

GIULIANE RODRIGUES LOPES

**METODOLOGIA APLICADA NO LEVANTAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS DO
OBSERVATORIO TURÍSTICO INTERMUNICIPAL DE AVARÉ E ROSANA/SP**

Rosana

2022

GIULIANE RODRIGUES LOPES

**METODOLOGIA APLICADA NO LEVANTAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS DO
OBSERVATORIO TURÍSTICO INTERMUNICIPAL DE AVARÉ E ROSANA/SP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências - Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador (a): Prof. Dra. Rosângela Custodio
Cortez Thomaz

Rosana

2022

L864m

Lopes, Giuliane Rodrigues

Metodologia aplicada no levantamento e análise dos dados do observatório turístico intermunicipal de Avaré e Rosana / Giuliane Rodrigues Lopes. -- Rosana, 2022

89 p. : il., tabs., mapas

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Turismo) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana

Orientadora: Rosângela Custodio Cortez Thomaz

1. Oferta e Demanda Turística. 2. Planejamento. 3. Observatório Turístico. 4. SPSS Statistics. 5. Avaré/SP; Rosana/SP. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

GIULIANE RODRIGUES LOPES

**METODOLOGIA APLICADA NO LEVANTAMENTO E ANÁLISE DOS
DADOS DO OBSERVATÓRIO TURÍSTICO INTERMUNICIPAL DE
AVARÉ E ROSANA/SP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências - Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Rosana, ____/____/____.

Componentes da Banca Examinadora:

Presidente e Orientador: Profa. Dra. Rosângela Custodio Cortez Thomaz – Universidade Estadual Paulista – UNESP, Campus de Rosana.

Membro Titular: Profa. Dra. Luciana Pereira de Moura Carneiro – Instituto Federal de São Paulo – IFSP, Campus Avaré

Membro Titular: Msc. Leonardo Giovane Moreira Gonçalves – Universidade de São Paulo – USP, São Paulo

DEDICATÓRIA

Existem inúmeras pessoas importantíssimas na minha vida que eu gostaria de dedicar este Trabalho de Conclusão de Curso. No entanto, estarei escrevendo esta dedicatória a quatropessoas em especial que nos deixaram enquanto eu traçavaminha trajetória no curso de Turismo.

Em primeiro lugar gostaria de dedicar este TCC a minha Avó materna, a Vó Linda, também chamada de Dona Olinda de Menezes Gomes, que eu amo muito, que foi uma grande influencia para a minha vida e que foi uma grande mulher e matriarca da família, e uma pessoa de quem eu sinto muita saudade e que eu gostaria muito que me visse me formando.

Ao primo Valter, que tanto fez parte da minha infância e adolescência, uma pessoa especial, preciosa e muito autêntica, eu dedico este Trabalho de Conclusão de Curso.

A Dona Elza, avó da minha melhor amiga, uma pessoa que eu me aproximei muito e conheci melhor nos anos de 2021 e 2022. Uma pessoa que eu não consegui me despedir, mas que eu vou levar pra sempre no meu coração e sentirei muita saudade.

E por último, ao grande mestre Marcos Rezende, professor de história e filosofia do Ensino Médio, no colégio Lumen, que com toda certeza foi a maior influencia e inspiração para que eu me tornasse uma aluna mais concentrada e dedicada aos estudos. Um professor que despertou em mim a paixão pelos estudos e pela busca do conhecimento.

Este Trabalho de Conclusão de Curso eu dedico a todos vocês que deixarão muita saudade.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a Deus pela conclusão deste TCC. Sem Ele eu não teria conseguido chegar até aqui, não conseguiria ter passado por esse ano turbulento de escrita e concentração, e pelos vários momentos de inseguranças, ansiedade, estresse e concentração que se deram por conta deste Trabalho Final.

Também gostaria de agradecer a minha família, minha mãe, pai e irmão, pois, junto com Deus, foram um pilar extremamente importante para que eu mantivesse força e dedicação para conceber este trabalho tão importante da minha formação acadêmica. Gostaria de agradecer também a minha Avó Paterna, Dona Cristina que sempre me ajudou enquanto eu estava cursando a minha faculdade.

Quero agradecer a minha orientadora, professora Rosângela Custodio Cortez Thomaz, que esteve comigo durante todos esses anos de graduação e que me orientou nas pesquisas da Iniciação Científica e deste TCC, que se complementam. Não poderia deixar de agradecer também por ter feito parte do Grupo de Estudo e Pesquisas em Turismo Rural e da pesquisa do Observatório Turístico Intermunicipal, o qual é o foco deste Trabalho de Conclusão de Curso.

Os Professores do curso de Turismo também foram de extrema importância para a minha formação acadêmica. Sem eles eu não poderia ter adquirido todo o conhecimento que eu possuo sobre o turismo.

Não poderia de deixar de agradecer as duas famílias que me acolheram em Primavera, a República Casa das Primas (Michele Yang, Bruna Delfino, Nicole, Bruna Malagutti, Ana Pitorri e Vitor Giralddello) que me receberam e acolheram nos dois primeiros anos de faculdade. E a Rep Zona (Julia Pedrosa, Julia Maciel e Juliana Martins) que estiveram comigo durante a reta final da graduação.

E por último, eu gostaria de agradecer as minhas amigas que eu conheci durante a faculdade, em especial, Leticia Cassiano, Ana Caroline Felisberto e Giovanna Benini. E que sempre estiveram comigo, me aconselhando e ajudando, nos momentos mais alegres e nos de maior dificuldade.

A todos vocês, eu ofereço um muitíssimo obrigado, vocês seguirão para sempre no meu coração e sempre me lembrarei de vocês.

Aproveito a oportunidade para agradecer a Pró-Reitoria de Pesquisa da Unesp (PROPE) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelo apoio e financiamento da pesquisa.

RESUMO

Esta pesquisa está vinculada ao Observatório Turístico Intermunicipal (Obstur) entre a Estância Turística de Avaré e o Município de Interesse Turístico (MIT) de Rosana/SP e consiste na construção de um banco de dados para armazenar e analisar as informações coletadas sobre a demanda turística de ambos os municípios. Para isso foi feita uma pesquisa de caráter qualitativo nos dois destinos, com coleta de dados por meio de questionários aos turistas e excursionistas de Avaré e de Rosana, esses dados foram analisados com a ajuda do software IBMS SPSS Statistics. A partir da presente pesquisa foi possível a obtenção de gráficos e tabelas, simples e de referência cruzada, que representam os dados coletados para o Obstur de Rosana e Avaré. Com a realização desta pesquisa verificamos que o banco de dados do observatório turístico é de extrema importância para a fase inicial do planejamento turístico, sendo ele responsável por conter informações a respeito da atividade turística, com dados reais e atualizados sobre o destino. Por meio do observatório, é possível organizar os dados e, dessa forma, identificar o fluxo turístico, o perfil da demanda e a potencialidade do destino, assim como pontos a melhorar para que o turismo se desenvolva. Sendo imprescindível que haja uma interligação entre os demais setores envolvidos, público, privado e comunidade local para que disponibilizem as informações para o banco de dados.

Palavras-chave: Oferta e Demanda Turística; Planejamento; Observatório Turístico; SPSS Statistics. Avaré/SP; Rosana/SP.

RESUMEN

Esta investigación está vinculada al Observatorio Turístico Intermunicipal entre el Polo Turístico de Avaré y el Municipio de Interés Turístico (MIT) de Rosana/SP y consiste en la construcción de una base de datos para almacenar y analizar las informaciones recopiladas sobre la oferta y demanda turística de ambos condados. Para ello se realizó una investigación cualitativa-cuantitativa en ambos destinos, con recolección de datos a través de cuestionarios a los turistas de Avaré y Rosana, estos datos fueron analizados con la ayuda del software IBM SPSS Statistics. Con la presente investigación fue posible obtener gráficos y tablas, simples y cruzadas, que representan los datos recolectados para el Observatorio Turístico Intermunicipal del Polo Turístico de Avaré y el Municipio de Interés Turístico de Rosana. Con la realización de esta investigación comprobamos que la base de datos del observatorio turístico es de suma importancia para la fase inicial de la planificación turística, siendo la encargada de contener información sobre la actividad turística, con datos reales y actualizados sobre el destino. A través del observatorio es posible organizar los datos, y de esta forma, identificar el flujo turístico, perfil de demanda, potencial del destino, así como puntos a mejorar para el desarrollo del turismo, siendo fundamental que exista una interconexión entre los demás sectores. Las partes interesadas, públicas, privadas y la comunidad local para poner la información a disposición de la base de datos.

Palabras-claves: Oferta y Demanda Turística. Planejamento. Observatorio Turístico. SPSS Statistics. Avaré/SP; Rosana/SP.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Etapas da Pesquisa	18
Figura 2	Planilha de Variável	21
Figura 3	Planilha de dados	22
Figura 4	Analisar > Estatística Descritiva	23
Figura 5	Frequência	23
Figura 6	Saída	24
Figura 7	Respostas Múltiplas	24
Figura 8	Conjunto de Variáveis	25
Figura 9	Mapa de contexto: Estância Turística de Avaré	49
Figura 10	Atrativos Turísticos do Município de Avaré – SP	51
Figura 11	Mapa de contexto: Município de Interesse Turístico de Rosana	52
Figura 12	Atrativos Turísticos do Município de Rosana – SP	54
Gráfico 1	Como organizou sua viagem – Avaré/SP	58
Gráfico 2	Como organizou sua viagem – Rosana/SP	58
Gráfico 3	Perfil do turista – Gênero x Meio de transporte – Avaré/SP	60
Gráfico 4	Perfil do turista – Gênero x Meio de transporte – Rosana/SP	60
Gráfico 5	Perfil do turista: Faixa etária x Organização da Viagem – Avaré/SP	62
Gráfico 6	Perfil do turista: Faixa etária x Organização da Viagem – Rosana/SP	62
Gráfico 7	Perfil do turista: Faixa etária x Meios publicitários – Avaré/SP	65
Gráfico 8	Perfil do turista: Faixa etária x Meios publicitários – Rosana/SP	65
Gráfico 9	Perfil do turista: Gênero x Hospedagem – Avaré/SP	68
Gráfico 10	Perfil do turista: Gênero x Hospedagem – Rosana/SP	68
Gráfico 11	Perfil do turista: Deslocamento x Organização da viagem – Avaré/SP	71
Gráfico 12	Perfil do turista: Deslocamento x Organização da viagem – Rosana/SP	71
Gráfico 13	Atividades realizadas em Avaré/SP	72
Gráfico 14	Atividades realizadas em Rosana/SP	72
Gráfico 15	Já estive em uma propriedade rural? – Avaré/SP	73
Gráfico 16	Já estive em uma propriedade rural? – Rosana/SP	73

Gráfico 17	Se houvesse TER em Avaré, visitaria?	74
Gráfico 18	Se houvesse TER em Rosana, visitaria?	74
Gráfico 19	Atividades Rurais em potencial – Avaré/SP	75
Gráfico 20	Avaliação dos turistas em Rosana/SP	75
Gráfico 21	Avaliação dos turistas em Avaré/SP	76
Gráfico 22	Avaliação dos turistas em Rosana/SP	76
Figura 13	Perfil do visitante da Estância Turística de Avaré/SP	77
Figura 14	Perfil do visitante do MIT de Rosana/SP	77

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Origem do turista – Avaré/SP	57
Tabela 2	Origem do turista – Rosana/SP	57
Tabela 3	Perfil do turista: Gênero x Faixa Etária – Avaré/SP	59
Tabela 4	Perfil do turista: Gênero x Faixa Etária – Rosana/SP	59
Tabela 5	Perfil do turista: Gênero x Organização da Viagem – Avaré/SP	61
Tabela 6	Perfil do turista: Gênero x Organização da Viagem – Rosana/SP	63
Tabela 7	Perfil do turista: Faixa Etária x Companhia – Avaré/SP	64
Tabela 8	Perfil do turista: Faixa Etária x Companhia – Rosana/SP	66
Tabela 9	Perfil do turista: Faixa Etária x Meio de hospedagem – Avaré/SP	67
Tabela 10	Perfil do turista: Faixa Etária x Meio de hospedagem – Rosana/SP	67
Tabela 11	– Perfil do turista: Companhia x Organização da Viagem – Avaré/SP	69
Tabela 12	Perfil do turista: Companhia x Organização da Viagem – Rosana/SP	70

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	17
2 MARCO TEÓRICO	28
2.1 O PLANEJAMENTO TURÍSTICO	28
2.2 OFERTA E DEMANDA TURÍSTICA	31
2.2.1 <i>Demanda Turística</i>	<i>33</i>
2.2.2 <i>Oferta Turística</i>	<i>41</i>
2.3 OBSERVATÓRIO TURÍSTICO	46
2.4 O PROGRAMA SPSS	48
3 APRESENTAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	51
3.1 ESTÂNCIA TURÍSTICA DE AVARÉ	51
3.2 O MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE ROSANA.....	54
3.3 A CONCEPÇÃO DO OBSERVATÓRIO INTERMUNICIPAL DE TURISMO DE AVARÉ E ROSANA.....	58
4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS	60
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
6 REFERÊNCIAS	84
APENDICE A	85

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa do Observatório Turístico Intermunicipal da Estância Turística de Avaré e o Município de Interesse Turístico (MIT) de Rosana (Obstur Avaré/Rosana) consiste na construção de um banco de dados que registrará e estudará as informações coletadas sobre a oferta e demanda turística de ambos os municípios.

Os dois municípios, situados no estado de São Paulo, foram escolhidos por possuírem em seus territórios instituições e grupos de pesquisa voltados para o estudo do turismo. Rosana conta com a Universidade Estadual Paulista (UNESP) e com o Grupo de Estudos e Pesquisa em Turismo no Espaço Rural (GEPTER). Já Avaré conta com o Instituto Federal de São Paulo (IFSP) e o Grupo de Estudo em Hospitalidade e Lazer (GEHLA).

É importante ressaltar que ambos os territórios atraem turistas e por conta disso possuem características e políticas públicas voltadas ao desenvolvimento turístico. As duas localidades recebem verba para ser investida no setor turístico. Isso explica o fato de Avaré ser uma Estância Turística, o que faz o município ser um destino já consolidado e receber apoio financeiro do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos (DADETUR).

Enquanto que Rosana é classificado como um MIT e, por conta disso recebe verba do estado de São Paulo, para investir, planejar e desenvolver o turismo. É importante ressaltar que um município se torna MIT quando ele possui potencial turístico que pode ser explorado. Por isso, é preciso pensar e planejar em como o turismo irá contribuir para o desenvolvimento geral da localidade. Apesar de Rosana e Avaré terem um setor turístico em constante planejamento e desenvolvimento, vale ressaltar que há carência, nas duas territorialidades, de um ente responsável por “identificar e analisar o fluxo de turista que entram e saem deles” (LOPES; THOMAZ, 2020).

O Observatório Turístico é a ferramenta primordial para a gestão do destino turístico, já que a partir do mesmo é possível a coleta de informações turísticas detalhadas e atualizadas, as quais poderão ser utilizadas pelos órgãos públicos e privados para um melhor planejamento do turismo no território em questão. O Obstur Avaré/Rosana, com este propósito de dar subsídios para a análise estatística dos dados e informações coletadas nos dois municípios, com maior precisão, utilizou o software *SPSS Statistics*. Por meio desse programa foi possível construir gráficos e tabelas simples e complexos, para que assim houvesse a interpretação dos mesmos e uma melhor compreensão do perfil de turistas que visitaram Avaré e Rosana.

Portanto, a presente pesquisa possuiu como objetivo geral descrever a metodologia utilizada no levantamento e na análise dos dados do Observatório Turístico Intermunicipal da Estância Turística de Avaré e do Município de Interesse Turístico (MIT) de Rosana.

Sendo assim foi preciso delimitar alguns objetivos específicos. São eles:

- Compreender o uso do programa SPSS *Statistics* enquanto ferramenta de análise de dados;
- Elaborar e aplicar questionários aos turistas da Estância Turística de Avaré e do MIT de Rosana;
- Analisar os dados coletados em campo, utilizando o software SPSS *Statistics*;
- Compreender o uso do SPSS *Statistics* em estudos de ciências sociais;
- Apresentar e disponibilizar os dados coletados por meio do Observatório Turístico Intermunicipal da Estância Turística de Avaré e do MIT de Rosana, para as entidades responsáveis pelo planejamento turístico dos dois municípios.

Oliveira (2007) diz que por meio do SPSS *Statistics* é possível criar, definir, modificar e cruzar variáveis, produzir gráficos e verificar a existência de associações e/ou correlações entre variáveis. Portanto, é perceptível que o software SPSS *Statistics* é importantíssimo e uma ferramenta precisa para a obtenção de informações e de relatórios sobre os dados que são tabulados na plataforma.

De acordo com Calles e Silva (2017), é imprescindível para um governo, seja de âmbito Municipal, Estadual ou Federal, ter acesso às informações estatísticas sobre o turismo, pois esta é uma ferramenta que auxilia na análise de tendências atuais e futuras do turismo e beneficia a gestão do destino, já que existiria uma maior facilidade na tomada de decisões por parte dos governos.

A presente pesquisa possui caráter quali-quantitativo, cujos dados foram coletados no segundo semestre de 2019, que compreenderam 149 questionários no município de Rosana e 343 questionários em Avaré, aplicados aos turistas que visitaram os municípios e foram inseridos no software SPSS, tabulados, analisados e transformados em gráficos e tabelas, simples e de referência cruzada. Além disso, realizou-se pesquisas bibliográficas acerca de temas como planejamento turístico, oferta e demanda turísticas, observatório turístico e sobre o SPSS *Statistics*.

Em decorrência da pandemia do coronavírus não foi possível ampliar a coleta de dados de campo, ou seja, aplicação de questionário nos atrativos e eventos. Portanto a pesquisa buscou utilizar os dados que já haviam sido coletados, para analisar o software SPSS *Statistics* e entender melhor suas funcionalidades.

A demanda e oferta turísticas são elementos que estão diretamente relacionados com o fluxo de turistas presentes em um município. Compreendê-las é fundamental para a melhoria das políticas públicas que envolvem o setor. Por mais que seja necessário pensar em todos os impactos positivos ou negativos gerados pelo turismo aos ambientes naturais, sociais e culturais, ainda é preciso reconhecer que a atividade turística é extremamente capitalista e, por conta disso, vai envolver elementos econômicos, como a oferta e demanda. A oferta é, basicamente, aquilo que está sendo ‘vendido’, é o produto. A demanda é a procura, ou seja,

refere-se ao tanto que um produto é interessante para ser comprado. No turismo, a oferta pode ser uma unidade habitacional, um pacote de viagem, um prato de restaurante, ou até mesmo um atrativo turístico. Já a demanda se baseia no fluxo de turistas dentro de um município.

Dessa forma, a presente pesquisa apontou vinte e dois (22) gráficos e doze (12) tabelas simples e de referência cruzada que foram analisados pelos membros do Obstur da Estância Turística de Avaré e do MIT de Rosana.

1.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A lei complementar 1.261 (2015) referente às normativas do Estado de São Paulo para que um município se torne destino turístico, é dividida em Estâncias Turísticas, ou seja, locais com atividades turísticas consolidadas e Municípios de Interesse Turístico, aqueles que investem em infraestrutura e visam o crescimento do turismo local.

Dessa maneira, as Estâncias Turísticas são destinos já consolidados, com até 200.000 mil habitantes, dispondo de infraestrutura básica e turística, com condições de oferecer serviços e equipamentos turísticos como hospedagem, restaurantes, atrativos, entre outros, na qual é possível relacionar suas características com um dos segmentos do turismo, de acordo com o estabelecido pelo Ministério do Turismo (SÃO PAULO, SP, 2015).

E os Municípios de Interesse Turísticos são aqueles que possuem potencial para receber um determinado número de turistas, sendo este um município com grande atratividade, infraestrutura básica que comporte não só a população local, mas também a população flutuante, além de contar com equipamentos e serviços mínimos de turismo, tais como hospedagem, alimentação e informação turística (SÃO PAULO, SP, 2015).

É um benefício monetário essencial para um destino que deseja se tornar turístico, acaba sendo um título bastante concorrido entre os municípios do estado de São Paulo, sendo que:

O Estado de São Paulo possui 645 municípios. Destes, 70 são Estâncias (entre turísticas, climáticas, balneárias e hidrominerais). Sendo assim, mais de 10% dos municípios do Estado são Estâncias, o que explica as atuais dificuldades de um município obter o título (FINO, 2009, p.55).

Logo, o Observatório Turístico Intermunicipal tem como objetivo ser uma ferramenta essencial para a gestão do turismo, pois o mesmo contém informações a respeito da atividade turística nos dois municípios. As quais podem ser interligadas ao final do estudo e disponibilizadas para prefeituras, profissionais, pesquisadores e aos demais interessados no desenvolvimento deste setor. Sendo atualizado anualmente com dados oficiais dos locais. Mostra-se, assim, a relevância competitiva em relação aos municípios turísticos que não possuem essa ferramenta informacional. Bissoli (2002, p.67) afirma que “os recursos de informática são uma ferramenta essencial para o apoio a tomadas de decisão, e sua interação com atividades como a do turismo permite a consulta e a gestão eficiente da informação associada ao setor”.

