



# **Estudo de Demanda Turística**

## **Pesquisa de Demanda Real de Divinolândia (SP)**

**2022**

# **Prefeitura Municipal de Divinolândia (SP)**

Antônio de Pádua Aquisti  
**Prefeito**

## **Gerência Municipal de Turismo**

Naiara Ap. Mapelli  
**Gerente**

## **Inove Consultoria Empresarial**

Maria Aparecida Franzini de Almeida Rodrigues  
**Coordenadores do Estudo**

### **Equipe técnica**

Maria Aparecida Franzini de Almeida Rodrigues  
Márcio Paccola Langoni

### **Colaboração**

Larissa de Aguiar Andrade

### **Supervisão de Campo**

Maria Aparecida Franzini de Almeida Rodrigues

### **Pesquisadores**

Renan R. G. Inácio

## APRESENTAÇÃO

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

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

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

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

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

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

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1 – Período da pesquisa. ....  | 12 |
| Gráfico 2 – Residência permanente. ....  | 12 |
| Gráfico 3 – Local de Aplicação das Entrevistas .....   | 13 |
| Gráfico 4 – Sexo.....  | 13 |
| Gráfico 5 – Origem dos visitantes.....   | 14 |
| Gráfico 6 – Faixa etária. ....   | 17 |
| Gráfico 7 – Principal motivo da viagem. ....   | 18 |
| Gráfico 8 – Principal motivo, se a lazer. ....   | 18 |
| Gráfico 9 – Escolaridade completa. ....  | 19 |
| Gráfico 10 – Renda Familiar Mensal. ....   | 20 |
| Gráfico 11 – Fonte de informação para a viagem. ....   | 21 |
| Gráfico 12 – Está viajando.....  | 21 |
| Gráfico 13 – Pernoite na cidade. ....  | 22 |
| Gráfico 14 – Quantidade de pernoites. ....   | 22 |
| Gráfico 15 – Viagem organizada por agência de turismo. ....  | 23 |
| Gráfico 16 – Meio de transporte utilizado. ....  | 24 |
| Gráfico 17 – Meio de hospedagem no destino. ....   | 24 |
| Gráfico 18 – Média de gastos. ....   | 25 |
| Gráfico 19 – Pessoas com necessidades especiais. ....  | 26 |
| Gráfico 20 – Avaliação sobre infraestrutura – Limpeza Urbana.....                                    | 27 |
| Gráfico 21 – Avaliação sobre infraestrutura – Segurança Pública. ....                                | 27 |
| Gráfico 22 – Avaliação sobre infraestrutura – Sinalização Turística. ....                            | 28 |
| Gráfico 23 – Avaliação sobre infraestrutura – Serviços de Táxi.....                                  | 28 |
| Gráfico 24 – Avaliação sobre infraestrutura – Telecomunicações. ....                                 | 29 |
| Gráfico 25 – Avaliação sobre infraestrutura – Internet.....  | 30 |
| Gráfico 26 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos –<br>Restaurantes/Alimentação..... | 30 |
| Gráfico 27 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Hospedagem.....                  | 31 |
| Gráfico 28 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Atrativos Turísticos. ....       | 32 |
| Gráfico 29 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Diversão Noturna. ....           | 33 |
| Gráfico 30 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Informações<br>Turísticas. ....  | 33 |
| Gráfico 31 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Preços Praticados....            | 33 |
| Gráfico 32 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Guia de Turismo. ....            | 34 |
| Gráfico 33 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Passeios/City-tour....           | 35 |
| Gráfico 34 – Pensou em visitar outra cidade? .....   | 35 |
| Gráfico 35 – O que a cidade tem de melhor? .....   | 36 |
| Gráfico 36 – O que a Cidade tem de Pior? .....   | 37 |
| Gráfico 37 – Pretende voltar ao destino?.....  | 38 |

## ÍNDICE DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| Tabela 1 – Visitantes com origem de até 100 km de Divinolândia. ....                           | 14 |
| Tabela 2 – Visitantes com origem acima de 100 km de Divinolândia.....                          | 15 |
| Tabela 3 – Visitantes com origem da Capital, Região Metropolitana e Litoral do<br>Estado. .... | 16 |
| Tabela 4 – Visitantes com origem de Outros Estados.....  | 16 |
| Tabela 5 – Visitantes com origem de Outros Países.....   | 17 |

## ÍNDICE DE QUADROS

|   |    |
|---|----|
| Quadro 1 – O que a cidade tem de melhor. .... | 37 |
| Quadro 2 – O que a cidade tem de pior. ....   | 38 |

## Sumário

|  |    |
|--|----|
| APRESENTAÇÃO.....                            | 3  |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS .....                     | 4  |
| ÍNDICE DE TABELAS .....                      | 5  |
| ÍNDICE DE QUADROS .....                      | 6  |
| Sumário.....                                 | 7  |
| Introdução .....                             | 8  |
| Metodologia.....                             | 8  |
| 1 PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL .....   | 10 |
| 1.1 Resultados Pesquisa de Demanda Real..... | 11 |
| 1.2 Análise da pesquisa .....                | 39 |
| 1.3 Conclusão .....                          | 43 |
| 2. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....                | 46 |
| REFERÊNCIAS.....                             | 49 |
| ANEXOS .....                                 | 50 |



## **Introdução**

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

A **Inove Consultoria Empresarial**, empresa especializada para elaboração do Estudo de Demanda Turística Real, registrada no Conselho Regional de Administração de São Paulo – CRA-SP sob nº 022.015 e no CADASTUR do Ministério do Turismo, mobilizou a sua equipe para realizar a aplicação, validação, tabulação e elaboração do Estudo de Demanda Turística Real de acordo com a Lei Complementar Estadual nº 1.261/15. O presente volume contém os resultados e análises das Pesquisas de Demanda Turística Real 2022, seus gráficos e comentários.

## **Metodologia**

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

Os dados obtidos com as pesquisas são essenciais para a segmentação da demanda turística de um município, sendo esta, uma estratégia de marketing que permite atingir de maneira efetiva os consumidores ao oferecer-lhes produtos adequados visando assim a plena satisfação do visitante. Da mesma forma, a segmentação permite a promoção do destino de modo mais específico por meio de uma comunicação direcionada a cada segmento de público.

O instrumento utilizado para coleta de informação para o presente estudo teve como base perguntas fechadas e abertas, sendo as mesmas qualitativas e quantitativas. A abordagem dos entrevistados ocorreu de forma aleatória, observando que o pesquisador procura deixar o entrevistado à vontade para analisar e proceder sua resposta; os resultados estatísticos foram observados, as frequências absolutas





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

A Pesquisa de Demanda Turística Real reporta-se aos visitantes presentes numa destinação turística em um determinado momento, tendo como objetivo compreender os diferentes aspectos de uma determinada realidade. A equipe técnica da **Inove Consultoria Empresarial** aplicou, validou e tabulou 305 questionários de pesquisas aplicados no ano de 2022 no município de Divinolândia. As pesquisas realizadas, ocorreram em dias alternados no mês de dezembro, cabe nos ressaltar também que, foram realizadas pesquisas online com turistas/excursionistas “*habitués*” que visitaram o município de Divinolândia no ano de 2022.

Os locais de aplicação foram no Hospital CONDERG, Canjerô, Biroasca, Feira do Produtor Rural, Prosa Caipira, Aniversário da Cidade e Pesquisas Online.

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

Para a tabulação das informações apontadas no questionário, utilizamos o editor de planilhas “Excel” não considerando casas decimais nos resultados percentuais, sendo assim, pode-se deparar em alguns gráficos com uma variação de 1 (um) por cento para mais ou para menos, que se justifica devido ao arredondamento automático da ferramenta utilizada.

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



## 1 PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL



## 1.1 Resultados Pesquisa de Demanda Real

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

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

A **Inove Consultoria Empresarial** e sua equipe aplicou, validou e tabulou 305 questionários aplicados no ano de 2022 no município de Divinolândia. Os locais de aplicação foram: Hospital CONDERG, Canjerô, Biroasca, Feira do Produtor Rural, Prosa Caipira, Aniversário da Cidade e Pesquisas Online.

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

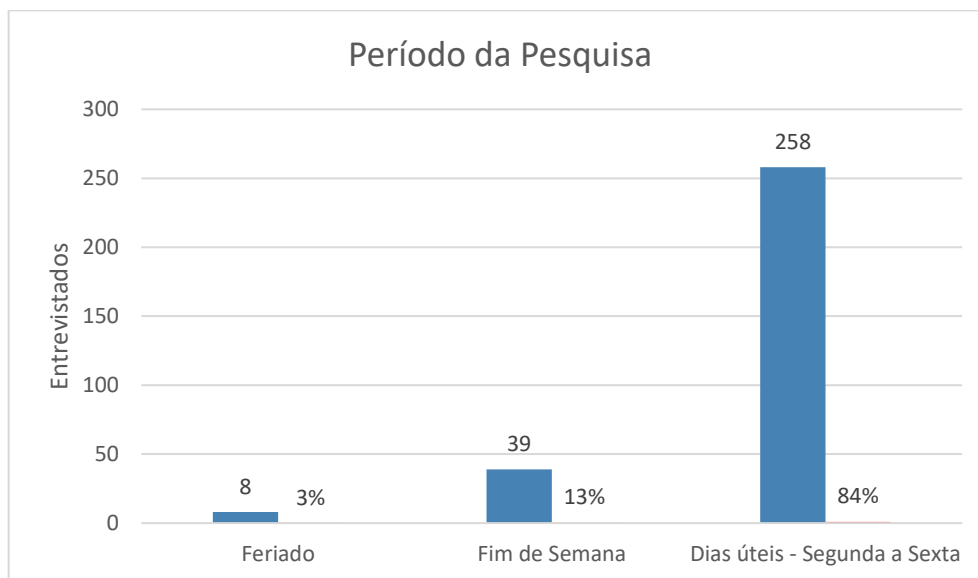
Os dados gerados com essas entrevistas, permitiram a realização deste estudo, o qual teve como principal objetivo:

- Identificar perfis socioeconômicos de visitantes, assim como melhorias necessárias no município, segundo a opinião dos entrevistados, para transformar o destino em um produto mais atraente para o público-alvo;
- Estimar em possíveis visitantes manifestação de interesse ou não em conhecer mais os atrativos turísticos do município de Divinolândia;
- Avaliar possíveis impactos econômicos que o turismo já traz ao município, dada a duração prevista para a viagem e a disposição a gastar no destino, declarado pelos respondentes.

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



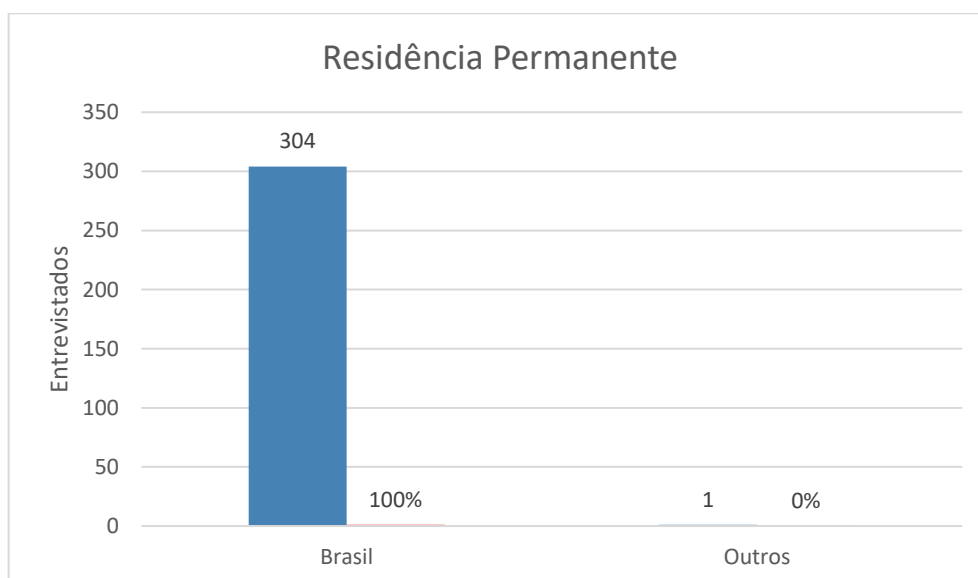
**Gráfico 1 – Período da pesquisa.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

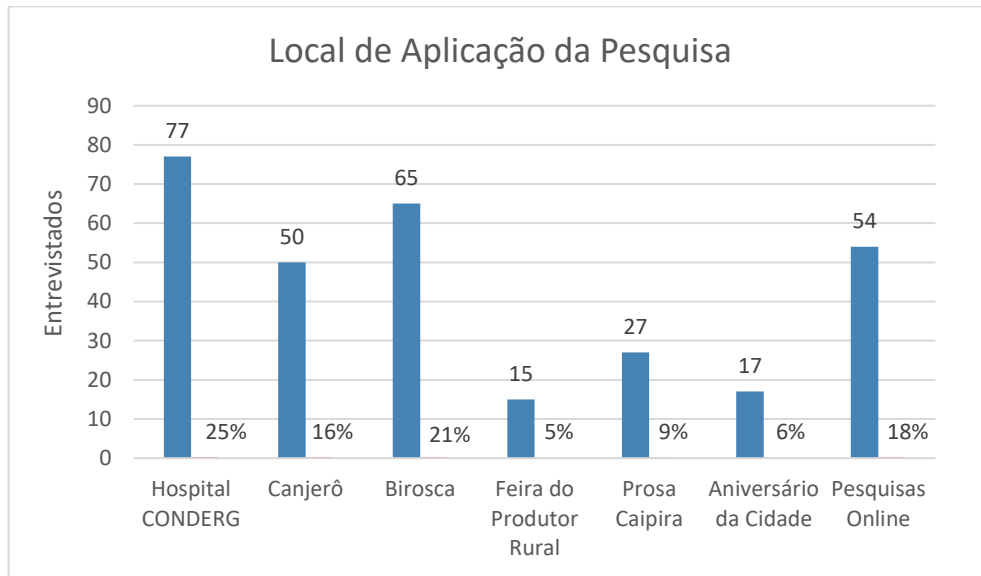
No Gráfico 1 pode-se observar que 84% dos respondentes foram entrevistados nos dias úteis - segunda a sexta-feira, 13% no fim de semana e 3% nos feriados. Conforme gráfico 2, 100% possuem residência fixa permanente no território brasileiro.

