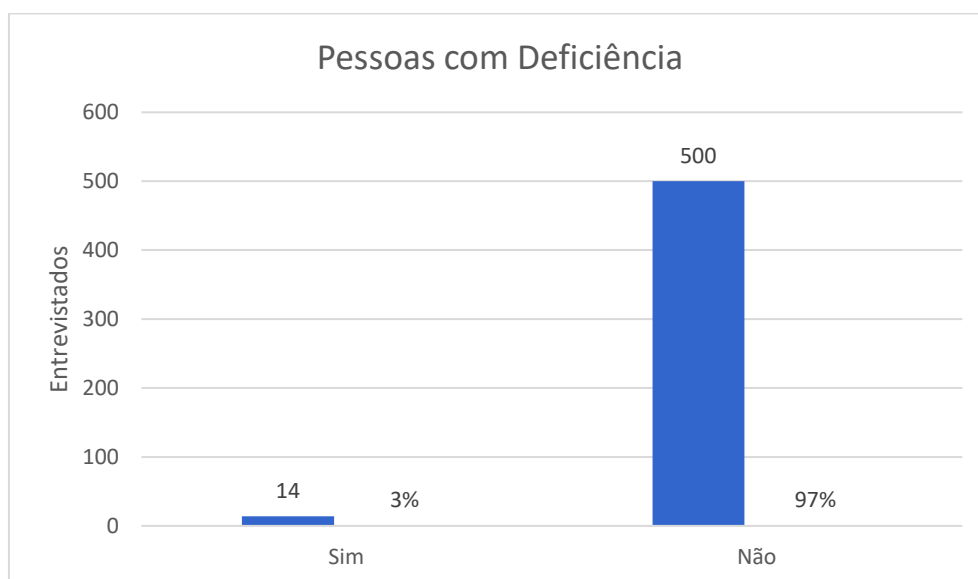
Gráfico 19 – Média de Gastos.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No gráfico 19, com base nos valores declarados pelos entrevistados, 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\$ 659,22, valor este que, refere-se ao período de permanência do turista/excursionista no município.

Gráfico 20 – Pessoas com Deficiência.

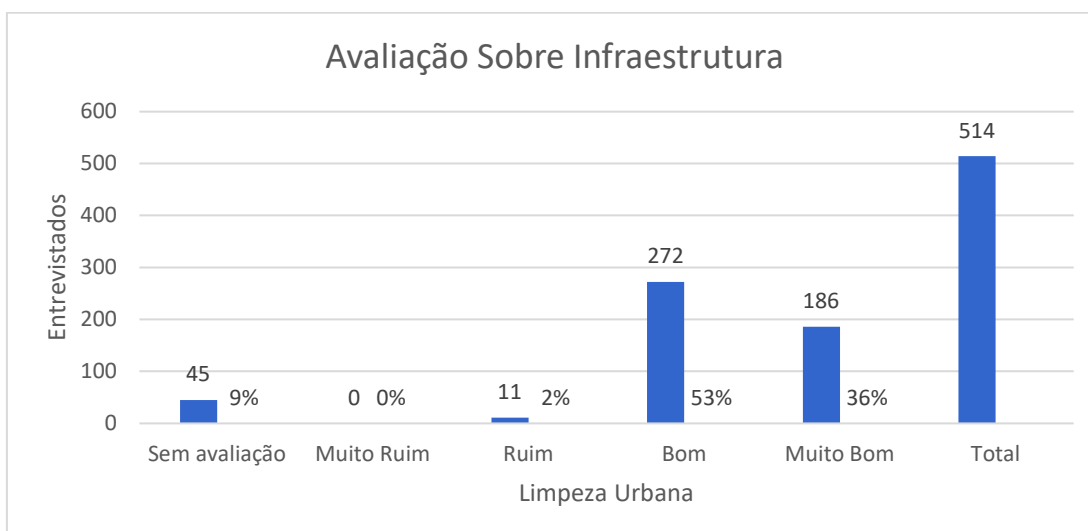


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No Gráfico 20 observa-se que, 97% dos entrevistados informaram não possuir e não estarem acompanhados de alguma pessoa com deficiência, 3% informaram que sim. 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 esse público e, em muitos casos, a demanda fica reprimida e o direito ao lazer e ao turismo dessa 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 que os destinos turísticos se adequem à acessibilidade universal.

Continuando a análise, segue a representação gráfica da avaliação sobre a infraestrutura de Araçatuba, na perspectiva dos entrevistados.

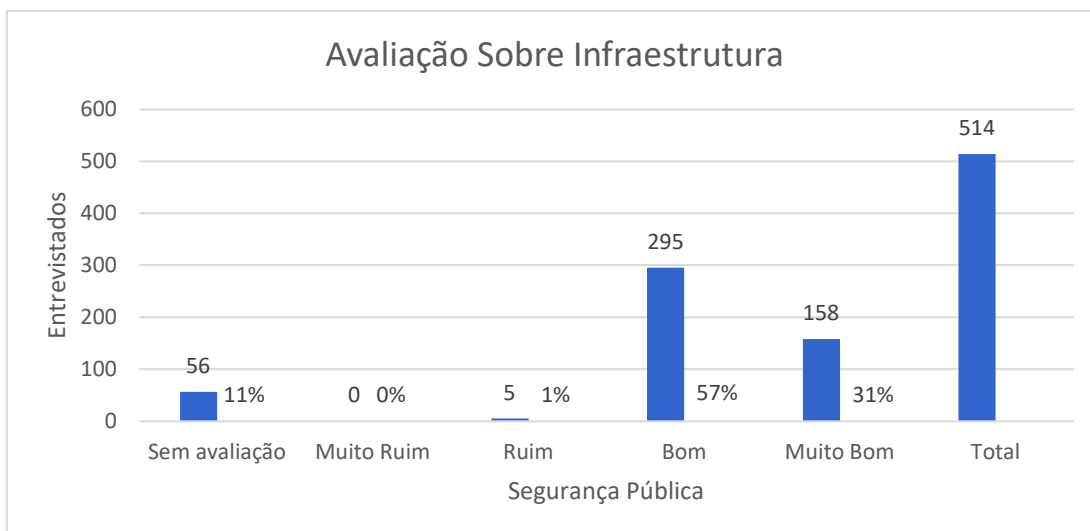
Gráfico 21 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Limpeza Urbana.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

O Gráfico 21, possibilitou avaliar a infraestrutura no quesito Limpeza Urbana. Conforme informações, 89% avaliaram de bom a muito bom, 9% não avaliaram e 2% avaliaram como ruim a questão abordada.