Esta pesquisa possui caráter qualitativo pois busca produzir informações sobre os dados e os objetos que estão sendo colocados em foco. E qualitativa por possuir como características a:

[...] objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências. (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

A pesquisa de caráter quantitativo proporciona resultados que podem ser quantificados, eles representam um retrato real da população alvo da pesquisa. No caso da presente monografia esses dados referem-se a pesquisa de demanda direcionada aos visitantes de Avaré e Rosana. Ainda sobre a pesquisa quantitativa, é possível afirmar que ela objetiva, assim “[...] a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. [...]” (FONSECA, 2002. *apud* GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Fonseca (2002) afirma que:

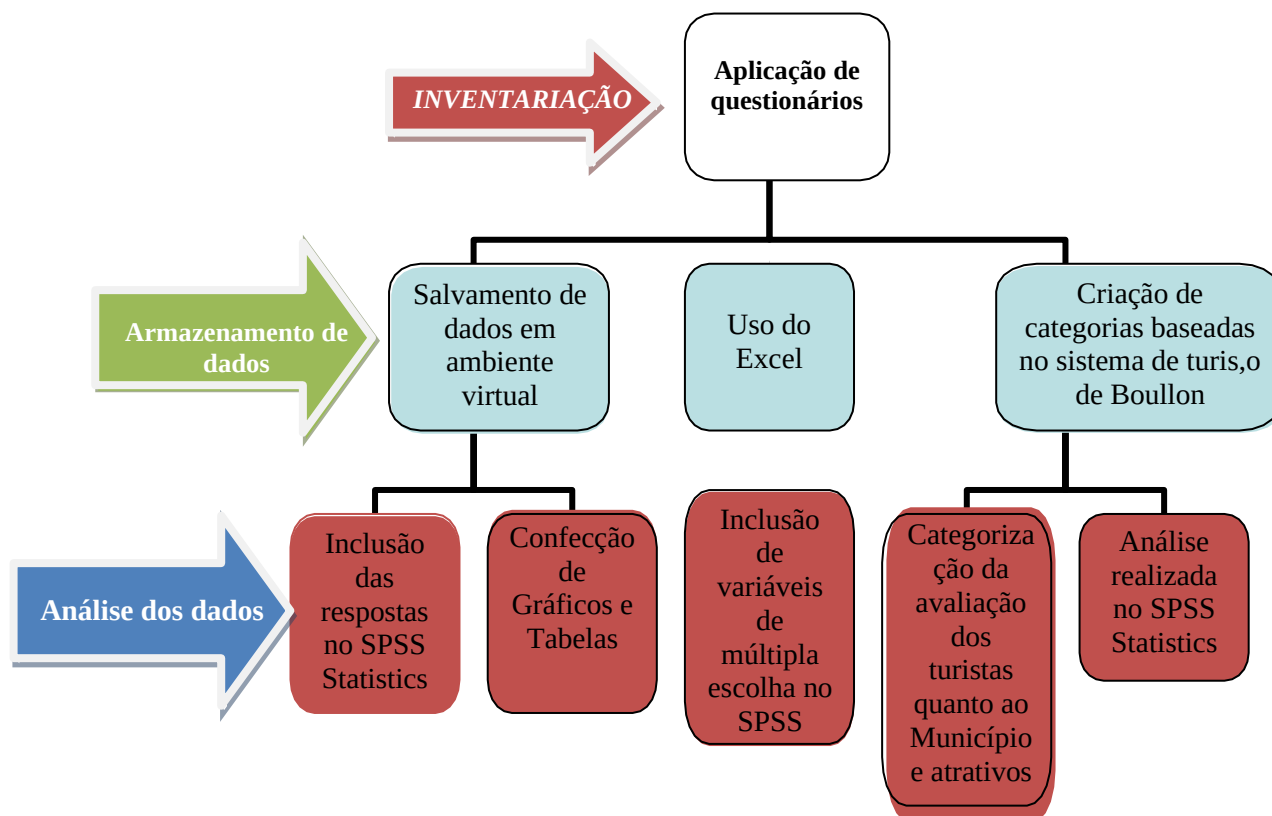
[...] A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente.

Dessa forma, este tipo de pesquisa baseia-se no raciocínio dedutivo, nas regras da lógica e nos atributos mensuráveis da experiência humana.

“Por outro lado, a pesquisa qualitativa tende a salientar os aspectos dinâmicos, holísticos e individuais da experiência humana, para apreender a totalidade no contexto daqueles que estão vivenciando o fenômeno (POLIT; BECKER; HUNGLER, 2004 *apud* GERHARDT; SILVEIRA, 2009)

Além disso, a presente pesquisa realizou estudos bibliográficos acerca de temas como planejamento turístico, demanda e oferta turística, observatório turístico (principais características e funcionalidades) e sobre o programa SPSS *Statistics*.

A abordagem da presente pesquisa ocorreu por meio de três etapas: **Inventariação, Armazenamento e análise de dados.**

Figura 1: Etapas de Pesquisa

Fonte: Autora (2022)

1.1.1 Inventariação

A inventariação teve como base para a aquisição dos dados, o questionário aplicado pelo Centro de Estudos e Investigações Turísticas (CETUR) da Universidade de Santiago de Compostela – Espanha (APÊNDICE A), parceiro do projeto Observatório Turístico Intermunicipal.

O questionário possui 16 perguntas, entre questões fechadas referentes ao perfil do turista, como gênero, idade, origem, companhia de viagem, meio de transporte, entre outros. Também conta com perguntas de múltipla escolha, referentes aos atrativos visitados e/ou que pretendia visitar na Estância Turística de Avaré e no MIT de Rosana, tendo como base os atrativos inseridos nos sites das prefeituras e as atividades que já ocorrem nos assentamentos, segundo literatura. Além de uma única questão aberta na qual os turistas tinham liberdade para avaliar a atividade turística, pontuando as melhorias e atrativos que os municípios deveriam possuir.

Os dados utilizados nesta pesquisa, relativos a Estância de Avaré, foram coletados pelos pesquisadores do Grupo de Estudos em Hospitalidade e Lazer (GEHLA- IFSP, Avaré), em 2016, 2017 e 2020 (totalizando 343 respostas), nos principais atrativos de Avaré, exceto pela questão referente à avaliação dos turistas, que foi aplicada posteriormente ao decorrer da pesquisa, possuindo apenas 32 dados devido a pandemia de COVID-19.

No caso de Rosana, foram aplicados 149 questionários em dois eventos em 2019, que ocorreram anteriormente a pandemia COVID-19, sendo estes o evento “I Campeonato de Jet Ski de Rosana” e no evento “Primarosa”. Com a pandemia foi impossibilitado a continuação

da coleta de dados, sendo assim, focamos o estudo na análise pelo software *SPSS Statistics*.

A coleta de dados foi realizada por meio de aplicação de questionários acerca do perfil dos visitantes de ambos os municípios. Dentre os questionamentos pode-se citar: o gênero, a faixa-etária, cidade e estado de origem, meio de hospedagem (hotel, segunda residência, camping, pousadas, etc.) e de transporte (veículo próprio ou locado, ônibus fretado ou de linha regular, entre outros) utilizados, frequência de visitação, motivação (evento, estudos, lazer/férias, visita a familiares, trabalho, etc.), forma de organização da viagem (por conta própria, por meio de associação ou clube, etc.) atrativos/atividades visitados e sugestão de melhoria para o município. Além disso, foram formuladas três questões focadas em Turismo no Espaço Rural (TER). Foi perguntado se o turista já havia visitado, alguma vez na vida, uma propriedade que ofertasse turismo no espaço rural (TER); questionou-se também se ele visitaria uma propriedade focada em TER, caso houvesse nos municípios de Rosana e Avaré. Por último, perguntou-se qual tipo de atividade o visitante gostaria de praticar nesta localidade.

1.1.1 Armazenamento de dados – banco de dados do observatório

Para iniciarmos o banco de dados, as respostas coletadas com a aplicação dos questionários foram transferidas para o google forms. Por não haver uma ferramenta digital que pudesse facilitar e agilizar esta tarefa foi necessário imprimir uma quantidade de folhas para cada pesquisa de campo e realizar as perguntas para os visitantes.

Após esta etapa, as respostas foram transferidas para ambiente virtual, afim de que houvesse um melhor manuseio dos dados coletados, os quais foram salvos em planilhas e posteriormente inseridos no software *SPSS Statistics*. Por meio do programa foi possível organizar os dados e transformá-los em gráficos e tabelas de referência simples e cruzada.

Para trabalhar melhor as perguntas de respostas múltiplas, foi necessário utilizar o *Excel* como ferramenta de apoio do software *SPSS Statistics*. Isso porque o programa não consegue ler respostas múltiplas que estejam em uma mesma célula, dessa forma foi necessário criar categorias numéricas para as opções dadas aos turistas, para essas questões de múltiplas escolhas (por ex.: para “passeio a cavalo” utilizar a numeração “1”), isso para todas as perguntas de múltiplas escolhas, criando, assim, categorias numéricas as quais o software conseguia analisar.

Já em relação à questão aberta “Em sua opinião quais melhorias e/ou atrativos poderiam ser oferecidos no Município”, que não possuía opções, ou seja, categorias prédefinidas, foi necessário criar categorias para essa questão. Para isso, aprofundamo-nos na literatura e com ela definimos como critério utilizar as categorias criadas para análise do turismo pelo Sistema de Turismo de Roberto. C Boullón (2006), que apresenta 4 categorias: Atrativos, Equipamento e Serviços, Infraestrutura e Superestrutura. Quanto a esta questão dissertativa foi realizada uma análise criteriosa (resposta por resposta) afim de colocar as avaliações nas categorias criadas. Por fim, as respostas categorizadas com o apoio da ferramenta *excel*, foram inseridas no

software *SPSS Statistics* e analisadas (conforme é representado ao longo deste estudo).

1.1.2 SPSS – análise de dados

O último passo foi a inserção, tabulação e análise dos dados coletados no software *SPSS Statistics*. Neste software é possível produzir gráficos e tabelas, correlacionar os dados e obter informações estatísticas que auxiliem no estudo da oferta e demanda turística nos municípios de Avaré e Rosana.

Com o *SPSS Statistics*:

[...] é possível: construir gráficos (setor, barras, colunas, linhas, etc) e tabelas que contabilizam a frequência e/ou porcentagem dos casos de uma variável; correlacionar variáveis, por meio de histogramas ou tabelas compostas; recodificar, calcular, criar séries temporais e transformar as variáveis. São inúmeras as possibilidades de análise dos dados inseridos no software. Mas existe uma limitação analítica, dependente da forma de medida de cada variável. Ou seja, algumas ferramentas do software podem ou não servir para uma variável, depende muito se a medida é escalar, nominal ou ordinal. (OLIVEIRA, 2007)

Esta ferramenta consegue analisar, de forma completa, os dados inseridos nela. O software *SPSS* é então “[...] *Ele ajuda os usuários a entender rapidamente conjunto de dados grandes e complexos usando procedimento estatísticos avançados, garantindo alta precisão para impulsionar a tomada de decisão de qualidade*” (MATHUR, 2019)

Cada variável possui um tipo de medida: nominal, ordinal ou escalar. A primeira se encaixa naquelas variáveis que possuem nome, ou melhor, aquelas em que os casos não podem nem ser medidos numericamente, e nem possuem uma característica de superioridade ou inferioridade. Já a ordinal é caracterizada principalmente por dar um sentido de ordem para os casos das variáveis, ou seja, se um caso é maior ou menor que o outro. Por último, a medida escalar é aquela que representa as variáveis numéricas, ou melhor, aquelas que podem ser medidas e, consequentemente, gerar resultados como média, moda e mediana.

O Software *SPSS Statistics* é composto por duas planilhas. A primeira é a planilha de variáveis (Figura 2), na qual são inseridas questões. Nesta planilha é inserido o nome da variável, o tipo dela (numérico, sequência de caracteres etc.), o rótulo, as medidas e os valores.

Na coluna NOME é inserido o nome da variável, ou seja, aquilo que está sendo perguntado. Este nome não pode ter espaço entre as palavras, então, para separá-las é usado o símbolo *underline* (_), por exemplo: GÊNERO_DO_TURISTA. Na segunda coluna, é definido o TIPO de variável, ou seja, se esta será numérica, sequência de caracteres, etc.

Figura 2 – Planilha de Variável

	Nome	Tipo	Compr.	Decimais	Rótulo	Valores	Omissos	Colunas	Alinhar	Medida	Papel
1	Gênero_jur	Nomérico	8	0	Gênero do jurado	(1. Feminino, Nenhum	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
2	Cidade_orig	Nomérico	8	0	Cidade de origem	(1. Sem res.	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
3	Estado_Pai	Nomérico	8	0	Estado/Pais de	(1. SP)	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
4	Faixa_etária	Nomérico	8	0	Faixa etária	(1. De 18 a	Nenhum	8	Centro	Ordinal	Entrada
5	Veículo_util	Nomérico	8	0	Veículo utilizado	(1. Veículo	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
6	É_o_primeiro	Nomérico	8	0	É o primeiro ve	(1. Sim)	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
7	Quantas_ve	Nomérico	8	0	Caso não seja	(1. Somente	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
8	Com_quem	Nomérico	1	0	Com quem est	(1. Em tend	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
9	Como_você	Nomérico	8	0	Como você org	(1. Por cont	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
10	Qual_e_primeiro	Nomérico	8	0	Qual é o princip	(1. Férias/L	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
11	Qual_mais	Nomérico	8	0	Qual mais públ	(1. GuiaFol	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
12	Qual_mais	Nomérico	8	0	Qual mais de h	(1. Casa de	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
13	Onde_se_encontra	Nomérico	8	0	Onde se localiz	(1. Pioneir	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
14	VAR00001	Nomérico	8	2		Nenhum	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
15	Já_voltou_u	Nomérico	8	0	Você alguma v	(1. Sim)	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
16	Voltaria_u	Nomérico	8	0	Voltaria em R	(1. Sim)	Nenhum	8	Centro	Nominal	Entrada
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											

Fonte: SPSS Statistics, 2021

Em RÓTULO coloca-se o nome também, mas, desta vez é possível utilizar espaço e até mesmo detalhar melhor a variável (será o rótulo que aparecerá no título de uma tabela ou gráfico quando os mesmos forem definidos). A coluna VALORES é aquela na qual é inserido as múltiplas respostas da variável (exemplo: 1-FEMININO, 2-MASCULINO), já em OMISSO são colocados os casos que por algum motivo não foi possível obter resposta. A coluna MEDIDA, já explicada anteriormente, é aquela que define o tipo de medida da variável.

A segunda planilha é a de dados (Figura 3), ou seja, aquela na qual serão inseridos todos os casos.

Por meio desta planilha é possível acessar os recursos disponíveis no software. Ou seja, produzir tabelas de frequência e porcentagem, gráficos dos mais variados tipos (setor, barras, histogramas, linhas etc.), é viável também calcular e correlacionar os dados, proporcionando, neste último caso, tabelas cruzadas.

Figura 3 – Planilha de dados

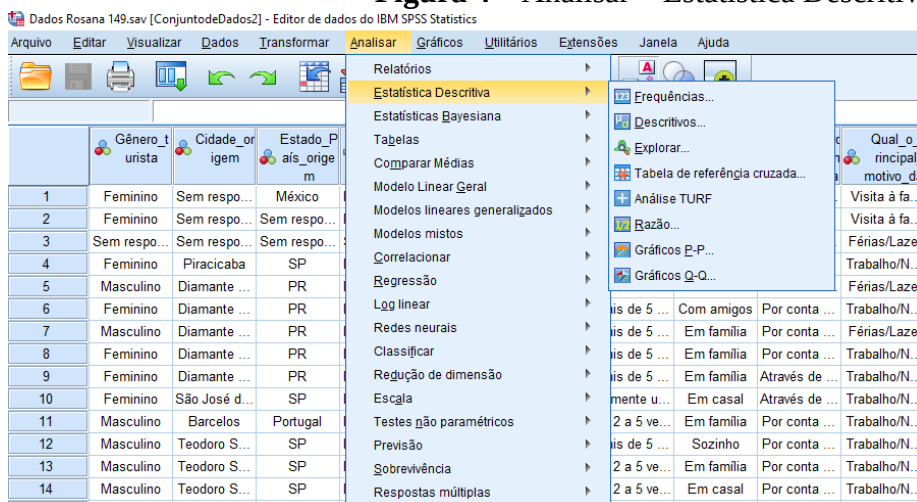
Fonte: SPSS Statistics, 2021.

	Gênero	Cidade	Estado	Faixa etária	Veículo utilizado	Quantas vezes visitou	Como foi a visita	Como foi o passeio	Qual o meio de transporte	Qual o meio de hospedagem	Onde se hospedou	VAR00001	Já visitou
1	Feminino	Sem respo.	México	De 18 a 34	Auto	Sim	Somente u.	Sózinho	Através de	Visita à fa	Sem respo.	Segunda r	Sem respo.
2	Feminino	Sem respo.	Sem respo.	De 35 a 54	Van	Sim	Somente u.	Com coleg.	Por conta	Visita à fa	Nenhum	Casa de a	Sem respo.
3	Sem respo.	Sem respo.	Sem respo.	Sem respo.	Ônibus co.	Sim	Somente u.	Em família	Sem respo.	Férias/Lazer	Reportagem	Casa de a	Sem respo.
4	Feminino	Piracicaba	SP	De 18 a 34	Veículo pr.	Sim	Somente u.	Em família	Por conta	Trabalho	Nenhum	Sem respo.	Sem respo.
5	Masculino	Diamante	PR	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	De 2 a 5 ve.	Em família	Através de	Férias/Lazer	Internet	Casa de a	Sem respo.
6	Feminino	Diamante	PR	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Com amigos	Por conta	Trabalho	Internet	Casa de a	Sem respo.
7	Masculino	Diamante	PR	De 18 a 34	Ônibus de	Não	Mais de 5	Em família	Por conta	Férias/Lazer	Nenhum	Casa de a	Sem respo.
8	Feminino	Diamante	PR	De 35 a 54	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Em família	Por conta	Trabalho	Nenhum	Casa de a	Sem respo.
9	Feminino	Diamante	PR	De 35 a 54	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Em família	Através de	Trabalho	Nenhum	Camping	Pomavara
10	Feminino	São José d.	SP	De 35 a 54	Veículo pr.	Sim	Somente u.	Em casal	Através de	Trabalho	Nenhum	Camping	Pomavara
11	Masculino	Barcelos	Portugal	De 35 a 54	Veículo pr.	Não	De 2 a 5 ve.	Em família	Por conta	Trabalho	Nenhum	Camping	Pomavara
12	Masculino	Teodoro S.	SP	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Sózinho	Por conta	Trabalho	Internet	Segunda r	Sem respo.
13	Masculino	Teodoro S.	SP	De 35 a 54	Veículo pr.	Não	De 2 a 5 ve.	Em família	Por conta	Trabalho	Amigos/Fa.	Camping	Pomavara
14	Masculino	Teodoro S.	SP	De 35 a 54	Veículo pr.	Não	De 2 a 5 ve.	Em família	Por conta	Trabalho	Sem respo.	Camping	Pomavara
15	Feminino	Presidente	SP	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	De 2 a 5 ve.	Em casal	Através de	Trabalho	Internet	Camping	Pomavara
16	Feminino	Presidente	SP	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Sózinho	Por conta	Férias/Lazer	Nenhum	Casa de a	Sem respo.
17	Masculino	Presidente	SP	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Com coleg.	Por conta	Visita à fa	Nenhum	Casa de a	Sem respo.
18	Masculino	Presidente	SP	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Com amigos	Através de	Evento	Nenhum	Casa de a	Sem respo.
19	Masculino	Presidente	SP	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Com amigos	Por conta	Visita à fa	Nenhum	Segunda r	Sem respo.
20	Masculino	Presidente	SP	De 18 a 34	Veículo pr.	Não	Mais de 5	Com coleg.	Por conta	Trabalho	Nenhum	Casa de a	Sem respo.
21	Feminino	Presidente	SP	De 35 a 54	Veículo pr.	Sim	Somente u.	Em família	Através de	Trabalho	Sem respo.	Sem respo.	Não

Fonte: SPSS Statistics, 2021

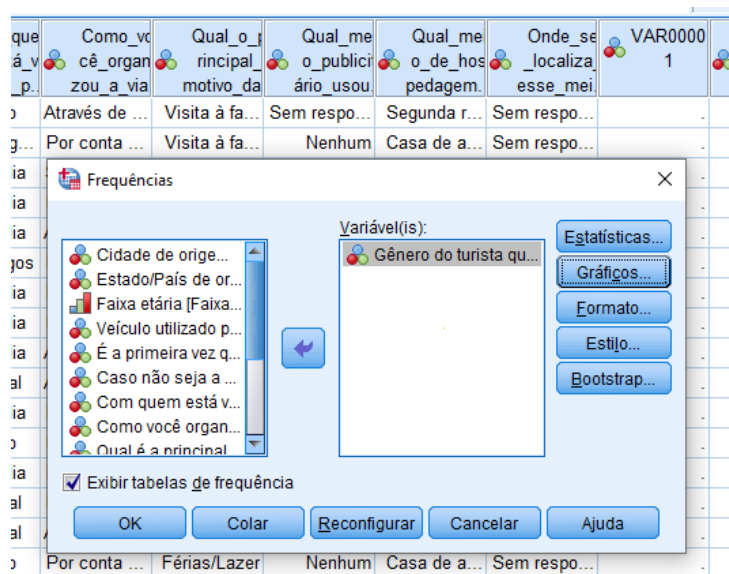
No caso das questões presentes no questionário elaborado pelos pesquisadores do Observatório Turístico Intermunicipal, todas as variáveis possuem caráter nominal, pois nenhum dos valores presentes nelas podem ser quantificáveis (o que elimina a possibilidade de serem variáveis de cunho escalar) e nem são mais importantes que o outro, ou seja, não são valores ordenáveis (eliminando assim a chance de essas questões serem medidas ordinais).

Para a construção de gráficos e tabelas é preciso utilizar a aba ANALISAR presente na parte superior da planilha de dados (Figura 4).

Figura 4 – Analisar > Estatística Descritiva

Fonte: SPSS Statistics, 2021.

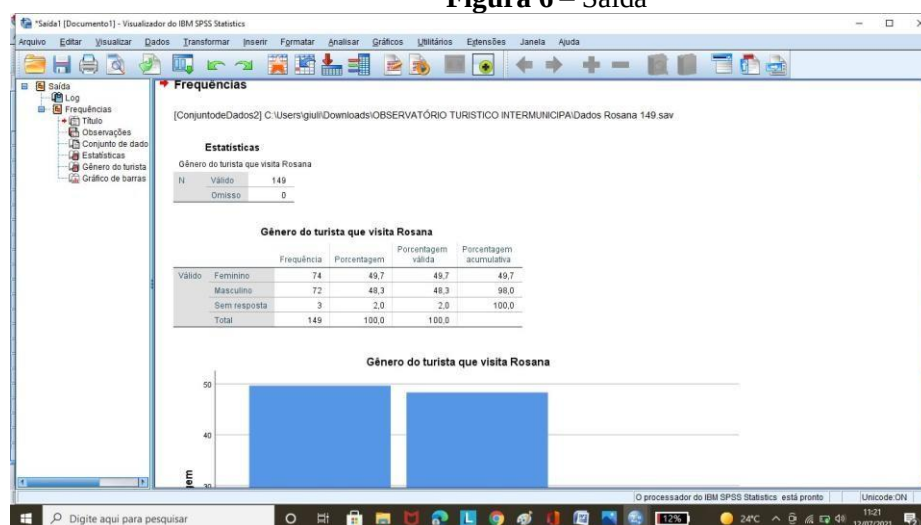
Na mesma ferramenta (analisar), é possível construir gráficos e tabelas simples e/ou de referência cruzada. Também é possível realizar análise de questões cujas respostas são múltiplas. Para a construção de gráficos e tabelas simples é preciso acessar Estatística Descritiva > Frequências. Feito isso, aparecerá uma aba (figura 5) na qual serão selecionadas as características da tabela e do gráfico.

