

GABRIELY SILVA MARTINS

OBSERVATÓRIO TURÍSTICO INTERMUNICIPAL DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE
AVARÉ E O MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE ROSANA/SP: UMA
FERRAMENTA PARA O PLANEJAMENTO E A GESTÃO DESTES DESTINOS

Rosana

2021

GABRIELY SILVA MARTINS

OBSERVATÓRIO TURÍSTICO INTERMUNICIPAL DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE
AVARÉ E O MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE ROSANA/SP: UMA
FERRAMENTA PARA O PLANEJAMENTO E A GESTÃO DESTES DESTINOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Turismo do Campus Experimental
de Rosana, Universidade Estadual Paulista
“Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos
requisitos para obtenção do grau de Bacharel
em Turismo.

Orientadora: Profa. Dra. Rosângela Custodio
Cortez Thomaz

Rosana

2021

Martins, Gabriely Silva

Observatório Turístico Intermunicipal da Estância Turística de Avaré e o Município de Interesse Turístico de Rosana/SP: Uma ferramenta para o planejamento e gestão destes destinos / Gabriely Silva Martins. – Rosana/SP

84p.

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC (Graduação)
— Universidade Estadual Paulista, Rosana/SP, 2021.

1 Planejamento turístico. 2. Observatório Turístico. 3. Rosana/Avaré.
I. Autor II. Título.

GABRIELY SILVA MARTINS

OBSERVATÓRIO TURÍSTICO INTERMUNICIPAL DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE
AVARÉ E O MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE ROSANA/SP: UMA
FERRAMENTA PARA O PLANEJAMENTO E A GESTÃO DESTES DESTINOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Turismo do Campus Experimental
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: Prof. Dr. Vagner Sérgio Custódio- Universidade Estadual Paulista – UNESP,
Campus de Rosana

AGRADECIMENTOS

Iniciar os agradecimentos finais, foi a parte mais desafiante de todo esse trabalho. Foi um longo caminho, em que fui agraciada com muitas pessoas que de uma forma ou de outra contribuíram para que eu chegasse até aqui, temo esquecer alguém., mas, já estendo aqui meus agradecimentos a todos que mesmo com simples gesto esteve comigo, obrigada!

Começo, por fim, agradecendo a Deus por ter plantado esse sonho de entrar em uma universidade pública, por me dar forças para ir atrás desse sonho e pela força em seguir quando o que eu mais queria era desistir, obrigada!

A toda minha família, em especial meus pais Claudia e Silvio, meus irmãos Any Carolyn e João Victor, meus avós Ana e Marcilio e a minha tia Juliana, por todo apoio e investimento, mesmo que não compreendesse as vezes minhas escolhas, sempre me deram liberdade, confiança, apoio e incentivo, sou eternamente grata a vocês!

A meus amigos, aqueles que levo comigo a anos e aqueles que fiz durante esses anos de universidade, vocês foram essenciais nessa fase. Emily, Camylla, Stefany e Larissa, obrigada por me ouvirem, me conhecer e saber que eu iria precisar que me lembrassem do porquê eu iniciei essa fase e que tudo ia dar certo no final e realmente deu, obrigada!

Durante esses quatro anos de faculdade tive o prazer de morar em duas casas com pessoas maravilhosas. Agradeço a Debora, Loanna e a minha pequeninha Maitê por me inserirem na família de vocês, me mostrar como era a vida na cidade de Rosana e por serem minha segunda família nesse período, espero levá-los para minha nova fase.

E as meninas com quem morei por pouco tempo, mas que deu tão certo, Amanda, Mariana e a agregada da República Americana Ana Patrícia. Obrigada por terem me inserido no grupo e vida de vocês, por me mostrar que morar com pessoas tão diferentes pode ser incrível, por me mostrarem o que é trabalho em equipe e a lidar com as diferenças. Agradeço por momentos simples e ao mesmo tempo tão únicos e especiais como ir ver as estrelas, rodas de conversas e *meets*, levarei todas as lembranças e amizades comigo, vocês são incríveis e serão profissionais excepcionais.

A Rosana, o lugar que ganhou meu coração, que teve meu melhor e meu pior. Por ser um lugar que nos ensina a apreciar os momentos simples, a parar para respirar e apreciar a vida.

Ao lugar que tive experiências que talvez nunca tivesse, se não tivesse ido para lá, as quais muito me ensinaram. Obrigada!

A todos os profissionais, que contribuíram com meu ensino, desde o ensino fundamental a cursinho preparatório, obrigada, por exercerem tão maravilhosamente sua profissão. A Mara Rubia, colega que me deu monitorias, por toda paciência e incentivo.

A UNESP, sem ela nada teria acontecido, agradeço por todos os profissionais empenhados em contribuir com a realização dos nossos sonhos, a assistência técnica de apoio acadêmico, equipe de segurança e limpeza, T.I e demais profissionais, vocês são maravilhosos. Em especial aos professores, por compartilhar suas histórias, experiências e por todo networking. Por todas as oportunidades e experiências vividas, congressos, viagens, estágios, que me abriram e continua abrindo portas para um futuro promissor.

Aproveito a oportunidade para agradecer ao órgão de fomento Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), por financiar, por dois anos, a pesquisa a qual desenvolvi. Essa que me proporcionou participar de eventos e congressos, enriquecendo minha experiência acadêmica. Estendo meu agradecimento a todos os órgãos públicos e instituições que aceitaram o convite de contribuir com o projeto do observatório por meio de palestras, fornecimento de dados e discussões a respeito do turismo local.

Agradeço também aos professores Guilherme de Barros, Fábio Violin, Claudio de Conti, por contribuírem com a realização desse trabalho. Ao Leonardo Giovane, membro do GEPTER que contribui durante todo o trabalho. A minha orientadora Rosângela Thomaz, por ter me inserido nesse projeto e me acompanhado pelos dois anos de iniciação científica, obrigada!

E por fim, agradeço a mim, por ter conseguido tirar proveito das oportunidades que apareceram, por ter continuado quando descreditaram e por todo esforço e empenho que dediquei a essa fase. Por ter tirado lições importantíssimas, que agora sabe que nem tudo é perfeito, que sonhos são importantes, que as coisas só acontecem quando devem acontecer e na hora certa, que toda situação por mais difícil que seja, sempre tem um lado positivo.

A todos que fizeram parte em algum momento dessa fase, mas que não foi citado, saiba que tem meu agradecimento, vocês foram muito especiais para mim. Obrigada.

RESUMO

Este estudo buscou analisar dois destinos turísticos do estado de São Paulo, sendo estes a Estância Turística de Avaré e o Município de Interesse Turístico de Rosana, com o objetivo de analisar qual o perfil da demanda turística de ambos os destinos e como o Banco de dados do Observatório Turístico pode contribuir com o planejamento turístico. Para isso foi feita uma pesquisa de caráter quali-quantitativo nos dois destinos, com coleta de dados por meio de questionários com os turistas em Avaré e Rosana, esses dados foram analisados com a ajuda do software IBMS SPSS Statistics, com os dados foi possível identificar o perfil da demanda turística, potencialidades e avaliações dos municípios, utilizando da análise swot para averiguar os pontos em que Avaré e Rosana devem focar em seu planejamento. Por fim, concluímos que tanto Avaré como Rosana, possuem um grande potencial para crescimento e desenvolvimento do turismo, no entanto, ainda possuem carências quanto a organização da atividade turística, sendo o observatório turístico de extrema importância pois, ao disponibilizar os dados da atividade turística, possibilita que os entes responsáveis consigam traçar planos e ações para o desenvolvimento do turismo, assim como exposto neste estudo, atingindo o desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Planejamento turístico. Observatório Turístico. Rosana/SP. Avaré/SP

RESUMEN

Este estudio buscó analizar dos destinos turísticos en el estado de São Paulo, a saber, el Complejo Turístico de Avaré y el Municipio de Interés Turístico en Rosana, con el fin de analizar el perfil de la demanda turística en ambos los destinos y cómo la base de datos Observatório Turístico puede contribuir a la planificación turística. Para ello, se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa en los dos destinos, con recolección de datos a través de cuestionarios con turistas en Avaré y Rosana, estos datos fueron analizados con la ayuda del software IBMS SPSS Statistics, con los datos se pudo identificar el perfil de demanda turística, potencialidades y valoraciones de los municipios, mediante análisis foda para conocer los puntos en los que Avaré y Rosana deben centrarse en su planificación. Finalmente, concluimos que tanto Avaré como Rosana tienen un gran potencial de crecimiento y desarrollo del turismo, sin embargo, aún tienen falencias en la organización de la actividad turística, y el observatorio turístico es de suma importancia porque, al brindar datos sobre la actividad turística, habilita a responsables entidades para elaborar planes y acciones para el desarrollo del turismo, como se muestra en este estudio, logrando un desarrollo sostenible.

Palabras-claves: Planificación turística. Observatorio turístico. Rosana/SP. Avaré/SP

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Sistema de Turismo- Boullón (2006)	42
Figura 2 – Mapa de Contexto- Estância Turística de Avaré.....	44
Figura 3 – Mapa de Contexto- Município de Interesse Turístico de Rosana.....	46
Figura 4 – Mapa de Fluxo Turístico- Avaré.....	50
Figura 5 – Mapa de Fluxo Turístico- Rosana.....	50
Figura 6 – Gráfico de origem dos turistas- Avaré.....	51
Figura 7 – Gráfico de origem dos turistas- Rosana.....	51
Figura 8 – Gráfico de deslocamento x organização de viagem- Avaré.....	53
Figura 9 – Gráfico de deslocamento x organização de viagem- Rosana.....	53
Figura 10 – Gráfico de gênero x faixa etária- Avaré.....	54
Figura 11 – Gráfico de gênero x faixa etária- Rosana.....	54
Figura 12 – Gráfico de companhia de viagem- Avaré.....	56
Figura 13 – Gráfico de companhia de viagem- Rosana.....	56
Figura 14 – Gráfico de motivação de viagem- Avaré.....	58
Figura 15 – Gráfico de motivação de viagem- Rosana.....	58
Figura 16 – Gráfico de atividades realizadas- Avaré.....	59
Figura 17 – Gráfico de atividades realizadas- Rosana.....	59
Figura 18 – Gráfico de atividades rurais- Avaré.....	61
Figura 19 – Gráfico de atividades rurais- Rosana.....	61
Figura 20 – Gráfico de frequência de visitação- Avaré.....	63
Figura 21 – Gráfico de frequência de visitação- Rosana.....	63
Figura 22 – Gráfico de avalia�o dos turistas- Avaré.....	65
Figura 23 – Gráfico de avalia�o dos turistas- Rosana.....	65

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Análise <i>Swot</i> da Estância Turística de Avaré	69
Quadro 2 - Análise <i>Swot</i> do Município de Interesse Turístico de Rosana	71
Quadro 3 - Ações sugeridas aos destinos	73

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CETUR	Centro de Estudos e Investigações Turísticas
GEPTER	Grupo de Estudos e Pesquisas de Turismo no Espaço Rural
OMT	Organização Mundial de Turismo
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
CNTUR	Conselho Nacional de Turismo
UNESCO	Organizações das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
UHE	Usina Hidrelétrica
CESP	Companhia Energética de São Paulo
IFSP	Instituto Federal de São Paulo
UNESP	Universidade Estadual Paulista
GEHLA	Grupo de Estudos em Hospitalidade e Lazer
TER	Turismo no Espaço Rural
MIT	Município de Interesse Turístico
CIET	Centro de Inteligência da Economia do Turismo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1. Procedimentos Metodológicos	16
1.1.1. Inventariação	16
1.1.2 Armazenamento de dados - banco de dados do observatório	18
1.1.3 SPSS - análise de dados	18
1.1.4 Confeccção dos mapas	20
2 MARCO TEÓRICO	21
2.1. O planejamento turístico	21
2.2. Políticas públicas em turismo	24
2.3. Desenvolvimento Local	29
2.4. Observatório de Turismo	32
2.5. Mercado de turismo	36
2.5.1. Demanda Turística	36
2.5.2. A oferta turística	40
3 APRESENTAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	44
3.1. Estância Turística de Avaré	44
3.2. O Município de Interesse Turístico de Rosana	45
3.3. A concepção do Observatório Intermunicipal de Turismo de Avaré e Rosana	48
4 ANÁLISE DOS DADOS DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO INTERMUNICIPAL DOS MUNICÍPIOS DE AVARÉ E ROSANA	49
4.1. Critério Geográfico	49
4.1.1 Procedência dos turistas	49

4.1.2. Meio de transporte e organização de viagem	52
4.2. Critério demográfico	54
4.2.1. Gênero e Faixa etária	54
4.2.2. Companhia na viagem	55
4.3. Critério Psicográfico	57
4.3.1. Motivação dos turistas	57
4.3.2. Atividades Turísticas	59
4.4. Critério Comportamental	62
4.4.1. Frequência de visitação	62
4.4.2. Melhorias (percepção do turista)	64
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
5.1 Ações Sugeridas	72
6 REFERÊNCIAS	76
APÊNDICEA- MODELO DE QUESTIONÁRIO APLICADO AOS TURISTAS DE AVARÉ/ROSANA	80

1 INTRODUÇÃO

O crescimento do turismo tem se mostrado um campo rico para estudos em diferentes campos da atividade turística, pois envolve transformações sociais em comunidades que antes encontravam-se distantes dessa realidade. Silva e Miranda (2013, p.101) afirmam que “o crescimento do turismo nacional e internacional ocasionou nas últimas décadas uma evolução do planejamento e das políticas públicas do setor”, em relação ao turismo nacional, em especial no estado de São Paulo, esse foi por meio das estâncias, que propiciou para o crescimento do turismo interno (FINO, 2009). Vendo esse crescimento do turismo nesses destinos, foi instituída em 2015 no estado de São Paulo, a lei complementar 1.261, essa que prevê requisitos básicos para que um determinado município do estado de São Paulo se torne município turístico, ou seja, com alto grau de atratividade capaz de movimentar a economia local e promover o desenvolvimento do município.

A lei complementar 1.261 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 já consolidados e Municípios de Interesse Turístico, aqueles que estão investindo em infraestrutura visando o crescimento do turismo no local.

Sendo, assim, 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, e 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).

Sendo 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, a lei salienta que os municípios que anseiam por esses títulos devem possuir as bases do planejamento turístico como plano diretor, diagnóstico, inventário turístico e principalmente o estudo de oferta e demanda turística no município.

Observados tais aspectos, foi determinado como objeto de estudo deste trabalho a Estância Turística de Avaré e o Município de Interesse Turístico de Rosana, no qual, notou-se a falta de dados disponíveis em seu site que contribua com o planejamento, além de serem destinos que se encontram em diferentes cenários, possibilitando a comparação entre uma estância e um MIT. Dada a necessidade de ambos os municípios de relevância turística em fazer tal estudo, visando o planejamento sustentável do turismo nas localidades, é que surge o Observatório Turístico Intermunicipal entre a Estância Turística de Avaré e o Município de Interesse Turístico de Rosana, ambos no Estado de São Paulo, que tem a finalidade de contribuir para a resolução dessa problemática referente a falta de dados a respeito do turismo nos municípios.

O observatório turístico é um banco de dados que visa coletar dados e informações de ambos os municípios citados, que possuem título de relevância para o turismo, mas que não possuem disponível para a consulta dos gestores esses dados concentrados, dificultando a análise e o planejamento da atividade turística.

Logo, o Observatório Turístico Intermunicipal, tem como objetivo de ser uma ferramenta essencial para a gestão do turismo, sendo constituído por informações a respeito da atividade turística nos dois municípios, cruzando tais informações ao final do estudo e disponibilizando-as para prefeituras, profissionais, pesquisadores e aos demais interessados no desenvolvimento da atividade turística, sendo atualizado com dados oficiais do município anualmente, mostrando sua relevância competitiva em relação aos municípios turísticos que não possuem essa ferramenta informacional. Bissoli (2002, p.67) afirma ainda 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”.

Por meio do Observatório Turístico Intermunicipal será possível responder à questão central deste trabalho: “Qual a oferta e demanda turística destes dois municípios e como o banco de dados do Observatório Turístico pode auxiliar no planejamento turístico destas localidades?”, objetivando, assim, compreender a visão do turista a respeito da atividade turística e como o gestor pode utilizar dessa ferramenta informacional para o planejamento da atividade turística.

Para a execução dessa pesquisa, foi utilizado como procedimentos metodológicos o levantamento bibliográfico acerca de temáticas de planejamento turístico, políticas públicas, observatório turístico, desenvolvimento sustentável e mercado turístico. Além disso, contará com a pesquisa quali-quantitativa, por meio de questionários com os turistas, resultando em dados coletados que passaram pelo software IBM SPSS *Statistics* que contribuiu com a análise dos dados, concentrando-os em um banco de dados.

1.1. Procedimentos Metodológicos

1.1.1. Inventariação

Para a realização desse estudo foi realizado uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratória quanto aos objetivos, visto que essa tipologia de pesquisa aprofunda “conceitos preliminares sobre determinada temática não contemplada de modo satisfatório anteriormente” (RAUPP; BEUREN, s.d, p. 80), como é o caso da Estância Turística de Avaré e do Município de Interesse Turístico de Rosana, que não possuem dados atualizados da atividade turística, e, conseqüentemente não possuem o planejamento e ordenamento do turismo local.