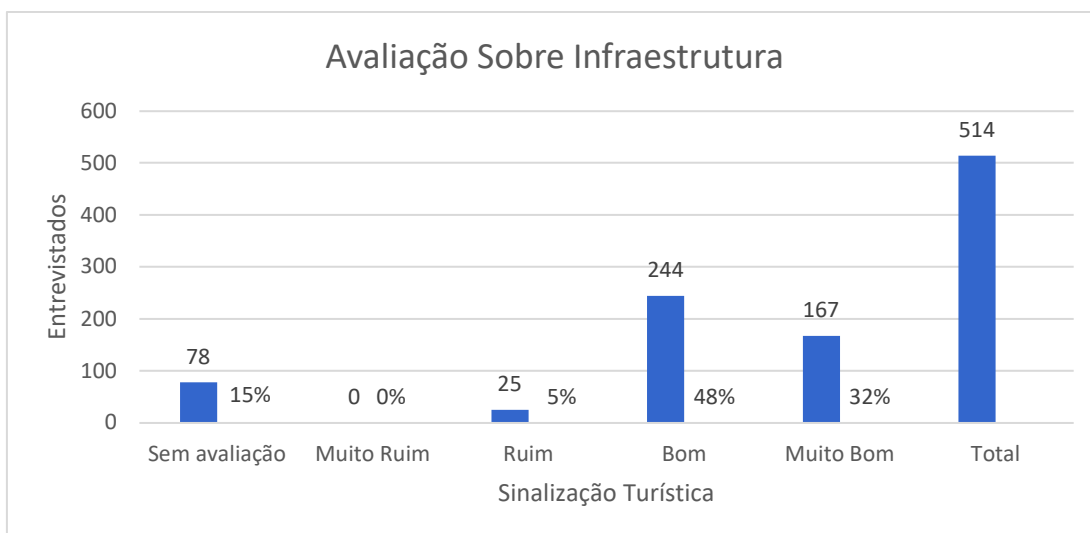
Gráfico 22 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Segurança Pública.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No Gráfico 22, nota-se que 88% dos entrevistados avaliaram de bom a muito bom a Segurança Pública, 11% não avaliaram e, 1% dos respondentes avaliaram como ruim.

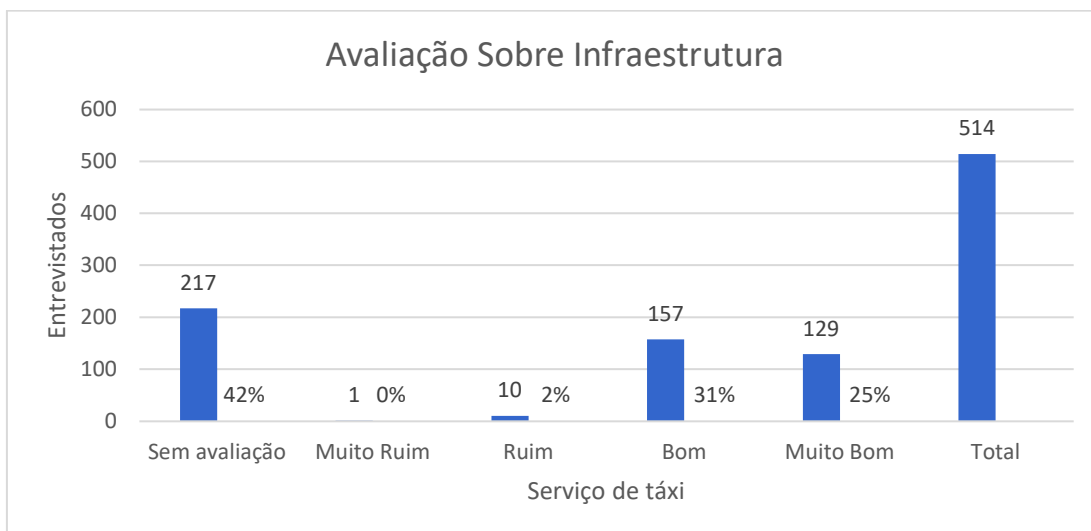
Gráfico 23 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Sinalização Turística.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

O Gráfico 23, apresenta a avaliação sobre a infraestrutura no quesito Sinalização Turística, diante dos dados obtidos, 80% dos respondentes consideraram como bom ou muito bom, 15% não avaliaram o item e 5% consideraram como ruim.

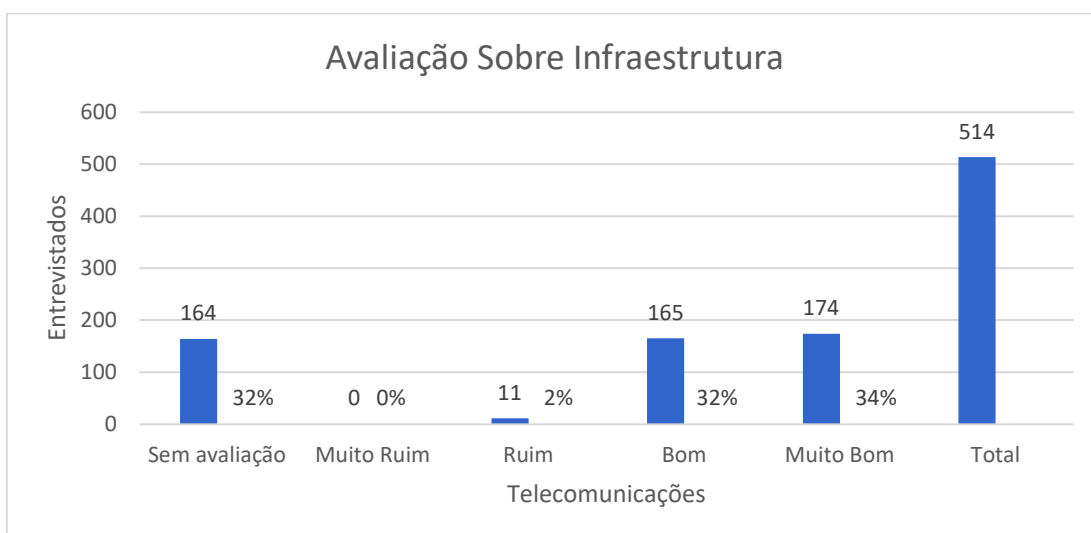
Gráfico 24 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Serviços de Táxi.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Atualmente os serviços de táxi e transporte por aplicativos são muito procurados, sendo assim, o quesito táxi, temos: 56% dos respondentes consideraram de bom a muito bom, 42% não avaliaram e 2% dos entrevistados avaliaram como ruim.