Figura 5 – Frequência

Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal, SPSS Statistics, 2021.

Após esse procedimento, o gráfico e a tabela aparecerão em uma Saída (figura 6) na qual será possível editar os mesmos, analisá-los e exportá-los.

Figura 6 – Saída



Fonte: SPSS Statistics, 2021

Ainda na aba “ analisar” é possível acessar as respostas múltiplas, as quais devem ser inseridas e tratadas de uma forma diferente daquelas questões que só possuem uma única resposta possível. Isso porque cada valor deve ser reconhecido como uma variável. O que será inserido em cada coluna é se cada caso possui determinada variável ou não.

Figura 7 – Respostas Múltiplas

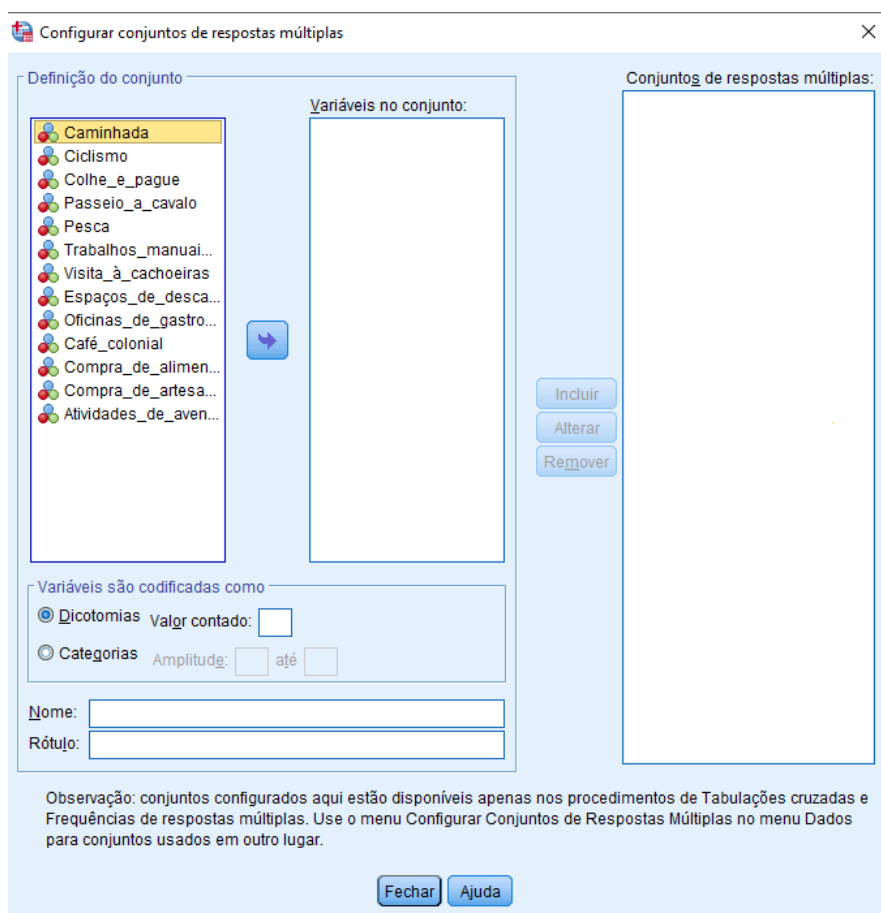
	Caminhada	Ciclismo	Colhe e pague	Passeio a cavalo	Pesca	Trabalho manual no campo	Visita a cachoeiras	Espaços de recreio	Oficinas de gastronomia	Café colonial	Compra de produtos locais
1	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
2	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	Sim
3	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não	Sim
4	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
5	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	Sim
6	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim
7	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
8	Sim	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
9	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
10	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
11	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim
12	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
13	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
14	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	Não	Sim
15	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não	Não	Sim
16	Sim	Não	Sim	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
17	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
18	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
19	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim
20	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
21	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Sim	Sim	Sim

Fonte: SPSS Statistics, 2021.

Por exemplo: quando perguntado qual atividade o turista gostaria de realizar em uma propriedade de turismo rural, inclui-se um Sim ou Não para cada um dos casos pertencentes, as colunas referentes à caminhada, colhe e pague, ciclismo e assim por diante.

Para obtermos as respostas múltiplas é preciso acessar Analisar > Respostas múltiplas > Configurar Conjunto de Variáveis. Após isso, o software nos direcionara a outra aba, representada pela figura 8.

Figura 8 – Conjunto de Variáveis



Fonte: SPSS Statistics, 2021.

Nesta aba serão agrupadas todas as variáveis. Será preciso inserir um nome, um rótulo e definir o valor contado. Após esse procedimento, utilizar-se-á a ferramenta de frequência presente em respostas múltiplas. Assim seremos guiados a uma saída com a representação gráfica e em tabela desses dados analisados.

Como mencionado anteriormente, os dados obtidos para o Observatório Turístico Intermunicipal foram analisados por meio do software *SPSS Statistics* e nesta ferramenta, é possível obter informações estatísticas simples e avançadas. Dessa forma, foram confeccionados gráficos e tabelas simples e de referência cruzada.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 O PLANEJAMENTO TURÍSTICO

O turismo, atividade multifuncional que se apropria dos mais variados setores, recursos e espaços, vêm se mostrando uma importante área da economia capaz de proporcionar um rápido crescimento no local em que é desenvolvido. Sendo uma atividade multifuncional é consequentemente complexa em seu conceito, aderindo a definições de acordo com a visão e área de seus interessados.

A Organização Mundial de Turismo (OMT) conceitua-o como “as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros” (OMT *apud* PIERI; PANOSSO NETTO, 2015, p. 73). Visto a sua dimensão, é sabido que a atividade turística teve um crescimento considerável a partir da década de 50, como afirma Brocchi e Solha (2008, p. 244) “na década de 1950, a popularização de novas formas de transporte mais eficientes e seguras e o desenvolvimento da hotelaria permitiram o crescimento do turismo, despertando pela primeira vez a atenção do poder público”, tornando-se foco dos gestores turísticos, que vendo seu crescimento e os benefícios econômicostrazidos pela atividade, se empenharam em implantar a atividade turística em seu território, visando o crescimento econômico do local.

No entanto, esse crescimento foi pensado por muitos visando o fator econômico, inserindo a atividade de forma compulsória, suprimindo as questões básicas de subsistência de seus moradores e até mesmo aquelas que podem contribuir com o turismo local, devido à falta de planejamento para atividade, acarretando problemas sociais, ambientais, econômicos e que podem levar ao desaparecimento do destino. Rodrigues (2014, p.210) ressalta ainda que “o Brasil é um país em que o turismo vem crescendo, no entanto, ocorre muitas vezes sem planejamento, em virtude da ocupação de cargos públicos por pessoas que não detêm conhecimento acerca do turismo”.

Mas o que seria esse planejamento? O planejamento turístico é conceituado, segundo Beni como:

Processo de interferir e programar os fundamentos definidos do Turismo que, conceitualmente, abrange em três pontos essenciais e distintos: estabelecimento de objetivos, definição de cursos de ação e determinação da realimentação, já que a atividade apresenta enorme interdependência e interação de seus componentes (BENI, 1999, p.10).

Esse conceito é complementado por Bissoli (2002, p.34) anos depois que diz que o planejamento turístico é um

Processo que analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação mediante o estabelecimento de metas, objetivos, estratégias e diretrizes com os quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar o turismo ao conjunto demacroeconômico em que está inserido.

Diante desses conceitos temos que o planejamento turístico auxilia a organizar o território onde se deseja implementar a atividade turística, observando seus potenciais e elaborando programas, projetos e estratégias que alavanquem o destino. Dessa forma, a finalidade do planejamento

Consiste em ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada, evitando assim efeitos negativos nos recursos, como sua destruição e a redução de sua atratividade (RUSCHMANN, 1997 *apud* BISSOLI, 2002, p. 35).

Observando os conceitos postos por esses autores, entendemos a importância do planejamento turístico para um local, pois com ele evita-se possíveis impactos negativos que podem ocorrer decorrente da atividade turística mal planejada, tornando-se para além disso “um instrumento para a conservação dos recursos naturais, culturais, históricos e sociais” (SILVA; MIRANDA 2013, p.99).

Percebe-se ainda que a atividade turística é complexa, assim como o planejamento da mesma, pois o turismo apropria-se das instalações e infraestruturas existentes para que se desenvolva, como estradas de boas qualidades, redes elétricas e de comunicação eficientes, sistema de esgoto e coleta de atividade.

E cria novas infraestruturas dentro do destino voltadas para a atividade turística como bares, restaurantes, serviços de entretenimento, meios de hospedagens e sistema de transporte intrarregional (SILVA; MIRANDA, 2013, p. 100), portanto, utiliza de uma gama de serviços e pessoassimultaneamente, que devem trabalhar de forma conjunta visando o crescimento e desenvolvimento do turismo.

Beni (1999) já dizia que por mais complexa que a atividade turística seja, ela precisa ser analisada em sua complexidade, tendo que todos os setores envolvidos direta e indiretamente na atividade turística serem planejados de forma integrada, para que trabalhemos turismo de forma sintonizada, visando a unicidade, levando em consideração os interesses de todos os envolvidos, pensando em metas e projetos que favoreçam a atividade como um todo, tanto a oferta como a demanda turística.

Silva e Miranda (2013) complementa ainda que a articulação deve acontecer não só em âmbito local, mas no âmbito nacional e estadual, pensando em como trabalhar conjuntamente os setores privados e a gestão pública.

No entanto, observa-se ainda nos destinos uma dificuldade dos gestores em fazer esse planejamento da atividade turística de forma adequada e conseguir incluir os diferentes segmentos envolvidos em prol de um mesmo objetivo. Dessa forma observamos o crescimento do turismo de forma desigual, gerando impactos muitas vezes irreversíveis e levando o destino ao desaparecimento, o qual Silva e Miranda (2013, p.100) complementam que o “desenvolvimento do turismo sem o planejamento integrado a outros setores pode acarretar modificações negativas no território, tanto para a população local quanto para os turistas que o visitam”.

Mas pensando em inserir o planejamento adequado dos destinos, qual o primeiro passo que os gestores devem pensar em inserir nos destinos? Segundo Beni (1999) é de extrema importância a necessidade de um trabalho cooperativo entre os envolvidos no turismo, além de uma parceria entre o setor público e privado e da instrução da sociedade civil, visto que por meio da educação é possível a conscientização. Assim também é posto por Silva e Miranda (2013, p. 101) “existe uma necessidade de um planejamento combinado com uma educação turística da comunidade local para que ela assimile a importância da atividade turística”, a população que entende a importância do turismo e seus benefícios pode contribuir para um planejamento sustentável, visto que eles conhecem com propriedade seu território.

Bissoli (2002) complementa a visão posta por Beni (1999) a respeito do planejamento turístico, salientando a importância da população:

O planejamento turístico requer o envolvimento das cidades, da comunidade ou da região, levando em conta seu ambiente global, o que inclui os elementos político, físico, social e econômico, vistos como componentes interligados e interdependentes do sistema de desenvolvimento da comunidade (BISSOLI, 2002, p. 36).

Além disso, Rodrigues (2014) complementa que para um planejamento local adequado é necessário pensar nas peculiaridades locais, seus sujeitos sociais e as políticas de turismo, bases da atividade que se aplicadas corretamente podem contribuir para a atividade, do mesmo modo que ao contrário podem impactar negativamente o ambiente em que se instala.

Portanto, o mesmo autor enfatiza que para planejamento adequado, sustentável, deve:

Primeiramente conhecer as variáveis do destino, para em seguida estabelecer o que se pretende atingir. Para atingir os objetivos desejados é preciso criar e implementar ações e estratégias, as quais devem ser acompanhadas constantemente a fim de avaliar se os objetivos estão sendo atingidos, caso a resposta seja negativa, deve-se modificar as estratégias (RODRIGUES, 2014, p.210).

Dessa forma, obtém-se um planejamento sustentável, em que se trabalha pensando nos interesses de todos os envolvidos, nos potenciais do destino, a fim de alavancá-los, e, também nos impactos negativos provocados pelo turismo, tentando amenizá-los, prezando por sua população local, seu ambiente natural e geração de receitas para o município, decorrentes de um planejamento integrado. Rodrigues (2014, p.222) enfatiza, ainda, que:

É essencial que exista planejamento turístico para que possa gerar benefícios mútuos, a visitantes e visitados, pois, é preciso saber o que ambos desejam e se estão sendo atendidos. Por meio do diagnóstico é possível obter informações que são necessárias à construção do planejamento turístico.

Logo, percebe-se a importância do planejamento turístico integrado, de observar as peculiaridades locais, os anseios de sua população, seu ambiente e qual a expectativa o destino está gerando em seus turistas, para que possa atender todos os interessados.

Dessa forma é possível através do planejamento turístico analisar o turismo no destino por meio do inventário turístico, diagnóstico e do prognóstico pensando em programas e projetos que alavanquem o destino de forma sustentável.

2.2 OFERTA E DEMANDA TURÍSTICA

O turismo é uma atividade que movimenta a economia mundial, não é à toa que esta atividade é a maior de comércio internacional, por empregar milhões de pessoas e por representar 10,4% do PIB mundial. Seria impensável, portanto, dizer que ele não está diretamente ligado ao capitalismo e envolve elementos do mercado como a oferta e demanda, que são, respectivamente, os produtos, bens e serviços, e a procura. Assim o autor afirma que “[...] o turismo é um fenômeno social e cultural que REM efeitos na economia dos lugares visitados, seu impacto se mede através de indicadores turísticos e dados estatísticos, como o conteúdo de unidades de hospedagem (CAMPODÓNICO, 2016, *apud* SERRANO; PUCHA, 2017).

De acordo com a OMT, o turismo, em sua definição e prática seria o “[...] movimento de pessoas a lugares distintos de sua residência habitual, os quais, de acordo com o tempo de estada podem ser visitantes excursionistas, residentes ou não residentes” (OMT, 2013 *apud* SERRANO; PUCHA, 2017).

Para que uma pessoa seja turista, ainda é preciso que a mesma permaneça em um destino por um período de tempo acima de um dia e abaixo de um ano. O deslocamento em si pode ser motivado por diversos fatores, como lazer, negócios, cultural, religioso, ecológico e muito mais.

Dessa forma o turismo:

[...] está íntimamente relacionado con el Dicha movilidad responde a la necesidad humana de desplazamiento en búsqueda de libertad para conocer el mundo e interactuar cara a cara con otras culturas que es satisfecha a través de la actividad turística, con la cual los individuos gozan de una amplia oferta para descubrir tantos lugares que diversifican las experiencias de consumo y que marcan pautas en la demanda (SERRANO; PUCHA, 2017).

Assim, o turismo implica na busca pela liberdade e curiosidade de pessoas em conhecer outras culturas e hábitos de vida. Não apenas isso, mas o turismo se tornou uma atividade, em sua maioria, de lazer e ócio, que é um direito concebido aos cidadãos. Além do mais, a atividade turística é a possibilidade de muitos adquirirem experiências únicas de consumo, principalmente se for levado em conta a ampla oferta em torno de tantos destinos turísticos diferentes.

Como dito anteriormente, a oferta e demanda são elementos de mercado que estão diretamente relacionados ao turismo. Entende-se por oferta turística como sendo “*[...] los bienes y sus satisfactores que se encuentran en el lugar a donde los consumidores sedesplazan, donde se desarrolla la actividad turística, y que influye directamente en sus preferencias y selección del destino.*” (IVANOV; WEBSTER *apud* 2007; AYAVIRI, QUISPE; SÁNCHEZ, 2017).

A demanda e oferta turística influenciam na formulação de um bom planejamento turístico para com um destino e, conseqüentemente, provocam o desenvolvimento do destino. Amplia-se, assim, a infraestrutura e a capacitação da mão de obra, para que seja possível satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores potenciais.

Pode-se entender que a oferta e demanda turística estão envoltas dos mesmos objetos e características que envolvem o turismo. Assim, subentende-se que não se tem demanda sem uma boa oferta e vice-versa. Ou seja, não se atrai turista se um município, estado ou até mesmo empreendimentos privados não possuírem uma boa política interna para tornar-se atrativo. Ao mesmo tempo em que não tem como ofertar um serviço ou produto se ele não é consumido.

Por último, vale destacar que o turismo é uma atividade de produção praticada de forma continuada, gera renda e é posta no mesmo patamar que outros tipos de produção, como a industrial. Por isso e pelo fato do turismo ter um efeito multiplicador, esta atividade submete-se às legislações de outras atividades econômicas. O turismo é, então, importante para o desenvolvimento e planejamento de um território, portanto, quando a oferta turística “[...] aumenta, a geração de emprego e renda para o setor público também aumentam,

ocasionando, assim, um processo de abertura da economia.” (CASANOVA; ARAUJO, *et al*, 2012).

2.2.1 *Demanda Turística*

Em termos gerais, a demanda é a quantidade que os consumidores querem ou podem adquirir de um certo produto, ou seja, é a ‘procura’ por ele. Assim, a demanda está à mercê do consumidor, o qual pode se interessar por um produto de acordo com seu preço, atratividade, popularidade, entre outros fatores, além do poder aquisitivo do comprador.

De acordo com Ignarra, pode-se considerar o fato de que “Em economia, a demanda é definida como a quantidade de um produto ou serviço que as pessoas estão dispostas a comprar de acordo com o preço desse produto ou serviço”. Cooper (2008, p.66) corrobora essa definição quando diz que “[...] para os economistas, a demanda é a relação da quantidade de qualquer produto ou serviço que as pessoas desejam e têm condições de comprar por determinado preço, em um conjunto de preços possíveis, durante um determinado período de tempo [...]”.

Sendo assim, a demanda nada mais é do que a demonstração de interesse de uma pessoa em consumir um determinado bem ou serviço. No entanto, fatores como preço, popularidade, qualidade, poder de compra, entre outro, podem ser definitivos na delimitação do interesse dos próprios consumidores pelo produto ofertado.

Além disso, é possível dividir um pouco mais o conceito de demanda, de acordo com Carvalho e Vaconcellos, a demanda/procura é considerada individual quando um só consumidor procura por determinado bem ou serviço. Quando há um conjunto de consumidores interessados no mesmo produto, tem-se o conceito de procura/demanda agregada ou de mercado. (CARVALHO; VASCONCELLOS, 2005). Por último, pode-se classificar e entender a demanda ou procura efetiva, a qual não consiste apenas em uma simples manifestação da necessidade por algum produto, mas “[...] é uma procura dotada realmente de poder de compra, ou seja, uma procura efetivamente realizada ou que possa ser efetivamente realizada.” (CARVALHO; VASCONCELLOS, 2005 p.41).

Pode-se dizer que a demanda se encontra em todos os setores do mercado, inclusive no turismo. Demanda turística corresponde ao “[...] número total de pessoas que viajam, ou que desejam viajar para utilizar facilidades e serviços turísticos em lugares distantes do seu local de trabalho e residência habitual[...]” (MATHIESON; WALL, 1982 *apud* BRAGA, 2013 , p. 91) Braga reforça essa definição ao pontuar que demanda turística é “[...] a quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a um determinado preço, em um determinado período de tempo.” (BRAGA, 2013,p.100)

A demanda turística também pode ser pontuada como o evento no qual “As pessoas que se deslocam temporariamente de sua residência habitual, com propósito recreativo ou por outras necessidades e razões” (BENI, 2001, p.209). De acordo com esse autor essas pessoas demandam de transportes, equipamentos receptivos, organização de serviços de acesso e bens de consumo. Dessa maneira “[...] a demanda em turismo é uma compósita de bens e serviços, e não demanda de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados; em suma, são demandados bens e serviços que se complementam entre si.” (BENI, 2001, p.209).

Sendo assim, para que o turismo possa existir como um setor da economia é importante reconhecer que o mesmo precisa do funcionamento não só de um único elemento, como, por exemplo, do setor hoteleiro, mas esta atividade é movida pela construção de uma teia entre setores públicos, privados, naturais, culturais, entre outros, que precisam estar em equilíbrio e em pleno funcionamento, sem os quais a atividade turística não exerce sua função plenamente.

Da mesma forma, compreende-se que a existência da demanda turística implica não só na procura por elementos simples ou específicos, mas na necessidade que os turistas possuem de usufruir bens e serviços turísticos que estejam interligados entre si.

Portanto, quando um turista viaja, mesmo que a motivação deste seja algo estritamente específico, como por exemplo, uma viagem ocasionada por conta do trabalho, ele ainda assim vai precisar usufruir de serviços como os de alimentação, hospedagem, entre outros, para poder permanecer em seu destino. Dessa forma, interliga-se a motivação principal da viagem, com os consumos realizados pelo viajante no ambiente que está visitando.

Assim sendo, Beni (2001, p.210) ainda ressalta que uma demanda turística, como por exemplo, para um balneário não poderia “[...] ser realizada sem outras demandas, de transporte, de alojamento, de alimentação, de animação, de equipamentos públicos, e, é claro, sem recursos naturais.” Vale pontuar também que o turista busca, em uma viagem, viver novas experiências e se sentir satisfeito com elas. O autor pontua que “A satisfação que o turista procura através do consumo de bens e serviços turísticos passa pela aquisição de experiências muito diversificadas, encontradas no consumo de diferentes componentes do produto – a função de utilidade [...]” (BENI, 2001, p.210).

De acordo com Carvalhos e Vasconcellos (2005) “A procura turística somente se concretiza, podendo então se tornar efetiva, quando as pessoas conseguem obter resposta para alguns questionamentos (...) respostas essas que condicionam diversas escolhas a serem realizadas. [...]”. Dentre esses questionamentos, pode-se pontuar aqueles que implicam diretamente na decisão e realização da viagem, ou seja, perguntas relacionadas com a motivação da viagem (“Por que viajar?”); a escolha do destino turístico (“Para onde viajar?”) ou do meio de transporte (“Como viajar?”); o período da viagem (“Quando viajar?”), na escolhido meio de hospedagem (“Onde ficar instalado”) e com o tempo de duração da viagem (“Quanto tempo deve durar a viagem”).

Sendo assim, cabe ressaltar que

[...] as pessoas que empreendem uma viagem, saindo de seus locais de moradia ou de trabalho por uma série de necessidades ou motivos, realizam, quase simultaneamente, uma procura por transporte, por equipamentos receptivos, por serviços de orientação e acesso e também por bens de consumo. (...) a procura turística apresenta uma importante característica, a heterogeneidade, porque é uma composição de diversos bens e serviços básicos complementares entre si. Essas procuras paralelas e complementares, são procuras derivadas, pois se originam de uma procura principal que busca uma atividade turística particular. [...] (CARVALHO; VASCONCELLOS, 2005, p.48).