Deste modo, com o propósito de alcançar os objetivos propostos entendeu-se que utilizar uma metodologia qualitativa permitiria ao pesquisador obter com profundidade e qualidade o conhecimento sobre o perfil do turista de Avaré e de Rosana/SP.

Dessa forma, utilizamos como procedimento o levantamento de dados, que se refere a coleta de informações que contribuem para o conhecimento do que se deseja pesquisar a respeito do seu público, de acordo com o objetivo proposto (RAUPP; BEUREN, s.d), a fim de obter as informações necessárias, sendo uma abordagem quali-quantitativa, por meio de questionários, previamente elaborados e aplicados ao público alvo, com a finalidade de conhecer o perfil de turista, motivação, atrativos, problemáticas e melhorias dos municípios.

Esse estudo contempla com um dos requisitos propostos pela Lei Complementar 1.261 do Estado de São Paulo, que exige um estudo de demanda nos destinos turísticos, explicado pela Cartilha de Orientação (SÃO PAULO, 2015) que coloca que o estudo da demanda turística

Tem como objetivo comprovar o potencial turístico do município, previsto no inciso I do art. 3º, ou seja, demonstrar o fluxo turístico local, realizar previsões de visitação e conhecer o perfil do visitante. Independente do número de visitantes que será aferido, esse estudo é importante para o planejamento adequado do turismo local, sendo que o mesmo deverá ser realizado pela Prefeitura em convênio com Faculdades de Turismo, ou com órgãos públicos (como FGV Fundação Getúlio Vargas, SENAC, EMPLASA, ETEC's e outros), entidades ou empresas devidamente habilitadas para essa finalidade. Sugerimos que a pesquisa seja realizada em locais que atraíam turistas (hotéis, cachoeiras, museus, igrejas, posto de informações, eventos etc) em períodos distintos, por exemplo, férias, fim de semana prolongado, fim de semana normal e com grupos distintos (não pesquisar todos de uma mesma excursão) (SÃO PAULO, 2015, p. 19).

Os questionários (APÊNDICE A) foram elaborados tendo como base o questionário aplicado pelo Centro de Estudos e Investigações Turísticas (CETUR) da Universidade de Santiago de Compostela, parceira do projeto Observatório Turístico Intermunicipal.

O questionário possui 16 perguntas, entre respostas fechadas referentes ao perfil do turista, como gênero, idade, origem, companhia de viagem, meio de transporte, entre outros. Também conta com respostas de múltiplas escolhas, referente aos atrativos visitados e/ou que pretendia visitar na Estância Turística de Avaré e no Município de Interesse Turístico de Rosana, tendo como base os atrativos postos no site da prefeitura 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 nessa pesquisa, relativos a Estância de Avaré, foram coletados pelos pesquisadores do Grupo de Estudos em Hospitalidade e Lazer (GEHLA), 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 IBM SPSS Statistics.

1.1.2 Armazenamento de dados - banco de dados do observatório

Para iniciarmos o banco de dados, as respostas coletadas com a aplicação dos questionários foram passadas para o *google forms* (devido à falta de ferramenta para aplicação do questionário, ele foi aplicado de forma física e passado para o meio tecnológico), que criou uma tabela em *excel*.

Com a tabela em *excel* conseguimos trabalhar com os dados, visto que o software IBM SPSS Statistics. No entanto, o *software* não lê respostas múltiplas 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 pré-definidas, 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 (2006) de Roberto. C Boullón, que dá 4 categorias: Atrativos, Equipamento e Serviços, Infraestrutura e Superestrutura.

Após a definição do critério para as categorias para a questão aberta, foi feita uma análise criteriosa (resposta por resposta), encaixando as avaliações nas categorias criadas, tendo como base os conceitos de Boullón (2006) referente a cada categoria.

Com as categorias criadas, importamos a planilha em *excel* para o software do IBM SPSS Statistics, sendo possível as análises que seguem neste estudo.

1.1.3 SPSS - análise de dados

Para análise dos dados no SPSS contamos com a colaboração do prof. Dr. Cláudio de Conti, com doutorado em Física, membro do Grupo de Estudos e Pesquisa de Turismo no

Espaço Rural (GEPTER) e do prof. Dr. Fábio Violin com doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional, que contribuíram instruindo as análises que poderiam ser feitas utilizando o software IBM SPSS. Com as discussões por via *google meet* com os professores, estudos bibliográficos e por materiais audiovisuais a respeito do software, foi possível avançar com as análises.

O software possibilitou o cruzamento de dados (Ex: gênero x faixa etária), trabalhar com a frequência de respostas abertas e de múltiplas escolhas, entre outras análises. Todo material representado por gráficos são dados obtidos pelas análises feitas pelo SPSS, apresentados no item “resultados”, e que serão disponibilizados futuramente aos gestores e entes interessados na pesquisa de oferta e demanda turística para planejamento turístico.

Com os dados concentrados em uma única plataforma e representados pelos gráficos foi possível identificar por meio da análise *Swot* o perfil da demanda e percepção dos turistas da Estância Turística de Avaré e do Município de Interesse Turístico de Rosana, identificando as forças, fraquezas, potencialidades e ameaças nos destinos estudados.

Com essa análise traçamos ações viáveis, apresentadas ao final desse estudo, que podem direcionar os destinos turísticos a como iniciar o processo de planejamento turístico em seu território, visando o desenvolvimento sustentável.

1.1.4 Confeção dos mapas

A fim de ilustrar cartograficamente o movimento dos turistas que visitam Avaré e Rosana, foi utilizado o dado referente a origem dos turistas de ambos os municípios. Com esse dado foi possível gerar um tabela que enviamos ao prof. Dr. Guilherme Souza, doutor em ciências cartográficas, que se dispôs a ajudar na confecção dos mapas deste estudo.

Utilizando o Programa *ArcGis*, foi produzido os mapas de contextualização que identifica a localização espacial dos municípios, seu território, localização espacial dentro do estado São Paulo e localização espacial dentro do território brasileiro. Foi produzido também os mapas de fluxo turístico que identificam a origem de todos os turistas que passaram por Avaré e Rosana e a localização dos atrativos de cada município, segundo os dados analisados.

A partir da confecção desses mapas, será possível, além do acompanhamento do perfil desse turista, segundo sua origem, possuir material cartográfico exclusivo referente a sua localização espacial e de seus atrativos.

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 ao local em que se aloca. 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 econômicos trazidos 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 em 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 (1999, p.10) 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 de macroeconômico em que está inserido (BISSOLI, 2002, p. 34).

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 Ruschmann (1997) já dizia que 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 já existentes para que se desenvolva, como estradas de boas qualidades, redes elétricas e de comunicação eficientes, sistema de esgoto e coleta de atividade, assim como 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 pessoas simultaneamente, 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 trabalhem o 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, Rodrigues 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 (RODRIGUES, 2014, p.222).

Logo, percebe-se a importância do planejamento turístico integrado, assim como, da importância em 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 alavancem o destino de forma sustentável.

2.2. Políticas públicas em turismo

Alusivo à necessidade do planejamento turístico, temos as políticas públicas que são aquelas que dão assistência ao planejamento, por meio do fornecimento de financiamento, aprovação de projetos e metas apropriadas para o destino, prezando pela qualidade de vida e bem-estar de seus moradores e visitantes.

O objetivo de uma intervenção pública é mudar a qualidade de vida da população beneficiária, desde uma situação ou estado inicial (situação-problema) a uma situação desejada (situação melhorada). O processo de planejamento permite orientar, racionalizar e acelerar esse processo de mudança social, que é complexo, porque, além de realizar ações voltadas à solução de problemas, também é preciso mudar estruturas e modos de atuar (BENI, 2006, p.7).

Tendo em vista o objetivo posto por Beni (2006) acima, vemos a necessidade de existir políticas públicas para o desenvolvimento de um local. Em relação a atividade turística tem-se que as políticas públicas direcionadas ao setor do turismo surgiram somente a partir da década de 50, como mencionado anteriormente, devido ao crescimento da atividade turística no país que despertou nos órgãos públicos o anseio de se desenvolver a atividade turística, reconhecendo sua importância para a economia do país como um impulsionador de renda e empregos (BROCCHI; SOLHA, 2008).

Mesmo tendo reconhecida a importância da atividade turística, as políticas públicas só começaram a ser desenvolvidas no início da década 1970, passando por inúmeras transformações até chegar a que temos instituída atualmente. Nesse sentido temos como fator importante para o desenvolvimento da atividade turística a criação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e o Conselho Nacional de Turismo (CNTUR), em 1966, que criaram a primeira política pública nacional voltada para o turismo (BROCCHI; SOLHA, 2008). Cabe ressaltar que o desenvolvimento do turismo e das políticas de turismo voltadas para o setor passou por períodos conturbados devido a inconsistência e crises na política nacional pelas quais o país passava.

Sendo, assim, para a atividade turística mostrou-se um período sem avanços significativos, passando por estagnação econômica, voltando a ter seu crescimento no início da década de 1990, sendo contemplado pela Constituição Federal de 1988, em seu art.180, Título VII da Ordem Econômica e Financeira, capítulo 1 referente aos princípios gerais da atividade econômica que declara a responsabilidade da “ União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” (BRASIL, 1988), nessa constituição o governo federal distribui a responsabilidade das esferas nacional, estadual e municipal para o incentivo ao turismo, em especial em relação a hotelaria com incentivos financeiros e fiscais (CARVALHO, 2007).

Já em 1992 houve o decreto de 448 que visava uma Política Nacional de Turismo que tinha por objetivo o desenvolvimento do turismo em seu equacionamento como fonte de renda nacional, embora ela não tenha sido aplicada devido ao impeachment do presidente Fernando Collor, a política objetivava a valorização e preservação do patrimônio cultural e natural e a valorização do homem que contribui para o desenvolvimento da atividade turística (CARVALHO, 2007), sendo implementada somente em 1996, no governo de Fernando

Henrique Cardoso, focando no bem estar social, parâmetros para o planejamento e quais as responsabilidades do governo e quais as responsabilidades para o setor de turismo (CARVALHO, 2007). Lanzarini e Barretto (2014) complementam ainda que a Política Nacional de Turismo se focou na implantação de infraestrutura básica e turística, capacitação profissional, descentralização da gestão pública e promoção do país em âmbito internacional.

A partir de 2003 cria-se o Ministério de Turismo e algumas secretarias ligadas ao turismo. A criação desses órgãos propiciou para diversas mudanças no setor turístico, dessas uma das mais importantes foi a criação do Plano Nacional de Turismo que elaborava estratégias para o desenvolvimento do turismo, visando a maior participação dos estados, criando programas que incentivavam o turismo regional, a fim de dar destaques a novos destinos que se localizavam próximos a polos turísticos (BROCCHI; SOLHA, 2008).

Essas transformações pelas quais as políticas públicas de turismo passaram, visavam o mesmo objetivo: o desenvolvimento do turismo no país. Dessa forma todas as iniciativas para o planejamento turístico intentavam serem revertidos em políticas públicas para o setor, que segundo Beni exemplifica:

A intervenção pública, por definição, é uma ação planejada, que envolve desde a identificação do problema até a avaliação dessa intervenção, seja por meio de um plano, programa ou projeto e, conforme assinalado, cujo propósito final é a transformação ou mudança da qualidade de vida dos beneficiários, objeto da intervenção (BENI, 2006, p.7).

Outro autor que corrobora com a definição do papel do estado no turismo, alinhado à visão de Beni é Carvalho (2007):

Portanto, a definição a que chegamos das políticas públicas em turismo é que “compreendem o conjunto das decisões e ações relativas à alocação imperativa de valores” que se encontram consubstanciadas, amparadas legalmente nos programas, projetos, planos, metas e orçamentos dos poderes públicos (federal, estadual ou municipal) referentes ao turismo (CARVALHO, 2007, p. 99).

Sendo assim, Carvalho complementa que “o Estado se apresenta como árbitro, mediador dos conflitos sociais, buscando regulamentar as relações entre os grupos conflitantes” (CARVALHO, 2007, p. 97), principalmente no setor turístico que detém de segmentos variados com interesses privados e públicos, que objetivam reter dos benefícios tragos pela atividade turística.

Dessa forma Lanzarini e Barretto (2014) salientam que as políticas públicas têm uma função de extrema importância dentro do turismo:

O papel das políticas de turismo deve ser o de definir os termos do funcionamento do turismo, dar uma direção e uma orientação comum para todos os interessados no setor, facilitar o consenso de estratégias e objetivos para uma destinação turística, fornecer uma estrutura para discussões públicas sobre o papel de cada grupo de atores sociais envolvidos e permitir que o turismo estabeleça de forma efetiva interfaces com outros setores da economia (LANZARINI; BARRETTO, 2014, p. 190)

O autor complementa ainda que a política devem determinar o tipo de produto a ser oferecido, levando em consideração as questões políticas, ambientais, sociais, econômicas e culturais do destino, qual a infraestrutura que o local possui tanto em questão de infraestrutura básica quanto em infraestrutura turística, e de acordo com os potenciais do destino e dos interessados a política possibilita esclarecer o tipo de produto será oferecido e qual o perfil de seu público e como ele será desenvolvido (LANZARINI; BARRETTO, 2014).

O propósito de uma política de turismo é propiciar o máximo de benefícios aos interessados e minimizar os prejuízos, uma vez que a opção por promover turismo numa determinada localidade [região ou país] traz consequências positivas na elevação da renda, na geração de empregos e na entrada de divisas, porém pode trazer [e historicamente traz] consequências negativas para o meio ambiente natural e cultural que podem também afetar os turistas na medida em que sua experiência pode ficar comprometida (LANZARINI; BARRETTO, 2014, p. 190)

Visto o papel das políticas públicas para o turismo e sua relevância para o desenvolvimento da atividade, observamos no decorrer deste estudo a dificuldade em gerar políticas que favoreçam a atividade turística, principalmente em decorrência da instabilidade nos governos. Carvalho (2007) atribui a complexidade do setor turístico, devido aos muitos interessados que coabitam na atividade turística- setor público, privado e sociedade civil- devendo as políticas públicas se alinharem a essa multiplicidade, tanto em questão institucional como setorial, tornando-se complexa e ineficaz, principalmente se levarmos em consideração as dificuldades governamentais existentes, apresentadas nesse estudo e enfatizada abaixo:

Outras dificuldades apontadas pelo autor são: a indefinição da própria política com relação à normatização institucional da gestão dessa política; a falta de integração e coordenação entre os organismos oficiais de turismo em todos os níveis; a inexistência de uma ação intersetorial no desenvolvimento do turismo; a descontinuidade administrativa; a carência de mão-de-obra qualificada e especializada, e a ausência de pesquisas científicas (BENI, 1991, p. 161-9 *apud* CARVALHO, 2007, p.104).

Sendo que essas problemáticas, não ocorrem apenas no âmbito nacional em que se encontra o turismo, mas também em âmbito estadual e municipal, exemplo desse fato é o estado de São Paulo, objeto deste estudo.

Bissoli (2002) já apontava uma falta de dados sobre a atividade turística, em contexto nacional, mas que se observarmos no estado de São Paulo ainda é decorrente, e que segundo a autora “ a falta de informações atualizadas, ordenadas e confiáveis sobre o setor dificulta a obtenção de benefícios e investimentos, que só são concedidos mediante projetos amplamente justificados” (BISSOLI, 2002, p. 15). Sendo que Brocchi e Solha (2008) atribui essa dificuldade no estado de São Paulo decorrente da fragilidade na estrutura administrativa estadual, mesmo que já tenha um órgão responsável pela atividade desde 1965, no estado ainda é muito vigente mandatos de curta duração, onde cada novo mandato é feito uma nova política dificultando o planejamento do turismo.

Decorrente desse fato o autor complementa que por não haver estabilidade governamental estadual, o estado de São Paulo continua muito dependente das políticas nacionais, embora haja potencialidade, não cria políticas de turismo pensando em suas peculiaridades, propondo ações isoladas de promoção turística que em sua maioria não há continuidade nos novos mandatos (BROCCHI; SOLHA, 2008).

Assim, nos perguntamos qual a maneira correta de se criar políticas públicas, visando o desenvolvimento - e não apenas o crescimento econômico- do turismo, que segundo Lanzarini e Barretto (2014) a melhor maneira de se pensar em políticas públicas em turismo é pensar nas ações que contemplem os diversos grupos envolvidos na atividade, em especial os grupos de residentes e *trade* turístico, assim como seus visitantes. Os autores complementam ainda que:

Deve-se acrescentar a necessidade de articulação com outros setores para acompanhar o desenvolvimento do turismo; com políticas de saúde, de saneamento básico e de educação, para proporcionar uma boa qualidade de atendimento; políticas fiscais, trabalhistas e distributivas para garantir que o turismo seja um verdadeiro vetor de desenvolvimento e proporcione de fato o efeito multiplicador desejado, e políticas de uso do solo para garantir a preservação do meio ambiente para todos (LANZARINI; BARRETTO, 2014, p. 191).