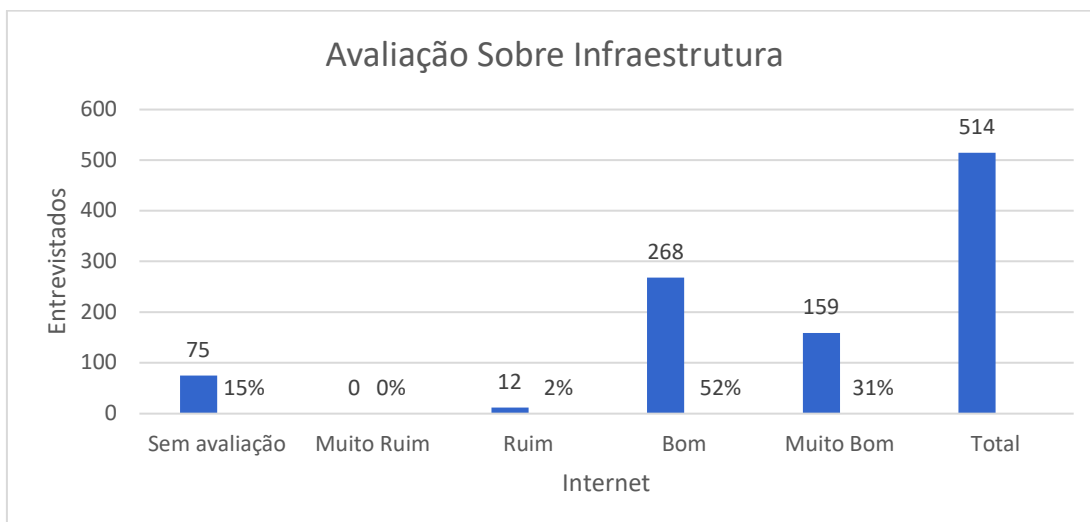
Gráfico 25 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Telecomunicações.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Na pesquisa realizada, observa-se que 66% dos entrevistados classificaram de bom a muito bom as Telecomunicações (telefonia) da cidade, 32% não avaliaram o serviço e 2% classificaram como ruim.

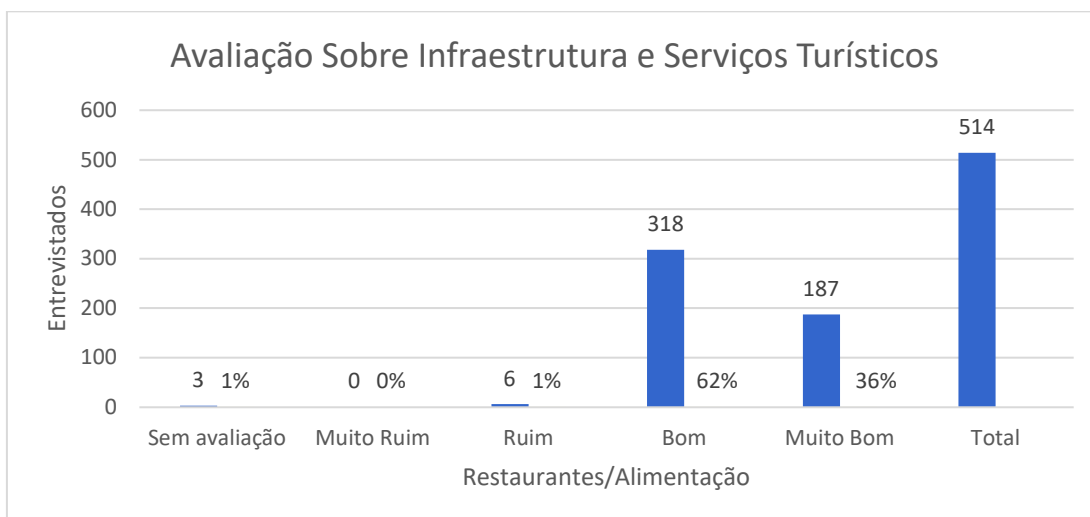
Gráfico 26 – Avaliação Sobre Infraestrutura – Internet.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Com base nos dados coletados e representados por meio do Gráfico 26, observa-se que 83% dos respondentes avaliaram de bom a muito bom a Internet do município. Por outro lado, 15% não avaliaram o serviço e 2% classificaram como ruim.

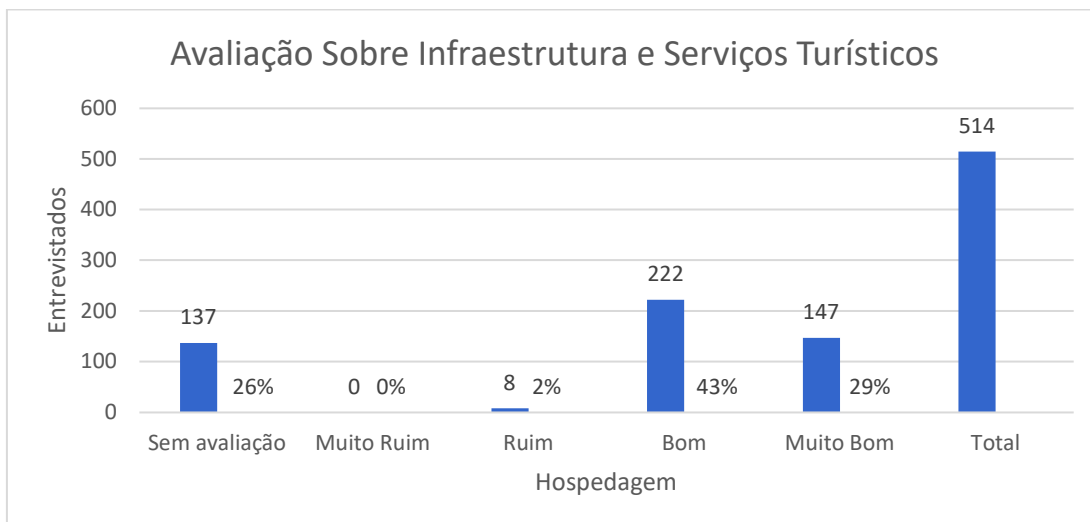
Gráfico 27 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Restaurantes/Alimentação.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No Gráfico 27, observa-se percentual de satisfação, onde, 98% dos respondentes classificaram de bom a muito bom a infraestrutura no quesito Restaurantes/Alimentação da cidade de Araçatuba, 1% não avaliaram e 1% dos entrevistados consideraram como ruim.

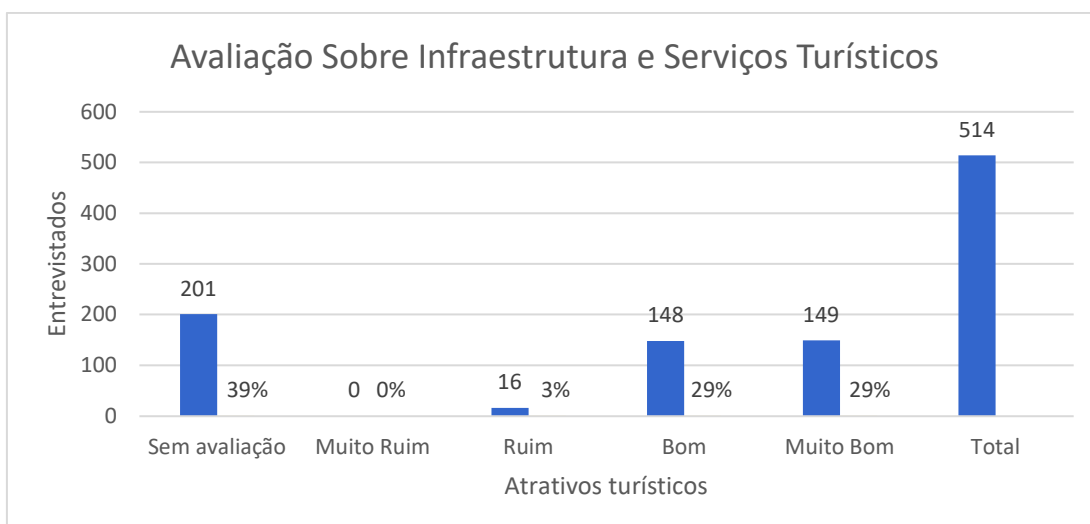
Gráfico 28 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Hospedagem.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