A principal característica da demanda turística é a heterogeneidade. Isso porque as motivações de viagens, na grande maioria das vezes, não são idênticas. Assim como existe variação de ordem socioeconômica, geográfica, de comportamento, entre outras que influenciam e muito na realização de uma viagem. Esses elementos ajudam a segmentar o mercado turístico, já que nada prova que eles representem indicadores da demanda turística e que ter consciência deles é uma maneira de orientar uma política pública apropriada para cada destinação (BENI, 2001, p.210).

Sendo assim, cabe ressaltar que a demanda turística também pode ser influenciada pela frequência de participação ou de viagem realizada pelos turistas que já possuem experiência para tal, e pela oportunidade para que isso ocorra. Ela, então, não se baseia apenas na iminência de novos turistas e de suas classes sociais. (BENI, 2001, p. 211-214). Para que a análise da demanda turística pudesse ser realizada, seria conveniente relacionar questionamentos simples, como gênero, idade, país, renda, educação e outras características básicas do turista, com a motivação que o levou a realizar aquela viagem. (BENI, 2001, p. 214-215).

Outro autor que escreveu sobre demanda turística foi Cooper, no livro “Turismo: princípio e práticas” publicado em 2008. Em sua obra, Cooper assinala que “[...] a demanda turística é resultado de atividades e decisões ocorridas dentro da área geradora [...]”

(COOPER, 2008, p. 64). O escritor ainda complementa que “[...] se os indivíduos demandam o turismo, eles devem assumir uma responsabilidade pelo meio ambiente e pelas sociedades anfitriãs no destino turístico: “os turistas compartilham da responsabilidade pela conservação do meio ambiente e do patrimônio arquitetônico” [...]” (COOPER, 2008, p.64). Por fim, o autor afirma que: “[...] com o aumento das demandas por viagem por parte da sociedade, é importante gerenciar o comportamento dos turistas por meio de códigos de ética, diretrizes para visitantes e educação sobre a conduta responsável nos destinos turísticos [...]” (COOPER, 2008, p.64).

Portanto, pode-se dizer que demanda turística consiste na procura e usufruto de bens e serviços relacionados ao turismo, por meio de consumidores que desejam se deslocar para destinos distantes de seus ambientes naturais de trabalho e residência. É também um lugar, bem ou serviço que pode vir a ser consumido, durante um determinado período de tempo e a um preço pré-estabelecido.

Existem alguns fatores que influenciam na quantidade de demanda turística presente em certa localidade, usufruindo de um atrativo, bem ou serviço turístico. São eles: preço do produto, renda do consumidor, característica do produto, preços de produtos concorrentes e complementares, propaganda, modismo, variações climáticas, catástrofes naturais, artificiais e disponibilidade de tempo livre.

Pode-se dizer que a variação de preço para com a demanda é inversamente proporcional um ao outro. Isso porque, quando o preço de um produto, bem ou serviço turístico diminui, sua demanda tende a aumentar. O contrário também é válido, se o preço de um produto aumenta, consequentemente, sua demanda tende a diminuir. Por exemplo: se o preço do pernoite em um resort diminuir, então, existe uma tendência de que a procura por este estabelecimento aumente. Se o valor aumentar, então, automaticamente, a procura diminui. Portanto “[...] havendo variação de preço (redução) de um produto, haverá variação de demanda (aumento). Por outro lado, se o preço aumentar, haverá a tendência de diminuição da demanda.” Outra autora que menciona a relação Preço x Demanda é Braga (2013) pois segundo ela “A relação da demanda em função do preço revela uma relação inversamente proporcional, pois, se o preço aumenta, a demanda diminui [...]”

Mas o preço não é o único elemento a influenciar na procura por um determinado elemento ofertado. Dois elementos que também movimentam a demanda estão de certa forma associados às condições trabalhistas de uma determinada pessoa. Esses fatores são: a Renda do Consumidor e a Disponibilidade de Tempo Livre.

Quanto maior a renda, mais disposição, um cidadão terá em se deslocar de sua cidade de moradia para um determinado destino, não apenas isso, mas o turista será encorajado a procurar por atrativos mais distantes de seu local de habitação, atrativos esses que podem estar localizados em estados, regiões, países e continentes distintos daquele em que o indivíduo mora. Assim, Ignarra, (2013) afirmaque “Noque diz respeito à renda, a relação com a demanda é direta. Aumentando-se a renda do consumidor, eleva-se a demanda pelos produtos turísticos” Ao passo que Braga (2013) refere-se a Renda x Demanda da seguinte maneira: “[...] relação é diretamente proporcional pois quanto maior a renda, maior será a procura por produtos. (...) a demanda estabiliza-se, porque o consumidor já satisfaz suas necessidades do produto e não ultrapassará certa quantidade [...]”. Ele se verá tentado a comprar serviços e produtos turísticos mais caros.

Quanto à disponibilidade de Tempo Livre, é válido ressaltar que quanto maior o tempo que um cidadão tem disponível, há uma tendência de ele procurar passar esse ‘tempo livre’ viajando.

Quanto a característica do produto ofertado, pode-se entender que quanto mais bem organizado ele estiver, mais demanda ele alcançará. Por exemplo, se um destino turístico é marcado por suas belezas naturais, gastronomia imperdível e cultura marcante, é indispensável que possua uma população e prestadores de serviços turísticohospitaleiros, um bom tratamento de esgoto e coleta de lixo, empreendimentos hoteleiros e de alimentos e bebidas que saibam atender e lidar com clientes, entre vários outros fatores. Dessa forma, o turista além de adquirir uma experiência positiva no destino turístico visitado,ajudará, de certaforma, a aumentar a procura por aquele local. Segundo Braga (2013), “em função das características do produto, o grau de proporcionalidade muda, pois, se em alguns casos, uma pequena variação no preço pode gerar uma grande alteração na demanda, em outros casos, uma grande alteração no preço pode provocar uma alteração pouco significativa na demanda [...]”.

Com relação à propaganda, pode-se dizer que a mesma consiste na forma em que certo atrativo, destino, empreendimento ou produto turístico é divulgado para potenciais consumidores. Neste item pode-se levar em conta, de certa forma, o alcance que a propaganda terá e a forma como ela pode impactar e atrair turistas. Ainda é importante destacar que uma das melhores formas de se propagar uma localidade (mesmo que seja uma forma indireta) é através dos turistas presentes no local. Se a experiência do visitante for positiva, o mesmo irá contar sobre a própria experiência aos amigos e colegas, que se verão, na maioria das vezes, motivados e incentivados a conhecer o destino turístico mencionado.

Preços de produtos concorrentes se referem a quanto o destino ou estabelecimento vizinho, ou não, é precificado. Se, por exemplo, Gramado possuir pacotes mais baratos do que Campos do Jordão, existe a possibilidade de a demanda para Gramado ser maior do que para Campos do Jordão. Assim, é preciso ficar atento à potencialidade do concorrente e tomar medidas que o mesmo não prejudique um destino turístico em específico. Dessa forma “A demanda turística oscila também com a variação dos produtos concorrentes. A medida que as viagens ao exterior se tornam mais cara, em decorrência de variações cambiais, há uma substituição de destinos e as viagens domésticas passam a ser mais procuradas” (IGNARRA, 2013).

Já os preços de Produtos Complementares dizem respeito aos produtos que agregam ao produto principal que está sendo ofertado. Um exemplo seria a venda de pacotes turísticos. O produto principal é o destino turístico que está sendo divulgado, mas o preço de passagens aéreas, diárias em um hotel, entre outros produtos complementares, podem influenciar no preço final do pacote, e conseqüentemente, no nível da demanda do destino turístico em questão. Assim, Braga (2013) afirma que “Um produto complementar é aquele que ajuda no consumo do bem principal, ou deve ser consumido concomitantemente com o bem em estudo [...]”. A autora ainda dispõe que:

A relação entre demanda de um certo produto a é inversamente proporcional ao preço de outro produto complementar b, pois, se este último, que é consumido em conjunto com o produto a, tem seu preço aumentado e a demanda cai, conseqüentemente, a demanda para o produto a também vai cair [...] (BRAGA, 2013, p.102-103).

No que diz respeito às catástrofes naturais e às variações climáticas, pode-se dizer que se um país, estado ou continente sofrer, em algum período do ano, com algum fenômeno natural, como furacões, ou por alguma mudança de clima extrema (ou que impeça usufruir de algum atrativo turístico), esse território terá uma queda na demanda turística.

De acordo com Braga (2013, p.92-93), a demanda turística pode ser dividida em três tipos:

- Demanda total: conjunto total de pessoas que consomem ou que venham a consumir um produto turístico;
- Demanda atual, real ou efetiva: conjunto de pessoas que, efetivamente consomem o produto turístico em estudo;
- Demanda latente ou reprimida: conjunto de pessoas que, por algum motivo, não consomem o produto turístico.

Sendo assim, a demanda turística é composta por pessoas que consomem um produto turístico, por aquelas que pretendem consumir um produto turístico, mas por algum motivo não podem, no momento. E por aqueles indivíduos que pudessem se deslocar, não o fariam. Dessa forma, Braga (2013, p.93) subdivide a Demanda latente ou reprimida em três subgrupos:

- Demanda potencial: conjunto de pessoas motivadas a viajar, mas que, no momento do estudo, não o fazem por motivos passageiros;
- Demanda futura: de pessoas que podem se tornar consumidores de bens e serviços turísticos, desde que motivadas;
- Não turista absoluto: conjunto de pessoas que no momento não consomem produtos turísticos e que, mesmo motivada, não o farão.

Braga (2013, p.91) ainda discorre que existem dois tipos de turistas:

[...] O primeiro é formado pelos que efetivamente visitam a área de estudo e pode fornecer informações sobre suas percepções e experiências no núcleo turístico. O segundo é constituído por futuros e potenciais turistas, que no momento da investigação não são turistas; esse público fornece dados sobre o que deseja em uma localidade turística e subsidia um estudo de mercado que indica tendências de consumo. Assim, a caracterização da demanda consiste em um trabalho de pesquisa por meio da qual se torna possível conhecer as especificações dos turistas reais (efetivos) e latentes (potenciais e futuros).

Cooper define a demanda real como sendo “[...] o número real de pessoas que participam do turismo ou que estão em viagem, ou seja, os turistas de fato. É o componente da demanda cuja medição é mais fácil e habitual. A maioria das estatísticas de turismo refere-se à demanda efetiva. (COOPER, 2008, p.66). Além disso, para o autor, a demanda latente ou reprimida é aquela “[...] composta por aquela porção da população que, por alguma razão, não viaja [...]” (COOPER, 2008, p.66). Braga ainda dispõe que o estudo de demanda real deve ser realizado no polo receptor de turistas, ao passo que a pesquisa de demanda latente deve ser realizada no polo emissor de viajantes. (COOPER, 2008, p.66)

A distinção entre os tipos de demanda se faz necessária porque, para a análise da atividade turística, é relevante conhecer as características das pessoas que são turistas e das que podem vir a ser turistas, fato significativo para estruturar os planos de desenvolvimento de uma destinação ou de um empreendimento turístico, estimar a demanda para o futuro e avaliar a amplitude das consequências, caso essas pessoas efetivamente se tornem turistas. (BRAGA, 2013; p.92)

É válido citar Ignarra (2013, p.38) que pontua sobre a demanda turística que:

[...] No início, o crescimento se dá mediante taxas pouco elevadas. No momento em que o local passa a ser moda, há crescimento com altas taxas. A partir de

determinado momento, o crescimento torna-se tão elevado que o aumento da procura passa a ter interferência na qualidade do produto.

Dessa forma, os preços são elevados, começa a faltar água, a poluição aumenta, os serviços começam a ser cada vez mais precarizados. O destino turístico começa a entrar em declínio, conseqüentemente a demanda diminui e o produto turístico perde, cada vez mais, sua qualidade. Portanto, o mesmo autor revela que “[...] para que uma destinação turística não dependa exclusivamente de determinado produto, é recomendável oferecer opções de produtos que sirvam para atender períodos de climas diversificados. [...]” (IGNARRA, 2013, p.39).

Portanto, é de extrema importância entender:

[...] quais são os fatores que influenciam na propensão individual para viajar, ou na taxa de saída. Para isso, é necessário segmentar o mercado por motivos de viagem – negócios, visita a amigos, férias, viagens recreativas, razões pessoais – relacionados à influência dos critérios gerais objetivos – população, urbanização, duração do lazer, status social, status individual, atividades econômicas e flutuações de câmbio. (BENI, 2001, p.215)

Por fim, a obtenção da demanda turística se dá pela relação entre a motivação do turista, que precisa ser segmentada no mercado (ou seja, compreender se o turista frequentou um local por motivos de negócios, visita a amigos e familiares, férias, recreação etc.) com o perfil do turista (o qual implica em questões de cunho social, econômico e individual) presente na localidade.

Sobre a demanda turística é possível entender que ela é o deslocamento e estadia de pessoas para um determinado destino turístico. A demanda implica também no consumo de bens, serviços e produtos turísticos ofertados dentro dos destinos, dentre eles pode-se citar os meios de transporte, deslocamento e serviços de alimentação. Dessa forma, a demanda turística *“[...] é a quantidade de produto turístico que os potenciais consumidores estão dispostos a adquirir a um preço em um momento determinado”* (AYAVIRI; QUISPE; SÁNCHEZ, 2017). Assim, as pessoas se deslocam motivadas a satisfazer necessidades de lazer, recreação, descanso, diversão, cultura etc.

Bem como a oferta, a demanda turística tem como um dos principais motivos para o *deslocamento* de turistas, os preços dos produtos, bens e serviços, o nível de renda e interesses dos visitantes. Dessa forma, a demanda está associada diretamente ao consumo e é bem influenciada pelo crescimento da renda dos consumidores.

[...] Numa visão econômica, a demanda é uma força motivada pela necessidade, a qual instiga a atividade empresarial para produzir produtos e/ou serviços, para satisfazer às necessidades e aos desejos dos consumidores. Em contrapartida, existe a remuneração desses produtos e/ou serviços (DIAS; CASSAR, 2005, *apud* CASANOVA; ARAUJO, V. *et al*, 2012)

Dessa forma, a demanda é motivada pela necessidade do consumidor e por isso, a mesma instiga empresas a produzirem produtos e serviços que satisfaçam a necessidade dos clientes.

2.2.2 *Oferta Turística*

Em termos gerais , oferta “se refere à quantidade disponível de um produto, ou seja, aquela que as empresas querem ou podem vender”. Dessa forma, a quantidade de produtos ofertados é delimitada pelos vendedores. Ela sofre influência do preço que um determinado produto possui no mercado. Beni assinala que a oferta básica pode ser definida “[...] como o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamentos, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado, um público visitante. [...] (BENI, 1997).

Assim como a demanda, que faz parte de todos os setores do mercado econômico mundial e, conseqüentemente do turismo, a oferta também o faz. Sendo assim, Ignarra (2013) pontua que “A oferta turística é constituída por um conjunto de elementos que conformam o produto turístico, os quais, isoladamente, têm pouco valor turístico (ou nenhum) ou têm utilidade para outras atividades que não o próprio turismo.” Entretanto, se agrupados, podem compor o que se denomina “produto turístico”. Dessa maneira, a oferta turística pode ser dividida nos seguintes grupos: atrativos e serviços turísticos, serviços públicos, infraestrutura básica, gestão, preço, imagem e marca.

Os atrativos turísticos são aqueles produtos que motivam a visita de turistas, podem ser praias, monumentos históricos, áreas naturais, entre outros. Em sua maioria, o turista não precisa pagar (além do ingresso) para usufruir de um atrativo. Basicamente, ele está ali para ser visitado. Quanto mais único um atrativo for, maiores são as chances do mesmo em atrair turistas. Ignarra (2013) assinala que:

[...] os atrativos estão relacionados às motivações de viagens dos turistas e a avaliação que estes fazem desses elementos. É usual que elementos que compõem o dia a dia dos residentes de determinada localidade não lhes chame a atenção e se mostrem extremamente atrativos para os visitantes que não participam desse cotidiano

Braga (2013, p.79) complementa a ideia de atrativos turísticos ao propor que “Os recursos turísticos são os elementos de uma localidade que tem potencialidade para tornar esse atrativo turístico; ou seja, constitui-se na matéria prima do turismo. [...]”. Ela ainda destaca mais dois fatores sobre os atrativos turísticos, primeiramente, ela observa que “[...]”.

Enquanto esse recurso natural for de conhecimento e usufruto apenas de uma pequena parcela da comunidade local, e não houver possibilidade de visitação ou exploração, esse elemento será apenas um recurso. [...]” (BRAGA, 2013, p.79). Por último, a autora ainda completa que além de receber visitantes, um atrativo turístico tende a propiciar experiência turística a seus visitantes.

Dessa forma “[...] Recursos turísticos em Natura, que recebem frequentes visitas de turistas, são mais suscetíveis a degradação que os contemplados com alguma benfeitoria para ordenar a presença do visitante.” (BRAGA, 2013, p.79). Para isso, com o aumento da demanda turística, deve ser feito um acompanhamento estrutural para que assim haja mais chances de elaborar “um planejamento preventivo que considere a necessidade de informar e conscientizar as pessoas” (BRAGA, 2013, p.81).

No entanto, Beni (1997) aprofunda em sua explicação sobre os atrativos turísticos, quando menciona que o destino em si é de propriedade da própria sociedade, portanto é de dever do governo ter o papel de prestador especial de turismo e garantir a prosperidade do destino e do país. Dessa forma:

[...] Ele poderá impor uma marca de excelência em seu produto turístico, diferenciando-o daquele do vizinho. O alvo principal deve ser a obtenção de um desenvolvimento autônomo para salvaguardar - na maioria dos países do terceiro mundo - uma identidade tão dificilmente conquistada. Em suma, os objetivos a longo prazo devem ter mais importância que os de curto prazo, que só podem prejudicar o conjunto do país. (BENI, 1997).

Os elementos (no caso, recursos naturais e culturais) em questão, não possuem um valor concreto para o fornecedor, mas sim, para os consumidores, que dão valor a um por do sol, a um sentimento pessoal ou a uma satisfação emocional. Portanto, é certo dizer que:

O preço que um consumidor está disposto a pagar depende não só dos serviços físicos que se espera obter, como também da felicidade pessoal obtida de uma série de satisfações intangíveis, que são quase sempre bens livres. Portanto, é primordial salvaguardar esses elementos se os governos quiserem que o produto turístico tem uma continuidade no tempo e não seja apenas um capricho da moda, nociva ao interesse nacional (BENI, 1997).

Os serviços turísticos complementam o turismo de um destino, podem ser os meios de hospedagem, estabelecimentos de alimentos e bebidas, entre outros. Esses elementos ajudam uma destinação a se manter e continuar a ser atrativa. Assim, “[...] cada tipo de serviço turístico tem características próprias importantes na avaliação da oferta desses serviços. (IGNARRA, 2013, p.66). Quem dispõe sobre serviços turísticos, e, também, equipamentos turísticos:

Os equipamentos e serviços turísticos formam um conjunto de empreendimentos e negócios relacionados ao turismo, direta ou indiretamente, tais como hospedagem,

alimentação e entretenimento, agenciamento, trabalho de guias, locações de meios de transporte, locais para eventos e muitos outros. (Braga, 2013, p.81)

Já os serviços públicos são aqueles que estão indiretamente conectados ao turismo, como exemplo, podem ser citados os hospitais e outros estabelecimentos destinados a saúde das pessoas. Ignarra (2013) pontua a importância dos serviços públicos para a viabilização dos fluxos turísticos. Esses serviços diferem-se dos turísticos pois além dos turistas, a população local também pode usufruir dos recursos.

Beni (1997) se refere à oferta de serviços turísticos como sendo uma oferta turística derivada, a qual

[...] é composta pelos transportes, pelas diversas formas de alojamento, lazer e recreação, pelos organizadores de viagens e pelas agências de viagens. Ela não pode satisfazer a demanda a não ser que haja uma combinação entre os diversos fatores da oferta derivada e da oferta original. O consumo de todos esses elementos tangíveis e intangíveis realiza-se em momentos diferentes, uns interligados a outros, como transporte- praia -hotel, razão pela qual essa multiplicidade da gradação temporal sucessiva não permite reconhecer antes do produto turístico, mas só no produto momento do consumo.

A Infraestrutura básica não é um elemento que beneficia apenas ao turista, pois, a mesma, consiste na melhoria básica de uma cidade, como saneamento básico, estradas pavimentadas, entre outras melhorias. “[...] Infraestrutura básica que contempla todos os serviços públicos ou privados que intervêm no turismo, tais como: sistema de transportes, de comunicação, de educação, saneamento, segurança, assistência médico-hospitalar. [...],” (BRAGA, 2013, p 76).

Já Mario Carlos Beni (1997), em sua “Análise Estrutural do Turismo” dispõe que a oferta turística nada mais é:

[...] a oferta em turismo pode ser concebida como conjunto e dos recursos naturais e culturais que, influência constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado. (BENI, 1997)

Os produtos se dividem em livres (aqueles que podem ser usufruídos de forma ilimitada) e escassos (aqueles cuja oferta é limitada). Ignarra (2013) pontua que “Um turista, em seu ato de consumo turístico, necessita de uma combinação de recursos livres e escassos para satisfazer a suas necessidades.”

Assim como na demanda, a oferta também possui seus produtos concorrentes e complementares. Os quais contribuem para a venda de um determinado serviço.

Quando a oferta turística é mencionada é impossível não lembrar que um dos fatores para que ela seja consumida é justamente a capacitação de profissionais. Assim, os benefícios da qualificação humana para o turismo são garantir qualidade dos serviços prestados; acrescentar valor e infundir um senso de profissionalização; possibilitar a utilização de recursos humanos locais sem necessidade de importação de mão de obra; reter os funcionários, proporcionando uma carreira profissional e despertar o interesse pelas oportunidades de empreendedorismo no setor.

Por último, existe a possibilidade de se associar oferta com hospitalidade. De acordo com Beni (1997) “[...] Oferta de turismo e hospitalidade, porém, é mais ampla que a mera produção de bens e serviços, pois além de abranger os meios de hospedagem, as instalações e os equipamentos, tem como insumo básico os recursos naturais e culturais que são, na realidade, a matéria-prima dos atrativos turísticos.” Sendo assim, deve haver harmonização entre aquilo que o turismo tende a oferecer e aquilo que o turista espera experienciar, “[...] É nesse encontro da oferta e do consumo que irrompe a fruição da hospitalidade e a dimensão cultural ainda pouco valorizada no planejamento das viagens”.