Assim, "a elaboração de políticas públicas é um processo social que envolve uma constante comunicação com as várias esferas em que as decisões são tomadas, não apenas em nível público, mas também dentro de uma sociedade caracterizada pela fragmentação" (LANZARINI; BARRETTO, 2014, p. 192), devendo-se pensar políticas de turismo

responsáveis que visem a conservação da diversidade natural e cultural, levando em consideração seus aspectos locais, em que se encontra questões políticas, sociais, culturais e naturais, fornecendo fomento para o desenvolvimento dessa população e do planejamento adequado.

Pensar numa forma de “turismo responsável”, baseado no Código Mundial de Ética do Turismo (1999) e fundamentado na tolerância e respeito à diversidade humana, parece mais eficiente e menos utópico. Seu planejamento está bastante próximo da ideia de “sustentável”, focado a partir do destino turístico e visando a um lugar melhor para as pessoas viverem e, conseqüentemente, visitarem. Essa perspectiva consiste num processo de melhorias de dentro para fora, cuja atividade é responsabilidade de todos os envolvidos, seja o Poder Público, a comunidade local, os empresários e os próprios turistas. (LANZARINI; BARRETTO, 2014, p. 210)

Dessa forma as políticas públicas devem oferecer orientação, fomento, capacitação e assistência aos órgãos públicos, em âmbito nacional, estadual e municipal, para o planejamento responsável do destino turístico, visando o bem estar de seus habitantes e turistas, sendo um lugar em que a experiência do turista seja autêntica, e os impactos negativos do turismo minimizados, propiciando o desenvolvimento turístico do local.

2.3. Desenvolvimento Local

Ao analisarmos o planejamento turístico e a função das políticas públicas, percebemos que ambos destacam sua importância para o desenvolvimento do turismo no destino, devendo haver um trabalho integrado para o sucesso da atividade turística. Silva e Miranda (2013, p.101) destacam que:

O crescimento do turismo nacional e internacional ocasionou nas últimas décadas uma evolução do planejamento e das políticas públicas do setor. Muitos municípios brasileiros buscam desenvolver a atividade turística no seu território a fim de obter ganhos econômicos. Porém, tão importante quanto os benefícios financeiros, é a capacidade que o segmento tem de promover o desenvolvimento local, a partir da valorização a cultura, da preservação do meio ecológico e promovendo o retorno para a comunidade (SILVA; MIRANDA, 2013, p. 101).

Mas o que seria o desenvolvimento turístico? O desenvolvimento dos destinos foi pensado por muitos visando apenas o fator econômico, como mencionado no início desse estudo, logo o desenvolvimento do local era atrelado única e exclusivamente ao crescimento econômico.

Esse tipo de desenvolvimento baseava-se na teoria de Pólo de crescimento, que é um modelo de desenvolvimento exógeno que trabalha o planejamento de ‘fora para dentro’, logo, ele precisa de uma indústria motriz responsável pelos principais fatores de desenvolvimento, que segundo Silva(2006) será quem estimulará o desenvolvimento regional, pois devido a sua presença ela consegue atrair novas indústrias para o local proporcionando novos empregos, gerando aglomeração populacional, possibilitando a formação de novas atividades ao seu entorno que devem satisfazer as necessidades da população devido a concentração de capital gerada, causando dinamização da vida regional.

Logo, os polos de crescimento necessitam de força externa para que desenvolva um local, começando a partir de um local central e multiplicando-se a outros pólos, destinos, com base nesse modelo central. No entanto, esse tipo de modelo não consegue atender às especificidades dos demais locais e não tem envolvido os demais setores da comunidade, indo contra ao que temos como conceito de desenvolvimento.

Coriolano (2003) já dizia que o desenvolvimento tem o intuito de fazer as nações superarem suas dificuldades, saindo da pobreza.

Entende-se por desenvolvimento um processo de produção de riqueza com partilha e distribuição com equidade, conforme as necessidades das pessoas, ou seja, com justiça. O desenvolvimento não se refere apenas à economia, ao contrário, a economia deve ser tomada em função do desenvolvimento (CORIOLANO, 2003. P.162)

Portanto, se o planejamento local tem enfoque apenas no fator econômico, ele inevitavelmente está caminhando contra o que se refere ao desenvolvimento, estando suscetível a problemas sociais, culturais e ambientais, assim como afirma Coriolano (2003) a respeito do desenvolvimento pautado no modelo exógeno que as “questões importantes como a degradação do meio ambiente, o crescimento demográfico, a fome, a opressão das mulheres, o déficit habitacional e o desemprego foram discutidas, mas não solucionadas” (CORIOLANO, 2003, p.164).

Em outras palavras, a ânsia de inserir-se no circuito globalizador do turismo, auferindo os lucros crescentes, faz com que apressados governantes e iniciativa privada negligenciem estudos prévios dos espaços e das estratégias de gestão. O lugar torna-se propício para o capital que travestido de turismo rapidamente descaracteriza o tipo de trabalho e de vida, causa a desestruturação cultural, a agressão ambiental e uma paisagem degradada distante do imaginário do turista. Lugares turísticos tornam-se "estressados", despertando a aversão, a topofobia, caem no esquecimento ou

exigem altíssimos investimentos para se recriarem como atrações turísticas (ALMEIDA, 2004)

Visto essa problemática a UNESCO, criou em 1978, um novo modelo de desenvolvimento, que visava à importância de se observar as peculiaridades locais, o qual chamaram de desenvolvimento endógeno.

Esse modelo de desenvolvimento recomendava que os países fugissem da imitação mecânica das sociedades industrializadas. Assim, as soluções seriam locais e não globais. As iniciativas deveriam originar-se nas culturas locais e com os potenciais de cada localidade, construindo-se o embrião do desenvolvimento local (CORIOLANO, 2003, p.165)

Esse novo modelo de desenvolvimento, visava incluir no planejamento do destino os moradores locais, posto que são eles quem conhecem com propriedade todo o território em que se deseja instalar a atividade turística, podendo explorá-lo de forma sustentável, respeitando seu ambiente natural, seus aspectos culturais e sociais, de forma que o turismo instalado seja benéfico para a comunidade, anfitriões, e para seus turistas. Para isso, é necessário que planejamento do destino siga o modelo endógeno, devendo possuir estratégias que promovam retorno para a comunidade (SILVA; MIRANDA, 2013, p.101).

Assim, os gestores responsáveis pelo planejamento turístico de um destino devem focar o desenvolvimento para a escala humana, assim como afirma Coriolano (2012), adotando políticas que criem oportunidades de trabalho e renda para a maioria. Nesse sentido, Filho (2001) complementa que os sujeitos sociais são parte fundamental para a estruturação do turismo no destino, visto que são eles que conhecem com propriedade seu território, e, portanto, sabem como explorá-lo podendo antecipar ou precipitar um efeito positivo ou negativo no local.

Para tanto, os moradores locais devem possuir voz ativa no planejamento do destino, coordenando as ações que devem ocorrer ali.

o Estado não deve funcionar como uma máquina, e sim como um sistema aberto; mais atento às nuances de seu ambiente, mais interativo com seus parceiros, mais sensível à informação que recebe como retorno dos utilizadores dos bens e serviços (FILHO, 2001, P.270).

Logo, as políticas públicas são fundamentais para o desenvolvimento de um destino, pois são por meio delas que o planejamento é feito, dando apoio, financiamento e capacitação para todos os envolvidos estejam aptos para receber a atividade turística, devendo o Estado dar autonomia aos sujeitos locais, supervisionando-os e direcionando-os para o modelo ideal de desenvolvimento, trazendo benefícios mútuos aos setores envolvidos.

Visando o desenvolvimento e planejamento de um local, muito se questiona por onde começar, o que precisa ter e quais passos seguir para alavancar um destino turístico. Nos capítulos anteriores vimos como deve ser o planejamento, em que as políticas públicas podem auxiliar e qual o modelo de desenvolvimento mais adequado, segundo os autores.

2.4. Observatório de Turismo

Nesse sentido, trazemos um elemento fundamental para que esse planejamento seja possível, os dados, ou melhor dizendo as informações que os mesmos nos trazem e que permite analisar o destino turístico. Segundo Theorga (2016, p. 14) salienta

Um dado traduzido e interpretado por especialistas gera informações que se transformam em subsídios para processos decisórios e constituem a base para a elaboração de estratégias e políticas públicas que, vão ancorar o desenvolvimento local e regional do turismo ou de qualquer outra área do conhecimento (THEORGA, 2016, p.14).

Tendo em vista a importância das informações, principalmente no mundo globalizado no qual nos encontramos, é de extrema importância saber lidar com a tecnologia e com a internet, pois ela nos permite visualizar as tendências do mercado, formatando as tomadas de decisões de forma que o agente público planeje de forma adequada as políticas do setor, colocando-se à frente na competitividade (OLIVEIRA *et al* 2016), complementada pelo autor abaixo:

Em um cenário de crescente competição entre os destinos turísticos, a informação torna-se uma questão urgente. Os órgãos responsáveis pela gestão do turismo devem dotar-se de ferramentas para monitorar a atividade turística em seus territórios e fornecer informações oportunas e confiáveis sobre sua evolução, tendências, dinâmica e posição no mercado (DINIS; CORREIA; MILHEIRO, 2011 *apud* SANTOS; INÁCIO, 2018, P.294)

Assim, temos os observatórios turísticos, que têm sido um aliado aos gestores, contribuindo com as tomadas de decisões, surgindo justamente da necessidade de se ter informações que contribuam com a formulação de políticas de turismo em uma área tão abrangente (OLIVEIRA *et al* 2016).

De acordo com a definição de Franch e Contreras (2013, p.26) os observatórios são “una herramienta de inteligencia turística estable, encargada de observar la realidad, analizar la dinámica, y proveer los resultados a todos los agentes de un destino”. Theorga (2016)

complementa ainda que os observatórios têm papel de mobilizar os sujeitos envolvidos na sistematização dos dados, para que produzam informações que apoiem a gestão pública, por meio das análises, discutindo estratégias e promovendo o desenvolvimento local, de forma a inserir todos os envolvidos nesse processo de planejamento, desde a comunidade até os turistas (THEORGA, 2016).

Outro autor que corrobora com a definição do que é um observatório turístico e sua função é Santos e Inácio (2018, p.294) que diz:

O objetivo principal dos observatórios é a criação de um instrumento que produza e congregue informações sobre o setor de turismo, que poderá ser útil nos processos de tomada de decisão e gestão tanto das entidades públicas como privadas, superando as lacunas detectadas e espalhando as estatísticas do turismo a todas as partes interessadas (SANTOS; INÁCIO, 2018, p. 294)

Tendo os observatórios fundamental importância para as tomadas de decisão, buscamos entender como eles surgiram, o que Theorga (2016) explica que os observatórios surgiram de uma sugestão da OMT em 2004, que visava reforçar as capacidades institucionais na gestão da informação contribuindo com o setor, por meio de orientação a respeito de como utilizar as informações de forma benéfica, definindo em 2013 os objetivos, modos de atuação e indicadores.

A partir daí temos uma difusão dos observatórios no mundo, sendo que os observatórios passaram a surgir com estruturas semelhantes, mas que se diferem quanto aos objetivos, estes que variam conforme as peculiaridades do local em que estão inseridos.

Segundo o autor até 2016 ele contabilizava no mundo, quatorze observatórios de turismo internacionais, ligados a OMT, com diferentes segmentos, indo desde a proteção do patrimônio cultural, preservação das tribos indígenas, desenvolvimento local, análise do desenvolvimento social e qualidade de vida até a proteção do meio ambiente (THEORGA, 2016).

Já em relação aos observatórios brasileiros, temos como os mais conhecidos, os observatórios do Distrito Federal, Bahia, São Paulo, Espírito Santo, Minas Gerais e Goiás, com também objetivos que se diferem. Em Minas Gerais o objetivo é orientar onde se deve aplicar os investimentos governamentais, devendo estar cientes das tendências de consumo mundiais (THEORGA, 2016). Já no Distrito Federal e na Bahia o intuito é servir de ferramenta para a

gestão eficiente dos destinos, assim como, enquanto em Goiás o foco está na promoção do destino (THEORGA, 2016).

No estado de São Paulo, os observatórios atentaram-se a satisfação dos turistas focando suas tomadas de decisão levando em consideração a avaliação dos mesmos, e, por fim, temos o observatório do Espírito Santo que tem enfoque no desenvolvimento regional, sendo medidor entre os envolvidos e repassando as ações a sociedade civil (THEORGA, 2016).

O que nos cabe observar é que em todos os casos o observatório surge para contribuir com informações que possibilitem a melhoria do turismo nos locais, com enfoques do planejamento diferentes, mas que auxiliam o gestor a entender o turismo e tomar decisões assertivas.

Sendo assim, vemos a importância de se ter objetivos e informações que auxiliem na realização desses objetivos, pois eles contribuem com o planejamento dos destinos, assim como afirma os autores:

Todo destino turístico debería preocuparse por contar con la información necesaria para poder hacer el seguimiento de su propia actividad (la dinámica de sus empresas, sus mercados, sus agentes, etc.), así como información en relación a las tendencias generales de los mercados, y la evolución de los competidores (FRANCH; CONTRERAS, 2013, P. 26).

Franch e Contreras (2013, p.26) salientam que esse seria um passo fundamental com que todos os gestores deveriam se preocupar, pois por meio deles é possível “poder hacer el seguimiento de su propia actividad (la dinámica de sus empresas, sus mercados, sus agentes, etc.), así como información en relación a las tendencias generales de los mercados, y la evolución de los competidores (FRANCH; CONTRERAS, 2013, p.26)”, ou seja, por meio dos dados seria possível compreender o mercado no qual está inserido e criar estratégias para seu desenvolvimento.

Compreendendo a importância dos dados, vemos que existe uma necessidade de os destinos avaliarem a importância de acompanhar essas informações e as mudanças de mercado, contínuas no setor turístico. Dessa forma, o observatório de turismo pode ser um aliado aos gestores, visto que essa ferramenta contribui para que seja possível analisar as ações vigentes e se elas demonstram resultados, por meio das análises constantes, podendo traçar novas estratégias, caso necessário, para o bom desenvolvimento do local (FRANCH; CONTRERAS, 2013).

Para isso os observatórios dispõem de informações acerca da realidade de cada destino, legitimando as ações e contribuindo com as tomadas de decisões, visto que estas se apoiam em dados constantes, devido a retroalimentação desse banco, assim como se apoia em dados reais e atuais que considera as peculiaridades de cada destino, elaborando estratégias direcionadas às necessidades de cada destino, tornando as tomadas de decisões mais eficazes FRANCH; CONTRERAS, 2013).

Santos e Inácio (2018) complementam ainda que para que a ferramenta seja realmente funcional aos destinos é necessário que haja apoio tanto em relação aos órgãos públicos como privados, superando as lacunas existentes- a qual atribuímos a falta de dados nos destinos- e transmitindo a todos os envolvidos na atividade turística, informações a respeito do setor no qual estão inseridos.

Al final se requiere la sensibilización empresarial y gubernamental en la actividad turística. No solamente a la hora de proporcionar la información, sino también en la gestión y el uso que se de los datos e informaciones resultantes. Por tanto se requiere mejorar los datos, ya que el dilema radica en que con base a ello se toman las decisiones. (FRANCH; CONTRERAS, 2013, p.28).

Em um mundo globalizado a informação e os instrumentos informacionais, são de extrema importância para um destino. Com um instrumento informacional adequado e com profissionais que saibam utilizar essas informações, é possível colocar um destino à frente da concorrência. E o observatório turístico é uma dessas ferramentas que contribui com o fator competitivo, visto que ele possibilita analisar o local e suas peculiaridades, assim como seus concorrentes, seu mercado, o que a demanda procura, de acordo com o perfil do público que o destino capta, direcionando as informações de forma oportuna para aquela melhor que adeque com o destino e com as tendências do mercado (SANTOS, INÁCIO, 2018).

Com a implementação dessa ferramenta informacional, que é o observatório turístico, vemos o caminhar de um destino para o que chamamos de *Smart City*, ou cidades inteligentes, que vão ao encontro a todos os pontos comentados no decorrer desse estudo.

A Cidade Inteligente (*Smart City*) é uma cidade cujo planejamento e desenvolvimento ocorre por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), o que propõe solucionar de maneira inteligente os problemas que ocorrem nas cidades a fim de melhorar a qualidade de vida da população (SANTOS; INÁCIO, 2018, p.291).

Apesar da ferramenta ser um passo inicial, e não podermos declarar que um destino seja uma *Smart City*, apenas com a inserção do observatório, tem- se o primeiro passo. Há de se ressaltar que não basta apenas a tecnologia, exige um processo pelo qual o destino tem que

passar para que se torne um destino inteligente, desde a sua infraestrutura até aos sistemas de informação e melhoria da qualidade de vida da população que ao participar do planejamento do destino e das tomadas de decisões podem expressar suas necessidades (SANTOS, INÁCIO, 2018).