O município de Araçatuba conta com vasta opção de meios de hospedagens, atendendo os mais variados segmentos de público. Diante do resultado, 72% avaliaram de bom a muito bom o quesito Hospedagem, 26% dos respondentes não se sentiram à vontade em avaliar e, apenas 2% consideraram como ruim.

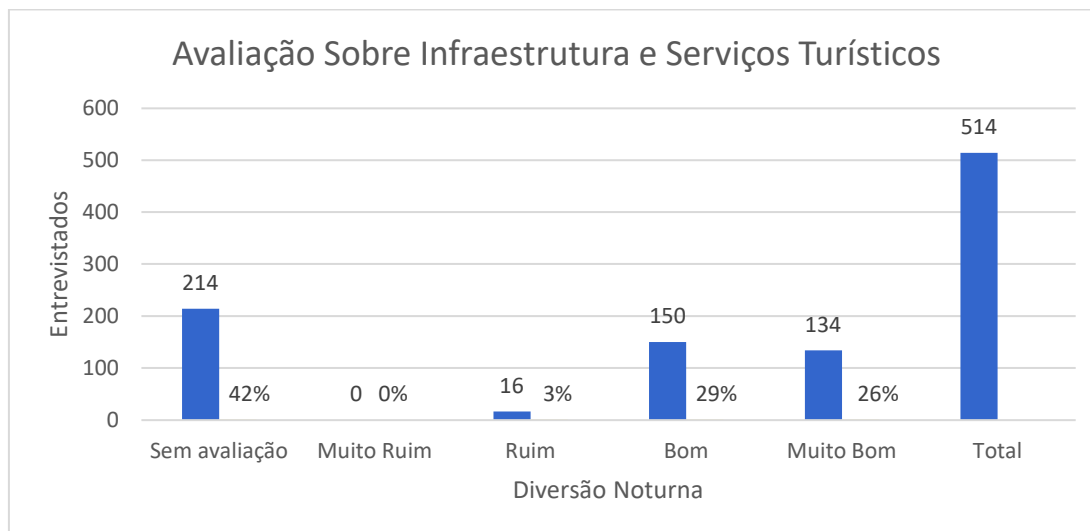
Gráfico 29 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Atrativos Turísticos.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No quesito Atrativos Turísticos, Gráfico 29, 58% dos entrevistados avaliaram como bom ou muito bom, 39% não avaliaram e 3% consideraram como ruim.

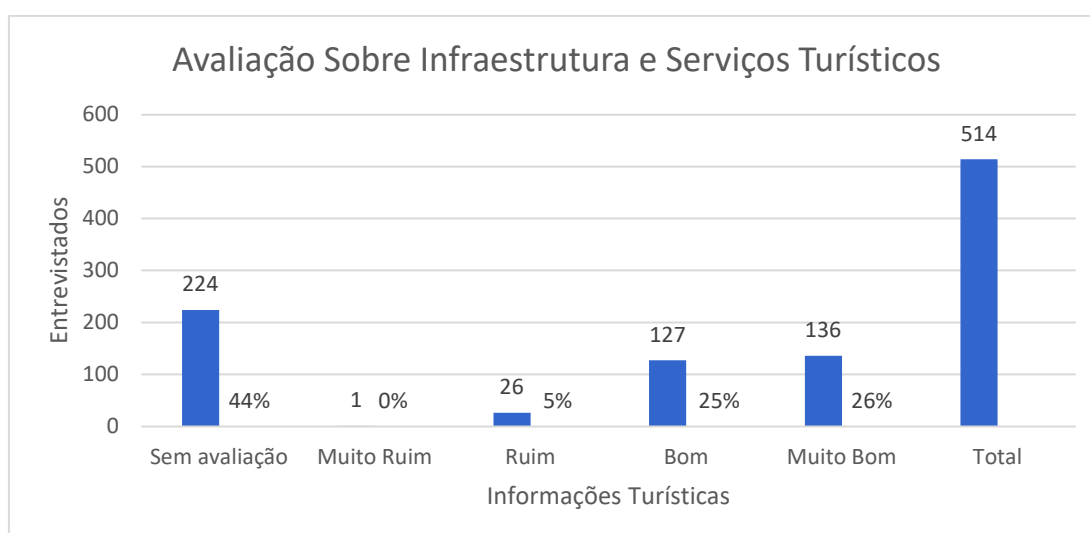
Gráfico 30 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Diversão Noturna.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No item Diversão Noturna, observa-se que 55% dos respondentes classificaram como bom e muito bom, 42% não avaliaram o item e 3% consideraram como ruim.

Gráfico 31 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Informações Turísticas.

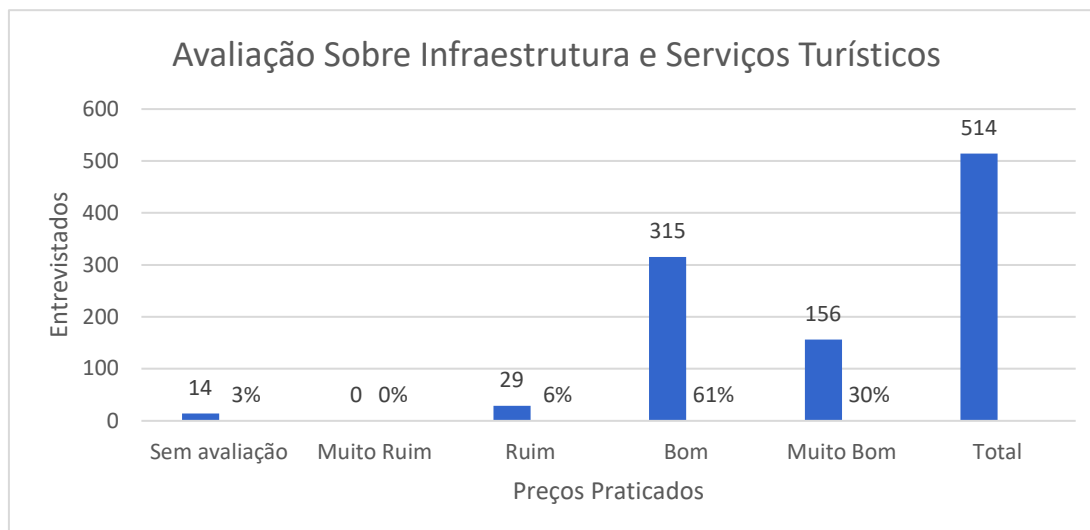


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Na avaliação das Informações Turísticas, Gráfico 31, 51% dos entrevistados avaliaram como bom ou muito bom, 44% não avaliaram e 5% consideraram como ruim. Neste item, salientamos que, os entrevistados, acabam por avaliar toda a forma

de obtenção de informação, tanto nos meios digitais como pessoalmente junto a amigos, parentes e/ou até mesmo com os próprios munícipes.