**Gráfico 2 – Residência permanente.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

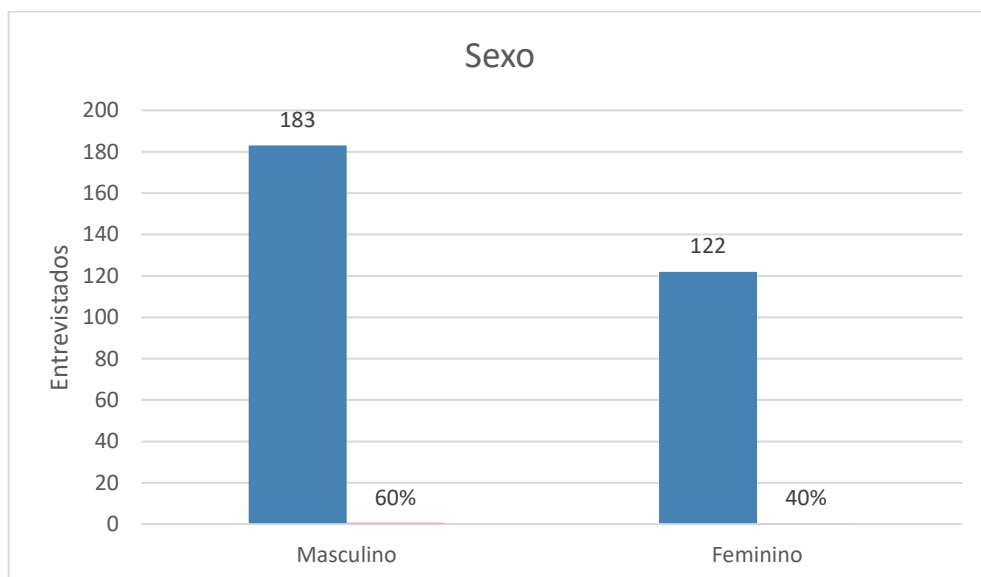
**Gráfico 3 – Local de Aplicação das Entrevistas**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Diante do Gráfico 3, observa-se que 25% das entrevistas ocorreram no Hospital CONDERG, 21% na Biroasca, 18% nas Pesquisas Online, 16% no Canjerô, 9% na Prosa Caipira, 6% no Aniversário da Cidade e 5% na Feira do Produtor Rural.

**Gráfico 4 – Sexo.**



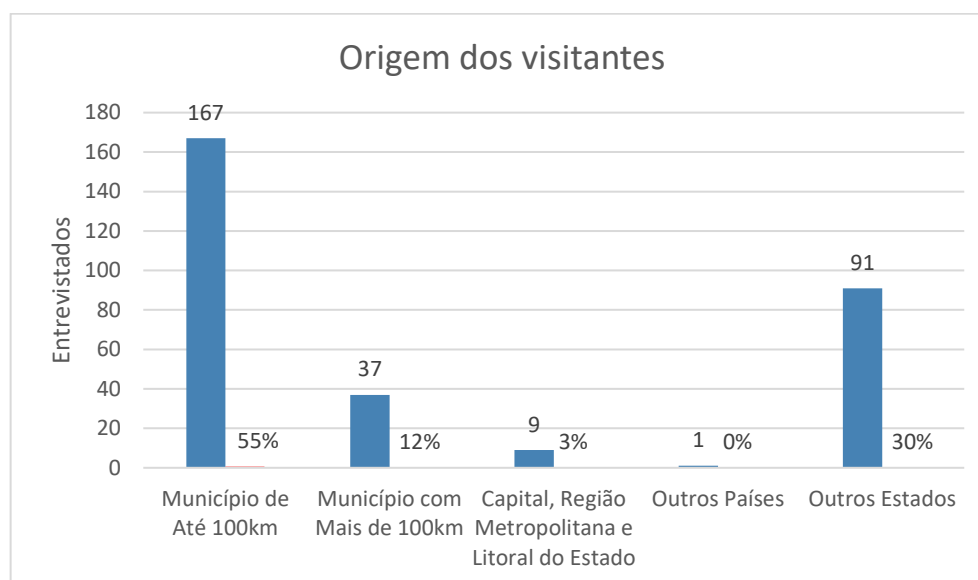
Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.



No Gráfico 4, a presente pesquisa observou 60% dos entrevistados do sexo masculino e 40% do sexo feminino.

Pode-se observar no Gráfico 5 que, 55% dos respondentes têm origem de municípios com até 100 km, 30% são advindos de outros estados, 12% de municípios com mais 100 km. Já 3% apontaram capital, região metropolitana e litoral do estado. Já 3% apontaram capital, região metropolitana e litoral do estado.

**Gráfico 5 – Origem dos visitantes.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

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

Visitantes com origem de até 100 km de Divinolândia:

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

| CIDADES               | QUANTIDADE DE VISITANTES |
|-----------------------|--------------------------|
| Caconde               | 25                       |
| Vargem Grande do Sul  | 22                       |
| Mococa                | 17                       |
| São José do Rio Pardo | 17                       |
| Tapiratiba            | 13                       |
| Aguai                 | 12                       |



|                          |            |
|--------------------------|------------|
| São João da Boa Vista    | 11         |
| Espírito Santo do Pinhal | 4          |
| Santa Cruz das Palmeiras | 4          |
| Itobi                    | 2          |
| Santo Antônio do Jardim  | 2          |
| Águas da Prata           | 1          |
| Tambaú                   | 1          |
| <b>TOTAL</b>             | <b>131</b> |

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

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

| CIDADES                 | QUANTIDADE DE VISITANTES |
|-------------------------|--------------------------|
| São Sebastião da Gramma | 36                       |
| Ribeirão Preto          | 11                       |
| Campinas                | 6                        |
| Mogi Guaçu              | 5                        |
| Americana               | 3                        |
| Mogi Mirim              | 2                        |
| Águas de Lindóia        | 1                        |
| Cajuru                  | 1                        |
| Catanduva               | 1                        |
| Estiva Gerbi            | 1                        |
| Itapira                 | 1                        |
| Limeira                 | 1                        |
| Rio Claro               | 1                        |
| São Carlos              | 1                        |
| São Roque               | 1                        |
| Sumaré                  | 1                        |
| <b>TOTAL</b>            | <b>73</b>                |

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.



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

| CIDADES               | QUANTIDADE DE VISITANTES |
|-----------------------|--------------------------|
| São Paulo             | 3                        |
| São Bernardo do Campo | 2                        |
| São Caetano do Sul    | 2                        |
| Guarulhos             | 1                        |
| Santo André           | 1                        |
| <b>TOTAL</b>          | <b>9</b>                 |

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Tabela 4 – Visitantes com origem de Outros Estados.

| CIDADES                   | QUANTIDADE DE VISITANTES |
|---------------------------|--------------------------|
| Poços de Caldas - MG      | 59                       |
| Muzambinho - MG           | 6                        |
| Guaranésia - MG           | 4                        |
| Guaxupé - MG              | 4                        |
| Alfenas - MG              | 3                        |
| Belo Horizonte - MG       | 2                        |
| Andradas - MG             | 1                        |
| Balneário Camboriú - SC   | 1                        |
| Caldas - MG               | 1                        |
| Carvalhópolis - MG        | 1                        |
| Juruáia - MG              | 1                        |
| Monte Santo de Minas - MG | 1                        |
| Passos - MG               | 1                        |
| Patrocínio - MG           | 1                        |
| Sacramento - MG           | 1                        |
| São Pedro da União - MG   | 1                        |
| Uberaba - MG              | 1                        |
| União da Vitória - PR     | 1                        |





|               |           |
|---------------|-----------|
| Varginha - MG | 1         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>91</b> |

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

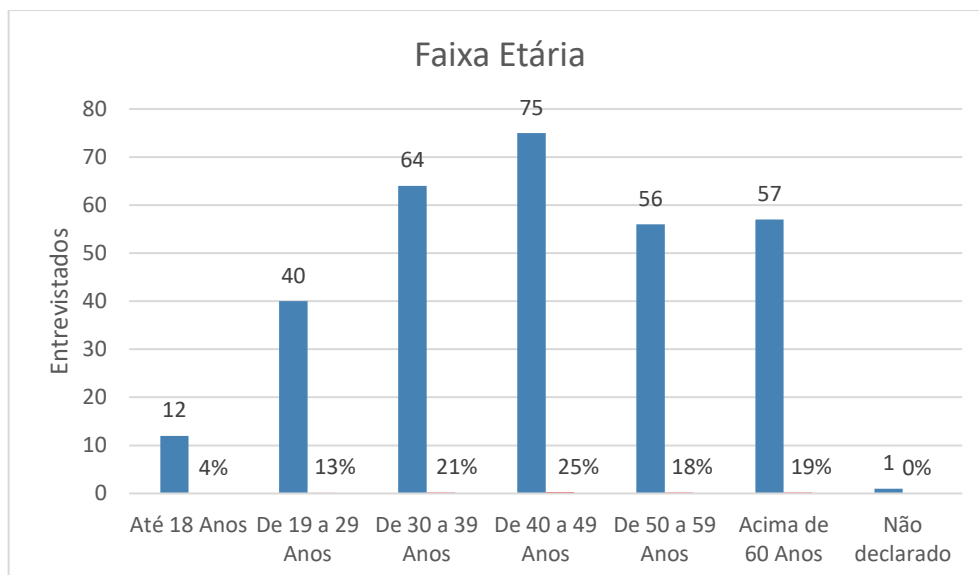
Tabela 5 – Visitantes com origem de Outros Países.

| CIDADES        | QUANTIDADE DE VISITANTES |
|----------------|--------------------------|
| Estados Unidos | 1                        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1</b>                 |

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

No Gráfico 6, a faixa etária com maior percentual, na presente pesquisa é dos 40 a 49 anos, representado por 25%, seguido de 21% pela faixa etária de 30 a 39 anos, já os que se enquadraram em uma faixa de acima de 60 anos foi 19%. Já a faixa etária de 50 a 59 anos foi 18% e de 19 a 29 anos foi 13%. Os que se enquadram em até 18 anos foi 4%.

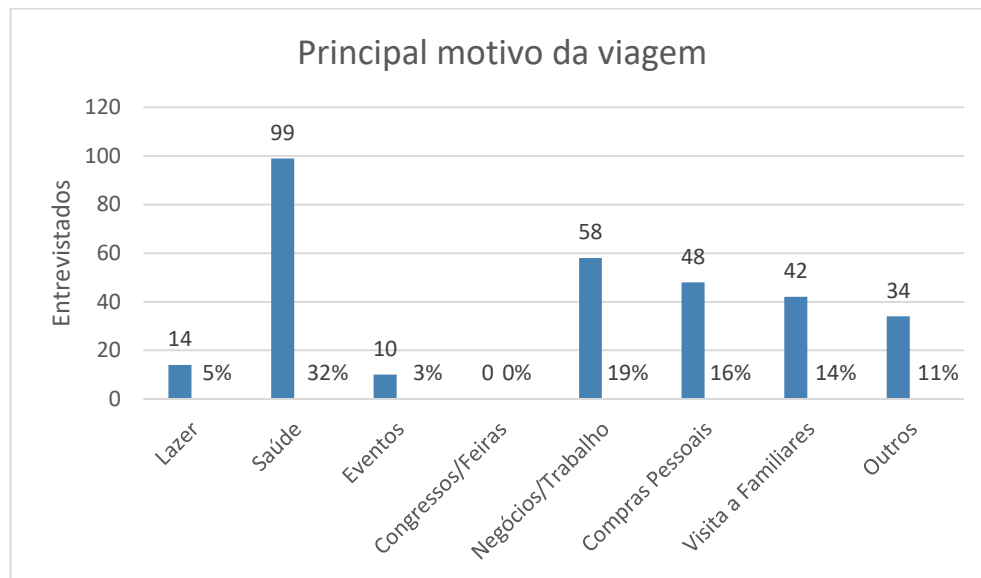
**Gráfico 6 – Faixa etária.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.