Dessa forma, os fatores que compõem a oferta turística, segundo esses autores, são os bens e serviços turísticos, como os de alimentação, hospitalidade, pacotes turísticos e muito mais, os preços do mercado, ou seja, se um produto possui um bom custo-benefício, que atraia consumidores, a capacitação técnica dos profissionais que trabalham neste setor, assim como a capacidade de satisfazer os desejos dos visitantes. (AYAVIRI; QUISPE; SÁNCHEZ, 2017).

De acordo com Flores & Barroso (2012 *apud* SERRANO; PUCHA, 2017), a oferta turística está crescendo a um ritmo mais elevado que a demanda, por isso, é necessário estudá-la. Lage e Milone (2001) entendem que a oferta turística é o “[...] conjunto de recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas”. Pode-se dizer, então, que a oferta seria o atrativo turístico em si e pelos setores de mercado que auxiliam o turismo, seja ofertando bens e serviços, ou apenas planejando a atividade turística em um território, até porque seria através do planejamento que um destino poderia se tornar mais atrativos e, assim, incentivar para que mais turistas visitem o local.

Ainda sobre a oferta turística, vale destacar que a mesma:

[...] pertence ao planejamento turístico de um destino e contribui significativamente para a competitividade e o desenvolvimento do turismo, no entanto, em todo o mundo tem experimentado avanços em sua organização interna e externa, portanto, enfrentam novos desafios para sua gestão; Além disso, ao redor da ‘planta’ turística estão os atrativos turísticos e entre esses aspectos, mais do que outros, a interação do turista (SERRANO; PUCHA, 2017)

Esse trecho reforça a importância da oferta turística para o planejamento turístico de um destino, já que ela auxilia na competitividade e no desenvolvimento de um atrativo.

2.3 OBSERVATÓRIO TURÍSTICO

De acordo com Prieto (2003) *apud* Marcial (2009), o termo observatório remete as instalações localizadas nas montanhas, com telescópios precisos para a admiração do universo. E é inegável, quando pensamos na palavra observatório logo imaginamos um local destinado para a observação de algo, como o espaço, a paisagem, os animais, dentre outros elementos que possam vir a se tornar interessantes para observar.

Um observatório tem como função “[...] vigiar e detectar o que ocorre em seu âmbito de atuação, e seu valor agregado se sustenta em: 1) buscar a informação 2) discernir sua relevância, 3) organiza-la de modo coerente e 4) apresentá-la de forma clara” MARCIAL, 2009).

Assim, um observatório pode ser um banco de dados que facilita a compreensão e obtenção de informações sobre um determinado tema, sobretudo aqueles que possuem um lado mais social, humanístico e cultural.

Um Observatório é “[...] o conjunto de atividades e procedimentos destinados a identificar e validar aquela informação que se produz em um contexto, como mecanismo para gerar evidência útil para a tomada de decisões em um âmbito de competência” (Superintendencia Nacional de Salud, 2007 *apud* MARCIAL, 2009).

Um elemento que faz toda diferença na existência de um Observatório de Turismo é a informação. Estamos vivendo em um mundo no qual a informação é dinamizada e seu acesso altera a dinâmica de diversos setores da sociedade. “[...] Pensa-se a informação como um amparo, um escudo que venha embasar ações e serem tomadas em diversos setores, tal como o turismo.” (BEUREN, 1998, p. 42). Dessa forma obtém-se a informação por ser um elemento fundamental para a formulação de estratégias e para a tomada de decisões. Esses mesmos autores pontuam no artigo “*Gestão da Informação: O Papel dos Observatórios e Turismo Brasileiros para a Tomada de Decisão do Setor Público*” que no Brasil:

Informações processadas e prontas para o uso estratégico não são tão abundantes quanto deveriam ser e, com a falta destas, a formulação de diretrizes que deveriam guiar a atividade turística pode ser afetada. Sem o suporte de informação de qualidade, pode-se deduzir que os resultados provenientes dos processos de tomada de decisão por parte dos gestores públicos serão aquém do esperado.

Se a gestão da informação é fundamental para a tomada de decisão então é primordial a existência de um órgão “[...] que organize, filtre e fomenta a produção de informação para serem a base da formulação de políticas públicas.” (FOGAÇA; MENDONÇA; COSTA, *et al*, 2020). Um Observatório de Turismo tem a responsabilidade de mediar todo o conhecimento produzido e técnicas para planejar e manejar a atividade turística dentro do território ao qual se insere.

De acordo com Theroga (2016, p.26):

[...] os Observatórios de Turismo surgiram pela necessidade de subsídio de informações para ajudar na formulação de políticas de turismo, que por sua vez, assim como a atividade turística em si, abrangem as mais diversas áreas de uma sociedade, sejam estas culturais, ambientais, políticas, econômicas ou qualquer outraque afete arelação da atividade turística em si com a sociedade

Dessa forma, um Observatório se preocupa com a produção científica produzida para as políticas públicas, para o mercado e na busca da sustentabilidade da atividade turística nas diferentes regiões nas quais está inserida. Um Observatório é também um instrumento de investigação científica e de orientação profissional, portanto, essas entidades “[...] são uma rede interdisciplinar permanente de discussão, estudos, pesquisas e produção do conhecimento focado em atendes as demandas do planejamento turístico sustentável no território nacional”. (PENA; MOESCH, 2016 *apud* GARCÊS; CARVALHO, 2020)

No entanto, a noção de o que é um Observatório Turístico surge pela necessidade de se analisar temas e problemas sociais. É também “[...] um núcleo de estudos criado para acompanhar através de diversas análises o desempenho do setor e os impactos das ações de turismo realizadas pela administração municipal. [...]”. (MOGI DAS CRUZES, 2013).

Portanto, um observatório turístico é uma ferramenta que proporciona informações sobre o turismo, um setor importante da atividade humana atual. O mesmo facilitaria na tomada de decisões e no desenvolvimento do planejamento. (SANTÁGATA, 2011).

Dentre os dados e informações que um observatório recolhe, pode-se citar aqueles atrelados ao perfil do turista, como motivação de viagem, o tipo de veículo utilizado, o gênero, a faixa etária, entre outros elementos que formam o perfil do turista. Assim, é possível entender melhor a demanda e oferta turística este último diz respeito a todos os setores, públicos e privados, que trabalham para desenvolver melhor a atividade turística dentro de um município. Santágata (2011) ainda pontua que um observatório turístico é:

- 1- *Um instrumento que ajuda a tomada de decisões, da iniciativa privada(empresarios) e pública (administração) de um territorio que se identifica como um destino turístico, real ou potencial.*
- 2- *Um instrumento para controlar os resultados e eficacia das políticas turísticas e ajudar em sua possivel correção.*
- 3- *Uma base para a elaboração de diagnósticos e informações dos destinos turísticos aos que se aplica.*
- 4- *Uma base para a elaboração de modelos de previsão das principais variaveis turísticas a curto prazo. (SANTÁGATA, 2011).*

Sendo assim, é de extrema importância que os setores públicos ao lado da iniciativa privada (empresários, agências de viagem e todos aqueles que compõem o *trade* turístico) possuam um instrumento que auxilie na elaboração de diagnósticos e informações úteis sobre os destinos turísticos, esse instrumento seria de grande valia para que essas organizações (públicas e/ou privadas) consigam tomar decisões, prever quais os possíveis problemas ou situações que apareceriam no setor turístico e influenciariam na economia, cultura local, sociedade que está presente naquele determinado território, no controle dos resultados, na eficácia das políticas públicas voltadas ao turismo e em possíveis correções dos mesmos. Este instrumento é o Obstur.

O Observatório de turismo é uma ferramenta de inteligência turística, que observa a realidade, analisa a dinâmica e gera resultados que são direcionados aos agentes que planejam o turismo dentro de um território. Para isso, é preciso que um destino turístico esteja preocupado em receber as informações e direcioná-las aos segmentos do mercado turístico, como empresas e agentes. Informações essas que estão “[...] *em relação as tendências gerais dos mercados e a evolução dos competidores [...]*”. (SANTÁGATA, 2011). Um observatório, portanto, auxilia organizações relacionadas ao setor turístico a entenderem a realidade, contribui na concentração de informações, evitando que as mesmas sedispersem.

2.4 O PROGRAMA SPSS

O Software SPSS *Statistics*, que consiste ser uma plataforma que analisa estatísticas avançadas, possui uma biblioteca abundante de algoritmos de “[...] *machine learning, análise de texto, extensibilidade de código aberto, integração com big data e a implementação contínua em aplicativos.*” (MATHUR, 2019). O SPSS auxilia a obtenção de diversos tipos de pesquisas, desde as mais simples até as mais complexas, ou seja, desde a obtenção de gráficos e tabelas, até mesmo em cálculo de média, moda, desvio padrão, correlação de variáveis e muito mais. O software dá a oportunidade de pesquisadores e instituições poderem conhecer melhor os dados coletados em pesquisas, interpretá-los e encontrar oportunidades para, assim, melhorar a eficiência e minimizar os riscos.

Dentre as ferramentas e informações básicas obtidas através do software SPSS *Statistics* pode-se citar a elaboração de gráficos e tabelas simples e/ou de referência cruzada. Já as opções mais complexas, de medidas e análises que podem ser encontradas no programa, estão o cálculo de média, moda, mediana, desvio padrão, ***Coeficiente de Correlação de Pearson***, ***Análise de Regressão Simples***, ***Teste Qui-Quadrado***, análise dos resíduos, e análise

fatorial. Além disso, o software possibilita a confecção de gráficos mais complexos, como **Box-Plots**, **Scatterplot de X** e, histogramas entre outros modelos gráficos.

Vale mencionar também que o SPSS é um programa informático que auxilia na análise de dados e pesquisas da área das ciências sociais. O turismo enquanto estudo faz parte das ciências sociais. Portanto as pesquisas destinadas a este setor podem ser mais facilitadas com o uso do Software SPSS Statistics.

Uma pesquisa de caráter social não envolve apenas a obtenção de respostas para grandes questões, mas busca entender suas causas e seus efeitos. De acordo com Babbie, Wagner e Zaino (2019) “[...] Grande parte do trabalho do cientista envolve verificar se as relações logicamente derivadas expressas em teorias sociais correspondem a relações observadas empiricamente entre dados sociais. [...]”. Dessa forma e como outras áreas científicas, os cientistas sociais também usam da observação e do empirismo para desenvolver teorias.

Este programa pertence a empresa IBM e possui algumas versões diferentes. As mais conhecidas são o SPSS *Statistics* e o SPSS *Modeler*. O primeiro aborda o processo analítico completo, o *Statistics* gerencia e manipula os dados para depois gerar análises, relatórios e implantação. Este modelo contribui para que seus usuários compreendam, de forma rápida e eficaz, os dados grandes e complexos, usando procedimentos estatísticos avançados e precisão para conduzir a tomada de decisão de qualidade. Já o SPSS *Modeler* acelera as tarefas operacionais para cientistas e analistas de dados, agiliza o tempo de obtenção de valor.

Esse modelo permite que usuários consolidem todos os tipos de conjuntos de dados e construam modelos preditivos. O *Modeler* classifica e segmenta os algoritmos. De forma geral, MATHUR, (2019) diz que “[...] SPSS *Statistics* suporta uma abordagem de teste de hipóteses mais de cima para baixo em relação aos seus dados, enquanto o SPSS *Modeler* permite que os padrões e modelos ocultos nos dados se exponham, usando uma abordagem de geração de hipóteses de baixo para cima. [...]”.

Com o SPSS *Statistics*, ainda é possível analisar e entender melhor os dados coletados que ajudem a solucionar problemas de pesquisa, seja esta simples ou não e entender melhor grandes e complexos conjuntos de dados. Com o software pode-se criar ligações a outros softwares de tratamento estatístico como o R e Python.

Portanto, com esta ferramenta é viável preparar dados para análises, por meio de codificação e recodificação de dados, propriedades das variáveis, validação, contagens, partição ou seleção de dados. É possível também realizar análises estatísticas de dados,

utilizando assim técnicas que interpretem casos classificados como univariados, bivariados ou multivariados.

O SPSS *Statistics* é um construtor de diálogo customizado, ou seja, ele permite que os usuários criem interfaces geradoras de sintaxe. Por meio do mesmo, é possível medir variáveis e coletar informações contidas nos dados de cada variável. Wagner (2019) diz que:

[...] É importante estar ciente de que o spss statistics pode registrar variáveis como variáveis de string ou variáveis numéricas. Variáveis de string podem consistir em letras e números e não podem ser tratadas numericamente; portanto, as variáveis de string devem ser tratadas na medição de nível nominal. Variáveis numéricas usam números para representar valores de resposta. Esses números podem representar números reais, categorias classificadas ou categorias não classificadas. Em outras palavras, as variáveis numéricas podem ser nominais, ordinais, intervalares ou de razão (WAGNER, 2019)

Os valores inseridos no SPSS *Statistics* podem ser classificados como medidas nominal, ordinal e escala. Os dois primeiros medem valores alfanuméricos, enquanto que o último corresponde a dados numéricos e que podem resultar em razão e intervalo.

Ao se utilizar o SPSS *Statistics* é possível obter vantagens por conta de sua flexibilidade para variáveis de diferentes naturezas, seja elas quantitativas ou qualitativas. O programa possui uma certa facilidade de uso, mas com níveis de complexidade diferentes, conforme as necessidades de cada um de seus utilizadores. Ou seja, se o pesquisador quer apenas obter dados representados em tabelas e gráficos simples, ele terá uma certa facilidade. No entanto, se o mesmo quiser obter dados como teste de Correlação de Pearson, será necessária uma pesquisa mais aprofundada sobre o manuseio e as ferramentas do software.

Dentre outras vantagens obtidas a partir do uso do software SPSS *Statistics* pode-se citar “[...] a participação em todo o processo analítico, desde o planejamento até à coleta de dados para análise, possibilitando a elaboração de relatórios, quer pelo próprio programa, quer por uma articulação com um processador de texto” (LAUREANO; BOTELHO, 2017).

É válido mencionar que o software permite o acesso e gestão de uma ampla quantidade de dados, não só daqueles que são inseridos diretamente no programa, mas também daqueles que podem ser importados de outras ferramentas de análise, como o Excel, o SAS, o Stata, entre outros.

A presente pesquisa utiliza o software SPSS *Statistics*, que foi desenvolvido no ano de 1968. Além dos pontos descritos anteriormente, ou seja, de compreender padrões e associações complexos, e da rapidez em manipular dados e procedimentos estatísticos, vale destacar que o SPSS *Statistics* é um software estatístico líder mundial e, por isso, faz abordagem de teste de hipóteses, análises descritivas e preditivas, cria relatórios analíticos,

testa o significado dos dados coletados e, por último, o *Statistics* pode ser estendido para que funções de outros modelos, como o SPSS *Modeler* podem ser aplicadas ao *Statistics*.

3 APRESENTAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

3.1 ESTÂNCIA TURÍSTICA DE AVARÉ

O Município de Avaré, localizado no estado de São Paulo e distante aproximadamente 268 km da capital, também conhecido como “Terra do Verde, da Água e do Sol”, devido a suas belezas naturais, possui de acordo com o último censo do IBGE (2021) uma população estimada em 91.792 habitantes e uma área de 1213,055 km². Conta com a Rodovia SP-255 Castelo Branco como principal via de acesso.

Figura 9 - Mapa de contexto: Estância Turística de Avaré



tornou-se foco desses agricultores, em especial do Major Vitoriano e seu amigo Domiciano Santana (SANTOS, 2017).

Com a chegada desses fazendeiros via-se o início de um povoado, marcado pelas pequenas vilas que surgiam advindas de doações de terras pela igreja e pela construção da capela (SANTOS, 2017). Esse povoado chamado de Rio Novo em 1861 foi elevado a município em 1862 e denominado de Avaré em 1891, demonstrando seu rápido crescimento (SANTOS, 2017).

No entanto, o desenvolvimento de Avaré é marcado pela chegada da ferrovia em 1896, sendo o ápice do município, visto que os transportes ainda eram feitos por animais e a ferrovia contribuiria com o comércio e o transporte de cargas (SANTOS, 2017). Cabe ressaltar que a ferrovia, na realidade não estava planejada para passar pelo município, mas foi construído devido à grande influência do jornalista Maneco Dionisio (SANTOS, 2017).

Tendo a ferrovia sido desativada em 1953, Avaré tem buscado novas atividades econômicas:

Sobre Avaré pode-se dizer que os setores ligados a agroindústrias se constituem em um dos motores da economia; serviços de pulverização e controle de pragas agrícolas, cultivo de cítricos, criação de aves, etc. que aliados aos fatores naturais como clima, topologia e solo produtivo, atraem empresas (SILVA, 2016, p.94).

Esses recursos também contribuíram para que o município recebesse em 2002 o título de Estância Turística, Avaré utilizando de seus recursos naturais e históricos e visando o desenvolvimento do município, passou a ter o turismo como uma das principais atividades econômicas, além da agropecuária (SILVA, 2016).

O Governo Estadual, por meio da Lei Complementar Nº 1.261, de 29 de abril de 2015, delimita que para um município receber o título de Estância Turística, ele precisa:

Ser destino turístico consolidado, determinante de um turismo efetivo gerador de deslocamentos e estadas de fluxo permanente de visitantes;
Possuir expressivos atrativos turísticos de uso público e caráter permanente, naturais, culturais ou artificiais, que identifiquem a sua vocação voltada para algum ou alguns dos segmentos (...) sintetizados no Anexo I desta lei complementar:
Dispor, no mínimo, dos seguintes equipamentos e serviços turísticos: meios de hospedagem, serviços de alimentação, serviços de informação e receptivo turísticos;
Dispor de infraestrutura de apoio turístico, como acesso adequado aos atrativos, serviços de transporte, de comunicação, de segurança e de atendimento médico emergencial, bem como sinalização indicativa de atrativos turísticos adequada aos padrões internacionais;
Dispor de infraestrutura básica capaz de atender às populações fixas e flutuantes no que se refere a abastecimento de água potável, sistema de coleta e tratamento de esgotos sanitários e gestão de resíduos sólidos
Ter um plano diretor de turismo, aprovado e revisado a cada 3 (três) anos;
Manter Conselho Municipal de Turismo devidamente constituído e atuante.

Ainda sobre as prioridades que um município precisa ter para se tornar Estância Turística, é preciso pontuar que o mesmo tem que ter até duzentos mil habitantes. A mesma Lei delibera que “Todas as Estâncias, independentemente da sua natureza ou vocação, serão classificadas por lei como Estâncias Turísticas.” Por último, vale mencionar que os segmentos turísticos, aos quais o segundo item da lei cita, são: Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural; Turismo Religioso; Turismo de Estudos e de Intercâmbio; Turismo de Esportes; Turismo de Pesca; Turismo Náutico; Turismo de Aventura; Turismo de Sol e Praia; Turismo de Negócios e Eventos; Turismo Rural e Turismo de Saúde.

Figura 10 – Atrativos Turísticos do Município de Avaré - SP



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

De acordo com Locateli (2018; p.2) “O Município de Avaré recebeu o título de Estância Turística no ano de 2002 por suas belas paisagens e tendo como principal atrativo turístico a Represa de Jurumirim [...]”. Além de oferecer eventuais passeios ao centro da cidade, um centro comercial e outros serviços de apoio ao turismo, como hotéis, restaurantes, agências de viagens, entre outros, Avaré conta com alguns atrativos turísticos, já consolidados, como: A Represa de Jurumirim; A Fábrica de Doce de Leite; O Horto Florestal; O Cristo Redentor; A Igreja Matriz; O Memorial Artístico e Fotográfico de Avaré; O Museu do Automóvel.

Por fim vale ressaltar que “[...] o município tem incentivado seus moradores locais, entre eles os artistas e artesãos, por meio de feiras e exposições para que divulguem seus produtos, sendo a principal a fabricação do doce de leite que atrai pessoas interessadas em visitar a fábrica

(SILVA, 2016).

3.2 O MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE ROSANA

O Município de Rosana, está localizado no extremo oeste do estado de São Paulo e distante aproximadamente 746 km da capital, localizado na tríplice fronteira fazendo divisa com o estado do Paraná e do Mato Grosso do Sul, possui de acordo com o último censo do IBGE (2021) uma população estimada em 15.929 habitantes e uma área de 744.011 km². Conta com a SP- 280 Rodovia Castelo Branco e SP- 270 Raposo Tavares como principais vias de acesso.

Figura 11 – Mapa de contexto: Município de Interesse Turístico de Rosana



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

O início do município de Rosana, diferentemente de outros locais, foi marcado por lutas de interesses e pela especulação imobiliária. Rosana é banhado por dois grandes Rios, sendo eles o Rio Paraná e o Rio Paranapanema, em tríplice fronteira, com terra fértil e propícia para agropecuária, já despertava o interesse de fazendeiros, no entanto, em 1951 com a possibilidade da Estrada de Ferro Sorocabana que sairia de Presidente Prudente, intensificou o processo de surgimento da cidade (GONÇALVES, 2018).

Cabe ressaltar que a estrada de ferro não chegou ao município, no entanto, em 1970 deu-se início à instalação de duas usinas hidrelétricas a UHE de Rosana e a UHE Engenheiro Sérgio Motta, denominada também de Porto Primavera (SANTOS, 2013). Todo esse processo de especulação imobiliária e implantação de usinas, ocasionou em extinção de indígenas,

desmatamento, grilagem de terras e retirada de populações locais de suas terras (GONÇALVES, 2018).

Com a chegada da UHE Sérgio Motta, criada pela Companhia Energética de São Paulo (CESP), foi necessário a criação de um núcleo para abrigar os moradores que viriam de diversas regiões brasileiras para a construção da usina (SANTOS, 2013). Esse núcleo denominado de Distrito de Primavera, foi totalmente planejado e construído pela CESP, “as ruas são largas, algumas têm curvas suaves que lembram ondas - numa cidade cuja planta tem o formato de um barco” (MENEZES, 2013, p.26).

Todo esse planejamento foi realizado pela divisão de arquitetura da CESP que pensou nos moldes que cada casa teria, nos clubes de lazer, postos de saúde, escolas, e todas as estruturas necessárias para permanência dos trabalhadores, estruturas que variavam conforme o nível e posição dos funcionários, que formariam a população barrageira e faria parte da população rosanense/primaverense (NATTI; ICHIKAWA, 2012).

Devido a sua história, arquitetura e belezas naturais Rosana passou a atrair turistas para desfrutar de todos os seus recursos, devido a essa potencialidade Rosana foi elevado a Município de Interesse Turístico em 2017, tendo como principais atrativos o Balneário Municipal de Rosana, a UHE Sérgio Motta, Horto Florestal e Museu Regional (SANTOS, 2013).