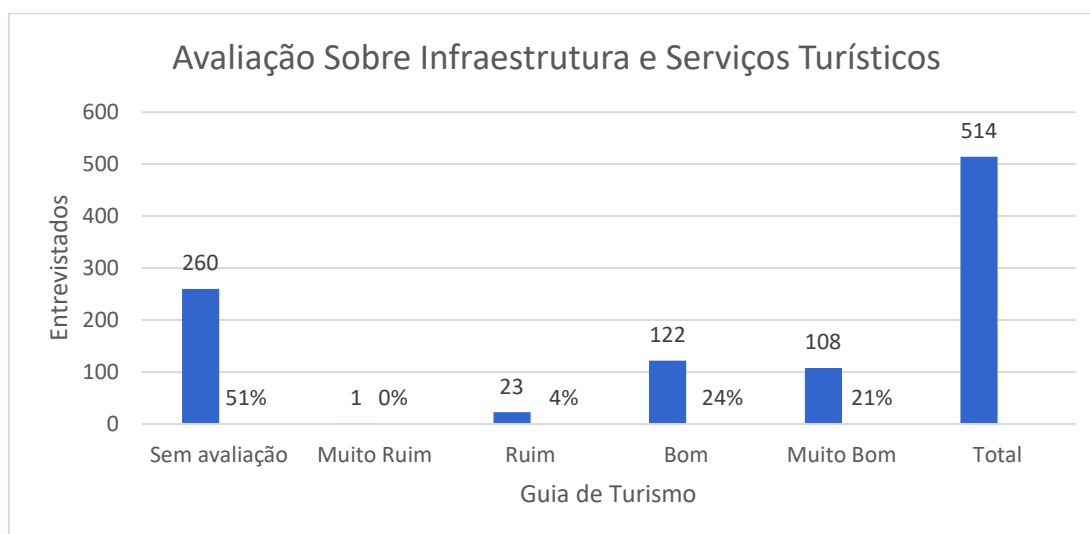
Gráfico 32 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Preços Praticados.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Na análise, Gráfico 32, observa-se que 91% dos entrevistados consideraram bom a muito bom os Preços Praticados, 6% consideraram como ruim e 3% não avaliaram o item.

Gráfico 33 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Guia de Turismo.

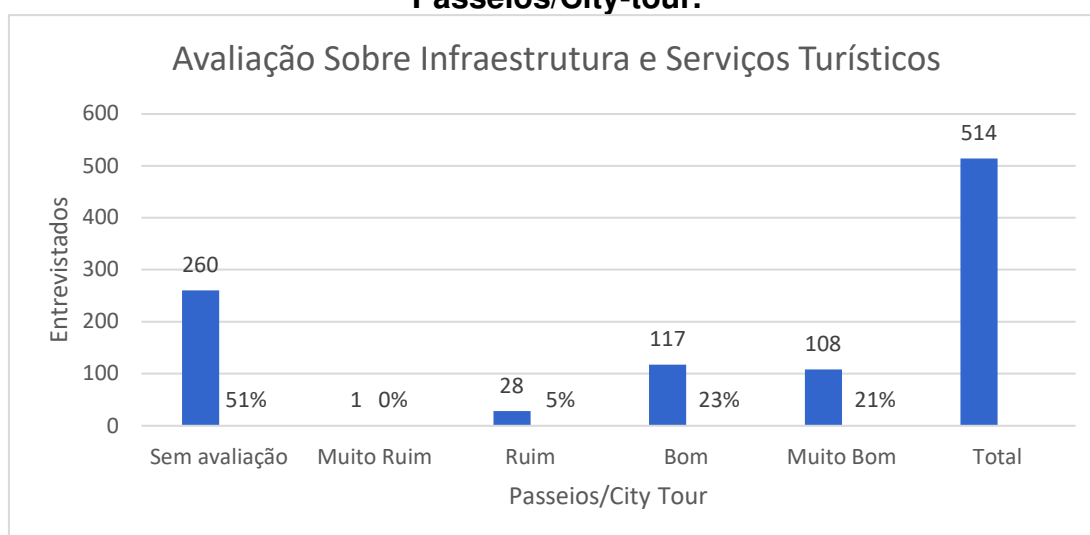


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No caso de serviços turísticos – Guia de Turismo (Gráfico 33), 51% dos respondentes não avaliaram o serviço, 45% avaliaram como muito bom ou bom e 4% classificaram como ruim.

O guia de turismo é aquele que acompanha uma pessoa ou um grupo durante excursões, passeios e viagens com o objetivo de orientar, acompanhar, direcionar e apresentar locais e pontos turísticos; além de apoiar na logística da viagem. Justifica-se a avaliação no presente estudo pois, alguns entrevistados, avaliam de forma geral, todo informativo encontrado sobre o local, entendendo o guia de turismo como: impressos, informações obtidas por meio digital ou ainda informações obtidas junto a munícipes são levadas em consideração pelo visitante.

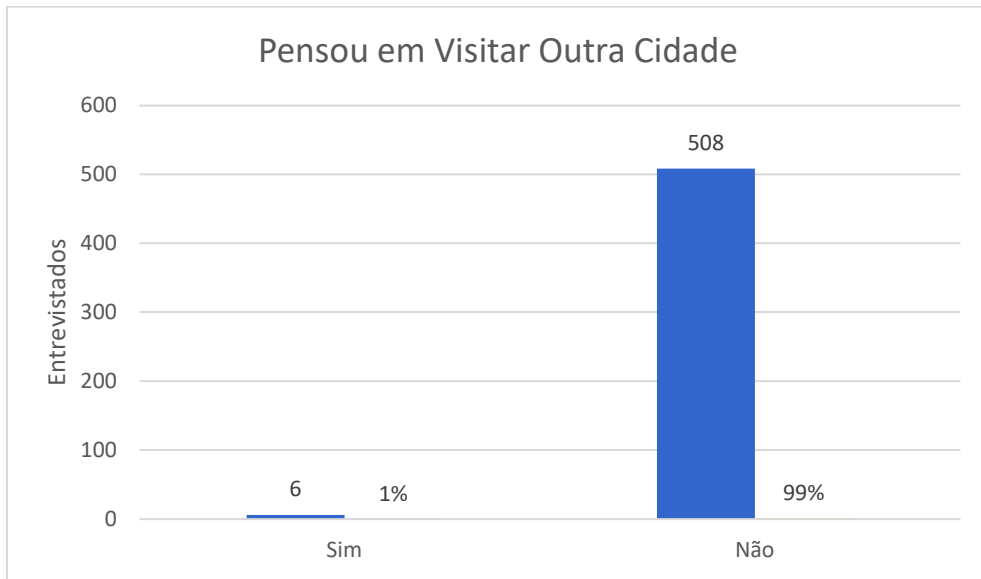
Gráfico 34 – Avaliação Sobre Infraestrutura e Serviços Turísticos – Passeios/City-tour.