**Gráfico 7 – Principal motivo da viagem.**

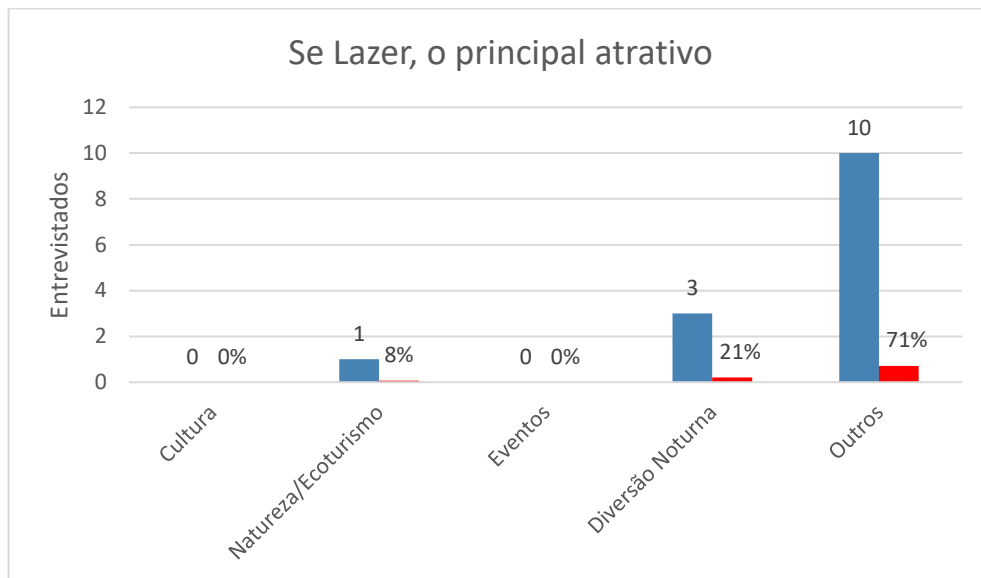


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Diante do Gráfico 7, 32% estavam na cidade por motivos de saúde, observa-se que 19% apontaram negócios/trabalho, 16% compras pessoais e 14% visitam a familiares. Já 11% apontaram outros motivos que na presente pesquisa corresponde a saúde/hospital, passeio e gastronomia, 5% lazer e 3% eventos.

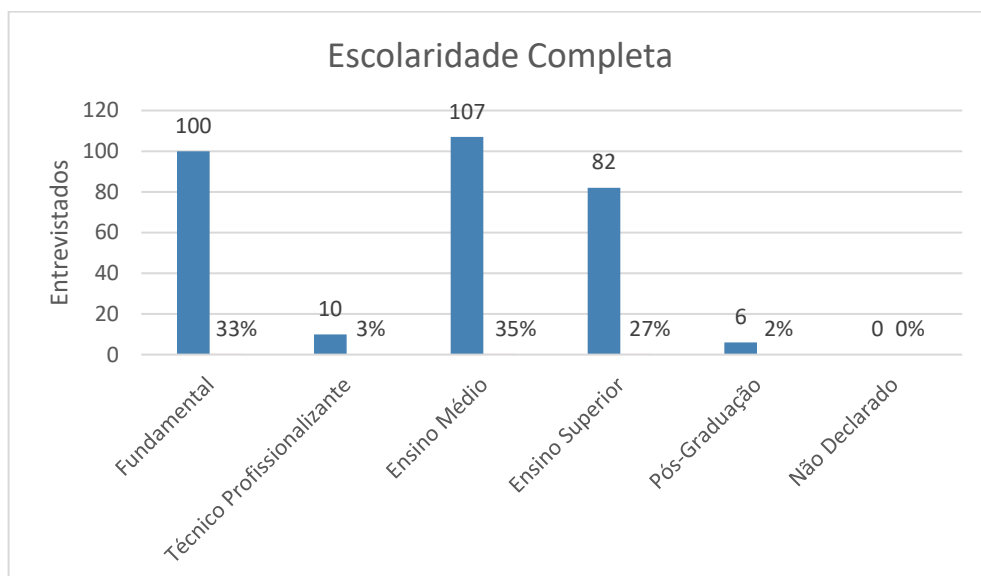
Conforme gráfico anterior 14 dos respondentes estavam na cidade a Lazer e, dentre estes respondentes que visitaram Divinolândia, 71% apontaram outros, que na presente pesquisa corresponde a passeio e gastronomia e 21% apontaram diversão noturna. Já 8% apontaram natureza/ecoturismo.

**Gráfico 8 – Principal motivo, se a lazer.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022

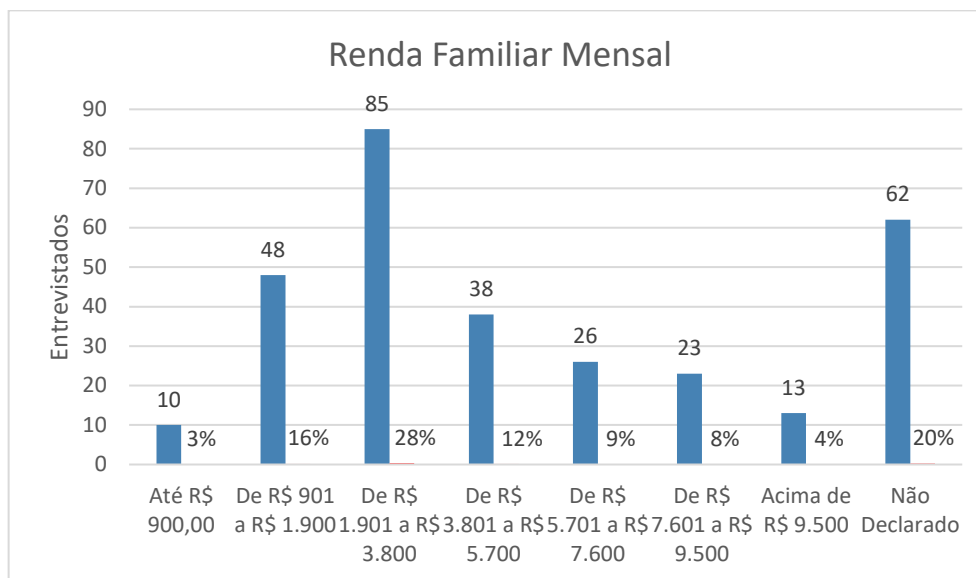
**Gráfico 9 – Escolaridade completa.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Em relação à escolaridade dos entrevistados, conforme Gráfico 9 observa-se 35% informaram possuir ensino médio e 33% informaram possuir fundamental. 27% possuem ensino superior, 3% técnico profissionalizante e 2% pós-graduação.

**Gráfico 10 – Renda Familiar Mensal.**



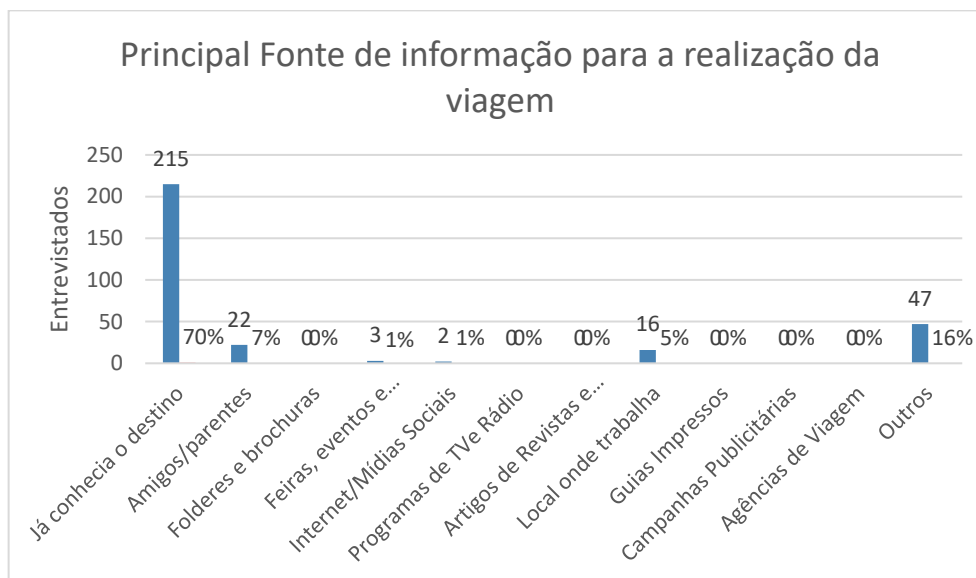
Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022

No gráfico 10, foi perguntado sobre a renda familiar e, 28% se enquadraram em uma renda de R\$ 1.901,00 a R\$ 3.800,00, 20% não declarou renda e 16% apontaram uma renda de R\$ 901,00 a R\$ 1.900,00. Já 12% se enquadram em uma renda de R\$ 3.801,00 a R\$ 5.700,00, 9% afirmaram possuir uma renda de R\$ 5.701,00 a R\$ 7.600,00 e 8% renda de R\$ 7.600,00 a R\$ 9.500,00. Já 4% se enquadram em uma renda acima de R\$ 9.500,00 e 3% renda de até R\$ 900,00.

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

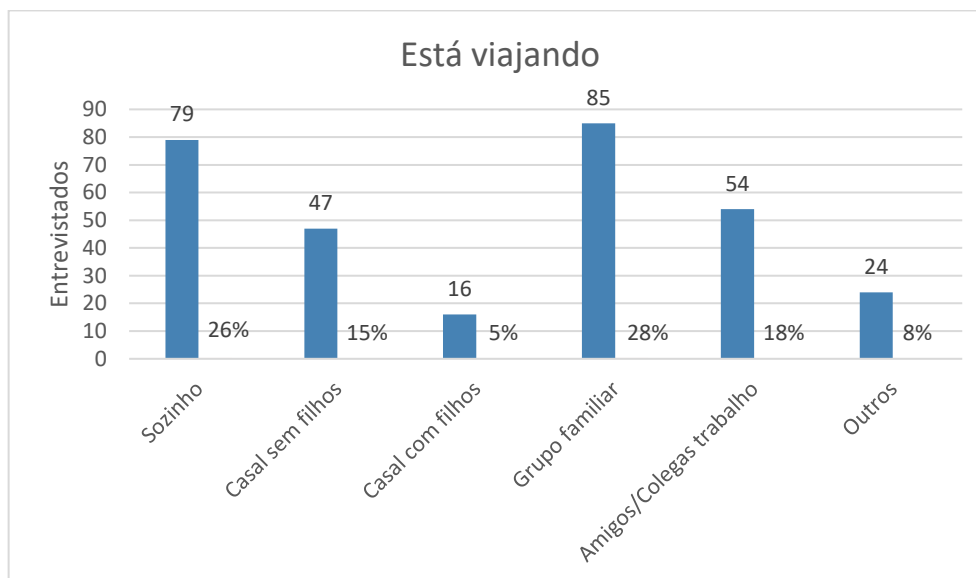
Quanto a fonte de informação para realizar a viagem, conforme Gráfico 11, 70% já conheciam o destino, 16% obtiveram informação por outros meios, 7% junto a amigos/parentes e 5% informou ser o local onde trabalha. Já 1% cada, informou ser por feiras, eventos e congressos e internet/mídias sociais. Diante das informações, cabe-nos ressaltar o baixo apontamento como meio de informação a internet/mídias sociais, motivo pelo qual é necessário refletir, pois, ou o turista que visita Divinolândia utiliza pouco as redes sociais, aplicativos e internet, ou o município ainda não tem disponível dados suficientes para que as pessoas possam obter maiores informações sobre o destino.