De acordo com a Lei Complementar Nº 1.261, de 29 de abril de 2015, estabelecida pelo Governo do Estado de São Paulo, um município para ser classificado como MIT precisa:

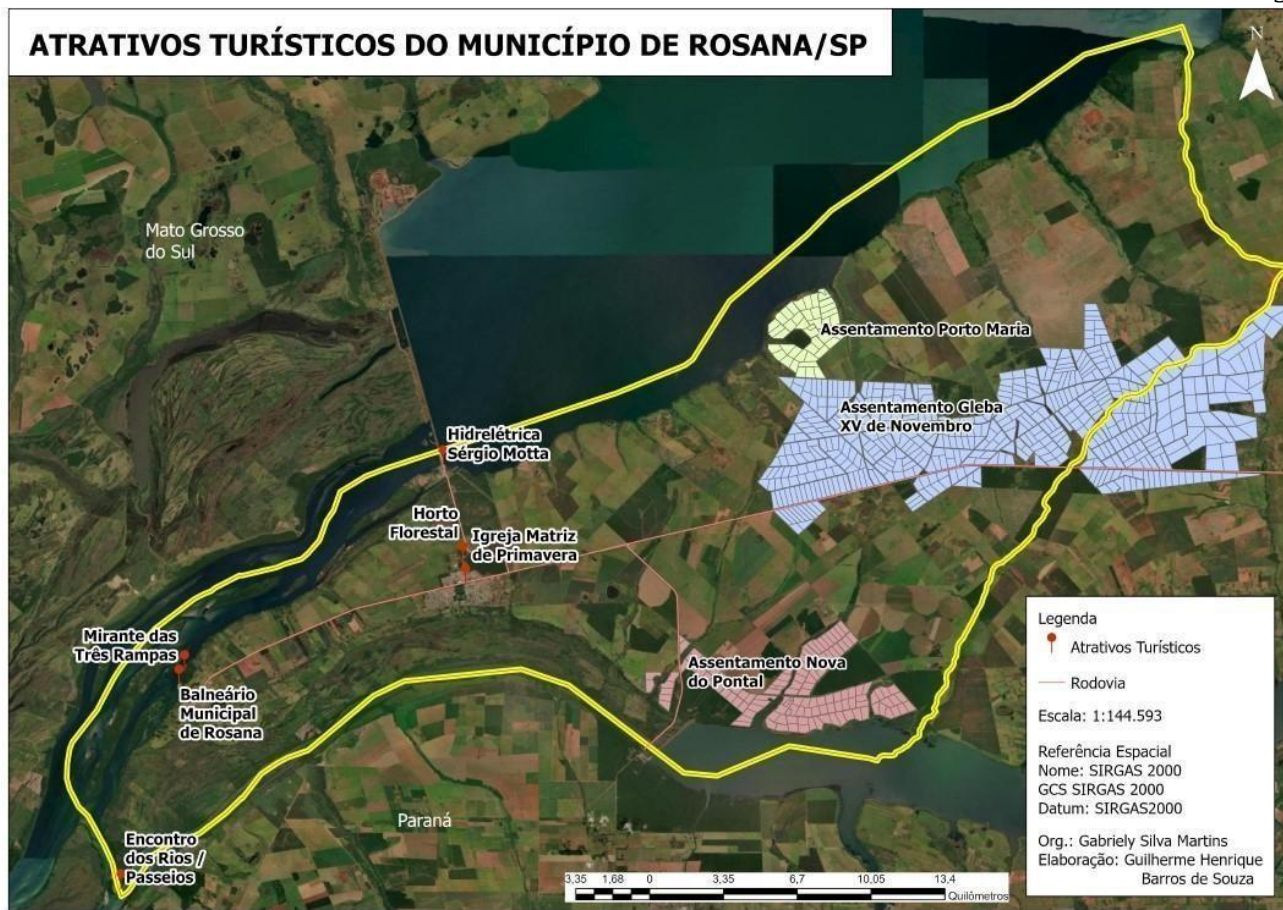
I Ter potencial turístico;

II - Dispor de serviço médico emergencial e, no mínimo, dos seguintes equipamentos e serviços turísticos: meios de hospedagem no local ou na região, serviços de alimentação e serviço de informação turística;

III - Dispor de infraestrutura básica capaz de atender às populações fixas e flutuantes no que se refere a abastecimento de água potável e coleta de resíduos sólidos;

IV Possuir expressivos atrativos turísticos, plano diretor de turismo e Conselho Municipal de Turismo, nos mesmos termos previstos nos incisos II, VI e VII do artigo 2º desta lei complementar.

Figura 12 – Atrativos Turísticos do Município de Rosana/SP



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Por meio desta lei e desses critérios é possível perceber que Rosana, por ter sido classificado como MIT, possui grande potencial turístico. Isso porque o município conta com uma gama de atrativos (figura 8), tais como O Balneário Municipal de Rosana; As ilhas localizadas no Rio Paraná; O Horto Florestal; A eclusa; O Mirante das Três Rampas; A Igreja Matriz de Primavera; A Hidrelétrica Engenheiro Sérgio Motta.

Além disso, tem aproveitados outras potencialidades, com fauna e flora preservadas, têm explorado a pesca, o turismo rural, encontro dos Rios, os eventos como Réveillon e Carnaval, além de apoiar projetos locais como o projeto Guri com apresentações musicais, ações que tem despertado o interesse dos turistas e do poder público que visa desenvolver o turismo e tornar-se Estância Turística. (LOPES; THOMAS, 2022).

Algumas regiões do município, como aquelas em que se situam os assentamentos rurais, possuem potencial para atrair visitantes, mas ainda são possíveis atrativos, ou seja, ainda estão em processo de estudo. Rosana ainda conta com uma rede de hotéis, restaurantes e lanchonetes. Além de contar com alguns serviços complementares ao turismo. Vale ressaltar que Rosana dispõe de um curso de Bacharel em Turismo ofertado pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), fator que, de alguma forma, contribui para o estudo da atividade turística no município. Por último, a prefeitura do município apresenta uma Secretaria do Turismo e um Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), fator esse que coloca em debate possíveis formas de melhorar o setor no município.

Além disso, tem aproveitados outras potencialidades, com fauna e flora preservados, têm explorado a pesca, o turismo rural, encontro dos Rios, os eventos como Réveillon e Carnaval, além de apoiar projetos locais como o projeto Guri com apresentações musicais (SANTOS, 2013), ações que tem despertado o interesse dos turistas e do poder público que visa desenvolver o turismo e tornar-se Estância Turística.

3.3 A CONCEPÇÃO DO OBSERVATÓRIO INTERMUNICIPAL DE TURISMO DE AVARÉ E ROSANA

O Observatório Turístico Intermunicipal da Estância Turística de Avaré e do Município de Interesse Turísticos de Rosana, no estado de São Paulo, é criado pela parceria entre duas instituições que possuem curso atrelado a atividade turística, sendo eles o Instituto Federal de São Paulo (IFSP), com o curso técnico em Lazer em Avaré e a Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), com o curso de bacharel em Turismo.

Levou-se em consideração para a escolha destes destinos o fato de possuírem cenários diferentes, visto que um é Estância Turística e o outro MIT, possibilitando um estudo comparativo que permite identificarmos as ações que ocorrem em uma Estância e em um MIT, identificando como um destino pode contribuir com outro, a partir do *know how*. Com o estudo comparativo é possível identificar também quais as problemáticas encontradas nestes destinos, se há muitas diferenças entre uma Estância e um Município de Interesse Turístico.

Esse estudo comparativo foi possível devido a criação do observatório de turismo nos dois municípios turísticos, já que os destinos estudados embora tenham titulação de destino turístico, ainda não possuem nenhum responsável para fazer a análise da atividade turística

Nesse sentido, ambos os destinos se tornam propícios para os estudos pelas instituições de ensino que possuem grupos de pesquisas na área e que podem auxiliar no processo de análise do turismo, sendo estes grupos o Grupo de Estudos em Hospitalidade e Lazer- GEHLA do IFSP e o Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo no Espaço Rural (GEPTER).

Dessa forma os grupos propuseram a criação do observatório turístico intermunicipal, utilizando *know how* do Centro de Estudos e Investigações Turísticas (CETUR) da Universidade de Santiago de Compostela, Espanha, que aceitou fazer parte desse projeto, visto que ela já possui um observatório responsável pela análise turística da Galícia.

Com a criação do observatório e pesquisas com dados atualizados ano a ano, pretende-se contribuir com as respectivas prefeituras, disponibilizando um banco de dados com dados

reais e atualizados da atividade, contribuindo com o diálogo entre entidades públicas e privadas referentes ao planejamento e a organização da atividade turística na Estância Turística de Avaré e no Município de Interesse Turístico de Rosana, proporcionando tomadas de decisões assertivas.

4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

Para esta pesquisa foram utilizados os dados coletados antes do início da pandemia do coronavírus. A partir desses dados foram obtidos gráficos e tabelas simples e de referência cruzada.

A Tabela 1 representa o Estado de Origem dos visitantes de Avaré. Por meio desta tabela é possível observar que a maior parte dos visitantes (95,2%) deste município provém do próprio estado, São Paulo (SP). Outros estados brasileiros que emitem visitantes é Minas Gerais (MG), Paraná (PR), Ceará (CE), Rio de Janeiro (RJ), Santa Catarina (SC) e o Distrito Federal (DF).

Tabela 1 – Origem do turista – Avaré/SP

		Frequência	Porcentagem em	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	SP	139	93,3	95,2	95,2
	PR	1	0,7	0,7	95,9
	MG	1	0,7	0,7	96,6
	CE	1	0,7	0,7	97,3
	RJ	2	1,3	1,4	98,6
	DF	1	0,7	0,7	99,3
	SC	1	0,7	0,7	100,0
	Total	146	98,0	100,0	
Omisso	Sistema	3	2,0		
Total		149	100,0		

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Tabela 2 – Origem do turista – Rosana/SP

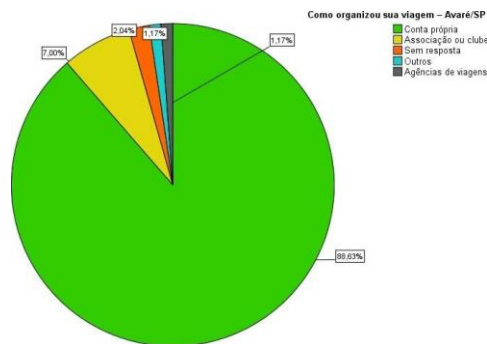
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	AM	1	0,7	0,7	,7
	GO	2	1,3	1,3	2,0
	México	1	0,7	0,7	2,7
	MG	1	0,7	0,7	3,4
	MS	16	10,7	10,7	14,1
	PE	1	0,7	0,7	14,8
	Portugal	1	0,7	0,7	15,4
	PR	73	49,0	49,0	64,4
	RJ	1	0,7	0,7	65,1
	Sem resposta	2	1,3	1,3	66,4
	SP	50	33,6	33,6	100,0
	Total	149	100,0	100,0	

A Tabela 2 mostra a Origem dos visitantes do município de Rosana. Percebe-se que 49% de seus visitantes provêm do estado do Paraná; 33,6% do estado de São Paulo e 10,7% do Mato Grosso do Sul. Vale ressaltar que Rosana faz fronteira com três estados. Portanto, imagina-

se que a maioria dos turistas e excursionistas do município se originaram destes três estados. Outros locais emissores de turistas são Amazônia, Goiás, Minas Gerais, Pernambuco e Rio de Janeiro. É interessante o fato de Rosana ter recebido visitantes internacionais, um do México e outro de Portugal.

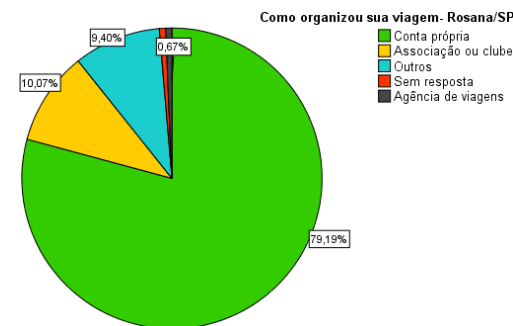
O gráfico 1 indica de que forma o turista organizou sua viagem para o município de Avaré. Pode-se perceber, portanto, que 88,63% o fizeram por conta própria e ao 7% organizaram a viagem por meio de uma associação ou clube.

Gráfico 1 – Como organizou sua viagem – Avaré/SP



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Gráfico 2 – Como organizou sua viagem – Rosana/SP



Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

O Gráfico 2 apresenta os dados sobre o município de Rosana com relação a forma de organização de viagem utilizada pelos turistas que frequentaram a localidade. Percebe-se que a grande maioria, 79,19% o fizeram por conta própria e 10,07% por Associação ou clube.

Na tabela 3, percebe-se uma correlação entre as variáveis Gênero e Faixa Etária. Assim, compreende-se melhor o perfil dos turistas que frequentaram o município de Avaré nas datas em que foram aplicados os questionários. Portanto, além de entendermos o perfil do visitante que mais frequenta o município em questão de gênero, se é feminino ou masculino, ainda pode-se compreender, dentro desses números, seu perfil com relação a faixa etária. Dos 342 questionários respondidos, percebeu-se que a grande maioria, 191, pertence ao gênero feminino, do qual, 60 possui uma idade entre 18 e 34 anos, 87 delas estão entre os 35 e 54 anos de idade e 43 apresentam mais de 55 anos. Com relação aos visitantes masculinos, a faixa etária que mais desponta é dentre os 35 e 54 anos, com 71 dos 148 turistas entrevistados.

Tabela 3 – Perfil do turista: Gênero x Faixa Etária – Avaré/SP

		Faixa_etária_Avaré				Total
		De 18 a 34 Anos	De 35 a 54 Anos	Mais de 55 Anos	Sem resposta	
Gênero_Avaré	Feminino	60	87	43	1	191
	Masculino	29	71	46	2	148
	Sem Resposta	0	2	0	1	3
Total		89	160	89	4	342

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021).

Na Tabela 4 temos a correlação entre o gênero e a faixa etária dos turistas que visitaram o município de Rosana. Assim, pode-se observar que a quantidade de visitantes homens e mulheres são bem próximas, setenta e dois (72) e setenta e quatro (74) respectivamente. É também bastante próximo a quantidade de turistas com relação a faixa etária, ou seja, não há uma grande diferença numérica entre as faixas etárias. Por exemplo, a quantidade de turistas masculinos de 18 a 34 anos é de trinta e um (31), enquanto a daqueles com idade entre 35 e 54 anos é de trinta. Apenas dez (10) turistas possuíam mais de 55 anos. Da mesma forma, a quantidade de mulheres entre 18 e 34 anos é de trinta e seis (36), de 35 a 54 anos é vinte e seis (26) e doze para mais de 55 anos.

Tabela 4 – Perfil do turista: Gênero x Faixa Etária – Rosana/SP

		Faixa_etária_Rosana				Total
		De 18 a 34 Anos	De 35 a 54 Anos	Mais de 55 anos	Sem resposta	
Gênero_Rosana	Feminino	36	26	12	0	74
	Masculino	31	30	10	1	72
	Sem resposta	1	0	1	1	3
Total		68	56	23	2	149

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021).

O gráfico 3 apresenta o gênero dos turistas que visitam Avaré em detrimento do tipo de veículo utilizado para se locomover até o destino. A partir deste gráfico é possível perceber que a maioria dos visitantes, tanto mulheres como homens, foram até o município por meio de um veículo próprio.

Gráfico 3 – Perfil do turista: Gênero x Meio de transporte – Avaré/SP

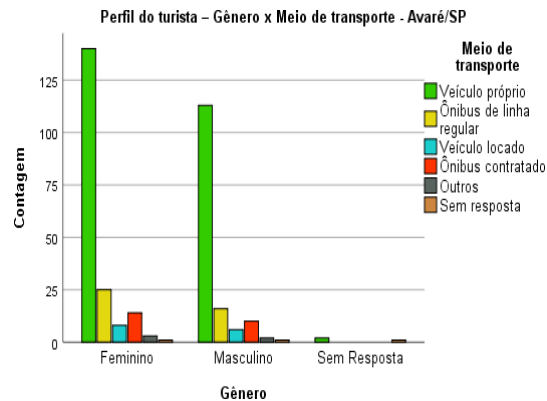
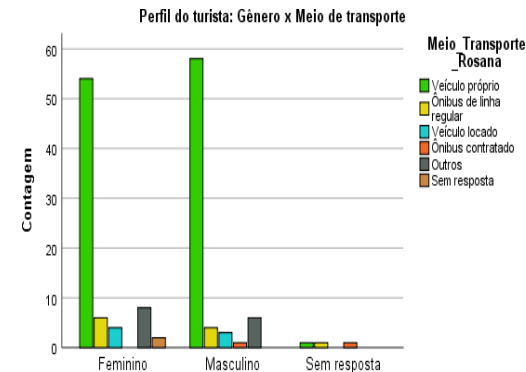


Gráfico 4 – Perfil do turista: Gênero x Meio de transporte – Rosana/SP



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

De acordo com o gráfico 4 é possível perceber que, independente do gênero dos turistas que visitaram Rosana, a grande maioria se deslocou até o local por meio de um veículo próprio.

A tabela 5 relaciona o gênero dos turistas com a forma de organização de viagem. Das 192 mulheres, 170 organizaram a viagem por conta própria, 16 por meio de uma Associação ou Clube e 2 através de uma Agência de viagens. O mesmo ocorre com o público masculino, apesar de o número de turistas homens terem sido menor, a maioria organizou a viagem por conta própria.

Tabela 5 – Perfil do turista: Gênero x Organização da Viagem – Avaré/SP

		Organização_Viagem_Avaré					Total
		Contapropria	Agências de viagens	Associação ou clube	Outros	Sem resposta	
Gênero_Avaré	Feminino	170	2	16	2	2	192
	Masculino	132	2	8	2	4	148
	Sem Resposta	2	0	0	0	1	3
Total		304	4	24	4	7	343

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

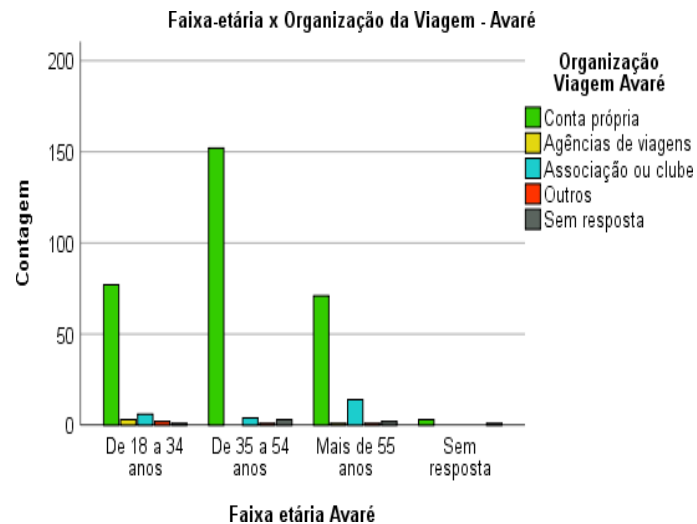
Já em Rosana, percebe-se que sessenta e duas mulheres, das setenta e quatro, e cinquenta e três homens, dos setenta e dois organizaram a viagem para o município por conta própria. Como visível na Tabela 6.

Tabela 6 – Perfil do turista: Gênero x Organização da Viagem – Rosana/SP

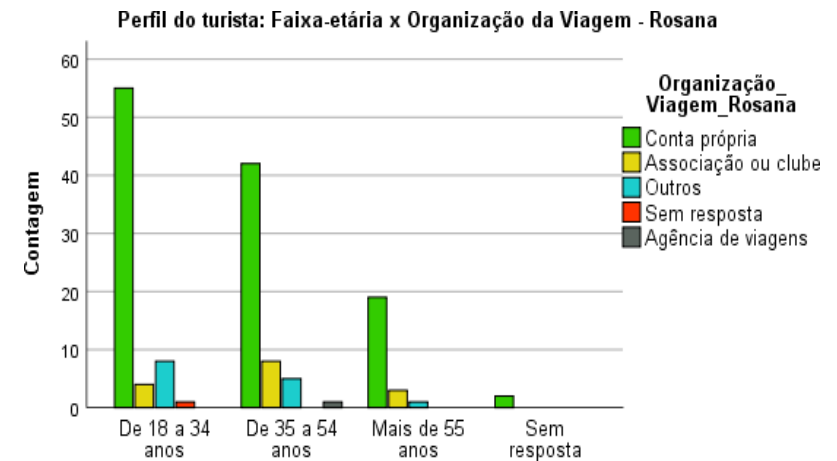
		Organização_Viagem_Rosana					Total
		Contapropria	Agência de viagens	Associação ou clube	Outros	Sem resposta	
Gênero_Rosana	Feminino	62	1	7	3	1	74
	Masculino	53	0	8	11	0	72
	Sem resposta	3	0	0	0	0	3
Total		118	1	15	14	1	149

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021).

No que se refere a forma de organização em relação à faixa etária dos turistas, é possível perceber, no Gráfico 5, que independente da idade, a maioria deles organizaram a viagem por conta própria.

Gráfico 5 – Perfil do turista: Faixa-etária x Organização da Viagem – Avaré/SP

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Gráfico 6 – Perfil do turista: Faixa-etária x Organização da viagem

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

A mesma ponderação pode ser dirigida aos turistas que visitaram o município de Rosana. Assim, como podemos ver no gráfico 6, percebe-se que independente da idade, a maioria dos visitantes organizaram a viagem por conta própria.

A Tabela 7 nos apresenta a faixa etária dos turistas em relação ao tipo de companhia. Família são os acompanhantes mais comuns, sendo 82 dos questionários respondidos. Destes, trinta e oito (38) possuíam de 35 a 54 anos de idade. É possível perceber também que a faixa etária mais representativa é dentre 35 e 54 anos de idade.