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

No Gráfico 34, demonstra que 51% dos entrevistados não avaliaram o Passeios/*City Tour*, 44% avaliaram como muito bom ou bom e 5% classificaram como ruim. Os Passeios/*City Tour*, referem-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 da questão abordada.

Gráfico 35 – Pensou em Visitar Outra Cidade?

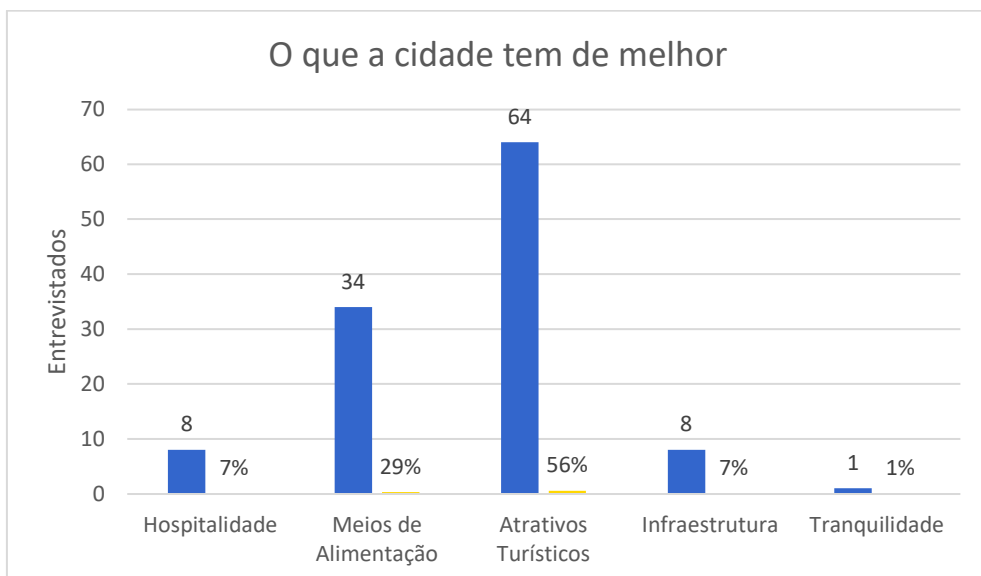


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Observa-se no gráfico 35 que, 99% dos respondentes tinham como único objetivo visitar a cidade de Araçatuba, apenas 1%, pensou em visitar outra cidade.

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 36 – O que a cidade tem de melhor?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

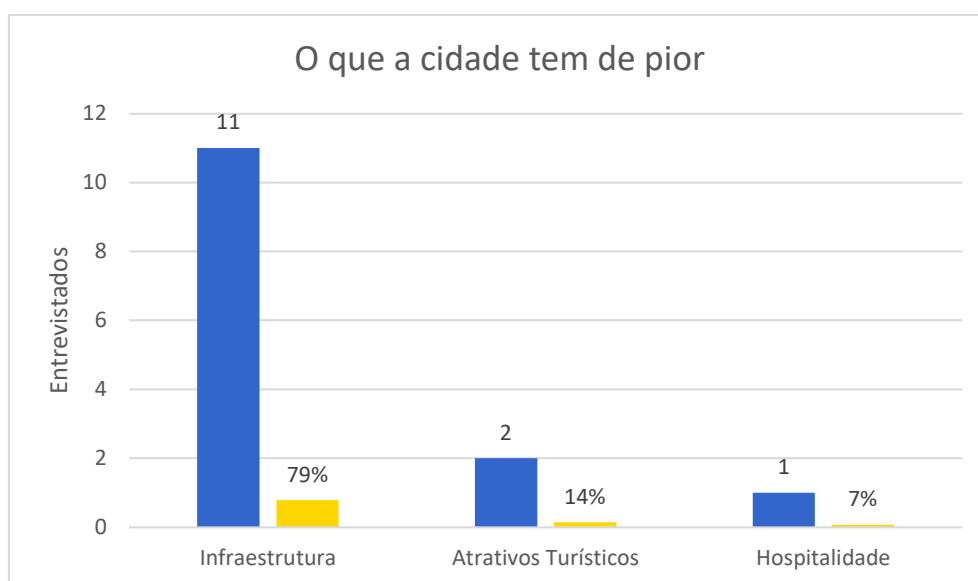
Diante do Gráfico 36, foi possível observar os pontos fortes da cidade na perspectiva dos entrevistados respondentes e diante dos resultados alcançados na questão abordada, observa-se que os entrevistados cada qual com seus apontamentos, ficaram satisfeitos com alguma característica da cidade, conforme apresentado no quadro a seguir. Compete-nos apontar que, o percentual Infraestrutura pontuado de forma positiva englobou: segurança. Ressalta-se ainda, uma observação quanto ao número de respondentes, dentre os 514 entrevistados, 115 entrevistados realizaram apontamentos em relação ao que a cidade tem de melhor.

Quadro 2 – O que a cidade tem de melhor.

%	Nº respondentes	Apontamento
56%	64	Atrativos Turísticos
29%	34	Meios de Alimentação
7%	8	Infraestrutura
7%	8	Hospitalidade
1%	1	Tranquilidade
100%	115	-

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Gráfico 37 – O que a cidade tem de pior?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