**Gráfico 11 – Fonte de informação para a viagem.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

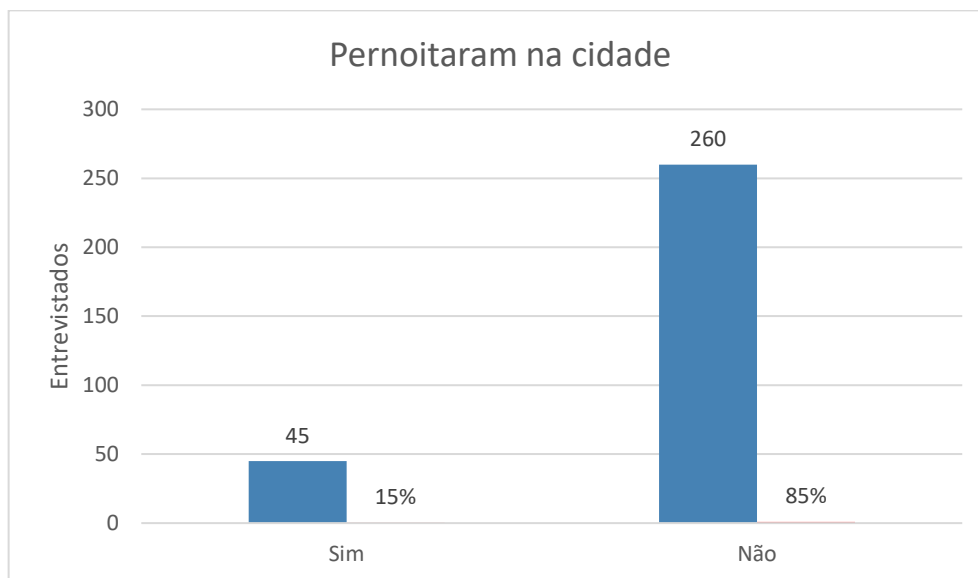
**Gráfico 12 – Está viajando...**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Diante do gráfico 12, pode-se observar que 28% estavam viajando a cidade de Divinolândia em grupo familiar, 26% sozinho, 18% amigos/colegas trabalho, 15% casal sem filhos, 8% outros e 5% casal com filhos.

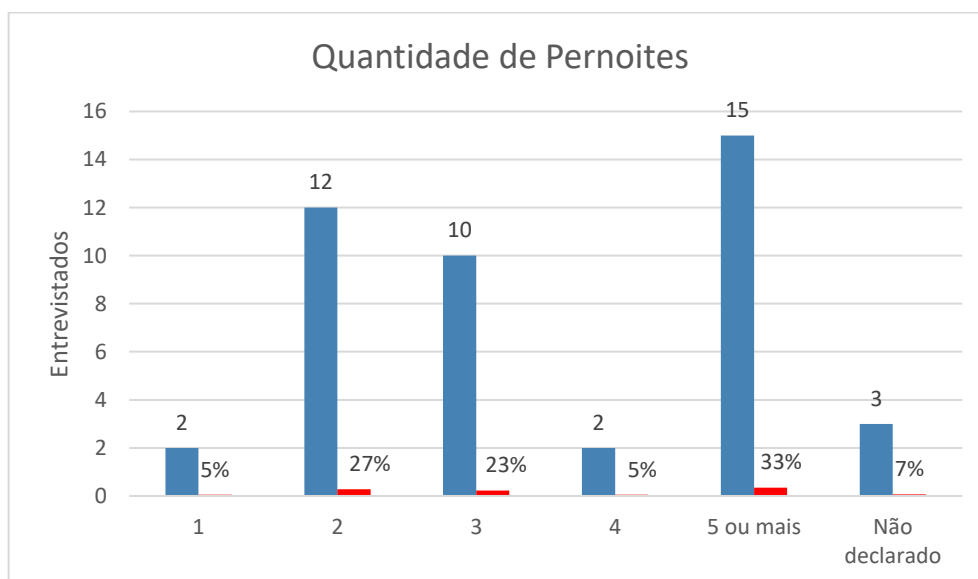
**Gráfico 13 – Pernoite na cidade.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Diante do Gráfico 13, 85% dos entrevistados não pernoitaram na cidade e, 15% dos respondentes informaram que sim. Dentre os respondentes que pernoitaram em Divinolândia, 33% pernoitaram por 5 ou mais dias, 27% por 2 dias, 23% por 3 dias e 7% não declarou. Já 5% cada, por 1 dia e 4 dias, conforme mostra o Gráfico 14.

**Gráfico 14 – Quantidade de pernoites.**

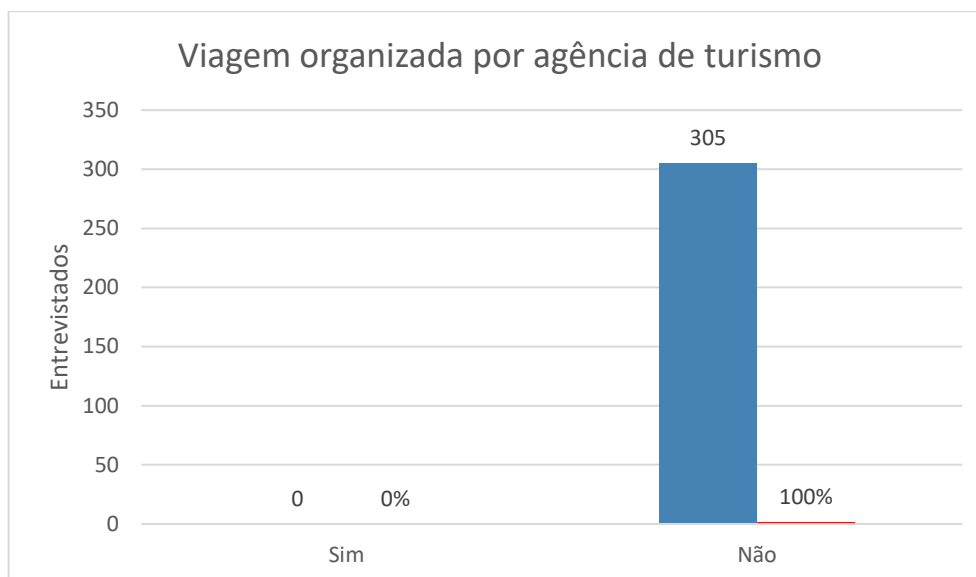


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.



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

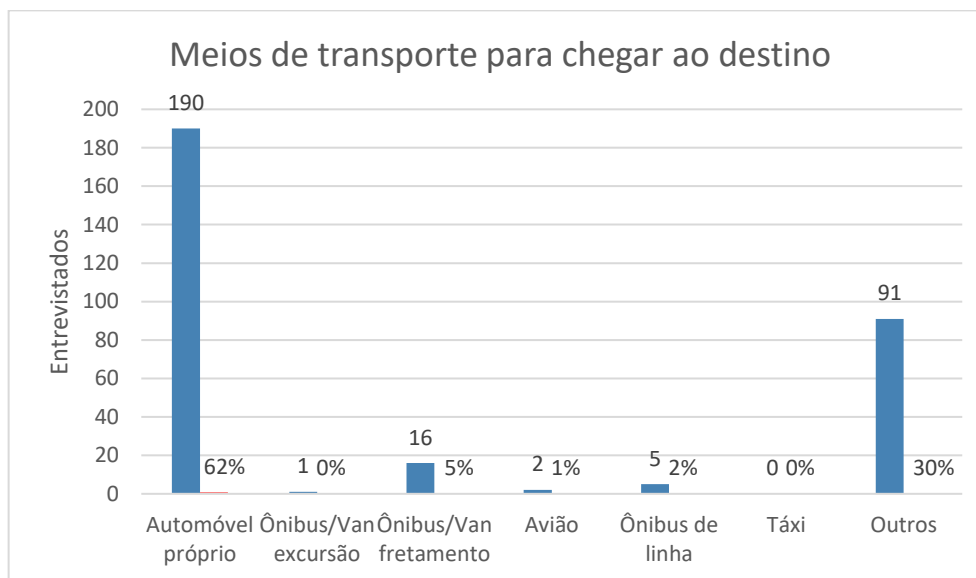
**Gráfico 15 – Viagem organizada por agência de turismo.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

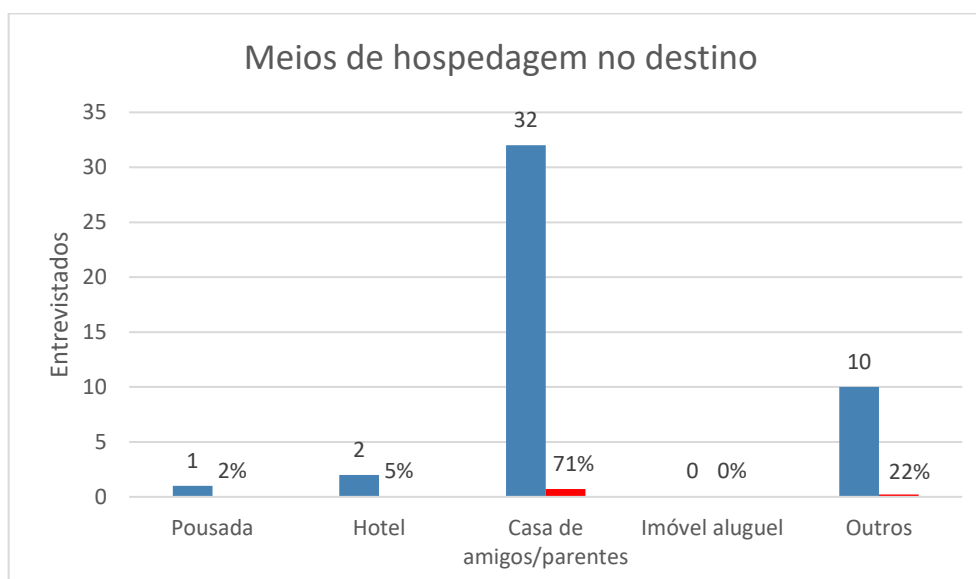
Diante do gráfico 16, a liberdade e o conforto de chegar e partir quando desejar deixou o uso do automóvel próprio com 62% da preferência dos respondentes para realizar a viagem e 30% utilizaram outros meios de transporte, que na presente pesquisa corresponde a transporte da prefeitura, carro e caminhão de empresa e a cavalo. Já 5% se locomoveram por ônibus/van fretamento, 2% ônibus de linha e 1% utilizou serviços aéreos.

**Gráfico 16 – Meio de transporte utilizado.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

**Gráfico 17 – Meio de hospedagem no destino.**



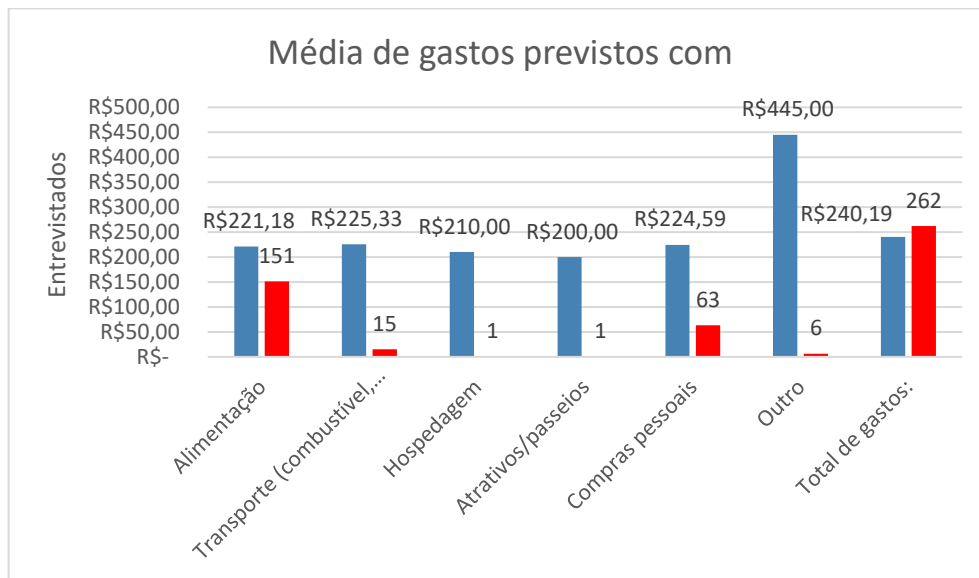
Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Conforme gráfico 13, 45 entrevistados informaram ter pernoitado na cidade, sendo assim, dentre os respondentes, quanto ao meio de hospedagem no destino, 71% ficaram em casa de amigos/parentes, 22% utilizaram outros meios de hospedagem, 5% ficaram em hotéis e 2% em pousadas.