Tabela 7: Perfil do turista – Faixa Etária x Companhia – Avaré/SP

		Faixa_etária_Avaré				Total
		De 18 a 34 anos	De 35 a 54 anos	Mais de 55 anos	Sem resposta	
Companhia_Viagem_Avaré	Sozinho	14	26	11	0	51
	Em família	22	38	22	0	82
	Com amigos	10	22	7	0	39
	Com colegas de trabalho/estudos	4	6	1	0	11
	Em casal	18	28	22	3	71
	Com grupo organizado	0	1	2	0	3
	Outros	1	2	0	0	3
	Sem resposta	0	0	0	1	1
Total		69	123	65	4	261

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

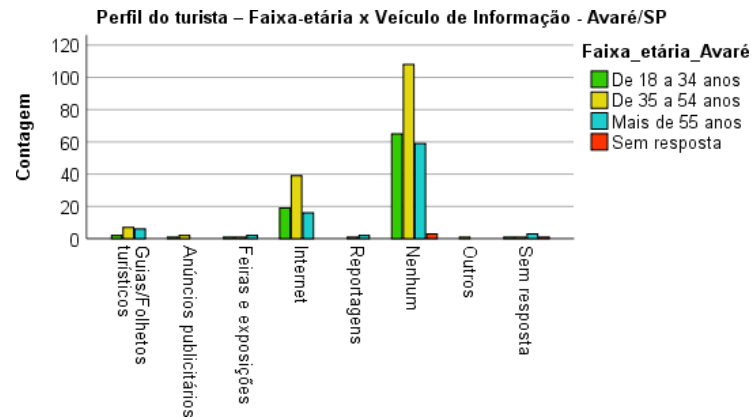
Em Rosana nota-se representado pela tabela 8 que dos setenta turistas que visitaram Rosana estavam acompanhados da família, destes, trinta e dois possuíam de 35 a 54 anos de idade, vinte e seis entre 18 e 34 anos e apenas dez possuía mais de 55 anos. Dos 68 turistas que possuíam entre 18 e 34 anos de idades, doze foram ao município sozinhos, 26 em família, catorze com amigos, oito com colegas de trabalho/estudo.

Tabela 8 – Perfil do turista: Faixa-etária x Companhia – Rosana/

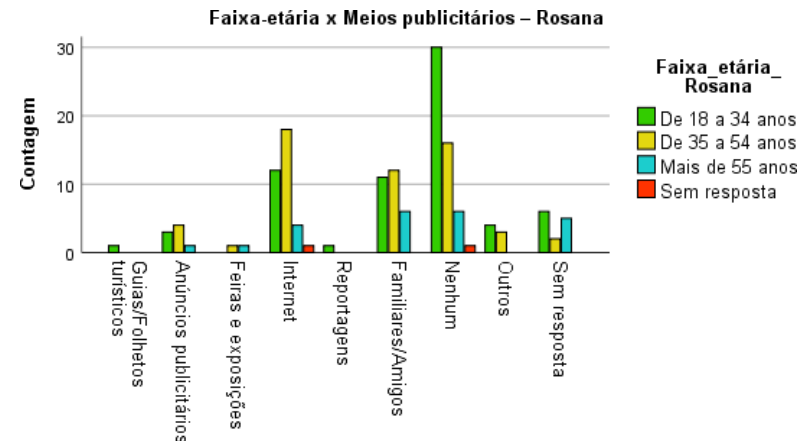
		Faixa_etária_Rosana				Total
		De 18 a 34 anos	De 35 a 54 anos	Mais de 55 anos	Sem Resposta	
Companhia_Viagem_Rosana	Sozinho	12	5	2	0	19
	Em família	26	32	10	2	70
	Com amigos	14	6	6	0	26
	Com colegas de trabalho/estudo	8	8	2	0	18
	Em casal	7	3	2	0	12
	Com grupo organizado	1	2	0	0	3
	Sem resposta	0	0	1	0	1
Total		68	56	23	2	149

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

O gráfico 7 representa a Faixa etária em detrimento ao veículo de informação consultado para a realização da viagem até Avaré. Percebe-se que a grande maioria dos turistas, independentemente de sua idade, não utilizaram nenhum meio publicitário. No entanto, pode-se notar que houve uma parcela visitantes que consultaram a internet antes de visita a localidade.

Gráfico 7 – Perfil do turista: Faixa-etária x Meios publicitários – Avaré/SP

Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (SP)

Gráfico 8 – Perfil do turista: Faixa-etária x Meios publicitários – Rosana/SP

Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (SP)

Percebe-se que em Rosana obteve-se dois resultados impactantes quando se relacionou a Faixa Etária com os meios publicitários. Assim, como o gráfico 8 apresenta, nota-se que uma parcela dos viajantes com idade entre 18 e 34 anos não utilizaram nenhum veículo de informação para chegar ao município. Grande parte dos turistas entre 35 e 54 anos também não consultou nenhum meio publicitário. No entanto, alguns dos viajantes dessa mesma faixa etária foram os que mais utilizaram a internet para a viagem. O segundo lugar para este veículo de informação (a internet) utilizado fica para aqueles que estavam entre os 18 e 34 anos de idade.

Ao relacionarmos a faixa etária com o meio de hospedagem utilizado, como representado pela tabela 9, pelos turistas para passar a noite em Avaré, pode-se constatar que houve um número maior de hóspedes ocupando casas de familiares e amigos, cerca de cento e trêss visitantes. Destes, 49 possuía entre 35 e 54 anos de idade. Os hotéis também obtiveram uma parcela considerável de ocupantes, noventa e três (93) dos turistas entrevistados, sendo que quarenta e quatro deles também tinham entre 35 e 54 anos de idade.

Tabela 9 – Perfil do turista: Faixa-etária x Meio de hospedagem – Avaré/SP**Perfil do turista: Faixa-etária x Meio de hospedagem – Avaré**

Contagem

		Faixa_etária_Avaré				Total
		De 18 a 34 anos	De 35 a 54 anos	Mais de 55 anos	Sem resposta	
Meio_de_hospedagem	Hotel	20	44	28	1	93
	Pousada	6	21	5	0	32
	Camping	4	3	1	0	8
	Segunda residência	1	9	4	0	14
	Casa de amigos/familiares	34	48	20	1	103
	Motel	1	0	1	0	2
	Outros	2	8	8	0	18
	Sem resposta	21	27	22	2	72
Total		89	160	89	4	342

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

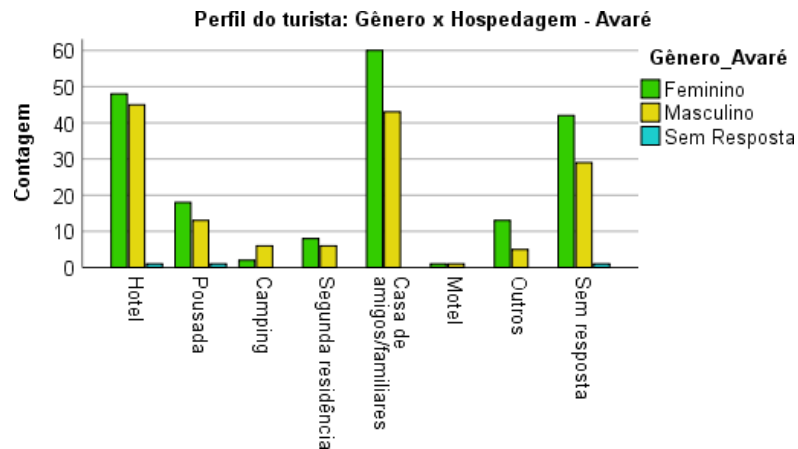
Na tabela 10 percebe-se que a maioria dos meios de hospedagem está equilibrada com relação ao número de turistas. No entanto percebe-se que ainda há uma preferência decinquenta e sete (57) turistas em pernoitar na casa de amigos/familiares. Destes, trinta e cinco possui entre 18 e 34 anos.

Tabela 10 – Perfil do turista: Faixa-etária x Meio de hospedagem – Rosana/SP

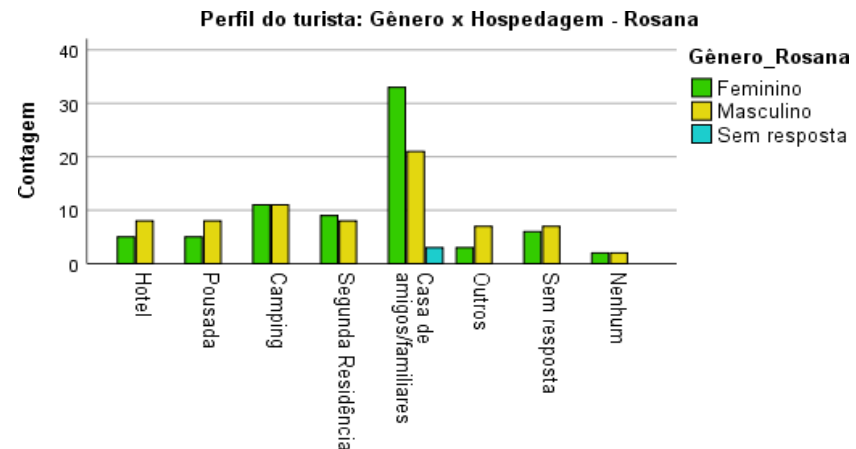
		Faixa_etária_Rosana				Total
		De 18 a 34 anos	De 35 a 54 anos	Mais de 55 anos	Sem resposta	
Meios_Hospedagem_Rosana	Hotel	8	4	1	0	13
	Pousada	3	8	2	0	13
	Camping	9	9	4	0	22
	Segunda Residência	6	7	3	1	17
	Casa de amigos/familiares	35	13	8	1	57
	Outros	2	5	3	0	10
	Sem resposta	4	8	1	0	13
	Nenhum	1	2	1	0	4
Total		68	56	23	2	149

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Já o gráfico 9 apresenta o gênero dos turistas correlacionado com o tipo de hospedagem utilizado por eles. Pode-se perceber que, com exceção do Camping, todos os meios de hospedagem possuíram um número maior de mulheres frequentando-os, em detrimento ao público masculino. É possível perceber também que, assim como a tabela anterior, os turistas se hospedaram em casas de familiares e amigos.

Gráfico 9 – Perfil do turista: Gênero x Hospedagem – Avaré/SP

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Gráfico 10 – Perfil do turista: Gênero x Hospedagem – Rosana/SP

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Dos cinquenta e sete turistas que pernoveram em Casa de amigos/familiares no município de Rosana, a maioria pertencia ao gênero feminino. No entanto, por meio do gráfico 10 percebeu-se uma presença de turistas do gênero masculino no território.

A Tabela 11 compara companhia e organização da viagem. A partir dela percebemos que dos duzentos e sessenta e dois questionários respondidos, duzentos e trinta e seis mostra que os turistas organizaram sua viagem para Avaré por conta própria. Destes, quarenta e cinco viajaram sozinhos, setenta e nove em família, trinta e oito com amigos, sete com colegas de trabalho/estudos, sessenta e quatro em casal e apenas um com grupo organizado.

Tabela 11 – Perfil do turista: Companhia x Organização da viagem – Avaré/SP

		Organização_Viagem_Avaré					Total
		Conta própria	Agências de Viagens	Associação ou clube	Outros	Sem resposta	
Companhia_Viagem_Avaré	Sozinho	45	1	2	1	2	51
	Em família	79	0	2	1	0	82
	Com amigos	38	0	2	0	0	40
	Com colegas de trabalho/estudos	7	1	0	2	1	11
	Em casal	64	1	4	0	2	71
	Com grupo organizado	1	0	2	0	0	3
	Outros	2	0	1	0	0	3
	Sem resposta	0	0	0	0	1	1
Total		236	3	13	4	6	262

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Em Rosana a maioria dos turistas, setenta, visitou o município em família, destes sessenta e cinco organizaram a viagem por conta própria. Como visto na tabela 12, dos cento e dezoito turistas que o fizeram por conta própria, quinze viajaram sozinhos, vinte e três com amigos, seis com colegas de trabalho/estudo, sete em casal e dois com grupo organizado.

Tabela 12 – Perfil do turista: Companhia x Organização da viagem – Rosana/SP**Perfil do turista – Companhia x Organização da viagem – Rosana**

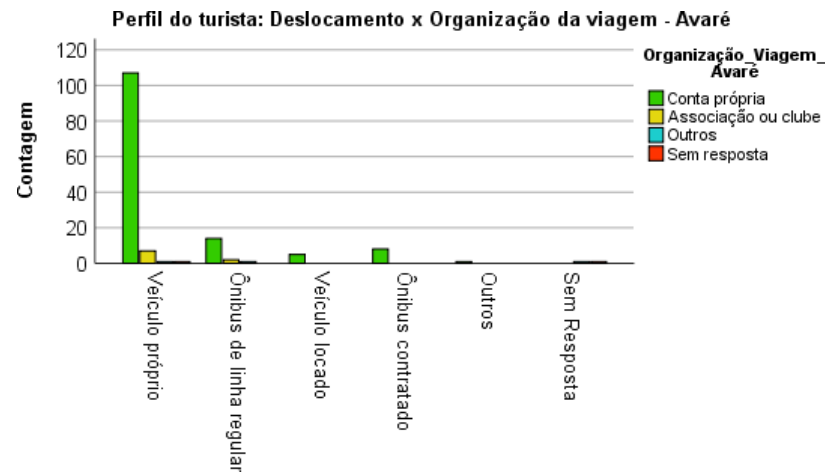
Contagem

		Organização_Viagem_Rosana					Total
		Conta própria	Agência de viagens	Associação ou clube	Outros	Sem resposta	
Companhia_Viagem_Rosana	Sozinho	15	0	0	4	0	19
	Em família	65	0	3	1	1	70
	Com amigos	23	0	2	1	0	26
	Com colegas de trabalho/estudo	6	0	5	7	0	18
	Em casal	7	1	4	0	0	12
	Com grupo organizado	2	0	1	0	0	3
	Sem resposta	0	0	0	1	0	1
Total		118	1	15	14	1	149

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

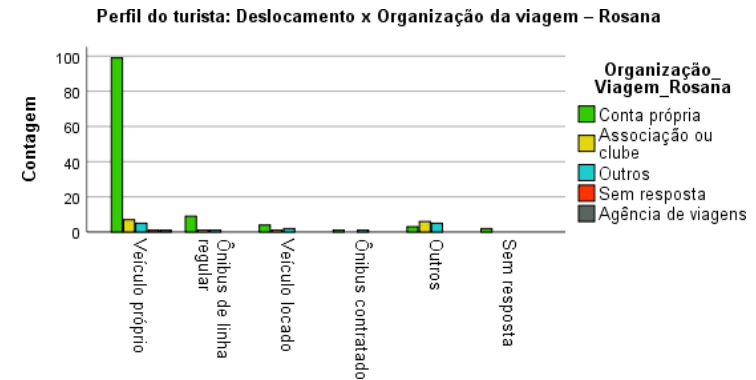
Ao relacionarmos a forma de deslocamento com o modo de organização da viagem, como demonstrado no gráfico 11, pode-se perceber que a grande maioria dos turistas que organizaram a viagem por conta própria usou um veículo próprio para se locomover até Avaré. O restante dos turistas que se organizaram sozinhos para essa viagem foram a município de Ônibus de linha regular, veículo locado e Ônibus contratado.

Gráfico 11 – Perfil do turista: Deslocamento x Organização da viagem – Avaré/SP



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Gráfico 12 – Perfil do turista: Deslocamento x Organização da viagem – Avaré/SP



Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Ao termos a forma de deslocamento correlacionado com a forma de organização de Viagem (Gráfico 12), percebe-se que a grande maioria dos turistas de Rosana organizou a viagem por conta própria e se deslocaram por meio de um veículo próprio.

Quando perguntados sobre quais atrativos foram visitados ou quais atividades os turistas realizaram no município de Avaré percebeu-se que os atrativos visitados foram a Represa de Jurumirim (18,73%); a Fábrica de Doce de Leite (14,43%); o Horto Florestal (12,82%); o Cristo Redentor (7,06%); a Igreja Matriz (6,75%) e o Museu (3,37%). Dentre as atividades realizadas pontua-se que alguns turistas comeram em algum restaurante do município (12,05%); foram ao centro da cidade (9,74%), fizeram compras (7,67%) e estiveram em algum entretenimento noturno (5,96%).

Gráfico 13: Atividades realizadas em Avaré/SP



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

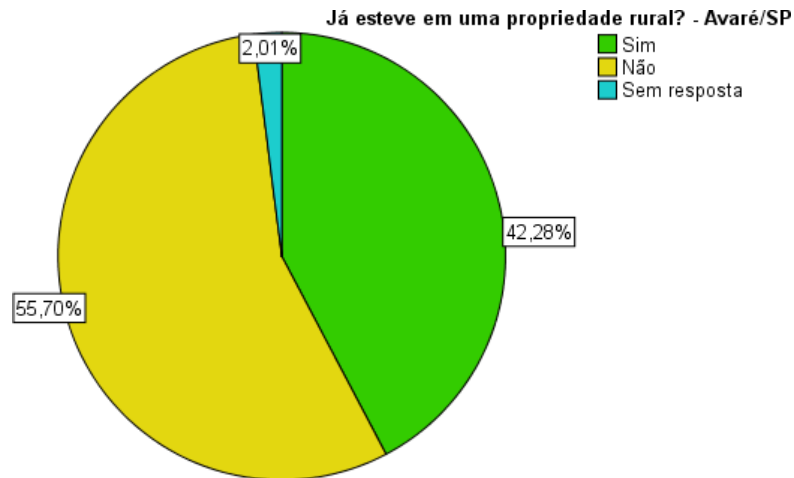
Gráfico 14: Atividades realizadas em Rosana/SP



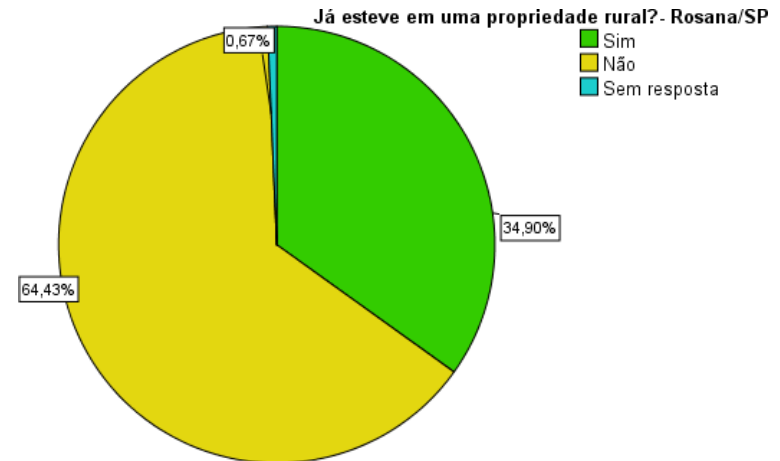
Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Em Rosana percebeu-se que o atrativo turístico mais frequentado foi o Balneário Municipal de Rosana, cerca de 25,24% dos turistas foram ou desejariam ir ao local. O mirantedas três rampas assim como os passeios de barcos/ilhas/encontros dos rios são atrativos de interesse ou de visita de 14,15% dos entrevistados. Cerca de 10,61% dos visitantes frequentaram algum entretenimento noturno; 9,90% comeram em algum restaurante do município. Outros atrativos que foram visitados ou que tinham potencial de visita por parte dos turistas entrevistados são a Hidrelétrica Sérgio Motta (8,01%), a Igreja Matriz de Primavera (7,54%) e o Horto Florestal (4,95%).

Ao serem perguntados se já visitaram uma propriedade de Turismo Rural (gráfico 15) constatou-se que, dos turistas que visitaram Avaré, 55,70% responderam que não e 42,28% já estiveram em uma propriedade de turismo rural.

Gráfico 15: Já esteve em uma propriedade rural – Avaré/SP

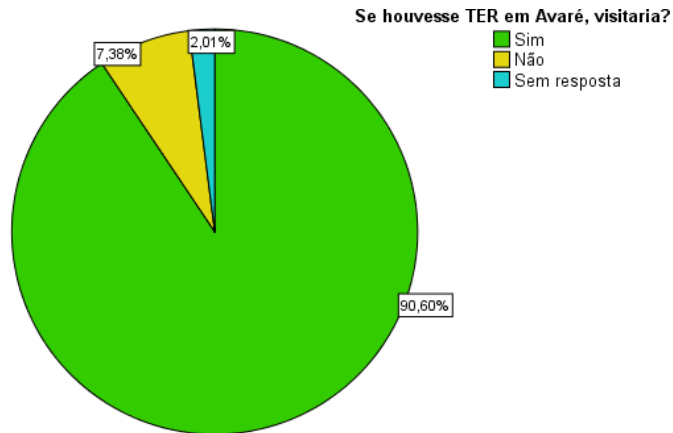
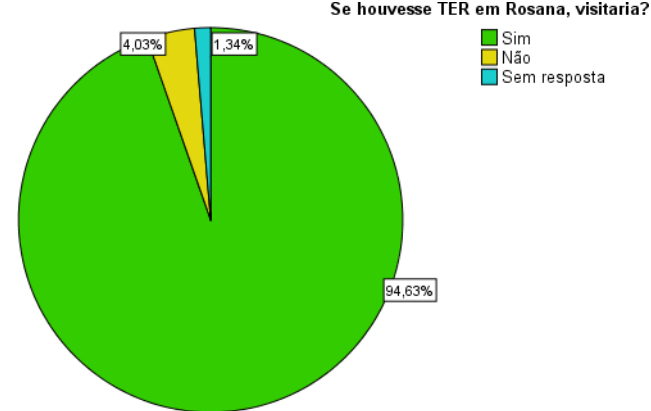
Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Gráfico 16: Já esteve em uma propriedade rural – Rosana/SP

Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Em Rosana, de acordo com o gráfico 16, cerca de 64% dos entrevistados não visitaram nenhuma propriedade rural, enquanto aproximadamente 34% o fizeram.

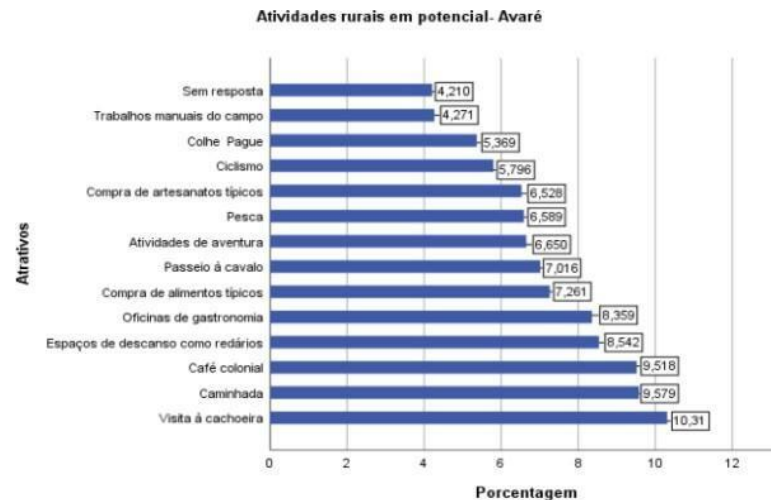
Quando perguntado se o turista visitaria uma propriedade de turismo e espaço rural (Gráfico 17) se ela existisse em Avaré foi possível perceber que 90,60% dos entrevistados frequentariam esse tipo de propriedade.