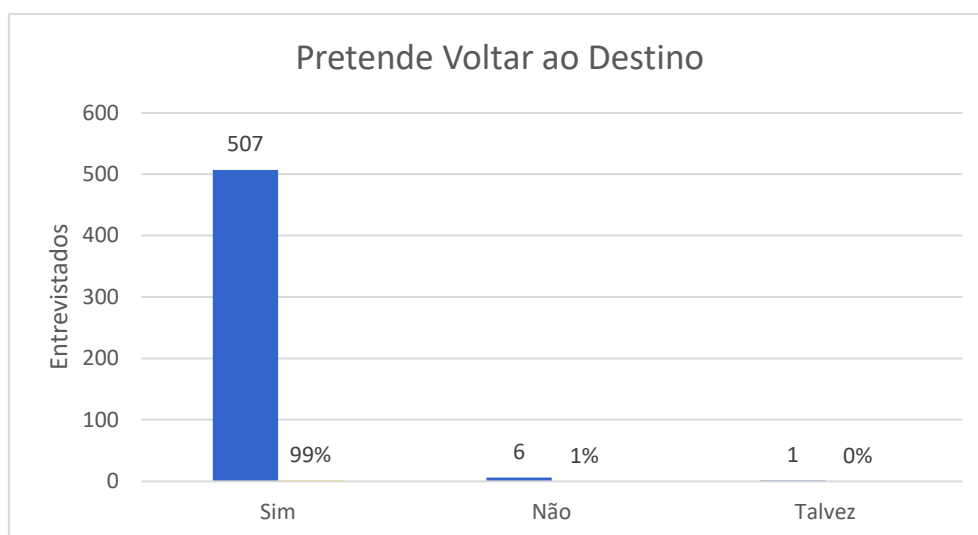
Por sua vez, o Gráfico 37 aponta o que a cidade tem de pior na opinião dos turistas/excursionistas respondentes que visitaram o município, sendo assim, diante dos apontamentos em relação a Infraestrutura, os principais questionamentos foram: limpeza, clima, pavimentação, buracos nas ruas, trânsito e sinalização, cabe nos ainda, uma observação quanto ao número de respondentes, dentre os 514 entrevistados, apenas 14 entrevistados realizaram apontamentos. No entanto, um município que visa atender aos anseios de uma demanda e fomento da atividade turística, precisa se atentar para os itens que desagradam os visitantes, buscando sempre a melhoria contínua do serviço ou atividade.

Quadro 3 – O que a cidade tem de pior.

%	Nº respondentes	Apontamento
79%	11	Infraestrutura
14%	2	Atrativos Turísticos
7%	1	Hospitalidade
100%	14	-

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Gráfico 38 – Pretende Voltar ao Destino?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Araçatuba 2023.

Mesmo diante dos apontamentos em relação ao que a cidade tem de melhor ou pior, no Gráfico 38, foi questionado junto ao entrevistado a pretensão de retornar

ao município e, 99% apresentaram interesse em voltar e conhecer melhor a cidade, apenas 1% não apresentou pretensão.

No tópico a seguir, será apresentado panorama geral da análise das pesquisas.

1.2 Análise da Pesquisa

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

- ↪ 78% das entrevistas ocorreram nos finais de semana, 21% em dias úteis e 1% nos feriados. Os locais de aplicação foram: 39% em Eventos, 26% nos Meios de Hospedagem, 24% nos Meios de Alimentação, 5% no Comércio Diferenciado, 3% na Rua do Comércio, 2% nos Atrativos Turísticos e 1% no Terminal Rodoviário.
- ↪ 100% dos respondentes possuem residência fixa no Brasil, quanto a origem dos visitantes, 46% dos respondentes têm origem de municípios com até 100 km, 37% residem em municípios com mais de 100 km e 11% residem em outros estados. Já 6% apontaram a capital, região metropolitana e litoral do estado. Já os principais municípios emissores de turistas foram: 57% outras cidades do estado de São Paulo, 15% Birigui, 11% outros estados e 5% Penápolis. Já 4% Bilac, Guararapes e São Paulo.
- ↪ Diante da principal motivação para realizar a viagem, observa-se na presente pesquisa que 31% estavam na cidade por motivos de eventos e 27% a lazer. Já 24% estavam a negócios/trabalho, 10% congressos/feiras e 8%, visita a familiares. Dentre aqueles respondentes que apontaram o lazer como principal motivo, o principal atrativo, se lazer, foram: 37% outros, que na presente pesquisa corresponde a: parque aquático, cinema, shopping, comércio, conhecer melhor a cidade e gastronomia. Já 29% apontaram os eventos, 27% natureza/ecoturismo, 5% cultura e 2% diversão noturna.
- ↪ Em relação ao perfil dos visitantes, 54% eram do sexo masculino e 46% do sexo feminino. A faixa etária predominante, foi de 30 a 45 anos e, quanto ao nível escolar dos visitantes 45% informaram possuir ensino superior, seguido de 30% que informaram possuir ensino médio. A renda familiar, observa-se que 68% dos entrevistados se enquadram em uma faixa de R\$ 2.601,00 a R\$ 6.500,00.
- ↪ Quanto a principal fonte de informação para realizar a viagem, 61% já conheciam o destino, 21% obtiveram informação por feiras, eventos e

- congressos, e 16% obtiveram a informação junto a amigos e parentes. Já 1% cada, denotaram ser o local onde trabalha e agências de viagem.
- ↳ No item está viajando, 33% estavam viajando sozinho e 18% cada, em casal sem filhos e amigos/colegas trabalho. Já 16% em grupo familiar e 15% em casal com filhos.
 - ↳ 53% dos entrevistados pernoveram na cidade e, em relação ao tempo de permanência, 39% pernoveram por 2 dias, 25% por 1 dia, 17% por 3 dias, 13% de 4 a 7 dias e 6% de 8 ou mais dias. Quanto ao meio de hospedagem, 74% se hospedaram em hotéis, 19% na casa de amigos/parentes, e 4% outros, que na presente pesquisa corresponde a camping, alojamento empresarial, e Airbnb. Já 3% ficaram em imóvel de aluguel.
 - ↳ 97% dos entrevistados declaram ter organizado a viagem por conta própria, sem auxílio de agências de turismo e deixou o uso do automóvel próprio com 79% da preferência dos respondentes para realizar a viagem e 9% utilizaram outros meios de transporte, que na presente pesquisa corresponde a moto, bicicleta, transporte empresarial, carona, caminhando e transporte por aplicativo. Já 3% cada, utilizaram ônibus/van excursão, ônibus/van fretamento, avião e ônibus de linha.
 - ↳ Com base nos valores declarados, observa-se que os respondentes estão dispostos a gastar em média R\$ 659,22 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.
 - ↳ 97% dos entrevistados informaram não possuir e não estar acompanhado de alguma pessoa com deficiência permanente ou temporária e 3% informaram que sim. 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.
 - ↳ 99% dos respondentes, não pensaram em visitar outra cidade, tiveram como único objetivo visitar o município de Araçatuba e, 99% 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 foram observados no presente estudo, e, ainda, quanto a este item, cabe uma observação quanto ao número de respondentes, dentre os 514 entrevistados, 115 entrevistados realizaram apontamentos, sendo eles:

- ✓ 56% Atrativos Turísticos
- ✓ 29% Meios de Alimentação
- ✓ 7% Infraestrutura
- ✓ 7% Hospitalidade
- ✓ 1% 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 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 514 entrevistados, 14 entrevistados realizaram apontamentos, sendo eles:

- ✓ 79% Infraestrutura
- ✓ 14% Atrativos Turísticos
- ✓ 7% Hospitalidade

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 do turismo do município

1.3 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 desagrada para melhor segmentação turística da destinação.