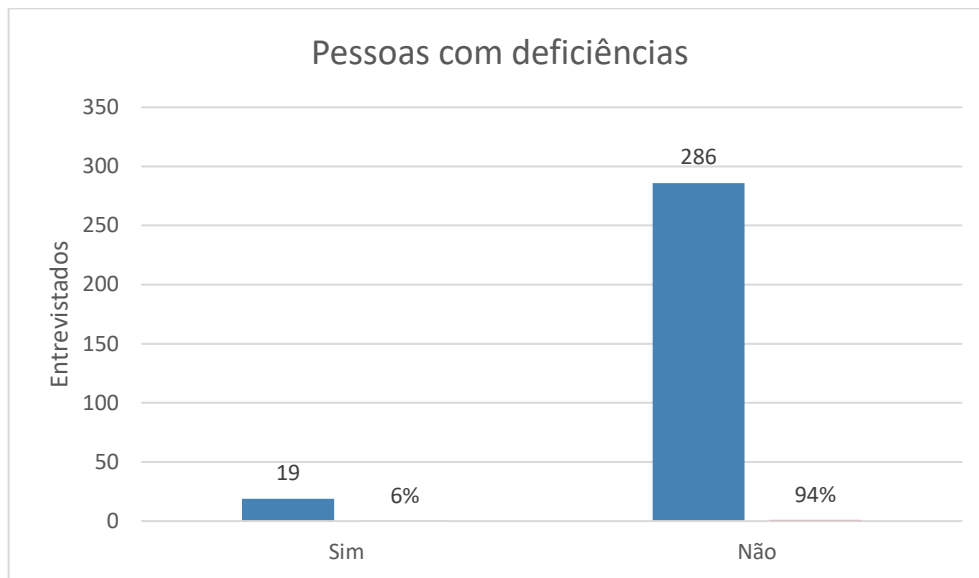
**Gráfico 18 – Média de gastos.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

No gráfico 18, com base nos valores declarados pelos entrevistados respondentes, na presente pesquisa foi realizado a somatória dos itens: alimentação, transporte, hospedagem, atrativos/passeios, compras pessoais e outros; o resultado total, foi dividido pela quantidade de entrevistados respondentes, dessa forma, a média obtida com base nos valores declarados foi de R\$ 240,19, valor este que, refere-se ao período de permanência do turista/excursionista no município.

**Gráfico 19 – Pessoas com deficiências.**

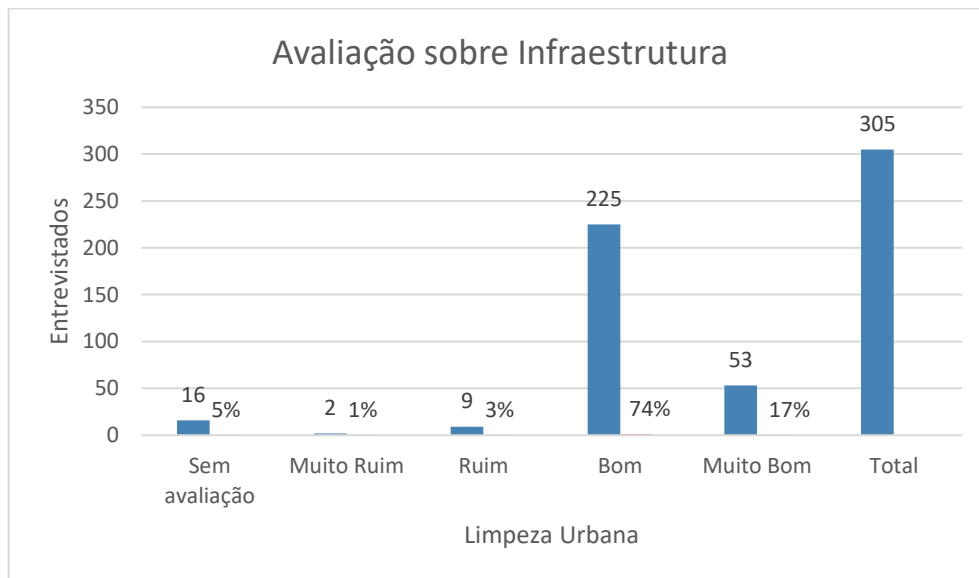


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

No Gráfico 19 observa-se que, 94% dos entrevistados informaram não possuir e não estar acompanhados de alguma pessoa com deficiência, já 6% afirmaram possuir ou estar acompanhado. É pertinente uma reflexão acerca deste dado, pois, muitas pessoas com alguma deficiência, permanente ou temporária, não possuem alternativas de lazer. Em muitos casos, de acordo com estudos recentes e com as informações prestadas de profissionais da área de consultoria, os empreendimentos turísticos não se posicionam como locais com adequações para receber este público e, em muitos casos, a demanda fica reprimida e o direito ao lazer e ao turismo desta parcela dos cidadãos também. Importante que as cidades e os empreendimentos da cadeia produtiva do turismo estejam adequados a receber este público. De se mencionar também que a Lei Estadual Complementar 1.261/2015 apresenta exigências para os destinos turísticos no futuro adequem-se para a acessibilidade universal.

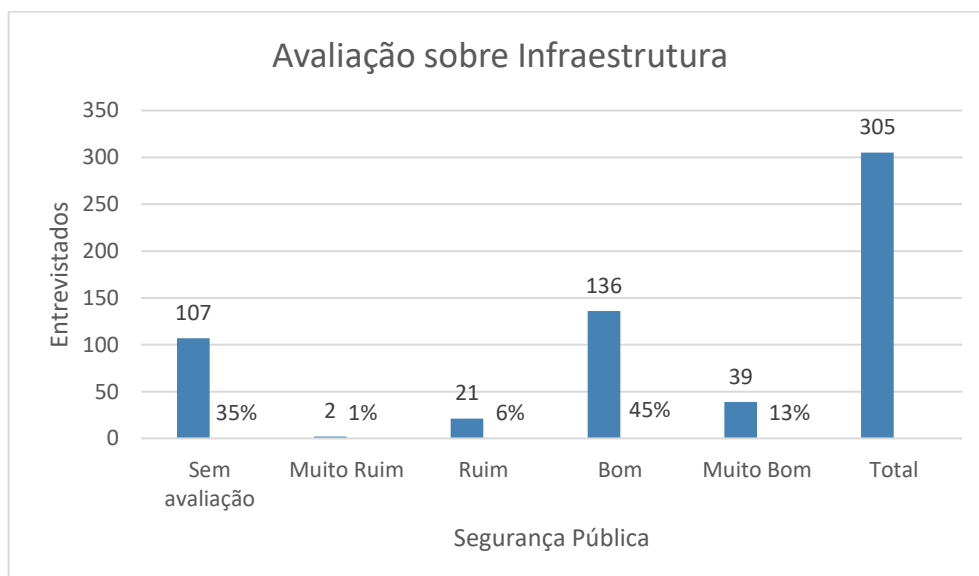
Continuando a análise, segue representação gráfica da avaliação sobre a infraestrutura de Divinolândia, na perspectiva dos entrevistados. Diante do Gráfico 20, possibilitou avaliar a infraestrutura no quesito Limpeza Urbana e, conforme as informações obtidas 91% avaliaram de bom a muito bom a limpeza de Divinolândia, 5% não avaliaram e 4% avaliaram como muito ruim ou ruim a questão abordada.

**Gráfico 20 – Avaliação sobre infraestrutura – Limpeza Urbana.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

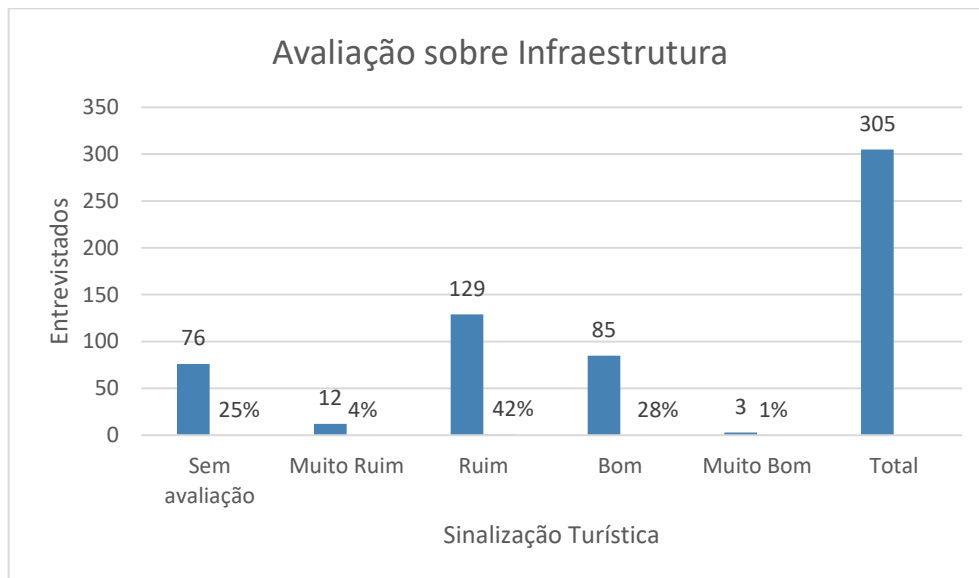
**Gráfico 21 – Avaliação sobre infraestrutura – Segurança Pública.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

O Gráfico 21, nota-se que, 58% avaliaram de bom a muito bom a questão abordada, 35% dos respondentes não avaliaram o item segurança pública e 7% avaliaram como muito ruim ou ruim.

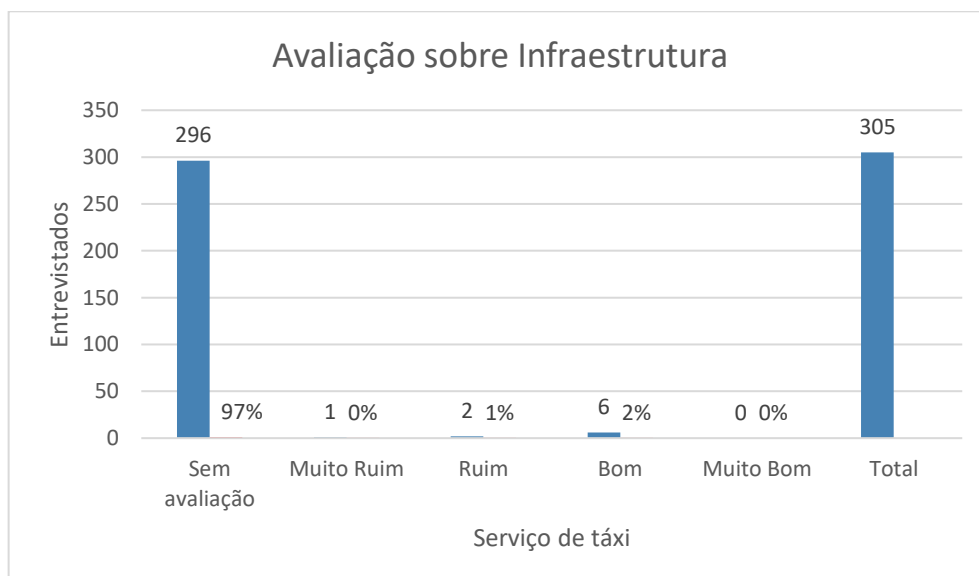
**Gráfico 22 – Avaliação sobre infraestrutura – Sinalização Turística.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

O Gráfico 22, apresenta a avaliação sobre a infraestrutura no quesito sinalização turística, diante dos dados, 46% consideraram muito ruim ou ruim, 29% classificaram como bom e muito bom, e 25% não avaliaram o item.

**Gráfico 23 – Avaliação sobre infraestrutura – Serviços de Táxi.**



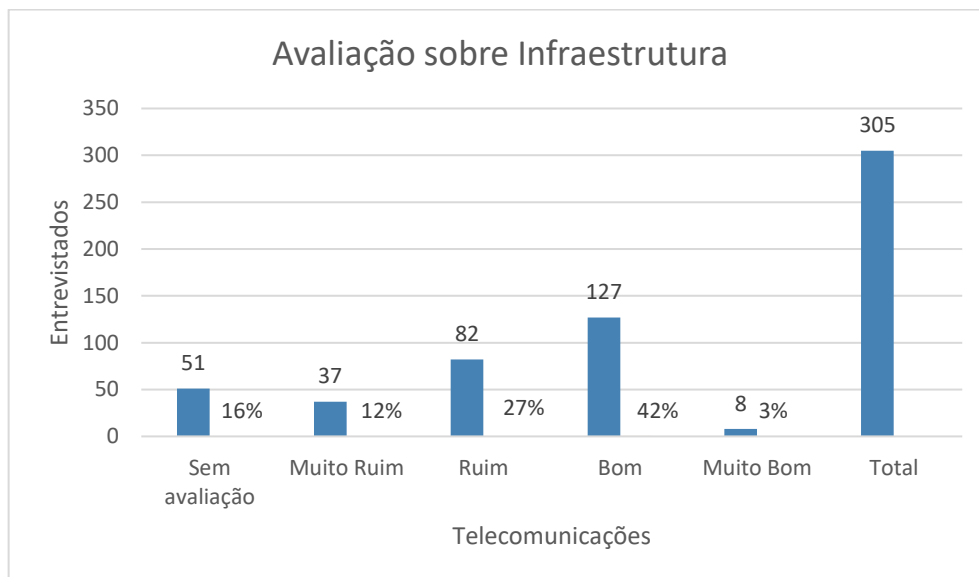
Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.



Continuando as análises do presente Estudo de Demanda Turística Real de Divinolândia, no caso da avaliação da infraestrutura no aspecto táxi, 97% não avaliaram o item, 2% consideraram como bom e 1% avaliou como ruim. A não avaliação do serviço, pode ser justificada devido a maioria dos respondentes terem utilizado o próprio veículo para realizar a viagem.