Gráfico 17 – Se houvesse TER em Avaré, visitaria?**Gráfico 18:** Se houvesse TER em Rosan, visitaria?

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021) **Fonte:** Observatório Turismo Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Em Rosana, como podemos perceber no gráfico 18, cerca de 94,63% dos turistas entrevistados responderam que visitariam uma propriedade que ofertasse TER, se ela existisse em Rosana.

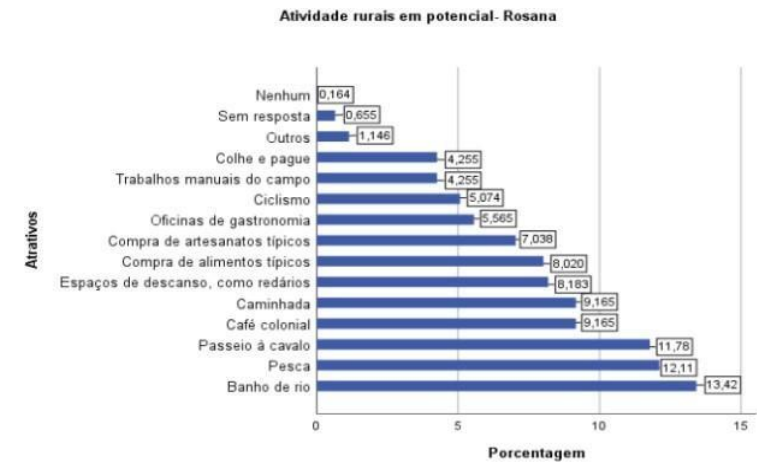
De acordo com o Gráfico 19 que apresenta as principais atividades a serem feitas pelos turistas em uma propriedade de turismo em espaço rural caso existisse uma no município de Avaré, pode-se perceber que há um equilíbrio entre as atividades a serem feitas na propriedade. Mas as que contam com um maior percentual de interesse são Visita à cachoeiras(10,31%); Caminhada (9,57%); Café Colonial (9,51%); Espaços de descanso como redários(8,54%) e Oficinas de gastronomia (8,35%).

Gráfico 19 – Atividades Rurais em potencial – Avaré/SP

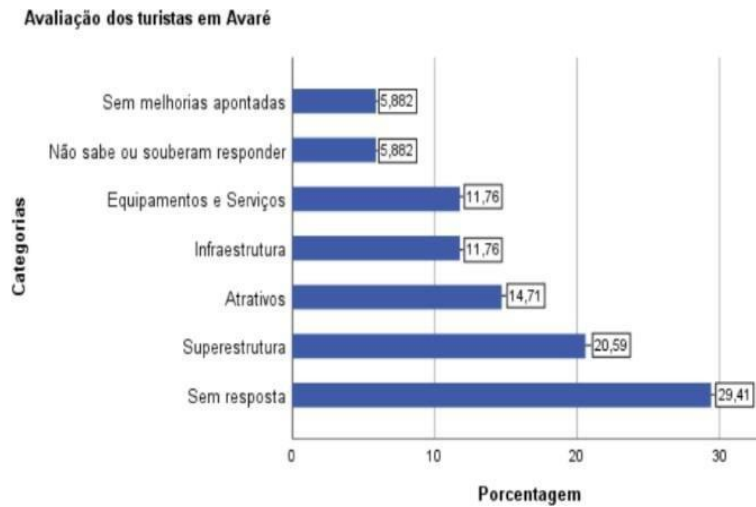
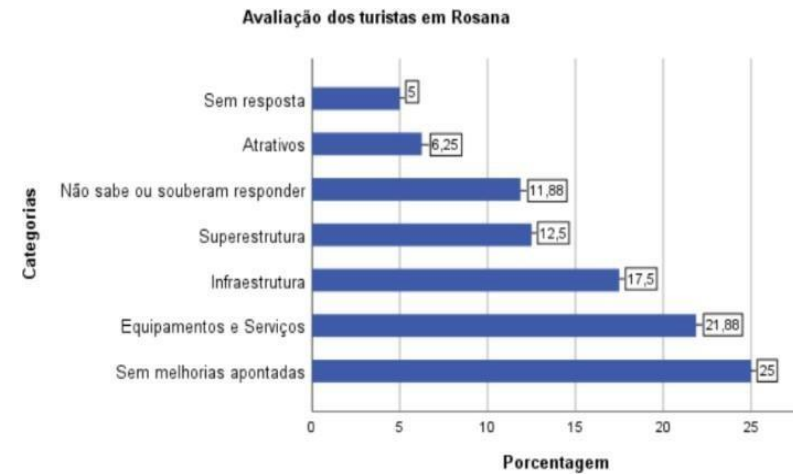
Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Já no município de Rosana (Gráfico 20) foi possível perceber que as atividades em propriedades de turismo rural que os turistas possuem aptidão para fazer são Banho de Rio (13,42%); Pesca (12,11%); Passeio à cavalo (11,78%); Café colonial (9,16%) e Caminhada (9,16%).

No que diz respeito ao tipo de melhorias que poderiam ser implementadas em Avaré (Gráfico 21), foi possível perceber que os 20,59% dos turistas entrevistados sugeriram melhorias na superestrutura do município, ou melhor dizendo, na parte administrativa do setor turístico. Cerca de 14% sugeriram melhorias nos atrativos, ou até mesmo, na inserção de novos atrativos turísticos. Também houve sugestão de melhorias, aproximadamente 11% na parte de infraestruturas, equipamentos e serviços. Alguns turistas (5,88%) não souberam responder esta questão, enquanto outros não indicaram nenhuma melhoria a ser feita.

Gráfico 20 – Atividades Rurais em potencial – Avaré/SP

Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Gráfico 21 – Avaliação dos turistas em Avaré/SP**Gráfico 22 – Avaliação dos turistas em Avaré/SP**

Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Em Rosana obteve-se alguns resultados diferentes, como demonstrado no gráfico 22 nota-se que grande parte dos turistas entrevistados, cerca de 25% não apontou nenhuma melhoria a ser aplicada no município. Ao passo que 21,88% perceberam necessidade de investimento em Equipamentos e Serviços. Outros tipos de melhorias apontadas deram-se em infraestrutura (17,5%); superestrutura (12,5%) e atrativos (6,25%). Aproximadamente 11% dos turistas não souberam responder esta questão.

Conforme apresentado nos gráficos e tabelas acima, percebe-se que os mesmos dados coletados, assim como as mesmas variáveis podem ser interpretadas de várias maneiras, se colocadas em contextos diferentes. Por exemplo, ao se analisar a faixa-etária dos turistas temos vemos que existe uma tendência maior de haver mais turistas pertencendo a uma determinada faixa de idade, ao relacionarmos essa variável com outras, obtemos mais informações e interpretações do perfil do turista que possam ser uteis na hora do planejamento turístico.

Figura 13: Perfil do visitante da Estância Turística de Avaré/SP

Perfil do visitante da Estância Turística de Avaré antes da pandemia



Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 14: Perfil do visitante do MIT de Rosana/SP

Perfil do visitante do Município de Interesse Turístico de Rosana



Fonte: Observatório Turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Os resultados permitem entender a importância do uso da ferramenta SPSS Statistics para a análise da oferta e demanda turística da Estância Turística de Avaré e do Município de Interesse Turístico de Rosana. Constatou-se que o software foi de extrema importância para a pesquisa e possibilitou a obtenção e interpretação dos dados que foram inseridos no software e transformados em gráficos e tabelas. Esses dados podem ser interpretados de formas independentes e simples, mas também podem ser analisados juntos, formando assim um resultado e uma análise mais completa do perfil do turista. As figuras 13 e 14 apresentam, de forma sintetizada, o perfil dos turistas que frequentaram os municípios de Avaré e Rosana antes do momento pandêmico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciarmos este estudo, tínhamos como objetivo inicial compreender a oferta e demanda turística de dois municípios paulistas sendo eles a Estância Turística de Avaré e o Município de Interesse Turístico de Rosana, assim como, entender como uma ferramenta informacional como o banco de dados do Observatório pode auxiliar no planejamento turístico.

Para isso nos aprofundamos em materiais teóricos que exemplificam a maneira correta de se planejar um destino. Dessa forma podemos concluir a importância e necessidade de ter uma base fortalecida antes de se inserir a atividade turística em um município. Para isso é necessário que os municípios tenham apoios do poder público, que tem a função de organizar o destino que se deseja inserir o turismo, tendo infraestrutura básica que comporte os moradores locais e seus visitantes, fomento para a instalação de equipamentos, capacitação profissional e uma rede de apoio entre os setores públicos e privados.

Assim pode-se fortalecer as políticas públicas, com profissionais capacitados para trabalhar com o turismo, para que haja início no processo de planejamento. O planejamento turístico apoia-se em três pilares: inventariação, diagnóstico e prognóstico por meio desses três pilares é feita a análise da atividade turística, para que assim seja criado o plano de ações que melhor se adeque ao destino analisado.

O banco de dados do observatório turístico é de extrema importância para a fase inicial do planejamento turístico, sendo responsável por conter informações a respeito da atividade turística, com dados reais e atualizados sobre o destino. Por meio desse observatório é possível organizar os dados, e, dessa forma, identificar o fluxo turístico, perfil da demanda, potencialidade do destino, assim como pontos a melhorar para que o turismo se desenvolva, sendo imprescindível que haja uma interligação entre os demais setores envolvidos público, privado e comunidade local para que disponibilizem as informações para o banco de dados.

Assim, para exemplificar a funcionalidade do banco de dados, trouxemos durante este estudo os dois destinos turísticos Avaré e Rosana, destinos turísticos que não possuem dados referentes ao turismo nem entes responsáveis pelas análises, dessa forma possibilitando as análises por meio dos dados dispostos no banco de dados do Observatório Turístico Intermunicipal.

A respeito do perfil da demanda turística na Estância Turística de Avaré concluímos que possui público regional fidelizado, que usualmente viaja para curtas distâncias, com a

família, utilizando de veículo próprio. Em Avaré esse perfil é caracterizado pela faixa etária de 35 a 54 anos, e viaja em busca de lazer. Devido a faixa etária tende a ser mais criteriosa quanto às avaliações, priorizando questões básicas encontradas na categoria “superestrutura”, não necessariamente turísticas, mas às quais o turismo se apropria.

O MIT de Rosana possui algumas semelhanças com a Estância Turística, como público regional fidelizado, que viaja em famílias por curtas distâncias, utilizando de veículo próprio e com objetivo de lazer. No entanto, observamos que é um público mais jovem de 18 a 34 anos, perfil que nota poucas deficiências no destino, sendo as mais notadas aquelas ligadas diretamente com o turismo, na categoria “equipamentos e serviços”.

Em Avaré temos um público fidelizado e atrativos âncoras definidos, que cumprem com a função de atrair um número expressivo de visitantes. Além disso, Avaré possui atrativos em diferentes regiões do município, fazendo com que o turista permaneça mais tempo na estância, além de atrativos que variam entre os segmentos culturais e naturais, despertando o interesse do público em conhecer a história da cidade, contribuindo com a valorização cultural do município. Avaré, por ser Estância Turística, recebe financiamento para o desenvolvimento do turismo, tendo em seu território o IFSP, com curso voltado para a atividade turística, que pode contribuir com a organização e desenvolvimento do turismo, sendo a organização da atividade turística uma das fraquezas do município.

Em relação ao Município de Interesse Turístico de Rosana, assim como em Avaré, possui público fiel e atrativo bem definido, e devido a titulação de destino turístico recebe financiamento do governo para que invista na atividade, podendo diminuir suas fraquezas e investir em suas potencialidades. Em relação às fraquezas essas referem-se à concentração de atrativos ao redor do Balneário Municipal (atrativo principal) o que faz com que os turistas desconheçam outras áreas (urbanas e rurais) do município. Além disso, é possível identificar em Rosana um déficit em relação ao equipamento e infraestrutura de apoio, o que compromete a permanência dos turistas por mais dias no município, e a qualidade de vida dos moradores locais.

Levando em consideração que Rosana não possui agências de viagens, nem empresas turísticas que promovam o destino, além de estar a 746 km da capital, faz com que o turismo atinja a região a qual está inserida, a qual é o público-alvo do município, dessa forma o MIT deve aproveitar para fortalecer as relações entre os municípios limítrofes para que promovam e aumentem a demanda turística. Além de investir no segmento de turismo rural que já existe, mas não é difundido para que se aumente a atratividade do município.

Rosana também possui uma instituição de ensino UNESP, voltado ao turismo, que contribui com pesquisas e projetos, que auxiliam a organização do turismo, podendo assim, diminuir suas fraquezas relacionadas à promoção, equipamentos e infraestrutura do município, planejando-as de forma adequada e posicionando o município no mercado turístico. Com a análise dos dados e planejamento do destino é possível diminuir suas fraquezas relacionadas a localização, falta de aeroportos e transporte e na falta de capacitação dos profissionais.

Por fim, concluímos que ambos os destinos possuem atratividade e potencialidade para se desenvolverem, mas ainda falta a articulação e planejamento das ações para o turismo ser consolidado e para isto, entendemos que é preciso a junção de esforços e conhecimento para fomentar o desenvolvimento, por meio da coleta e análises dos dados da atividade turística de forma sistemática. No entanto, mesmo com suas dificuldades, ambos os destinos conseguem atrair e manter seu público, sendo que as melhorias agregariam ao público que já frequenta o destino e aos potenciais turistas que serão atingidos pelas ações de desenvolvimento do turismo.

6 REFERÊNCIAS

AMARAL FILHO, J. do. A Endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. Planejamento e Políticas públicas, [S.1], n.23, 2009.

BARRETO, M. Cultura e turismo, discussões contemporâneas. Campinas/SP, Papirus 2007.

BENI, M.C Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado esustentável do turismo. Revista Turismo em análise. [S.1], v.10, n.1, p.7-17,1999.

BENI, M.C. Política e estratégia do desenvolvimento regional. Planejamento integrado do turismo. In Rodrigues, A.B, (Ed). Turismo e Desenvolvimento Rural. São Paulo: Editora Hucitec, 1997. P.79-86.

BISSOLI, M. A. M. A. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação** / Maria Angela Marques Ambrizi Bissoli – São Paulo: Futura, 2002.

BOULLÓN, R.C. **Planificación del espacio turístico**. 4ª ed, México: Trillas, 2006, 245p BOITEUX,

B.; WERNER, M. **Planejamento e organização do turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003. 114 p

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Avaré**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/avare/panorama>. Acesso em: 03 mar 2021

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Rosana**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/rosana/panorama>. Acesso em: 03 mar 2021

BROCCHI, R. G.; SOLHA, K. T. Institucionalização do turismo no poder público estadual: a experiência de São Paulo. **Revista Turismo em Análise**, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 241-254, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14152>. Acesso em: 13 nov. 2021.

CARVALHO, A. F. de. POLÍTICAS PÚBLICAS EM TURISMO NO BRASIL. **Sociedade e Cultura**, [S. l.], v. 3, n. 1, 2007. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/fcs/article/view/458>. Acesso em: 13 nov. 2021.

CENTRO DE INTELIGENCIA E ESTUDOS DE TURISMO (CIET) DA SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO. (2020). **Boletins Diários – Monitoramento Impactos Covid-19 no Turismo Paulista**. Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br>. Acesso em: 13 dez. 2021.

CORIOLOANO, L.N.M.T. Os limites do desenvolvimento e do turismo. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural-PASSOS**. [S.l], v. 1, n.2, p. 161-171, 2003. Disponível em: <http://www.pasosonline.org/Publicados/1203/PASOS02.pdf#page=45>. Acesso em: 13 nov 2021

FINO, P.M. **Estância Turística de Salto-SP: Turismo por decreto**. 2009. 160f. Dissertação (Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente) -UNIARA- Centro Universitário de Araraquara, Araraquara-SP, 2009. Disponível em: <https://m.uniara.com.br/arquivos/file/ppg/desenvolvimento-territorial-meio->

ambiente/producao-intelectual/dissertacoes/2009/patricia-mariano-filho.pdf. Acesso em: 03 mar 2021.

FRANCH, D.B; CONTRERAS, T.C. Observatorio en turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino. **Revista Iberoamericana de Turismo**, Penedo-AL, 2013, v.3, n.3, 2013.

GERHARDT, Tatiana Ebge; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. PortoAlegre: Editora da Ufrgs, 2009.

GONZÁLEZ MÉNDEZ, M. O patrimonio cultural na organización da oferta turísticagalega: o papel dos conellos na organización desta oferta. **FEGAMP** (Revista da Federación Galega de Municipios e Provincias). Santiago de Compostela, 1994b, 5, p.57-63.

LE MOS, A. I. G. de (org.). **Turismo: impactos socioambientais**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1999 (Col. "Geografia: Teoria e Realidade", vol. 31).

LOPES, G.R; THOMAZ, R.C.C. **Análise de dados da oferta e demanda da Estância Turística de Avaré e do Município de Interesse Turístico de Rosana (Estado de São Paulo)**. Rosana, 2019

MARCIAL, Noel Ângulo; **Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones?** México, 2009.

MATHUR, Nitin. Your ultimate guide to SPSS Statistics vs SPSS Modeler. DataScience. 2019.

MORAIS, J. L. **Território, ambiente e desenvolvimento**. Folha de Piraju, 15 de janeiro de 1994, p.3.

OLIVEIRA, Francisco Estevam Martins de. **SPSS Básico para análise de dados**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.

PREVISÃO DA DEMANDA TURÍSTICA DA CIDADE DE FOZ DO IGUAÇU. Camboriú: Turismo - **Visão e Ação**, v. 14, n. 3, 2012.

SANTOS, Antonio. **Marketing Turístico**. Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, Manaus, v. 1, n. 1, 2011

SÃO PAULO (Estado). **Lei Complementar nº 1.261, de 29 de abril de 2015**. São Paulo, SP, Disponível em:

<<https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2015/lei.complementar-1261-29.04.2015.html>>. Acesso em: 14 fev. 2020.

SERRANO, Ana Lucia; PUCHA, Elena; **Indicadores turísticos: Oferta y Demandade Laciudad patrimonial de Cuenca – Ecuador**. Juiz de Fora: 2017.

SERRANO, C. M. Toledo & BRUHNS, H. T. (orgs.). Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente. 2ª ed. Campinas: **Papirus**, 1997 (Col. "Turismo").

SERRANO, C.; BRUHNS, H. Turini e LUCHIARI, M. T. D. P. (orgs.). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas: **Papirus**, 2000 (Col. "Turismo").

SOLLA, X. S. **Tipoloxía e novas modalidades de Turismo. Turismo Rural e Desenvolvimento Territorial**. SEMINARIO DE INICIATIVAS LOCAIS, 1. Anais, Arzúa, 2001.

THOMAZ, R. C. C. O patrimônio histórico e cultural sob a perspectiva de seu uso turístico. V. 4 (2014): Dossie Número 1 “Museus, Turismo e Sociedade” – Revista Iberoamericana de Turismo – **RITUR**. Penedo, Alagoas, Brasil. ISSN: 223-040.

THOMAZ, R. C. C. O turismo cultural rural como alternativa de desenvolvimento local. **Scripta Nova**, Barcelona, 2008.

APÊNDICE A – Modelo de questionário aplicado aos turistas de Avaré/Rosana

Pesquisa de demanda para visitantes (turistas e excursionistas) PASSEIOS DE BARCO NO MUNICÍPIO DE ROSANA – 2019/2020

Data da aplicação: _____ / _____ / _____ Horário: _____ Local: _____ Entrevistadora: _____
--

- Gênero: () Feminino () Masculino
- Cidade/Estado de residência atual: _____
- Faixa-etária:
() De 18 a 34 anos () De 34 a 54 anos () Mais de 54 anos
- Que meio de transporte utilizou para chegar no Município de Rosana?
() Ônibus de linha regular () Ônibus contratado () Veículo próprio
() Veículo locado () Outro.
Qual? _____
- É a primeira vez que visita Rosana? () Sim () Não
- Caso não seja a primeira vez, quantas vezes já esteve antes no município?() Somente uma vez
() De 2 a 5 vezes () Mais de 5 vezes
- Com quem está viajando para Rosana?
() Sozinho () Com amigos () Em casal
() Em família () Com colegas de trabalho/estudo () Com grupo organizado()
Outros. Qual? _____
- Como você organizou sua viagem a Rosana?()
Por conta própria
() Através de agência de viagens
() Através de uma associação ou clube
() Outros. Qual? _____
- Qual é o **principal** motivo da sua viagem a Rosana? (Assinale uma **única opção**)()
Férias/Lazer
() Trabalho/Negócios

- () Estudos
 () Visita à familiares/amigos () Saúde
 () Evento, qual? _____
 () Outros. Quais? _____

10. Que meios publicitários consultou antes de viajar para a cidade? (Podem ser assinaladas várias opções)

- () Guias/Folhetos turísticos()
 Anúncios publicitários
 () Feiras e exposições () Internet
 () Reportagens () Nenhum
 () Outros. Quais? _____

11. Qual o meio de hospedagem está utilizando?()

- Casa de amigos;
 () Hotel. Qual? _____
 () Pousada. Qual? _____
 () Camping
 () Segunda residência
 () Outros. Quais? _____

12. Que atividades realizou e/ou pretende realizar em Rosana? (Podem ser assinaladas várias opções)

- () Comer em algum restaurante da cidade;()
 Visitar o Horto Florestal;
 () Visitar a Igreja Matriz de Primavera;
 () Visitar a Hidrelétrica Engenheiro Sergio Motta;()
 Balneário de Rosana;
 () Passear de barco para visitar as ilhas e encontro dos Rios;()
 Visitar o Mirante – Três Rampas
 () Entretenimento noturno () Nenhum
 () Outros. Quais? _____

13. Em sua opinião quais melhorias e/ou atrativos poderiam ser oferecidos no Município?

14. Você, alguma vez, já esteve em uma propriedade de turismo rural?() Sim () Não

15. Se houvesse em Rosana uma propriedade rural aberta ao turismo, você visitaria?

() Sim () Não

16. Que atividades gostaria de realizar nesta propriedade? (Podem ser assinaladas várias opções)(

- ☐ Caminhada (
- ☐ Ciclismo
- (☐ Colhe e pague
- (☐ Passeio à cavalo (
- ☐ Pesca
- (☐ Trabalhos manuais do campo (
- ☐ Banho de rio
- (☐ Espaços de descanso, como redários (
- ☐ Oficinas de gastronomia
- (☐ Café colonial
- (☐ Compra de alimentos típicos
- (☐ Compra de artesanatos típicos
- (☐ Outros. Quais? _____