Com base na análise realizada, conclui-se que, os turistas e excursionistas que visitaram Araçatuba em 2023, 46% residem em municípios com até 100 km do município e 37% residem em municípios com mais de 100 km, e as principais cidades emissoras foram: Birigui e Penápolis. O uso do próprio automóvel teve maior percentual de preferência para realizar a viagem. Dentre os principais motivos para realizar a viagem, eventos teve maior percentual, seguido de lazer. Aqueles que estavam a lazer, outros (parque aquático, cinema, shopping, comércio, conhecer melhor a cidade e gastronomia) e eventos foram apontados como principal atrativo.

Quanto ao perfil dos entrevistados, observa-se que, 54% eram do sexo masculino e 46% do sexo feminino e, a faixa etária de destaque ficou de 30 a 45 anos. No presente estudo o nível escolar de destaque foi o ensino superior seguido do ensino médio e a faixa de renda familiar de maior destaque de até R\$ 10.400,00.

No que tange à 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 por feiras, eventos e congressos, 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, as estadas na cidade de maiores destaques, foram por 2 dias e 1 dia e o meio de hospedagem no destino foram os hotéis seguido da casa de amigos/parentes.

Diante dos valores declarados, observa-se que os respondentes estão dispostos a gastar em média R\$ 659,22, 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, os Atrativos Turísticos, os Meios de Alimentação, a Infraestrutura, a Hospitalidade e a 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, os Atrativos Turísticos e a Hospitalidade.

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

A avaliação do serviço de Táxi, observa-se que, 42% dos entrevistados não se sentiram confortáveis em avaliar, 56%, desses considerou de bom a muito bom e 2% avaliaram como ruim. Já a Hospedagem, observa-se que 72% dos respondentes classificaram de bom a muito bom, 26% não avaliaram o serviço e 2% consideraram ruim.

O serviço de Telecomunicações teve 66% de satisfação, ou seja, pessoas que classificaram de bom a muito bom o serviço, 32% não avaliaram e 2% consideraram como ruim. Já a Internet, teve 83% de satisfação, 15% não avaliaram e 2% classificaram como ruim.

Na avaliação dos Restaurantes/Alimentação, 98% dos entrevistados classificaram de bom a muito bom. Já a Diversão Noturna, 55% dos respondentes classificaram como bom e muito bom, 42% não avaliaram e 3% consideraram como ruim. No quesito Preços Praticados, 91% dos entrevistados classificaram de bom a muito bom, 6% consideraram como ruim e 3% não avaliaram.

Diante dos dados, observa-se que Sinalização Turística da cidade 80% dos respondentes classificaram como bom e muito bom, 15% não avaliaram e 5% classificaram como ruim. Quanto os Atrativos turísticos, 58%, classificou de bom a muito bom e 3%, consideraram como ruim. As Informações Turísticas, 51% dos entrevistados avaliaram como bom e muito bom, 44% não avaliaram e 5% avaliaram como ruim.

Quanto ao Guia de Turismo, 51% dos respondentes não avaliaram o serviço, 45% avaliaram como muito bom ou bom e 4% classificaram como ruim. O guia de turismo é aquele que acompanha uma pessoa ou um grupo durante excursões,

passeios e viagens com o objetivo de orientar, acompanhar, direcionar e apresentar locais e pontos turísticos; além de apoiar na logística da viagem. Justifica-se a avaliação no presente estudo pois, alguns entrevistados, avaliam de forma geral, todo informativo encontrado sobre o local, entendendo o guia de turismo como: impressos, informações obtidas por meio digital ou ainda informações obtidas junto a munícipes são levadas em consideração pelo visitante.

Os Passeios/*City Tour*, 51% dos entrevistados não avaliaram, 44% avaliaram como muito bom ou bom e 5% classificaram como ruim. Os Passeios/*City Tour*, referem-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 da questão abordada.

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

Ressalta-se ainda que, de acordo com a experiência 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 99% 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 essa, vista como mola propulsora para o desenvolvimento e fomento de uma destinação, pois gera renda e beneficia diversos setores. Nenhuma destinação é perfeita, portanto, conhecer suas limitações e fortalezas é essencial no que concerne o desenvolvimento de Políticas Públicas, seja na orientação da iniciativa pública ou privada interessada neste setor. De outro lado, esses indicadores são fontes para comprovação do potencial turístico de Araçatuba, a fim manter o título de Município de Interesse Turístico e pleitear novos investimentos ao município.

Com base nas informações, 46% dos respondentes eram advindos de municípios com até 100 km de Araçatuba e 37% eram advindos de municípios com mais de 100 km e os principais municípios emissores foram: Birigui e Penápolis, o que deixou o uso do próprio automóvel como preferência para realizar a viagem. Dentre os principais motivos para realizar a viagem, destaca-se eventos e lazer, o principal atrativo para aqueles que apontaram lazer, foram: outros (parque aquático, cinema, shopping, comércio, conhecer melhor a cidade e gastronomia) 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 dos entrevistados é de até R\$ 10.400,00. Outra característica a se registrar é que a maioria dos entrevistados já conhecia o destino e estava viajando sozinho. Com base na amostragem, 53% dos respondentes pernoveram na cidade e deixou o meio de hospedagem com maior percentual de preferência os hotéis seguidos da casa de amigos/parentes.

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

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, 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.

Araçatuba possui potencial para aumentar o fluxo de visitantes, devido às suas características e região a qual está inserida. Para isso, o constante aprimoramento e reavaliação das ações voltadas ao turismo do município, visando a melhoria contínua e sistêmica da atividade turística se faz necessário.

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 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.

REFERÊNCIAS

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

Prefeitura Municipal de Araçatuba. Turismo. Disponível em: <<https://aracatuba.sp.gov.br/>>. Acesso: fevereiro de 2024.

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\$ 1.300,00	<input type="checkbox"/> De R\$ 3.901,00 a R\$ 5.200,00	<input type="checkbox"/> Acima de R\$ 10.400,00
	<input type="checkbox"/> De R\$ 1.301,00 a R\$ 2.600,00	<input type="checkbox"/> De R\$ 5.201,00 a R\$ 6.500,00	Especificar:
	<input type="checkbox"/> De R\$ 2.601,00 a R\$ 3.900,00	<input type="checkbox"/> De R\$ 6.501,00 a R\$ 10.400,00	
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"/> Folders 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 pernites:	13. Viagem organizada por agência de turismo?
	<input type="checkbox"/> Não	Horas no destino:	
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, estacionar)	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?			

Prefeitura Municipal de Araçatuba (SP)
Secretaria Municipal de Turismo

Endereço: Av. Waldemar Alves, 50, Bairro São Joaquim

Telefone: (18) 3625-8636

Horário de funcionamento: das 08:30 às 16:30 de segunda a sexta-feira.

E-mail: turismo.pma@aracatuba.sp.gov.br

laerte.rocha@aracatuba.sp.gov.br

Consultoria Técnica Responsável

Leal Consultores e Associados LTDA

02.998.041.0001/44

Rua: Paulo Sá, 105 – Sala 6 - Vila Santo Antônio

19900 - 120 – Ourinhos/SP