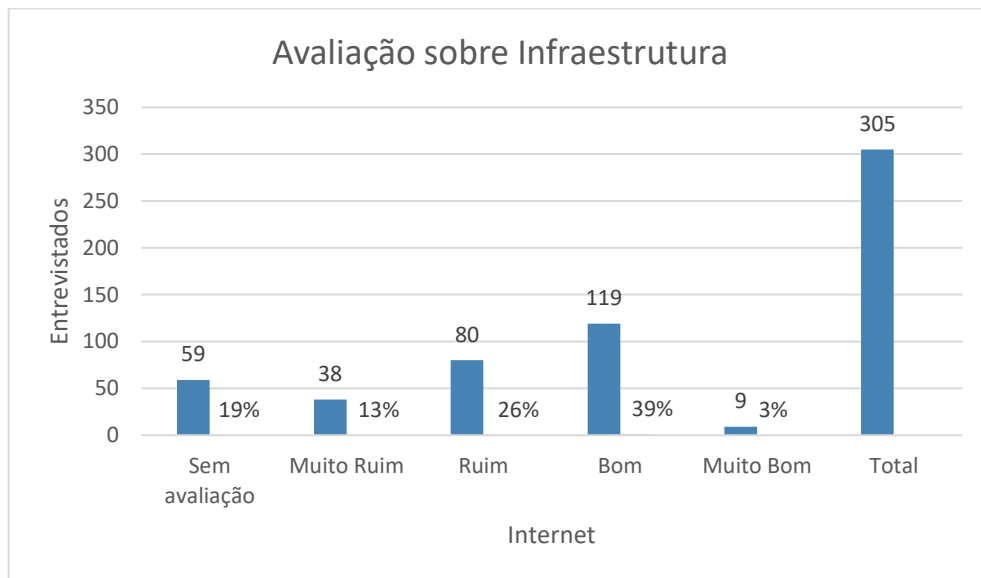
Diante da pesquisa realizada, observa-se que 16% não se sentiram à vontade de avaliar o item Telecomunicações, 45% de satisfação, ou seja, pessoas que classificaram de bom a muito bom as telecomunicações (telefonia) da cidade e 39% classificou de muito ruim a ruim.

**Gráfico 24 – Avaliação sobre infraestrutura – Telecomunicações.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

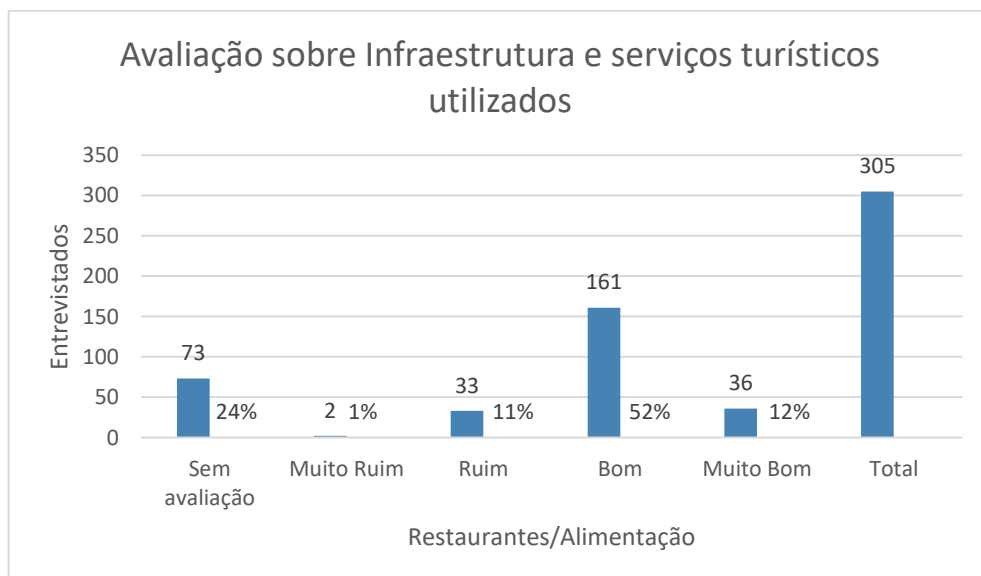
**Gráfico 25 – Avaliação sobre infraestrutura – Internet.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Com base nos dados coletados e representados por meio do Gráfico 25, observa-se que 42% dos respondentes avaliaram de bom a muito bom a internet do município. Por outro lado, 39% classificaram como muito ruim ou ruim e 19% não avaliou.

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

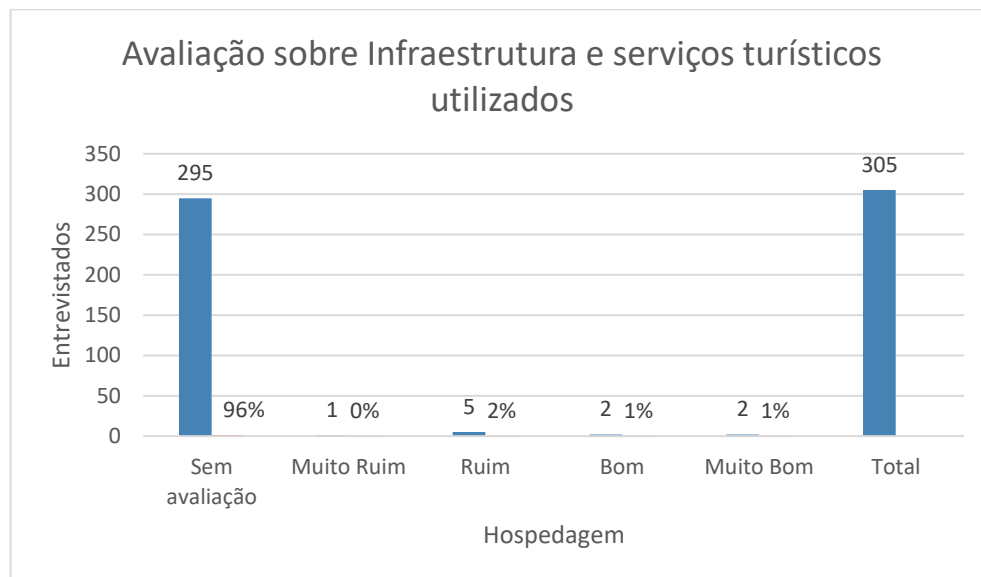


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.



No Gráfico 26, observa-se expressivo percentual de satisfação, onde, 64% dos respondentes classificaram de bom a muito bom a infraestrutura no quesito Restaurantes/Alimentação da cidade de Divinolândia, 24% não se sentiram confortáveis em avaliar o item e 12%, avaliou como muito ruim ou ruim.

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

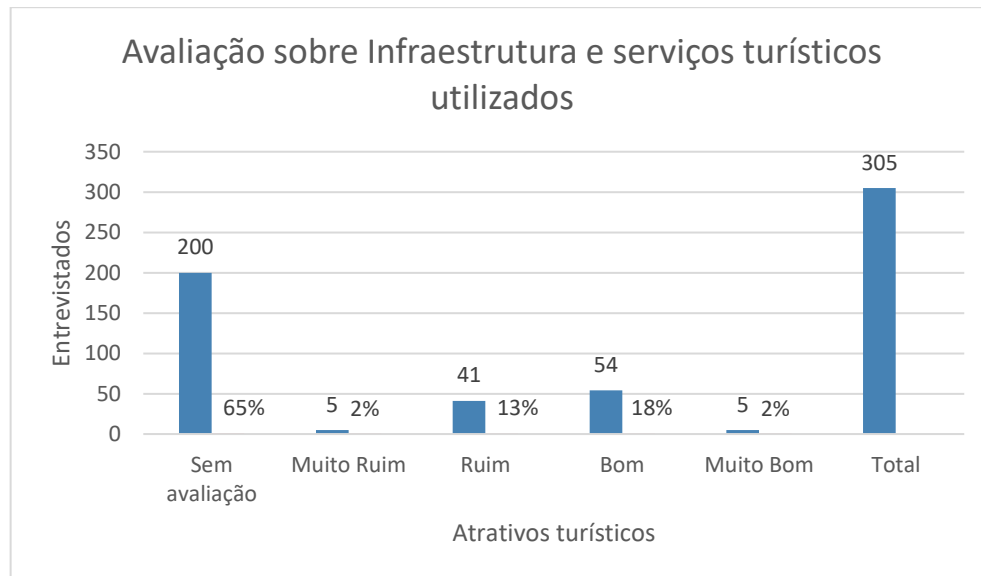


Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Diante dos dados obtidos, 96% não se sentiram à vontade em avaliar, dentre aqueles que se sentiram em condições de avaliar os meios de hospedagem no município, 2%, classificou de bom a muito bom e 2% dos entrevistados avaliaram como ruim o quesito Hospedagem. A não avaliação pelos respondentes se justifica devido a maioria não ter pernoitado na cidade.

No Gráfico 28, 65% dos entrevistados não avaliaram os Atrativos turísticos da cidade, 20% classificou de bom a muito bom, 15% avaliou de muito ruim a ruim. A maioria das pesquisas foram aplicadas durante os dias da semana, dias estes que os turistas/excursionistas não visitam a cidade a lazer, conseqüentemente, não se sentem confortáveis em avaliar os Atrativos turísticos.

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



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

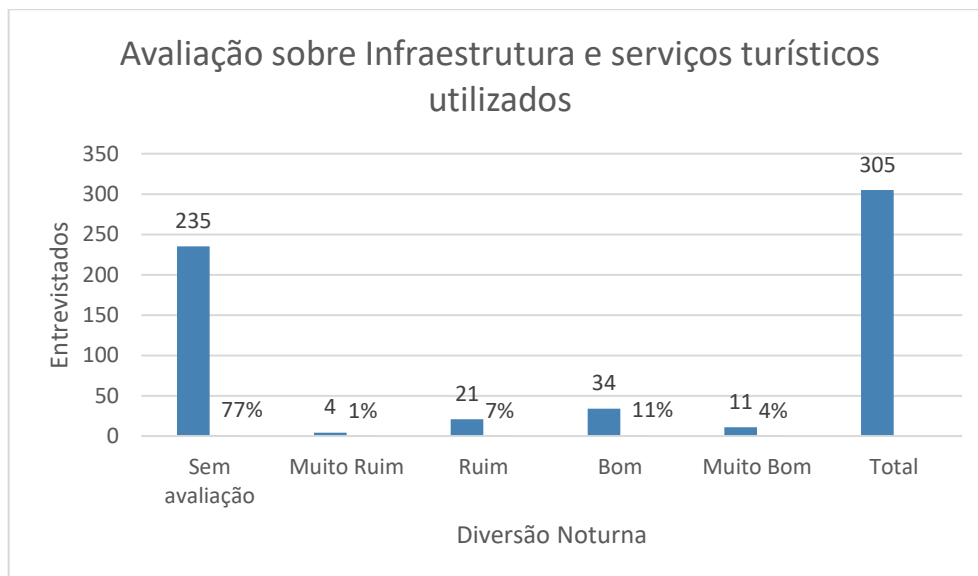
A Diversão Noturna, 77% dos respondentes não avaliaram, 15% dos entrevistados classificaram como bom e muito bom, e 8%, avaliou de muito ruim a ruim. A não avaliação se justifica devido ao turismo de proximidade, no qual os turistas/excursionistas passam somente o dia na cidade.

Em relação à avaliação das informações turísticas, Gráfico 30, 66% dos entrevistados não avaliaram, 28% avaliaram como muito ruim e ruim e 6% classificaram como bom.