É necessário que a sociedade participe da tomada de decisões no momento da implementação de recursos tecnológicos, bem como, colaborar com o planejamento urbano dos municípios. A participação da sociedade deve ser efetiva e precisa abranger todas as classes sociais, além dos profissionais especializados na área de planejamento urbano e gestão. Também se faz necessário a integração de profissionais de diversas áreas de atuação tais como: geógrafos, engenheiros, sociólogos, arquitetos, historiadores, turismólogos, professores, gestores públicos e privados, entre outros (SANTOS; INÁCIO, 2018, p.291).

Dessa forma, além da ferramenta informacional contribuir com o desenvolvimento e planejamento de um destino, ela possibilita por meios das análises conhecer não apenas o território, mas o mercado em que ele se enquadra, buscando atender as necessidades dos seus frequentadores, assim como, dos autóctones.

2.5. Mercado de turismo

Vimos anteriormente que uma ferramenta informacional, como o observatório turístico, pode contribuir com o planejamento de um destino, a partir do momento que se entende o mercado de turismo no qual a sua localidade está inserida. Mas o que seria esse mercado de turismo? Segundo Medaglia (et al, 2013) o mercado turístico pode ser definido como:

Rede de informações de modo que os agentes econômicos — consumidores e produtores — troquem informações e tomem decisões sobre a compra dos diferentes bens e serviços a sua disposição”, ou seja, é constituído pelo conjunto dos consumidores/turistas e das empresas que oferecem bens ou serviços turísticos e que buscam satisfazer as necessidades dos turistas (MEDAGLIA, MAYNART; SILVEIRA, 2013, p.58).

Os autores Medaglia (et al, 2013) complementam ainda que para conhecer essa relação entre produtor e consumidor é necessário para compreender o mercado turístico, compreender que esse é um mercado dinâmico e heterogêneo, que está em constante mudança que varia conforme o perfil do público, seu padrão de consumo, crises mundiais, suas expectativas e como a oferta pode se alinhar ao público de determinado destino.

Uma das características do mercado turístico é a heterogeneidade em relação à demanda que consome os produtos e serviços turísticos, o que justifica a diversificação da oferta por meio da criação de segmentos homogêneos, nos quais os turistas poderão experimentar respostas especializadas a suas necessidades. (MEDAGLIA et al, 2013, p. 59)

A partir do momento que se conhece o mercado turístico, é possível definir seu nicho dentro do mesmo e definir um segmento mais homogêneo, trabalhando seu destino para que tenha uma oferta condizente com o perfil que mais se destaca, criando atrativos e serviços que atraiam o cliente certo para seu destino. Um local que entende e estuda seu mercado coloca-se à frente da concorrência.

Outro ponto importante ao conhecer o mercado turístico é que permite utilizar da ferramenta do marketing turístico, que segundo Medaglia (*et al*, 2013):

Pelo marketing turístico, identifica-se o público que irá consumir determinado destino turístico e usam-se estratégias como forma de atender às necessidades desse público-alvo, planejando e executando a distribuição de ideias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam os objetivos das empresas e dos clientes (MEDAGLIA *et al*, 2013, p.57).

No entanto, complementam que identificar o perfil da demanda não é um trabalho fácil, devido a heterogeneidade dos mesmos, portanto, identificar se as necessidades da demanda estão sendo atendidas pela oferta é um grande desafio, mas que se torna necessário para que os turistas não criem expectativas que venham a ser frustradas (MEDAGLIA *et al*, 2013).

Assim, no marketing turístico, é preciso determinar qual o mercado-alvo que o destino pode ou quer atender, quais são e como desenvolver os serviços e produtos turísticos alcançar esse objetivo de alavancar o destino, trabalhando de maneira correta sua imagem e seus produtos (MEDAGLIA *et al*, 2013).

2.5.1. Demanda Turística

No item anterior vimos a importância de se conhecer o mercado turístico para o planejamento e desenvolvimento de um local, para isso é necessário termos em mente os dois elementos fundamentais para a análise de mercado turístico, sendo estes a demanda e a oferta turística.

Para o entendimento do que seria a demanda turística, nos apoiamos na definição de Boullón (2006).

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los

distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades (BOULLÓN, 2006, p. 32)

A complexidade da atividade turística se estende a variados tópicos dentro dos estudos turísticos, devido a sua diversidade de atividades e serviços, assim como os variados tipos de perfis de turistas que um mesmo ambiente pode atrair.

Medaglia (*et al*, 2012) salientam que um passo fundamental para que se compreenda o mercado turístico é ter mente que esse é heterogêneo e, que portanto, para que se possa utilizar essa diversidade a seu favor deve-se saber qual o público alvo do destino, ou seja, segmentar o público segundo as necessidades semelhantes, tornando-o homogêneo “partindo- -se da premissa de que as pessoas não são iguais e nem completamente diferentes e aumentando-se, assim, a efetividade do marketing turístico” (MEDAGLIA *et al*, 2012, p.59).

Para isso é necessário entender diversos fatores que contribuem para que se desenhe o perfil de uma demanda, dentre eles as motivações, padrões de consumo, situação e mudanças que ocorrem no mundo e que interferem diretamente na demanda. Como exemplo, trazemos a pandemia de COVID-19, declarada como calamidade na saúde pública em 2019, que interferiu drasticamente nas viagens e no perfil dos turistas, que agora possuem interesses diferentes ao que antes visavam ao planejar uma viagem.

Segundo o Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET) com as viagens internacionais impedidas ou com grandes limitações, indicativos demonstram um aumento de viagens para o interior, lembremos que o turismo regional já é um turismo crescente, no entanto, as motivações mudaram, sendo assim, os turistas agora buscam por locais próximos, em meio a natureza (interior ou litoral) para que possam se isolar, principalmente em suas casas de segunda residência (SÃO PAULO, 2021).

Neves (*et al*, 2020) ressalta ainda que esse novo turista assumirá um novo padrão de consumo, sendo que o turismo de massa tende a diminuir e o turismo local aumentará, visto o novo perfil de turista pós COVID-19, sendo estes mais conscientes quanto a preocupações mundiais como sustentabilidade, solidariedade entre os povos e demais problemáticas sociais

Sendo a pandemia apenas mais um exemplo da complexidade ao se estudar demanda turística, visto que ela pode variar a todo instante, devendo haver estudos constantes que captem com antecedência essas mudanças nos hábitos consumo.

Para isso é necessário entender os tipos de demandas existentes, pois a partir delas que será possível realizar o estudo de demanda nos destinos. Nesse sentido Boullón (2006) coloca quatro tipos de demanda: demanda real, demanda histórica, demanda futura e demanda potencial.

A demanda real refere-se a todo turista que já está no destino turístico, consumindo os bens e serviços que são ofertados durante o período em que esteve lá (BOULLÓN, 2006). Nessa categoria de demanda temos uma definição complementar, o “turista real- consumidor potencial”, o responsável pelo planejamento deve entender quem é esse turista que está no seu território para que trabalhe o marketing turístico de forma estratégica, fazendo com que o turista consuma no local, além do gasto com itens primordiais (hotéis, alimentação, transporte) (BOULLÓN, 2006).

Já a demanda histórica compreende as demandas de turistas que já estiveram nos destinos. A partir do estudo da demanda histórica é possível analisar se houve evolução do destino turístico, quais as preferências e necessidades dos turistas buscando atendê-las e, com esse estudo é possível, alcançar a demanda futura e a demanda potencial (BOULLÓN, 2006).

A demanda futura tem como base a análise das duas demandas anteriores, ela irá analisar a relação entre os turistas reais e suas necessidades e preferências atuais, assim como, daqueles que turistas que já estiveram no local e desenvolver o local para os futuros turistas.

La demanda futura es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar, a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas matemáticas, su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante um período de tempo determinado a partir del presente (BOULLÓN, 2006, p. 34)

Enquanto a demanda potencial, mencionada acima refere-se a uma demanda que ainda não existe, um segmento ainda não explorado, mas que pode ser atingido pelo destino, de acordo com o estudo de mercado para que se conheça o perfil de consumidor e o que o destino deve ofertar para que esse turista se sinta motivado a visitá-lo (BOULLÓN, 2006).

Conhecendo os tipos de demanda existente e a importância de cada uma delas, é preciso conhecer os turistas que fazem possível a existências das mesmas, para isso é essencial realizar a segmentação de mercado, que seria a divisão do público em conjuntos que possuem características em comum para que se tenha um público alvo, o qual será direcionado produto, às ações de marketing e planejamento (MEDAGLIA *et al*, 2012).

Os autores, a fim de facilitar essa análise, definiram alguns critérios, ou segmentos, em que se pode agrupar esses turistas, podendo segmentar por critério geográficos, demográficos, socioeconômicos, psicográficos e comportamentais.

O critério geográfico do turista refere-se a sua localização geográfica, ou seja, sua origem. Entender a distância de origem até o destino e quanto tempo de viagem está disposto a enfrentar para frequentar o atrativo, permite que utilizemos esse fator de forma estratégica ao pensarmos no planejamento turístico (MEDAGLIA *et al*, 2012). Já o critério demográfico refere-se a características da população que tendem a ter hábitos e padrões de consumo semelhantes, nesse sentido leva-se em consideração idade, gênero, nacionalidade (MEDAGLIA *et al*, 2012).

Temos também o critério socioeconômico considerando a renda e classe social dos turistas e o critério psicográfico que busca entender a motivação e hábito de consumo do turista ao frequentar um atrativo, a fim de sanar suas necessidades (MEDAGLIA *et al*, 2012). E por fim, temos o critério comportamental que analisa as características ligadas ao consumo, preferências e fidelidade, por exemplo, o que faz com que ele visite e retorne ao local (MEDAGLIA *et al*, 2012).

Tendo esses critérios de segmentação em mente faz com que o estudo de demanda se torne menos complexo, podendo estudá-los separadamente ou em conjunto. No entanto, é necessário lembrar que não há um padrão definido, podendo o turista que se encontra em uma segmentação fazer parte de outras segmentações (MEDAGLIA *et al*, 2012), porém quando se analisa a constância do consumo segundo o perfil, possibilita que a oferta se ajuste ao segmento que mais se enquadra no destino (MEDAGLIA *et al*, 2012).

2.5.2. A oferta turística

Após compreendermos o que seria a demanda turística e sua segmentação, que nos permite compreender o perfil do turista, é passível desenvolvermos de forma adequada a oferta turística que conseguirá atender as necessidades desses turistas.

Para isso é necessário compreendermos como a oferta turística está dividida, assim usaremos um renomado autor que classificou a oferta turística, dividindo-a em subgrupos, que

embora se complementam possuem particularidades que necessitam de atenção especial, para isso utilizaremos o sistema de turismo criado por Boullón (2006).

Mas, antes de nos aprofundarmos nas subdivisões existentes na oferta, é preciso conceituarmos a oferta turística, que segundo Oliveira e Soethe (2005, p.5) “é constituída por um conjunto de elementos que formam o produto turístico”, no qual explicam o produto turístico como a prestação de bens e serviços, recursos e infraestruturas, que são consumidos pelos turistas de forma a satisfazer suas necessidades (OLIVEIRA; SOETHE, 2005, p.5).

Quando mencionamos que um produto é consumido, temos em mente um produto perecível, ou seja, que está fadado a perca caso não seja consumido naquele momento. E no turismo, por ser uma oferta de serviços, cada oferta se torna única, mesmo que seja oferecido o mesmo produto diversas vezes, pois ele é renovado a cada oferta, não podendo acumular tais serviços, variando conforme a transitoriedade da demanda, logo, caso não seja consumida pelo turista, aquele serviço oferecido naquele momento é perdido, não havendo outro igual, mesmo que volte no mesmo lugar para realizar a mesma atividade (BOULLÓN, 2006).

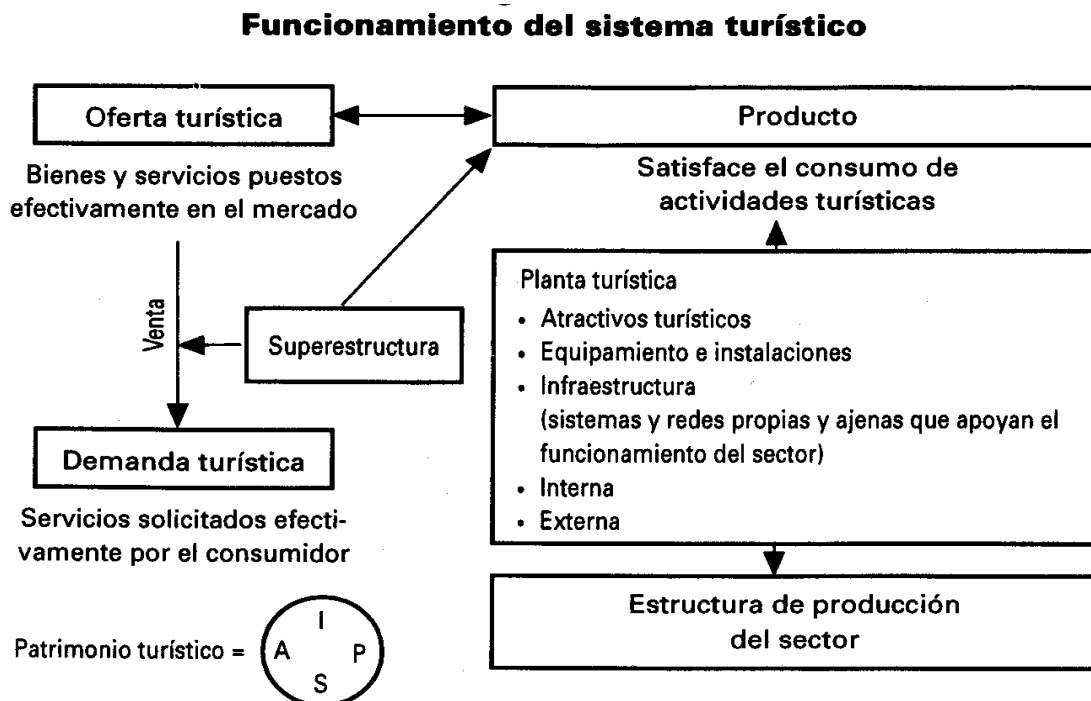
Esse fato é muito importante de se compreender, pois, a oferta deve saciar as necessidades dos turistas, tendo em mente que aquele momento e aquela expectativa não irá se repetir, assim, a necessidade de se conhecer o produto ofertado e planejá-lo para que não frustre seu cliente, e até mesmo para que seja possível captar novos turistas gerando a necessidade de consumo do local no público, é de fundamental importância.

Para isso é necessário compreender esse processo de venda, explicado por Boullón:

Originado en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector, tal como se indica en la parte derecha de la figura mencionada. En el centro de la misma se ha representado a la superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes (BOULLÓN, 2006, p.32).

Assim, como veremos na imagem (figura 1) abaixo, do sistema criado pelo autor para detalhar o funcionamento do turismo no destino:

Figura 1 - Sistema de Turismo- Boullón (2006)



Fonte: BOULLÓN, 2006, p. 32

No entanto, compreender todo este sistema, assim como a atividade turística é bastante complexo, por isso a importância de se compreender cada elemento. Dessa forma explicamos o que seria a planta turística, que se refere aos elementos fundamentais para o funcionamento do turismo, como a existência de atrativos turísticos, de equipamentos e instalações e também as infraestruturas.

Em relação aos atrativos turísticos, Oliveira e Soethe (2005) conceituam como a parte principal do sistema, sendo responsáveis por atrair os turistas e consequentemente contribuem para o desenvolvimento do destino. Boullón (2006) já comentava a respeito dos atrativos quando diz que só é possível ter turismo quando se há atrativos, sendo que esses atrativos podem ser: Sítios naturais (montanhas, costas, rios, parque nacionais, entre outros), ou seja que remetam a natureza, também podem ser Museus e manifestações culturais históricas onde encontramos sítios arqueológicos, ruínas, museus e afins. Podem ser também folclore onde enquadra-se a religião, músicas, comidas típicas, grupos étnicos. Ou realizações técnicas,

científicas ou artísticas contemporâneas (exploração mineral, centro científicos e técnicos, obras de arte e técnica) e por último os atrativos que advém de algum acontecimento programado como os eventos (carnavais, exposições, feiras, etc.) (BOULLÓN, 2006).

Na planta turística também é possível encontrar dois elementos de extrema importância, sendo eles os equipamentos e instalações, que são criados para que sirva de apoio às necessidades básicas do turista. Nesse sentido temos que os equipamentos são os estabelecimentos públicos ou privados (hotéis, pousadas, restaurantes, parques temáticos, agências de viagens) que prestam os serviços básicos imprescindíveis para o funcionamento do turismo (BOULLÓN, 2006). Enquanto as instalações são construções específicas criadas para atender a uma atividade específica do turismo (BOULLÓN, 2006).