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

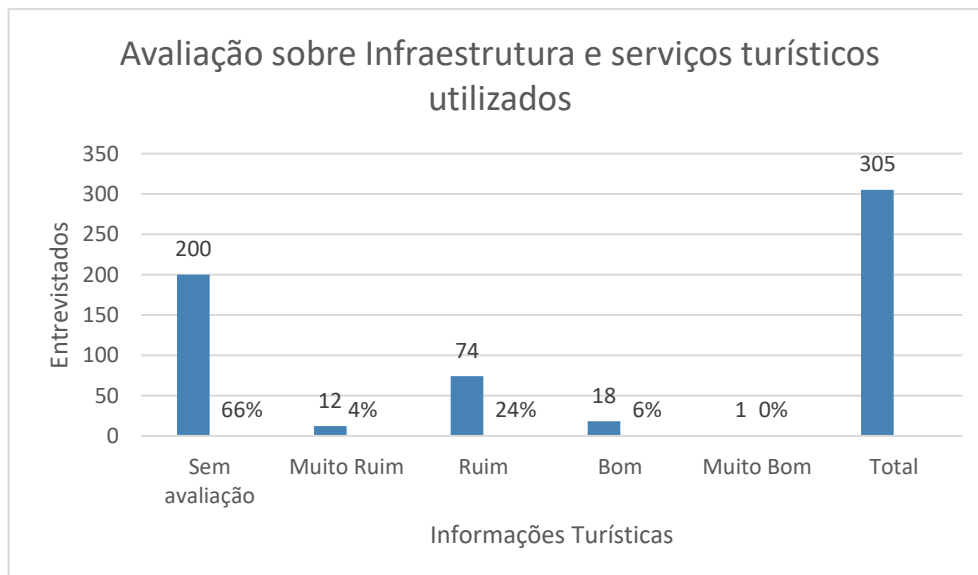


**Gráfico 29 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Diversão Noturna.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

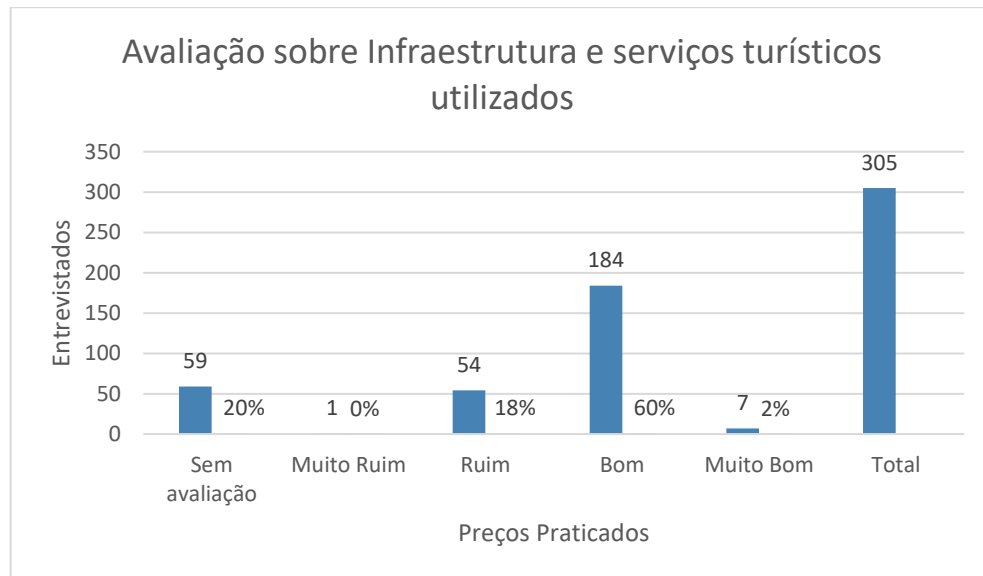
**Gráfico 30 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Informações Turísticas.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Conforme o Gráfico 31 a seguir, observa-se que 62% consideraram bom a muito bom o preço praticado, 20% não avaliou o quesito preço e 18% avaliou como ruim.

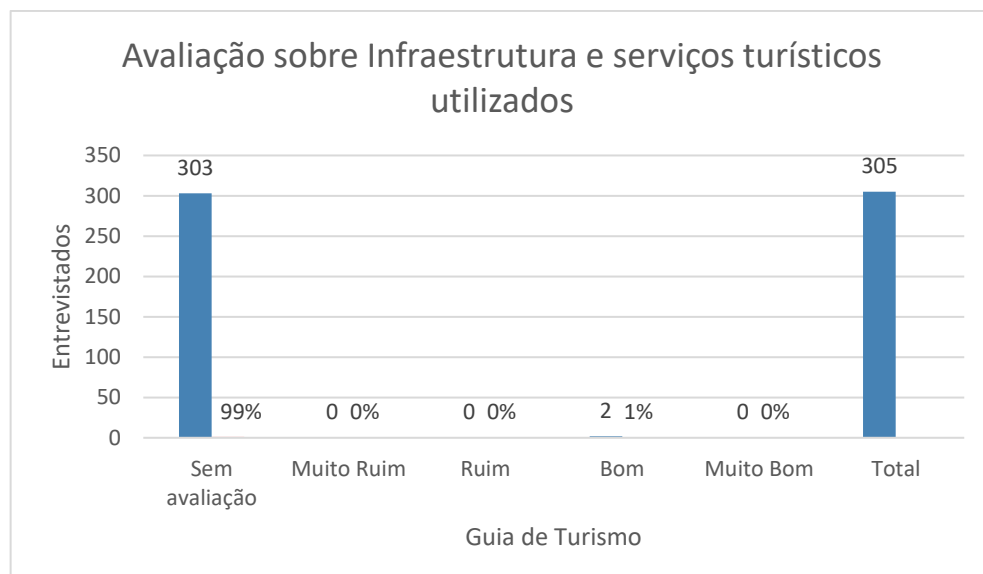
**Gráfico 31 – Avaliação sobre infraestrutura e serviços turísticos – Preços Praticados.**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

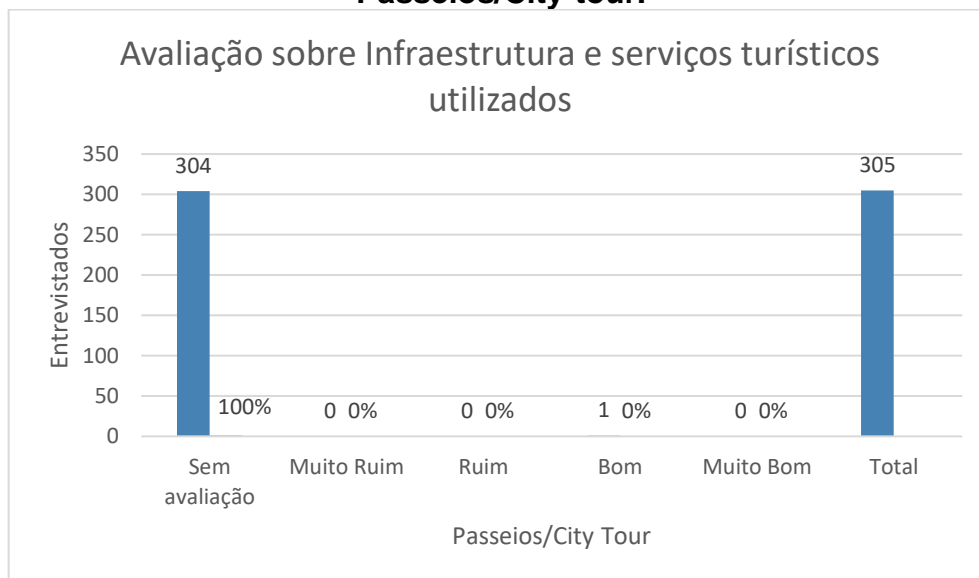
No caso de serviços turísticos – Guia de Turismo (Gráfico 32) 99% não se sentiram à vontade em avaliar e 1% avaliaram o Guia como bom. No Gráfico 33, percebe-se que 100% não avaliaram o Passeios/City tour.

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



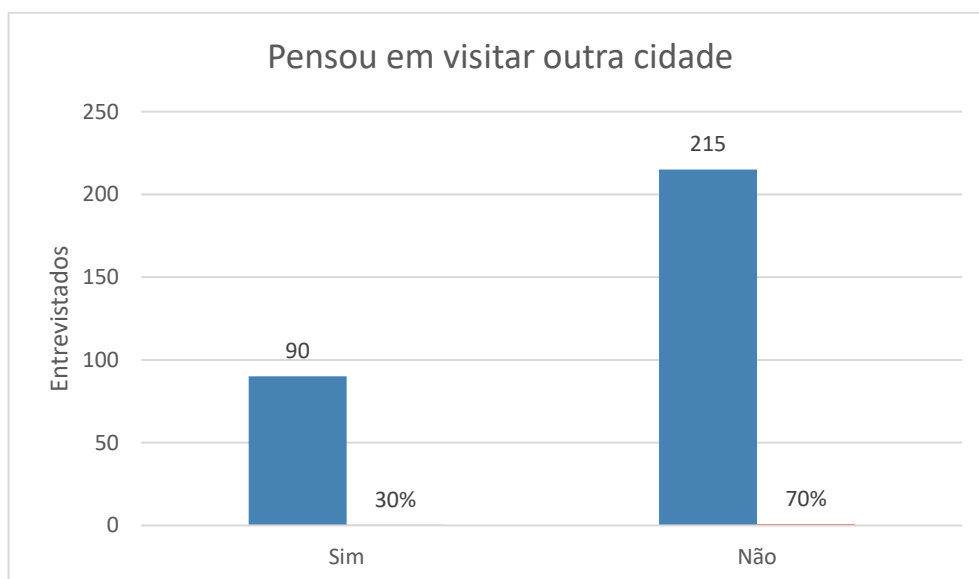
Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

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



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

**Gráfico 34 – Pensou em visitar outra cidade?**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

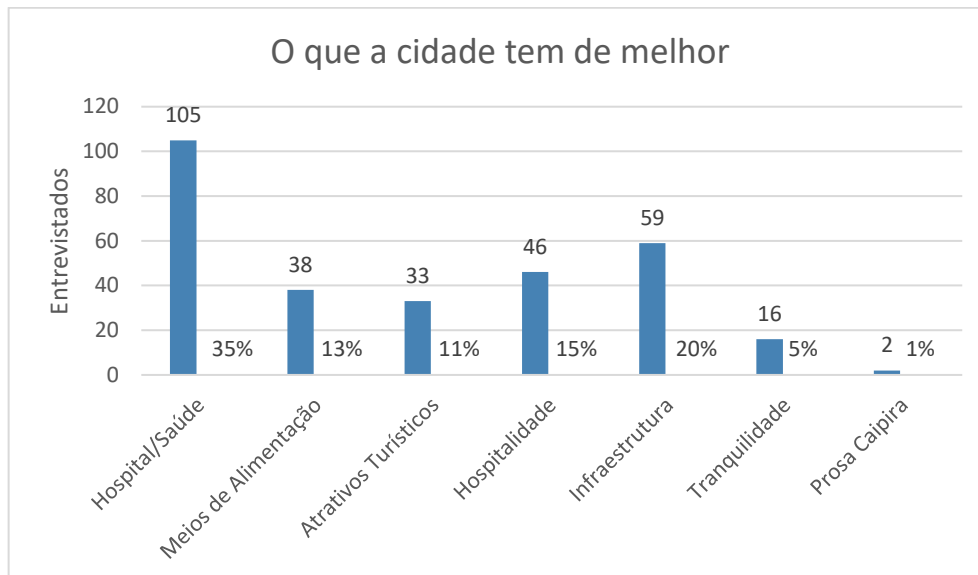
Observa-se no gráfico 34, que 70% dos respondentes tinham como único objetivo visitar a cidade de Divinolândia e 30% outras cidades.

Continuando a análise dos resultados, nos gráficos a seguir, foram realizados apontamentos dos pontos fortes e fracos do município de Divinolândia, pontos esses



essenciais para o desenvolvimento do planejamento e fomento da atividade turística do município.

**Gráfico 35 – O que a cidade tem de melhor?**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

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

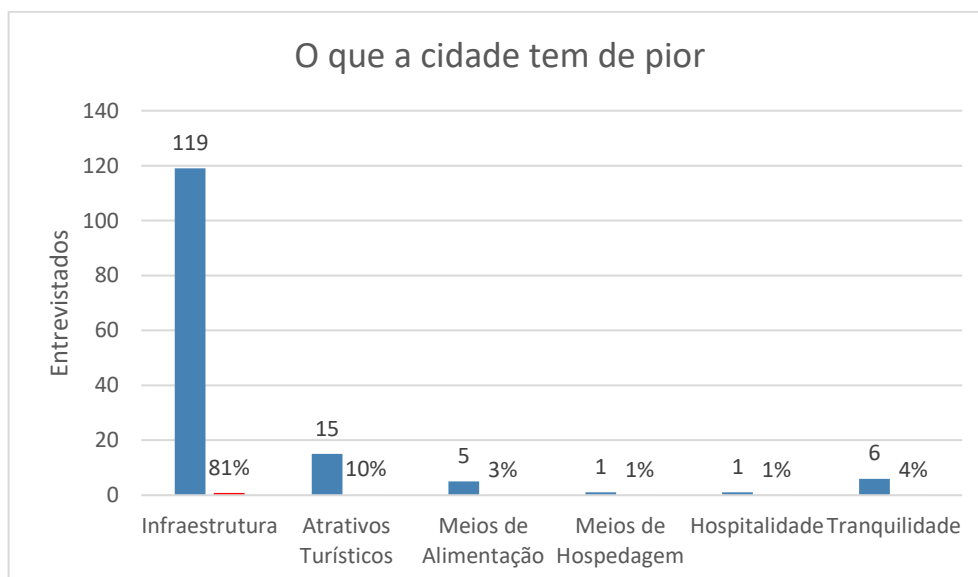


**Quadro 1 – O que a cidade tem de melhor.**

|      |                      |
|------|----------------------|
| 35%  | Hospital/Saúde       |
| 20%  | Infraestrutura       |
| 15%  | Hospitalidade        |
| 13%  | Meios de Alimentação |
| 11%  | Atrativos Turísticos |
| 5%   | Tranquilidade        |
| 1%   | Prosa Caipira        |
| 100% |                      |

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

**Gráfico 36 – O que a Cidade tem de Pior?**



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Por sua vez, o Gráfico 36 aponta o que a cidade tem de pior na opinião dos turistas/excursionistas respondentes que visitaram o município e diante dos apontamentos, em relação a Infraestrutura, os principais questionamentos foram no quesito: clima, telecomunicações, ruas de paralelepípedos, sinalização turística e de trânsito, buracos e calçamento da cidade.