La diferencia está en que dichas categorías apoyan el desarrollo de actividades, y las instalaciones son obras imprescindibles para que una actividad pueda realizarse. Como sucede, por ejemplo entre la práctica de ski sobre nieve (actividad) y las instalaciones de los medios de elevación (ski lift o poma lift) (BOULLÓN, 2006, p. 44)

O autor ainda complementa que para que existe a atividade turística, não basta apenas que exista um atrativo e um equipamento de apoio, mas que o destino esteja preparado para atender a atividade. Assim ele conceitua a infraestrutura como os elementos que o destino precisa ter (não necessariamente para o turismo, mas como um fator de desenvolvimento econômico) como serviço de saúde, de educação, transporte, comunicação, rede de saneamento e abastecimento de água e energia, que devem saciar as necessidades de seus moradores e, assim, a dos turistas, podendo ser divididas em subcategorias (BOULLÓN, 2006). Para tanto salienta-se a necessidade de uma superestrutura de qualidade, que se refere:

Todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico (BOULLÓN, 2006, p.50).

Sendo de extrema importância, pois por meio do trabalho em conjunto -público e privado- pode-se analisar a atividade turística, de acordo com diferentes interesses e, assim, planejar a atividade turística de forma adequada, contribuindo por meio de intervenções governamentais, promoção do destino, dentre outras funções as quais necessitam do apoio para o desenvolvimento de um destino.

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 2 - Mapa de contexto: Estância Turística de Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

A origem do município de Avaré se assemelha à origem de muitos outros municípios brasileiros, que tiveram seu início a partir de interesses de grandes fazendeiros e pela igreja. Nas terras que hoje chamamos de Avaré era possível encontrar muitos povos indígenas, mas que tiveram seu espaço ocupado em 1840 por fazendeiros que buscavam terras férteis em que

pudessem desenvolver sua agricultura e Avaré banhado por uma grande bacia hidrográfica 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 construída 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 constituem-se 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).

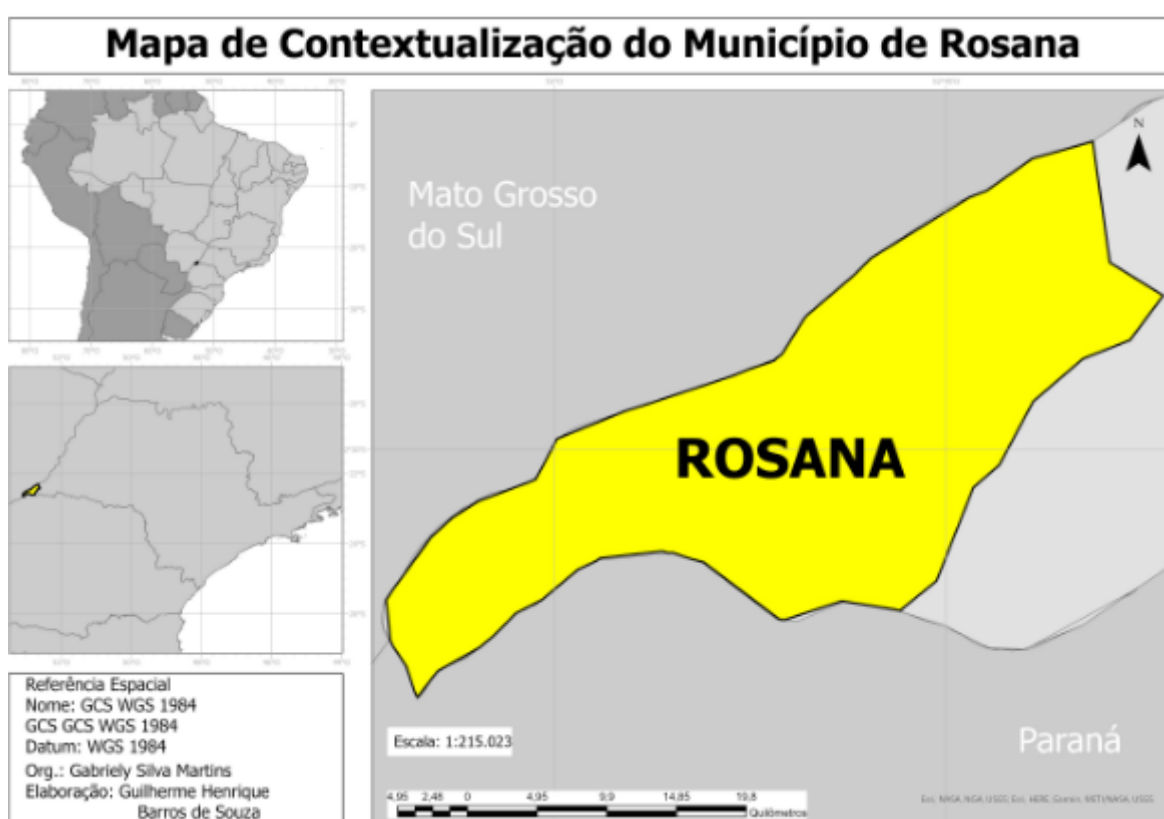
Esses recursos também contribuíram para que o município recebesse em 2002 o título de Estância Turística, Avaré utilizando de seus recursos naturais e históricos e visando o desenvolvimento do município, passou a ter o turismo como uma das principais atividades econômicas, além da agropecuária (SILVA,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

Em relação ao turismo, 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). Avaré possui como principal atrativo a Represa Jurumirim, além dela é possível identificar como atrativos de relevância para o município o Horto Florestal, O Cristo Redentor e a fábrica de Doce de Leite.

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 3 - 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 a 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).

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 Turístico 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) da UNESP.

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 a mesma 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 DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO INTERMUNICIPAL DOS MUNICÍPIOS DE AVARÉ E ROSANA

Levando em consideração o dito anteriormente é possível compreender a importância dos dados para o planejamento turístico de um destino, assim como, a necessidade de se conhecer o mercado em que se encontra para que se possa criar um plano de ação para o local. Dessa forma, analisaremos os dados referentes a atividade turística em dois municípios do Estado de São Paulo, sendo estes a Estância Turística de Avaré e o Município de Interesse Turístico de Rosana, em momento que antecedeu a pandemia de COVID-19, no qual foi possível realizar a coleta de dados nos principais atrativos de Avaré em 2016, 2017 e 2020 e em dois eventos de Rosana no ano de 2019.

Cabe ressaltar que o questionário aplicado foi baseado no questionário do CETUR, sendo uma parceria entre as instituições. Os dados analisados integram o banco de dados do Observatório de Turismo de Avaré e Rosana, que contou com a colaboração na coleta de dados das pesquisadoras Fabiana Fernanda Gomes da Silva e Maria Antonia Rosa Locateli do grupo de pesquisa GEHLA do IFSP em Avaré e das pesquisadoras Gabriely Silva Martins e Giuliane Rodrigues Lopes, membros do grupo de pesquisa GEPTER da UNESP em Rosana.

Os dados nos permitem analisar a demanda real, de acordo com o perfil do turista de ambos os municípios, assim como, as necessidades e interesses dos mesmos, com base nos critérios definidos por Medaglia (*et al*, 2013). Nos permite também, analisar a demanda potencial dos dois destinos turísticos e quais as percepções do público referente ao destino, tendo em mente as categorias postas pelo sistema de turismo de Boullón (2006).

4.1. Critério Geográfico

4.1.1 Procedência dos turistas

Para a análise comparativa da demanda, iniciamos buscando compreender o perfil do público que visita os destinos, dessa forma analisamos a origem desses turistas, o que podemos ver pelos mapas de fluxo turísticos das figuras 4 e 5, os quais foram postos em formato “paisagem” de forma a facilitar a compreensão da análise comparativa.

Figura 4 - Mapa de Fluxo turístico- Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 5 - Mapa de Fluxo turístico- Rosana

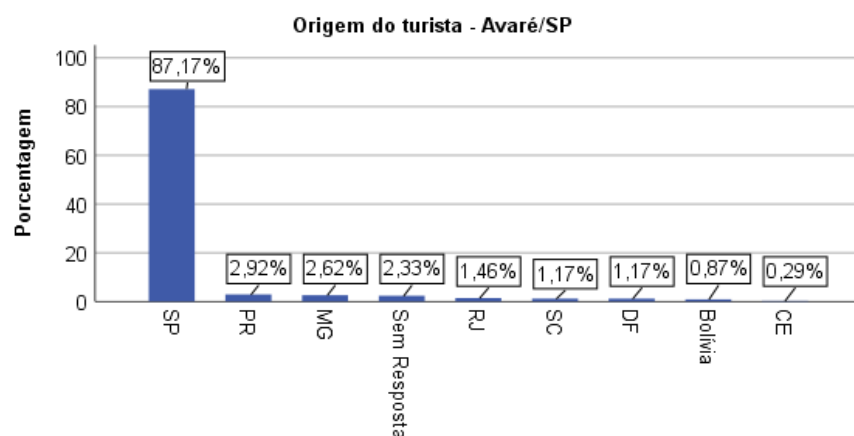


Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Em relação a origem dos turistas vemos que a origem varia por todo território nacional, e com menor constância em âmbito internacional. No entanto, percebe-se que em ambos os destinos- Avaré e Rosana- há uma constância de turistas da região ao entorno desses municípios. Em Avaré vê-se uma constância de locais da região sudeste e sul e no caso de Rosana há constância na região sudeste, sul e centro-oeste.

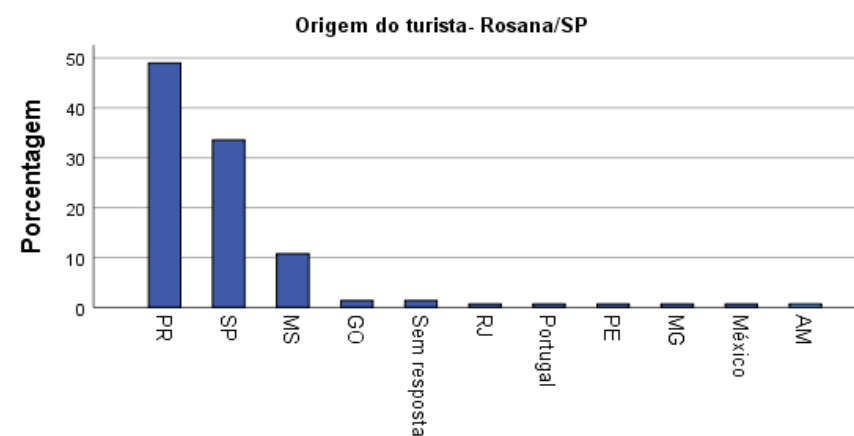
No entanto, apenas com o mapa de fluxo turístico não conseguimos compreender com precisão o perfil geográfico desses turistas. Para isso aprofundamos os dados referentes à origem desses turistas (figura 6 e 7).

Figura 6 - Gráfico de origem dos turistas- Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 7 - Gráfico de origem dos turistas- Rosana



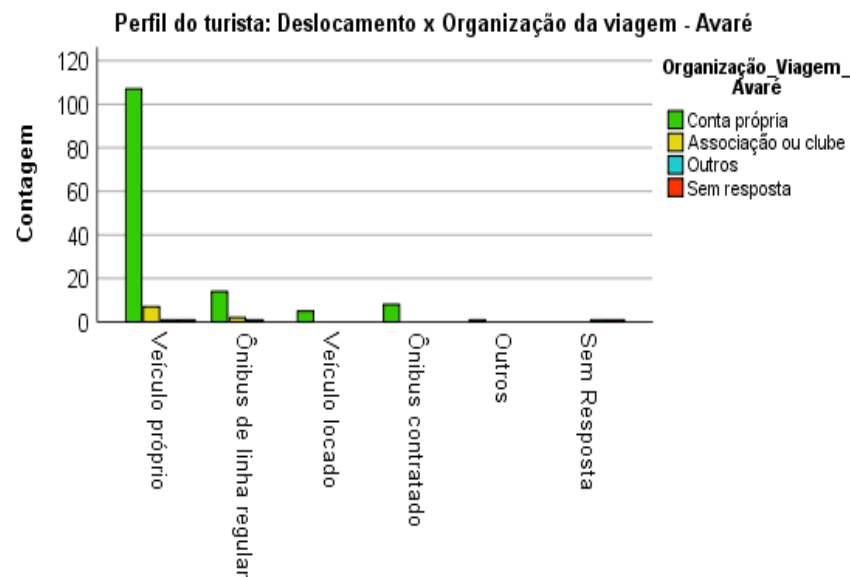
Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Com os gráficos da figura 6 e 7 é possível observar, como já demonstrado pelo mapa de fluxo turístico, que o perfil dos turistas que visitam ambos os destinos são de públicos regionais, ou seja, que estão ao redor dos destinos e que fazem suas atividades turísticas em locais mais próximos a sua residência. Percebemos isso, pois em Avaré há uma concentração de dados no Estado de São Paulo, enquanto em Rosana a concentração é nos estados limítrofes, com ênfase no estado do Paraná por conter cidades mais próximas a Rosana e ser um estado mais povoado que o Mato Grosso do Sul, que é marcado por uma extensa área reservada para a agricultura.

4.1.2. Meio de transporte e organização de viagem

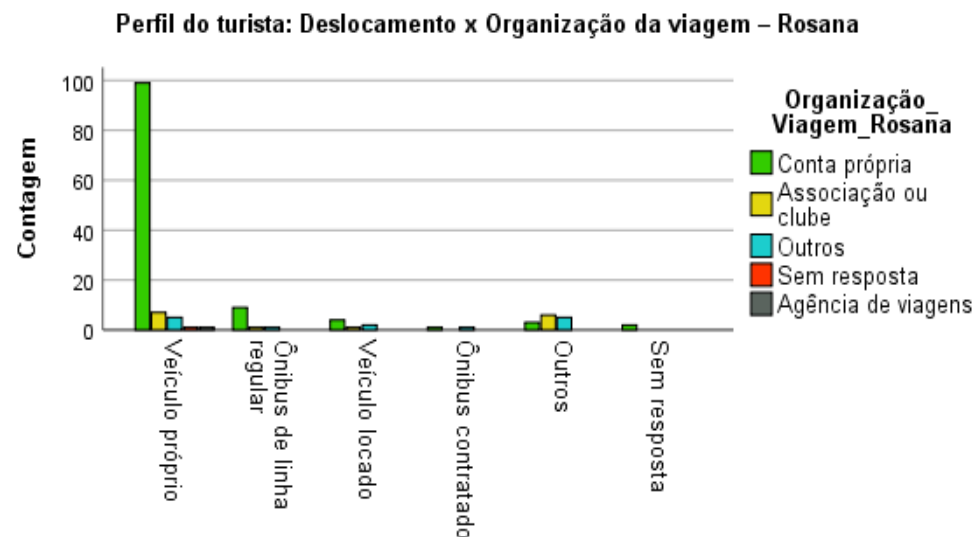
O meio de transporte e a forma de organização são elementos fundamentais para a atividade turística, sendo que um local que possui iniciativas para que se torne destino turístico deve possuir meios para que os turistas cheguem até o local e aos atrativos. Na figura 8 e 9 temos a relação de quais os meios de transporte optados pelos turistas e a forma de organização.

Figura 8 - Gráfico de deslocamento x organização da viagem- Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 9 - Gráfico de deslocamento x organização da viagem- Rosana



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Observa-se, portanto, que em ambos os municípios o predomínio é por meios dos veículos próprios, fato ligado ao modo em que organizam a sua viagem, e pelo perfil geográfico dos mesmos, pois percebe-se que turistas desses locais não utilizam apoio de agências de viagens, e por viajarem por curtas distancias optam pelo carro próprio visando o conforto e facilidade de locomoção dentro dos destinos.

4.2. Critério demográfico

4.2.1. Gênero e Faixa etária

Sendo o critério demográfico o modo mais simples de analisar o padrão de consumo de turistas, analisamos o público alvo dos destinos, segundo sua faixa etária e gênero. Com os dados foi possível relacionar o perfil do turista quanto ao gênero e idade deles (gráfico 10 e 11). Dessa forma temos as seguintes informações dos destinos estudados:

Figura 10 - Gráfico de gênero x faixa etária- Avaré

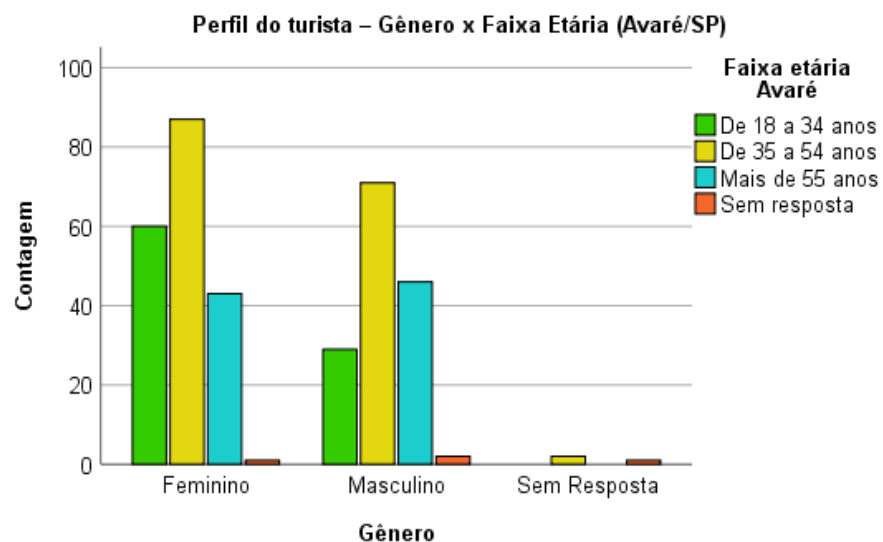
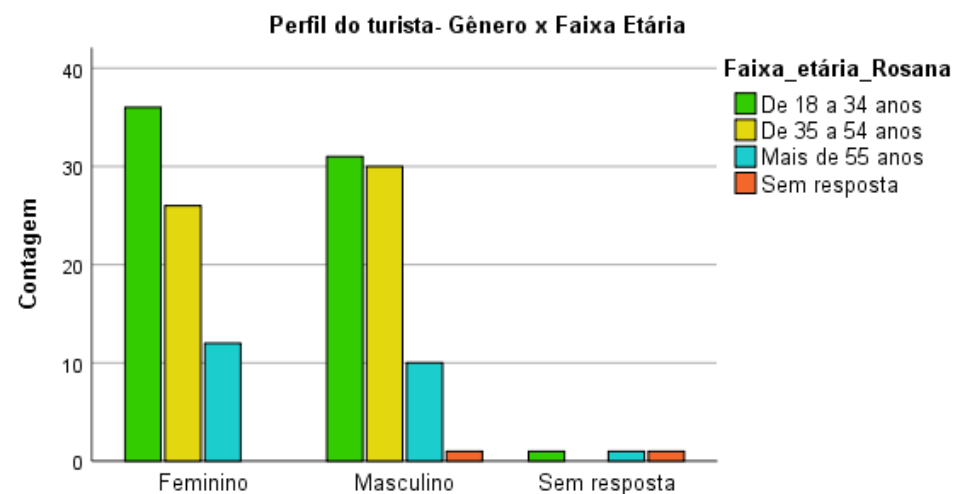


Figura 11 - Gráfico de gênero x faixa etária- Rosana



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

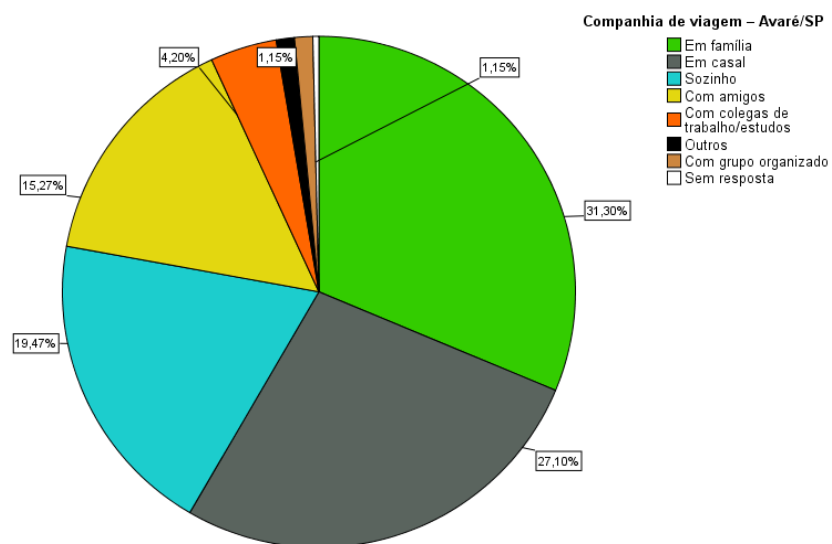
Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Percebe-se que em relação a idade e gênero Avaré e Rosana se diferem (figura 10 e 11). Avaré possui um público maduro, de 35 anos a 54 anos, enquanto Rosana possui um público jovem de 18 a 34 anos, no qual cabe lembrar que os locais onde foram aplicados se diferem, em Avaré a aplicação ocorreu nos principais atrativos do destino, enquanto em Rosana a aplicação foi em dois eventos, dessa forma ressaltamos a importância da continuidade da coleta para que se tenha assertividade em relação ao perfil desse público. Em relação ao gênero vemos um equilíbrio do gênero feminino e masculino em Rosana, enquanto em Avaré há predominância do gênero feminino, embora haja em ambos os municípios potencialidade para os demais públicos. Essas informações a respeito dos turistas refletem qual a busca deles no destino, podendo direcionar ações e promoções para os municípios.

4.2.2. Companhia na viagem

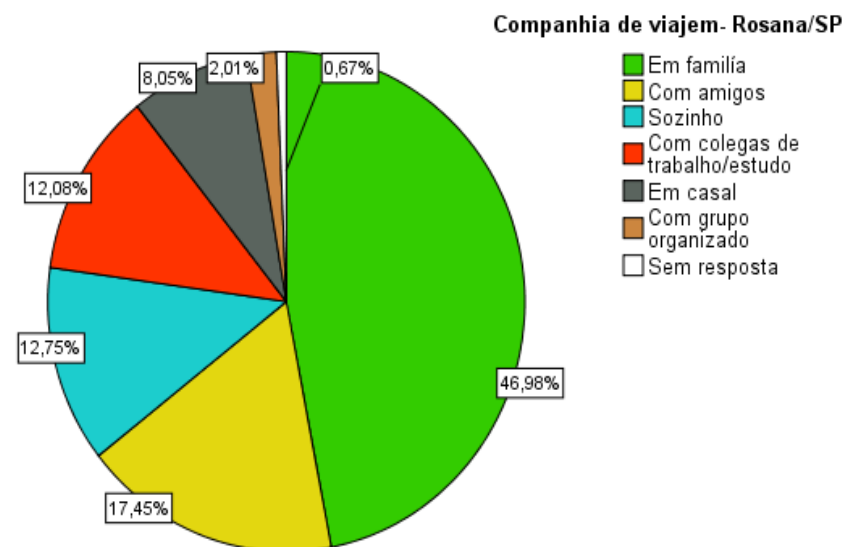
Outro fator que reflete os interesses de um turista quando decide viajar e com quem ele está viajando, pois os interesses e objetivos variam conforme sua companhia. Nesse sentido é possível que uma pessoa frequente o mesmo local, por mais de uma vez, e cada viagem possua um objetivo específico diferente, pois a companhia de viagem já não é a mesma. Portanto, analisamos qual a constância desse perfil nos destinos Avaré e Rosana (figura 12 e 13).

Figura 12 - Gráfico de companhia de viagem- Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 13 - Gráfico de companhia de viagem- Rosana



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

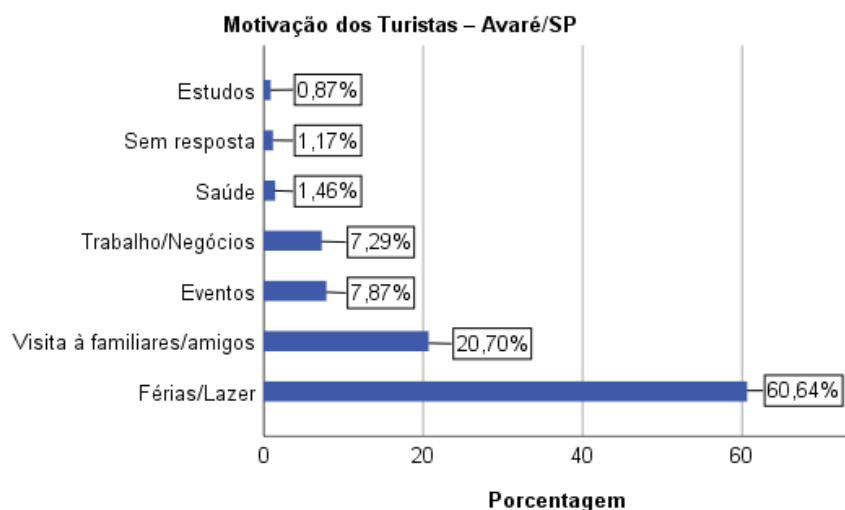
Os gráficos 12 e 13 demonstram que os turistas que visitam esses dois municípios, viajam em família. Logo, justifica o dado anterior referente ao gênero que mostra equilíbrio entre masculino e feminino. Mesmo que haja outras configurações de famílias, como casais, no geral esse perfil de viajante busca destinos que conseguem atender desde crianças até a terceira idade, ou seja, destinos familiares com opções de lazer, onde possam fugir do cotidiano e criar memórias com seus familiares.

4.3. Critério Psicográfico

4.3.1. Motivação dos turistas

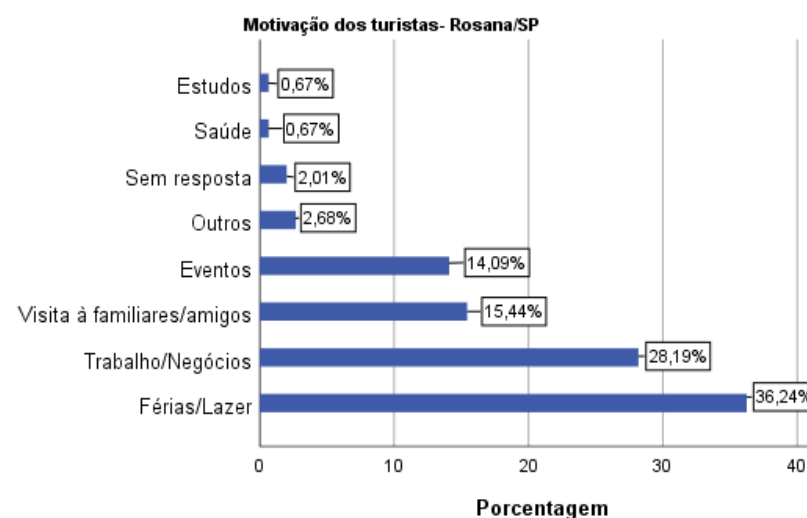
Em relação ao critério psicográfico, que remete ao motivo (figura 14 e 15) que levaram esses turistas a visitar os destinos, nos permite analisar se as ofertas dos produtos turísticos condizem com a motivação desses turistas, ou seja, se as necessidades deles estão sendo atendidas.

Figura 14 - Gráfico de motivação de viagem- Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 15 - Gráfico de motivação de viagem- Rosana



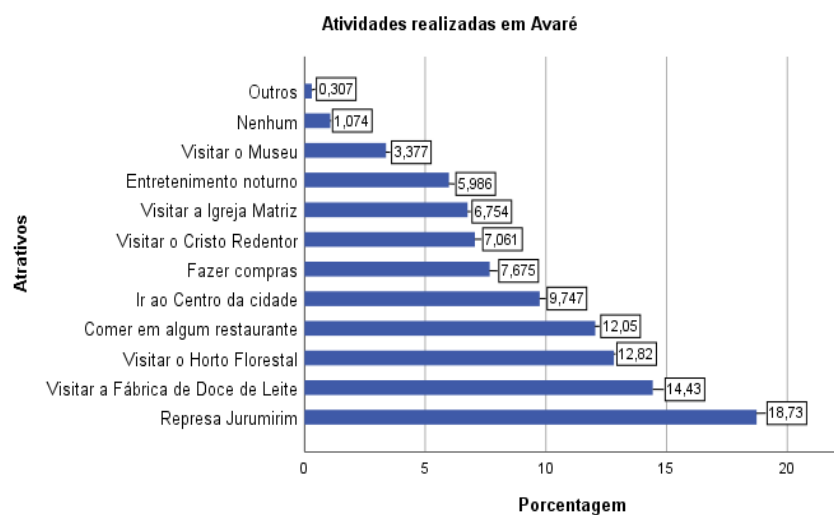
Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

A respeito das motivações dos turistas de ambos os destinos vê-se que a maior motivação dos mesmos é a busca pelo lazer, o que remete a análise anterior relacionada a companhia de viagem. Vê-se um padrão de consumo, as viagens de famílias que usualmente buscam pelo lazer para que possam passar um tempo juntos, fora a rotina de trabalho. Com esse dado também notamos a necessidade de análises contínuas, para verificar se há realmente o perfil de trabalho de negócios, principalmente em Rosana, ou se foram fatos isolados, devido ao acontecimento do evento no qual foi aplicado o questionário.

4.3.2. Atividades Turísticas

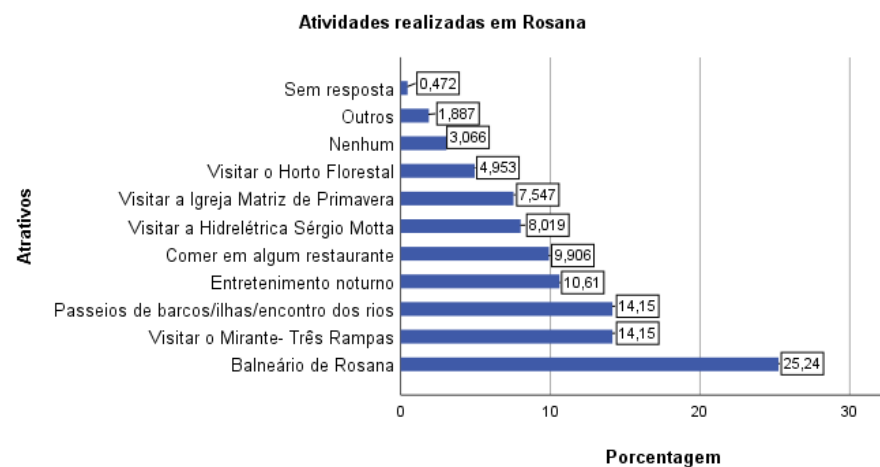
Visto que o público que visita ambos os municípios é aquele que buscam pelo lazer, procuramos verificar se a oferta é condizente com a motivação dos mesmos. Para isso, analisamos os atrativos mais visitados pelos turistas. Vale ressaltar que essa foi uma pergunta de múltipla resposta, podendo um mesmo turista selecionar mais de um atrativo, tendo os seguintes resultados da figura 16 e 17.

Figura 16 - Gráfico de atividades realizadas- Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 17 - Gráfico de atividades realizadas- Rosana



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Ao analisarmos os dois municípios vemos que seus atrativos âncoras, aqueles atrativos principais e conhecidos, que possuem a função de atrair um número expressivo de turistas para o destino tem cumprido tal propósito com êxito. Em Avaré temos como atrativos âncoras a Represa Jurumirim, a Fábrica de Doce de Leite e o Horto Florestal. Já em Rosana temos como atrativo principal o Balneário Municipal de Rosana.

Em Avaré vemos que há uma maior participação dos turistas em relação aos atrativos, visto as porcentagens próximas. Esse dado justifica-se pelo trabalho de promoção do destino, ao divulgar os demais atrativos, incentivando os turistas a conhecer demais atrativos além do âncora.

Em Rosana, no entanto, observa-se que os turistas se concentram no atrativo principal, o Balneário Municipal de Rosana com 25,24%, sendo ele o mais divulgado pelo município em suas redes sociais e sites e imagem do destino. Outros atrativos que possuem atenção dos turistas são o Mirante Três Rampas e os passeios de barco, ambos com 14,15%, esses dois atrativos estão localizados na área pertencente ao Balneário Municipal, sendo assim, alvo dos turistas que estão no balneário.

Já atrativos que estão mais distantes do balneário, como Horto, Igreja Matriz e a UHE Sérgio Motta, possuem uma quantidade inferior de visitantes, dado que pode ser justificado pela falta de divulgação dos atrativos e pela falta de transporte.

Como vimos no decorrer desse estudo, as áreas de estudo possuem uma grande área rural em seu território, que foi foco de muitos fazendeiros, esses que deram início ao surgimento dos municípios. Dessa forma, buscamos compreender, portanto, se os municípios aproveitam dessas áreas rurais, que habitualmente são destinadas à agropecuária, para um novo segmento como o lazer, e para que tenham novas fontes de emprego e renda, além de fomentar a participação da comunidade local.

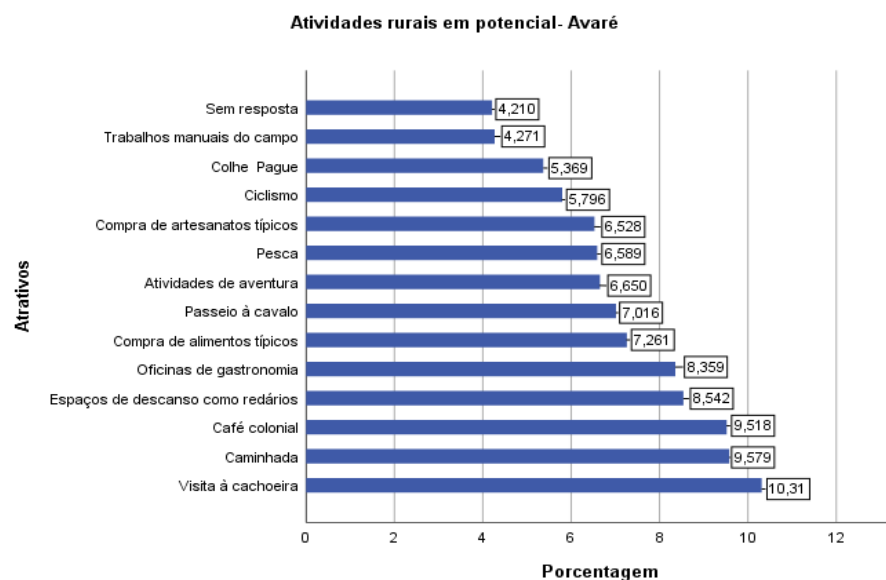
Dessa forma, os dados permitiram obter a demanda potencial dos destinos, no qual verificamos que em Avaré 49,6% nunca estiveram em uma propriedade rural e outros 49,6% já estiveram sendo que 0,8% refere-se aos “sem respostas”. Enquanto em Rosana 64,4% nunca estiveram em uma propriedade rural e 34,9% já estiveram em uma propriedade rural, sendo que 0,7% são referentes aos “sem resposta”.

Após essa questão e ao explicarmos o que seria o TER, questionamos se houvesse uma propriedade em Avaré e Rosana de Turismo no Espaço Rural (TER) se eles iriam e tivemos como resposta que em Avaré 80,% frequentariam a propriedade, enquanto em Rosana 94,6% iriam a

propriedade rural, logo, temos um segmento em potencial em ambos os destinos tanto para aqueles que já conhecem o que é um TER quanto para aqueles que nunca foram a uma propriedade rural, mas que ao explicar do que se trata demonstraram interesse em conhecer esse segmento.

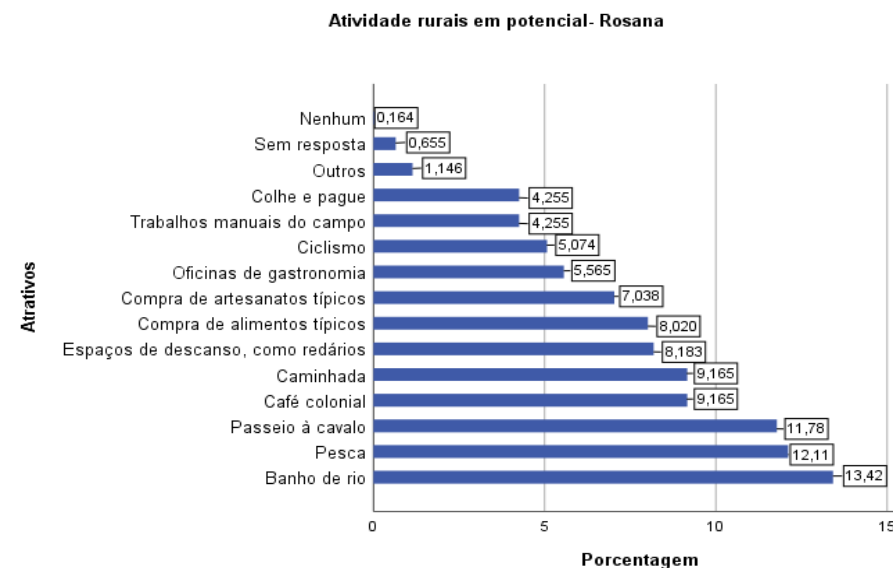
Em relação aos interesses nesse segmento, foram mencionadas as atividades de caminhada, ciclismo, colhe e pague, passeio à cavalo, pesca, trabalhos manuais do campo, compra de alimentos e artesanatos típicos, banho de rio, espaço para descanso como redários e oficinas de gastronomia, o qual obtemos os seguintes os dados demonstrados pela figura 18 e 19.

Figura 18 - Gráfico de atividades rurais- Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 19 - Gráfico de atividades rurais- Rosana



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Vendo a aceitação do público e conseqüentemente a potencialidade do setor, que ainda não é tão difundido nos municípios, temos que as atividades mais visadas pelos turistas são aquelas que remetem a tranquilidade da vida no campo com atividades como banho de rio e visitas a cachoeiras, caminhadas e também a gastronomia típica com o tradicional café colonial.

Identificar os atrativos mais visitados, assim como, os atrativos potenciais, propicia que se trabalhe o marketing turístico nos destinos, utilizando desses atrativos para promover o destino, compreender os atrativos é compreender o perfil de seu público. Com esse dado, é possível, por meio do planejamento, investir nos atrativos turísticos mais visados, incluir a comunidade, em especial a comunidade rural, valorizando a cultura, preservando a área natural e gerando uma nova fonte de renda e emprego para a população dos municípios.

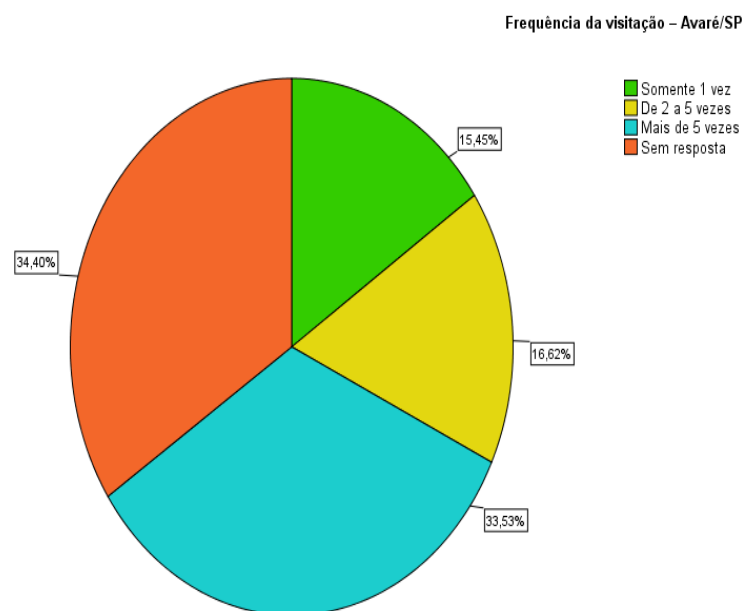
Com os atrativos potenciais, como o rural e aqueles menos visados, é possível pensar em estratégias que aumentem a demanda nesses ambientes, assim, propicia para a descentralização dos atrativos, fazendo com que os turistas desejem permanecer mais tempo nos destinos de Avaré e Rosana.

4.4. Critério Comportamental

4.4.1. Frequência de visitação

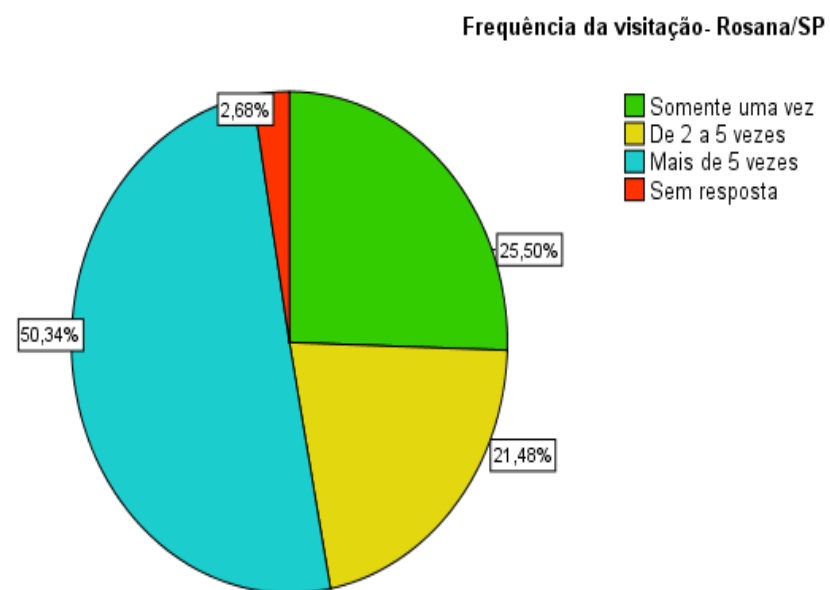
Em relação ao critério comportamental, que busca analisar o comportamento do turista, analisamos a frequência de visitas (figura 20 e 21), com esse dado é possível analisar se os atrativos estão sendo bem acolhidos pelo público, se há fidelização e também a percepção do mesmo sobre o destino visitado.

Figura 20 - Gráfico de frequência- Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 21 - Gráfico de frequência- Rosana



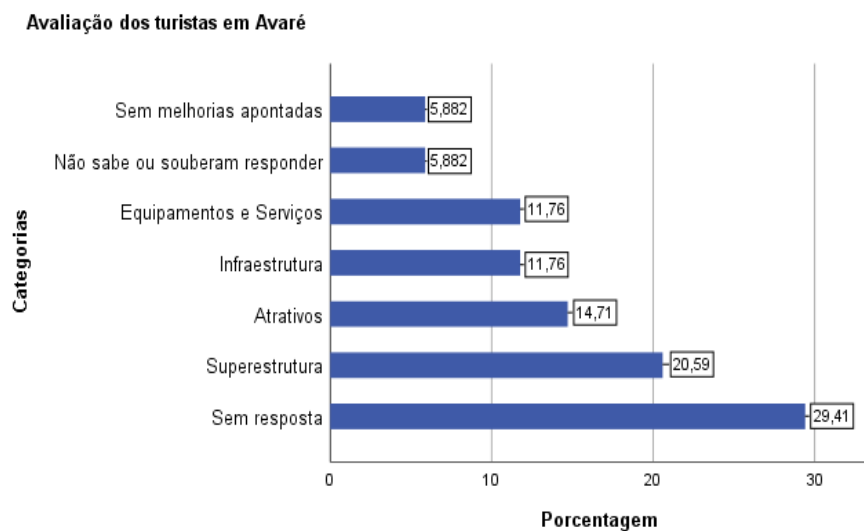
Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Com esses dados temos como resultado que embora em Avaré 34,4% sejam dados relativos a “sem respostas”, conseguimos analisar pelo segundo maior dado que seu público ainda é de turistas habitués que passam da 5ª visitação. Enquanto em Rosana temos que 50,34% já passaram da 5ª visitação. Ou seja, ambos destinos possuem público fidelizado e que conhecem com propriedade o local e que mesmo após a 5ª visitação ainda se sentem atraídos a visitar os atrativos de Avaré e Rosana.

4.4.2. Melhorias (percep o do turista)

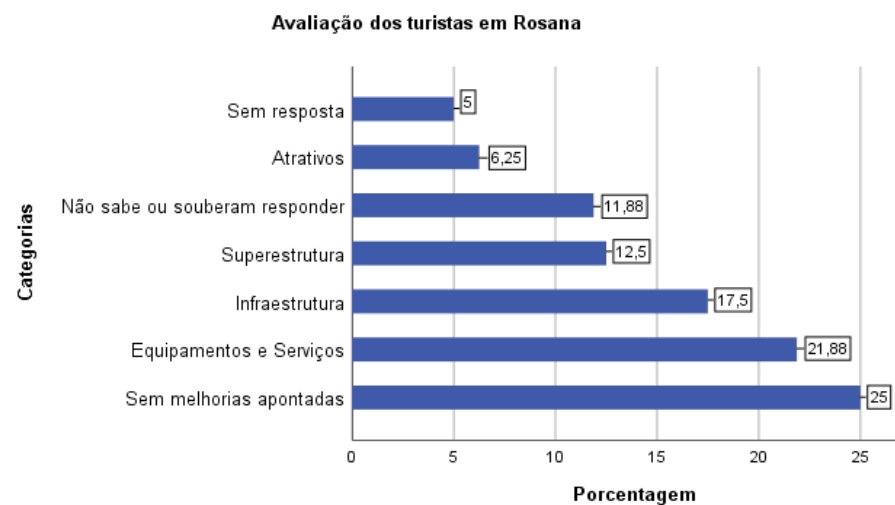
Tendo em vista o público fidelizado, analisamos qual a avalia o dos mesmos no destino, o que os faz retornar ao destino, o que consideram como um déficit dos destinos, assim como, se o ofertado pelos municípios condizem com suas expectativas. Nesse sentido, temos como resposta de uma pergunta aberta os gráficos 22 e 23, que foram classificados levando em considera o as categorias estudadas no sistema de Boullón (2006) em rela o a oferta turística.

Figura 22 - Gráfico de avaliação dos turistas-Avaré



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

Figura 23 - Gráfico de avaliação dos turistas-Rosana



Fonte: Observatório turístico Intermunicipal Avaré/Rosana (2021)

No que tange às avaliações feitas pelos turistas, observamos que as reclamações se diferem quanto às categorias.

Em Avaré, embora menor quantidade de dados e termos 29,41% de “sem respostas” conseguimos extrair algumas informações relevantes que contribuem para a melhoria do destino turístico. Os turistas da Estância Turística de Avaré avaliaram como necessidade extremas (20,59%) itens enquadrados na categoria “superestrutura” dentre eles questões como preservação das praças, organização do fluxo de automóveis, falta de transporte entre as cidades e poucos horários das linhas de ônibus e níveis de segurança. Em seguida temos a “infraestrutura” no qual foi enquadrado questões como placas de sinalização até os atrativos, acessibilidade e banheiros públicos. Seguidos de “atrativos” e “equipamentos e serviços” com porcentagens de parecidas 11,76%. Em relação aos atrativos foram comentadas a inserção demais praças, parques e do turismo rural e em relação aos equipamentos e serviços temos falta de meios de hospedagem, restaurantes e entretenimento noturnos como shows. Apenas 5,88% declaram que o município não precisa de melhorias ou não souberam responder.

Já no MIT Rosana 25% dos turistas disseram que o município não precisa de melhorias. No entanto, as avaliações que se sobressaem foram referentes aos equipamentos e serviços com ressalvas na falta de hotéis e restaurantes, entretenimento noturno e eventos, postos de informação, atendimento e melhorias no Balneário Municipal. Em seguida temos “infraestrutura” 17,5% com questões como falta de estacionamento, banheiros públicos, postos de combustíveis, melhorias urbanas e de limpeza, falta de transporte e estradas em boas condições de uso. Já "superestrutura", com 12,5% disseram precisar de divulgação do destino, falta de fiscalização em relação a animais domésticos entrando nas águas pertos aos banhistas, preços elevados, falta de organização e emprego. Em relação aos atrativos, 8,25% declaram faltar atrativos no município, os quais sugerem parques aquáticos, atrativos turísticos que envolvam a vivência com a natureza e atrativos musicais. Por fim, 11,88% não souberam responder e 5% dos dados não obtivemos respostas.

Observa-se, portanto, que em Avaré devido à pouca quantidade de dados não foi possível obter dados tão conclusivos a respeito do turismo no destino, como foi possível em Rosana. No entanto, observa-se que em ambos os locais precisam atentar-se para a organização do turismo para que ele se desenvolva corretamente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciarmos este estudo, tínhamos como objetivo inicial compreender a oferta e demanda 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.

Tendo uma base fortalecida pelas políticas públicas e com profissionais capacitados para trabalhar com o turismo, que se inicia o 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 ele 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 em 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 Município de Interesse Turístico 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”.

Identificados o perfil dos turistas de ambos os municípios, partimos para a segunda parte do planejamento turístico, o diagnóstico, nessa etapa o banco de dados contribuiu nos mostrando as potencialidades, forças, fraquezas e ameaças do destino, demonstradas no quadro a seguir por meio da análise *Swot*.

Iniciamos a análise *Swot* pela Estância Turística de Avaré (quadro 1), demonstrando todos as forças, fraquezas, potencialidades e ameaças, identificadas por meio dos gráficos discutidos ao decorrer deste estudo.

Quadro 1 - Análise Swot da Estância Turística de Avaré

FORÇAS	FRAQUEZAS
-Atrativo âncora bem definido -Investimento -Público fidelizado -Diversidade de atrativos -Instituição pública voltada para o turismo -Atrativos descentralizados	-Falta parceria entre os setores públicos, privados e moradores -Organização da atividade -Sinalização -Transporte - Promoção do destino -Falta de capacitação
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
-Localização -Regionalização -Crescimento do turismo interno -Recursos naturais -Turismo rural	-Falta de transporte -Alta competitividade -Localização -Não há aeroportos próximos

Fonte: Autora (2021)

Com a Análise Swot alinhada à análise dos gráficos, se torna mais eficaz ao detectarmos quais os pontos que o município tem trabalhado e obtido resultado, assim como os pontos fracos que devem se atentar. Já as oportunidades mostram como os municípios podem aproveitar-se de situações externas as quais não estão sob seu controle. Do mesmo modo, ocorre com as ameaças, situações externas negativas que os municípios devem prever para minimizar seus impactos ou usá-los a seu favor.

Em Avaré temos força o 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.

As fraquezas ditas anteriormente estão relacionadas com a falta de organização da atividade turística, que como Estância Turística espera-se que itens básicos, como sinalização, transporte e promoção do destino, sejam pensados e trabalhados ao iniciar o planejamento da atividade turística. No entanto, observa-se por meio dos dados que há falta de transporte, horários de ônibus escassos, falta de sinalização para chegar aos atrativos, déficits que implicam na dificuldade de os turistas chegarem ao destino e de conhecerem demais atrativos além dos atrativos âncoras.

Como oportunidades, o município atende turistas regionais, segmento que tem crescido nos últimos anos, em especial durante a pandemia em que os turistas têm procurado viagens a curta distância para destinos que envolvem ambientes naturais. Dessa forma, Avaré deve investir no turismo rural, grande oportunidade e potencialidade no município, como demonstrado nos gráficos. Além de investir em sua localização, que possui ao redor estâncias turísticas como a Estância Turística de Águas de Santa Bárbara e a Estância Turística de Piraju, promovendo roteiros regionais. Dessa forma promoverá o destino, aumentará a demanda de turistas e fortalecerá as relações entre público e privado de toda a região. Diminuindo assim, suas ameaças, sendo a falta de aeroportos que traria uma demanda maior de turistas e também a competitividade dos municípios, visto que terão um turismo cooperativo. Ressaltamos a necessidade de profissionais capacitados para essa organização, podendo o IFSP contribuir com os estudos da atividade turística.

Em seguida, após a análise de Avaré, foi realizada a análise *Swot* do Município de Interesse Turístico de Rosana, identificando as forças, fraquezas, ameaças e potencialidades do município (quadro 2).

Quadro 2 - Análise Swot do Município de Interesse Turístico de Rosana

FORÇAS	FRAQUEZAS
-Atrativo âncora bem definido -Investimento -Público fidelizado -Atrativos bem aceitos pelos turistas -Instituição pública de ensino voltada para o turismo	-Concentração de atrativos no mesmo local -Parceria público, privado e moradores locais -Atrativos centralizados -Falta de equipamentos turísticos (hotéis e restaurantes) -Déficits na infraestrutura (estacionamentos, postos de gasolinas, estradas) -Promoção do destino -Não possui agências -Falta de transporte -Falta de capacitação
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
-Localização -Regionalização -Crescimento do turismo interno -Recursos naturais -Alta demanda de estudantes e trabalhadores de outras regiões -Turismo rural	-Falta de transporte -Alta competitividade -Localização -Não há aeroportos próximo

Fonte: Autora (2021)

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 a falta de 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, sendo 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.

Com o diagnóstico dos municípios feito por meio da análise Swot, foi possível pensar em ações viáveis que os municípios, dados as suas características, podem aderir para que obtenham o planejamento sustentável, essa parte no planejamento turístico, refere-se ao prognóstico.

5.1 Ações sugeridas

Pensando nas ações que os municípios poderiam aderir, de acordo com os dados e as análises realizadas foi possível sugerir algumas ações básicas (quadro 3) para estes e outros municípios que estão iniciando o planejamento turístico, mas que se torna de extrema importância, pois por meio destas ações será possível desenvolver o destino de forma planejada, pensando nas bases da sustentabilidade como envolvimento social, desenvolver a economia do destino e preservar o ambiente natural.

Quadro 3 - Ações sugeridas aos destinos

O que fazer?	Por que fazer?	Como fazer?	Quem vai fazer?
Retroalimentar o banco de dados	A retroalimentação dos dados possibilita que os municípios tenham sempre informações atualizadas da atividade turística, podendo fazer comparações e análises de evolução, estagnação ou em declínio da atividade. Analisando pontos a melhorar e o perfil do público.	Coleta de dados nos atrativos do município com a demanda local (se possível com a oferta) e disponibilização dos dados no banco do Observatório Turístico	Gestão pública e parcerias com instituições públicas de ensino, voltadas para o turismo (IFSP e UNESP)
Inventariar os atrativos ativos e potenciais	Entender quais são os atrativos que o município possui, assim como quais estão sendo visitados e seus potenciais atrativos, como o turismo rural, possibilita entender se a atividade turística está se desenvolvendo e atingindo os objetivos do planejamento turístico, de acordo com as especificidades de cada local, evitando declínio do turismo.	Por meio de visitas técnicas, sites de turismo ou do próprio município, pesquisas e contato com a oferta turística.	Gestão público e parcerias com instituições públicas de ensino, voltadas para o turismo (IFSP e UNESP)
Fortalecer as relações públicos, privados e moradores locais	As inter-relações na atividade turística são de extrema importância, pois ela coexiste, logo, necessitam uma das outras para o funcionamento do turismo. Fortalecer as relações com potenciais parceiros e comunidades, possibilita que empresas se estabeleçam no município, aumente o incentivo na atividade, valorize a população local, além de gerar renda e emprego para os autóctones, melhorando a qualidade de vida e a qualidade dos serviços turísticos.	Ser mediador, facilitador nas decisões que se referem ao turismo. Incentivando as empresas a se estabelecerem nos municípios, aos moradores participarem do planejamento turístico e aos municípios que estão na mesma região que integrem um mesmo projeto de promoção do destino, por meio de roteiros turísticos. Por meio de redes de turismo, COMTUR, secretarias de turismo e empresas.	Setor público em conjunto com iniciativas privadas e moradores locais.

Trabalhar o marketing turístico	A fim de promover os destinos, investindo em marketing turístico, de acordo com o perfil do público e atividades praticadas	Analisar o fluxo turístico, o perfil dos visitantes, as atividades praticadas, direcionando as ações de marketing para o público adequado, tanto externo (promovendo o destino), como interno, divulgando os atrativos e serviços oferecidos no município enquanto o turista frequenta o destino	Gestão pública, podendo ser um responsável pelas relações públicas do município, como também uma parceria com o setor privado. Algumas instituições públicas conseguem realizar esse marketing turístico, por meio de projetos de extensão.
Fornecer capacitação turística	Para que os profissionais que trabalharão na atividade turística consigam fazer a análise da atividade e atender adequadamente às expectativas dos turistas	Fornecer cartilhas de capacitação ao <i>trade</i> , fornecer cursos rápidos, cursos online, palestras e visitas técnicas.	Setor privado, com o apoio do setor público. Por meio das instituições de ensino dos municípios como IFSP, UNESP, SEBRAE, SENAI, entre outras.

Fonte: Autoras (2021)

Essas ações propostas acima no quadro 3, só foram possíveis devido a obtenção dos dados por meio do Observatório Turístico, que possibilitou a análise da Estância Turística de Avaré e do Município de Interesse Turístico de Rosana/SP, ao que concluímos que, embora Avaré já seja um destino consolidado dado a titulação de Estância Turística, ainda necessita de organização para que o turismo se desenvolva, tendo assim semelhanças ao que se refere a organização do turismo em Rosana, esse que está caminhando em busca da consolidação como destino turístico como Estância Turística. Logo, as ações propostas conseguem atender, de forma viável, ambos os destinos.

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.

Ao fim deste estudo foi possível, portanto, identificar o perfil da demanda turística, analisar a atividade turística, assim como propor ações para alavancar o destino turístico de forma sustentável, demonstrando a importância do Observatório Turístico com a disponibilização dos dados, cumprindo com seu objetivo inicial.

Para tanto, ressaltamos a necessidade da continuidade da pesquisa, tanto por meio das instituições de ensino parceiras como pelos gestores de ambos os destinos, visto que embora a pesquisa tenha tido bons resultados que permitiram a análise, parte da pesquisa ocorreu em meio a pandemia de COVID-19, que mudou os hábitos dos turistas durante uma viagem, além de impossibilitar a continuidade da coleta de dados que deve ser feita constantemente para que identifique mudanças no perfil da demanda. Além disso esse estudo fez parte de um projeto financiado, que devido as inconstâncias governamentais, teve um corte orçamentário que impossibilitou a contratação de profissional especialista na ferramenta de análise que traria dados consistentes a respeito da atividade turística dos destinos, contratação prevista, mas que não foi possível, decorrentes disso o estudo teve de ser se adaptado à nova realidade.

Vemos mais uma vez a importância da capacitação no âmbito do planejamento turístico e do manuseio de ferramentas que auxiliem esse processo, assim como continuidade da pesquisa para que se observe as mudanças que a todo momento ocorrem em mundo globalizado, para que se tenha ações preventivas, na medida do possível, constantes e assertivas que contribuam com o planejamento e desenvolvimento do destino turístico.

6 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M.G. Desenvolvimento turístico ou desenvolvimento local? Algumas reflexões. Anais do ENTBL – Planejamento para o desenvolvimento local. 03 a 06 de novembro de 2004. Curitiba – Paraná. **In: Observatório Geográfico de Goiás**. Disponível em: <https://observatoriogeogoiias.iesa.ufg.br/p/2340-artigos>. Acesso em: 13 nov 2021

AMARAL FILHO, J. do. A ENDOGENEIZAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO REGIONAL E LOCAL. **Planejamento e Políticas públicas**, [S. l.], n. 23, 2009. Disponível em: [//www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/view/78](http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/view/78). Acesso em: 13 nov. 2021.

BENI, M.C. Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. **Revista Turismo em Análise**. [S.l.], v.10, n.1, p.7-17, 1999. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63455/66200>. Acesso em: 05 mar 2021;

BENI, M.C. Política e planejamento estratégico no desenvolvimento sustentável do turismo. **Revista Turismo em Análise**. [S.l.], v.17, n.1, 5-22, 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/68228/70775>. Acesso em: 05 mar 2021.

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.

BRASIL. **Constituição da república federativa do Brasil de 1988**. Subchefia para Assuntos Jurídicos, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 13 nov 2021.

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. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/1071>. Acesso em: 03 mar 2021.

GONÇALVES, L.G.M. **Os saberes, fazeres e dizeres do campo: o futuro Museu do Assentado no município de Rosana/SP**. 2018. 117f. Monografia (Graduação em turismo) – Universidade Estadual Paulista-UNESP, Campus Experimental de Rosana, Rosana, 2018. <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/210/pdf>. Acesso em: 05 mar 2021

LANZARINI, R. BARRETTO, M. Políticas públicas no Brasil para um turismo responsável. **Revista Turismo- Visão e Ação**, [S.l], v. 16, n.1 – Jan-Abr, 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/Samsung/Downloads/5945-16002-1-SM.pdf>. Acesso em: 13 nov 2021

MEDAGLIA, J; MAYNART, K; SILVEIRA, C. A segmentação de mercado e a demanda turística real em Diamantina/MG e Região. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**. [S.l], v. 7, n.4, 2013. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/11412>. Acesso em: 13 nov 2021

MEDAGLIA, J; SILVEIRA, C.E; GANDARA, J.M.G. Quatro décadas de ensino superior de turismo no Brasil: dificuldades na formação e consolidação do mercado de trabalho e a ascensão de uma área de estudos como efeito colateral. **Revista Turismo- Visão e Ação**, [S.l], v.14, n.1, 2012. Disponível em: siaiap32.univali.br/ser/index.php/rtva/article/view/2659. Acesso em: 13 nov 2021.

MENEZES, R.M. **Sociabilidade e organização social na cidade de Primavera/SP. Análise das representações construídas pelos trabalhadores da usina hidrelétrica engenheiro Sergio Motta**. 2013. 129f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2013. Disponível em: <http://repositorio.uem.br:8080/jspui/handle/1/3185>. Acesso em: 13 nov 2021

NATT, E.D.M; ICHIKAWA, E.Y. Campos, agentes e relações de poder: um estudo sobre as origens do distrito de Primavera-SP. **Gestão e Sociedade**. [S.l], v.6, n.15, p. 308-334, set/dez, 2012. Disponível em: <https://ges.emnuvens.com.br/gestaoesociedade/article/view/1654/1028>. Acesso em: 05 mar 2021.

NEVES, C. S. B., CARVALHO, I. S., DE SOUZA, W. F. L., FILIPPIM, M. L. (2021). **Os impactos da covid-19 nas viagens de turistas brasileiros: conjuntura e perspectivas na**

eclosão e na expansão da pandemia no Brasil. *Tur., Visão e Ação*, 23(1), 2-25. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tva/a/Sw5gnMfkcB8H8KCYZHKjyrN/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 dez 2021.

OLIVEIRA, R. P., MIRANDA, I. P. & AMARAL, J. P. S. (2016). **Gestão da Informação: O Papel dos Observatórios e Turismo Brasileiros para a Tomada de Decisão do Setor Público.** *Marketing & Tourism Review*, 1 (2). Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/3837>. Acesso em 13 dez 2021.

OLIVEIRA, R.A; SOETHE, C. O planejamento da oferta turística como fator para o desenvolvimento do turismo: o caso do Município de Nova Trento-SC. 2005. Disponível em: ucs.br/site/midia/arquivos/gt3-o-planejamento.pdf. Acesso em: 13 nov 2021.

PIERI, V.S.G; PANOSSO NETO, A. **Turismo internacional: fluxos destinos e integração regional.** Boa Vista: Editora da UFRR, 2015. 210f. Disponível em: http://www.each.usp.br/turismo/livros/turismo_internacional_pieri_panosso.pdf. Acesso em: 05 mar 2021.

RAUPP, F.M; BEUREN, I.M. **Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais.** [s.a.]. Disponível em: http://www.geocities.ws/cienciascontabeisfecea/estagio/Cap_3_Como_Elaborar.pdf. Acesso em: 03 mar 2021.

RODRIGUES, S.M. Planejamento, elemento chave para o desenvolvimento do turismo: um estudo sobre a importância da regionalização e o planejamento do turismo no município de Barra dos Coqueiros. **Revista de Turismo Contemporâneo.** Natal, v.2, n.2, p.206-226, jul./Dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/5497/5047>. Acesso em: 03 mar 2021.

SANTOS, C.N. **O patrimônio cultural e as identidades territoriais como possibilidades de desenvolvimento da atividade turística no município de Rosana/SP.** 2013. 180f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista-UNESP, Presidente Prudente, 2013. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/96757/santos_cn_me_prud.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 03 mar 2021.

SANTOS, E.C.P. **Entre eixos: um novo olhar sobre o sítio ferroviário de Avaré.** 2017. 127f. Monografia (Graduação em Arquitetura e Urbanismo)- Universidade Estadual Paulista-UNESP, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2017. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/156356>. Acesso em: 05 mar 2021.

SANTOS, G.N.C; INÁCIO, J.B. Observatório do turismo e big data: a importância da informação e da tecnologia no desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e sustentáveis. **Revista Caminhos de Geografia**, Uberlândia-MG, v.19, n.65, Março/2018, p.286-299. Disponível em: readclube.com/articles/10.14393%2Frcg196521. Acesso em: 13 nov 2021.

SÃO PAULO (Estado). **Lei complementar n. 1.261, de 29 de abril de 2015.** Estabelece condições e requisitos para a classificação de Estâncias e de Municípios de Interesse Turístico e dá providências correlatas. São Paulo: Assembleia Legislativa, 2015. Disponível em:

<https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2015/lei.complementar-1261-29.04.2015.html>. Acesso em: 03 mar 2021

SÃO PAULO. **Município de Interesse Turístico: cartilha de orientação de acordo com a lei 1261/15.** 2015. Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=108>. Acesso em: 03 mar

SILVA, J. A. A dimensão territorial no planejamento do desenvolvimento turístico no Brasil: modelo do pólo de crescimento versus modelo territorialista e endógeno. **Revista Turismo em Análise**, [S. l.], v. 17, n. 3, p. 5-23, 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63753>. Acesso em: 13 nov. 2021.

SILVA, M.D.G; MIRANDA, E.A. Planejamento do turismo para o desenvolvimento local. **Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento-RBPD**. [S.l], v.2, n.2, p. 94-103, jul./dez. 2013. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rbpd/article/view/3079/2097>. Acesso em: 05 mar 2021.

SILVA, W. S. **O processo de industrialização paulista: os casos de Botucatu, Avaré e Ourinhos.** 2016. 122f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências, 2016. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-11032016-155429/publico/2016_WashingtonSoaresSilva_VCorr.pdf. Acesso em: 05 mar 2021.

THEORGA, A. B. (2016). **Os observatórios de turismo no Brasil.** [Master's thesis, Brasília University]. <https://repositorio.unb.br/handle/10482/20969>. Acesso em: 13 dez. 2021

THOMAZ, R.C.C. Observatório Turístico Intermunicipal da Estância Turística de Avaré e do Município de Interesse Turístico de Rosana (Estado de São Paulo). UNESP. Rosana/SP: **Projeto de Pesquisa**, 2019 (Chamada MCTIC/CNPq N° 28/2018 - Universal/Faixa B).

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: _____

1. Gênero: () Feminino () Masculino

2. Cidade/Estado de residência atual: _____

3. Faixa-etária:
() De 18 a 34 anos () De 34 a 54 anos () Mais de 54 anos

4. Que meio de transporte utilizou para chegar no Município de Rosana?
() Ônibus de linha regular () Ônibus contratado () Veículo próprio
() Veículo locado () Outro.
Qual? _____

5. É a primeira vez que visita Rosana? () Sim () Não

6. 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

7. Com quem está viajando para Rosana?

() Sozinho

() Com amigos

() Em casal

() Em família

() Com colegas de trabalho/estudo

() Com grupo organizado

() Outros. Qual? _____

8. Como você organizou sua viagem a Rosana?

() Por conta própria

() Através de agência de viagens

() Através de uma associação ou clube

() Outros. Qual? _____

9. 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? _____