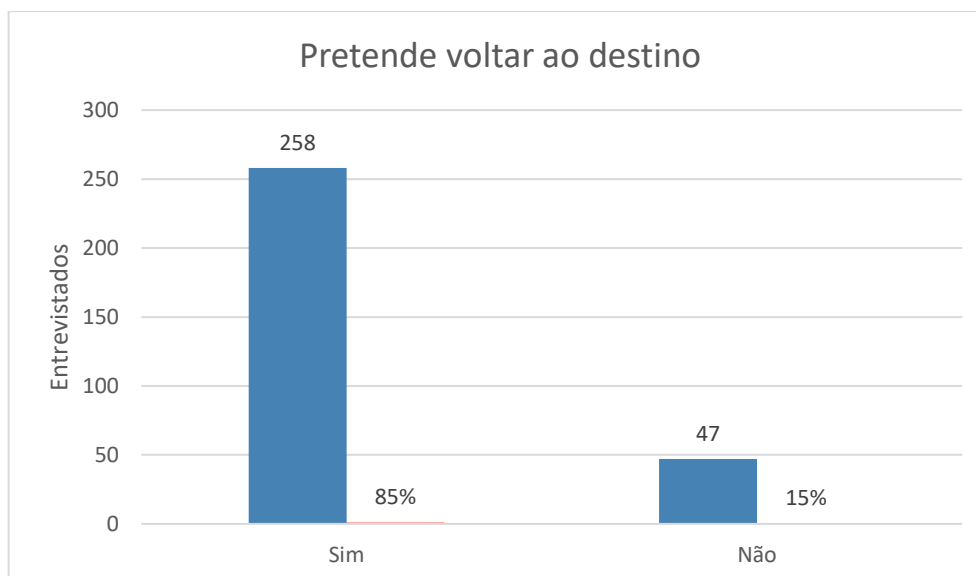


### Quadro 2 – O que a cidade tem de pior.

|      |                      |
|------|----------------------|
| 81%  | Infraestrutura       |
| 10%  | Atrativos Turísticos |
| 4%   | Tranquilidade        |
| 3%   | Meios de Alimentação |
| 1%   | Hospitalidade        |
| 1%   | Meios de Hospedagem  |
| 100% |                      |

Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

### Gráfico 37 – Pretende voltar ao destino?



Fonte: Pesquisa de Demanda Real – Divinolândia 2022.

Diante do Gráfico 37, quando questionado junto ao entrevistado a pretensão de retornar ao município observa-se no presente estudo que 85% apresentaram interesse em voltar e conhecer melhor a cidade e, 15% não demonstrou pretensão. Cabe nos ressaltar, que diante do apontado no presente estudo, foi realizado uma análise criteriosa dos formulários aplicados visando entender melhor esse resultado. Compilamos os principais pontos, deixando assim, uma reflexão para o setor público, privado e COMTUR, bem como, a todos os interessados no fomento da atividade turística do município.



Dentre os apontamentos, a falta informação turística foi muito questionada, pois, para muitos turistas/excursionistas, não existe atratividade no município. Como por exemplo o Doces Canjerô e o Biroasca Restaurante, que muitos acreditam ser uma atratividade de Poços de Caldas e não de Divinolândia. Esse apontamento faz um alerta; se faz necessário reavaliar de como está apresentada a oferta dos produtos e serviços turísticos do município, uma intensificação da divulgação dos atrativos, visando atingir aqueles que passam pelas rodovias que interligam Poços de Caldas/MG a Divinolândia, por meio de mapas turísticos, sinalizações e aplicativos, que despertam o interesse em conhecer melhor as atratividades da cidade.

Outra questão muito importante que foi apontada é a falta de estabelecimentos abertos no final de semana, a qual se observa uma oportunidade de negócio para os empreendedores que estão atentos e que visam atender aos anseios de uma demanda.

Os comentários e observações apontados pelos turistas e excursionistas, mesmo que de forma negativa, alerta para se estabelecer diretrizes e estratégias tanto do setor público quanto do setor privado visando apresentar de forma mais clara a oferta turística do destino.

## **1.2 Análise da pesquisa**

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

- ↳ 84% dos respondentes foram entrevistados nos dias úteis, 13% no fim de semana e 3% nos feriados, e os locais de aplicação de maior destaque foram: 25% no Hospital CONDERG, 21% na Biroasca, 18% nas Pesquisas Online, 16% no Canjerô, 9% na Prosa Caipira, 6% no Aniversário da Cidade e 5% na Feira do Produtor Rural.
- ↳ 100% dos respondentes possuem residência fixa no Brasil e, quanto a origem dos visitantes, 55% dos respondentes têm origem de municípios com até 100 km, 30% são advindos de outros estados, 12% de municípios com mais 100 km. Já 3% apontaram capital, região metropolitana e litoral do estado.
- ↳ Diante da principal motivação para realizar a viagem, observa-se na presente pesquisa que 32% estavam na cidade por motivos de saúde, observa-se que



- 19% apontaram negócios/trabalho, 16% compras pessoais e 14% visita a familiares. Já 11% apontaram outros motivos que na presente pesquisa corresponde a saúde/hospital, passeio e gastronomia, 5% lazer e 3% eventos. Dentre aqueles respondentes que apontaram o Lazer como principal motivo, 71% apontaram outros, que na presente pesquisa corresponde a passeio e gastronomia e 21% apontaram diversão noturna. Já 8% apontaram natureza/ecoturismo.
- ↳ Em relação ao perfil dos visitantes, 60% eram do sexo masculino e 40% do sexo feminino. A faixa etária predominante, foi de 30 a 49 anos e, quanto ao nível escolar dos visitantes 35% informaram possuir ensino médio, seguido de 33% que informaram possuir fundamental. A renda familiar, observa-se que 56% dos entrevistados se enquadram em uma faixa de R\$ 901,00 a R\$ 5.700,00.
  - ↳ Quanto a principal fonte de informação para realizar a viagem, 70% já conheciam o destino, 16% obtiveram informação por outros meios, 7% junto a amigos/parentes e 5% informou ser o local onde trabalha. Já 1% cada, informou ser por feiras, eventos e congressos e internet/mídias sociais.
  - ↳ No item está viajando, 28% estava viajando a cidade de Divinolândia em grupo familiar, 26% sozinho, 18% amigos/colegas trabalho, 15% casal sem filhos, 8% outros e 5% casal com filhos.
  - ↳ 85% dos entrevistados não pernoveram na cidade e, 15% dos respondentes informaram que sim. Dentre os respondentes que pernoveram em Divinolândia, 33% pernoveram por 5 ou mais dias, 27% por 2 dias, 23% por 3 dias e 7% não declarou. Já 5% cada, por 1 dia e 4 dias. Quanto ao meio de hospedagem, 71% ficaram em casa de amigos/parentes, 22% utilizaram outros meios de hospedagem, 5% ficaram em hotéis e 2% em pousadas.
  - ↳ 100% dos entrevistados declaram ter organizado a viagem por conta própria, sem auxílio de agências de turismo e deixou o uso de automóvel próprio com 62% da preferência dos respondentes para realizar a viagem e 30% utilizaram outros meios de transporte, que na presente pesquisa corresponde a transporte da prefeitura, carro e caminhão de empresa e a cavalo. Já 5% se locomoveram por ônibus/van fretamento, 2% ônibus de linha e 1% utilizaram serviços aéreos.





- ↳ Com base nos valores declarados, observa-se que os respondentes estão dispostos a gastar em média R\$ 240,19 distribuídos entre alimentação, transporte, hospedagem, atrativos/passeios, compras pessoais e outros gastos não declarados. Na presente pesquisa, a média foi obtida por meio da somatória de todos os itens e dividido pela quantidade de entrevistados respondentes.
- ↳ 94% dos entrevistados informaram não possuir e não estar acompanhado de algum deficiente, no entanto, 6% informaram possuir ou estar acompanhado de pessoas com alguma deficiência permanente ou temporária. Em relação a acessibilidade, cabe salientar a necessidade de um devido acompanhamento pois, é preciso atender as exigências apresentadas na Lei Estadual Complementar 1.261/15 para que os destinos turísticos se adequem para a acessibilidade universal, possibilitando atender esse público.
- ↳ 70% dos respondentes, não pensaram em visitar outra cidade, tiveram como único objetivo visitar o município de Divinolândia e, 85% dos respondentes demonstraram interesse em voltar e conhecer melhor a cidade.

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

- ✓ 35% Hospital/Saúde
- ✓ 20% Infraestrutura
- ✓ 15% Hospitalidade
- ✓ 13% Meios de Alimentação
- ✓ 11% Atrativos Turísticos
- ✓ 5% Tranquilidade
- ✓ 1% Prosa Caipira

No item o que a cidade tem de pior, foi possível identificar os principais pontos que desagradam os turistas, visando assim oportunizar novos negócios e buscar



melhorias de forma contínua. O município de interesse turístico que visa atender de forma efetiva sua demanda precisa estar atento aos fatores que desagradam seus visitantes, sendo assim:

- ✓ 81% Infraestrutura
- ✓ 10% Atrativos Turísticos
- ✓ 4% Tranquilidade
- ✓ 3% Meios de Alimentação
- ✓ 1% Hospitalidade
- ✓ 1% Meios de Hospedagem

A questão Infraestrutura apontada como positivo e negativo pelos entrevistados, englobaram alguns quesitos, sendo assim, o percentual Infraestrutura pontuado de forma positiva englobou: paisagem, clima e limpeza, questões essas apontadas pelos entrevistados respondentes. Já em relação a Infraestrutura, pontuado de forma negativa, os principais questionamentos foram no quesito: clima, telecomunicações, ruas de paralelepípedos, sinalização turística e de trânsito, buracos e calçamento da cidade.

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



### 1.3 Conclusão

Diante do atual cenário econômico, observa-se que os turistas e/ou excursionistas estão buscando novas alternativas para viajar e, uma das formas, é por meio do turismo de proximidade, onde, busca-se explorar e visitar destinos sem gastar muito.

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

Com base na análise realizada, conclui-se que, os turistas e excursionistas que visitaram Divinolândia em 2022, 55% residem em municípios com até de 100 km do município, e deixou o uso do próprio automóvel com maior percentual de preferência para realizar a viagem. Dentre os principais motivos para realizar a viagem, a saúde teve maior percentual, seguido de negócios/trabalho. Aqueles que estavam a lazer, apontaram outros, como principal atrativo, que no caso do presente estudo trata-se de passeio e gastronomia.

Quanto ao perfil dos entrevistados, observa-se que, 60% eram do sexo masculino e 40% sexo feminino e, a faixa etária de destaque ficou de 30 a 49 anos. No presente estudo o nível escolar de destaque foi o ensino médio seguido do fundamental e a faixa de renda familiar de 59% ficou de até R\$ 5.700,00.

A principal fonte de informação para realizar a viagem, observa-se que o maior percentual já conhecia o destino e aqueles que não conheciam obtiveram informação por outros meios, organizando assim a viagem por conta própria sem auxílio de agências de turismo.

Como já pontuado, 15% dos entrevistados pernoitaram na cidade, dentre os que pernoitaram, a estada na cidade de maior destaque, foi por cinco ou mais dias e o meio de hospedagem no destino foram a casa de amigos/parentes.

Diante dos valores declarados, observa-se que os respondentes estão dispostos a gastar em média R\$ 240,19, distribuídos entre alimentação, transporte, hospedagem, atrativos/passeios, compras pessoais e outros gastos não declarados. Na presente pesquisa, para se obter a média, foi realizado a somatória de todos os itens e dividido pela quantidade de entrevistados respondentes.

Em relação aos apontamentos, na perspectiva dos respondentes, Hospital/Saúde, Infraestrutura, Hospitalidade, Meios de Alimentação, Atrativos



Turísticos, Tranquilidade e Prosa Caipira foram os itens de destaque em relação ao que a cidade tem de melhor, no entanto alguns visitantes perceberam e apontaram de forma negativa a Infraestrutura, Atrativos Turísticos, Tranquilidade, Meios de Alimentação, Hospitalidade e Meios de Hospedagem.

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

A avaliação do serviço de táxi, teve 97% de não avaliação, o que pode ser justificado, devido a utilização do próprio veículo para fazer a viagem. Já a hospedagem, observa-se que 96% não avaliou, o que pode ser justificado pela maioria dos turistas/excursionistas não terem pernoitado na cidade e não utilizado o serviço.

O serviço de telecomunicação teve 45% de satisfação, ou seja, pessoas que classificaram de bom a muito bom o serviço, já 39% consideraram como muito ruim ou ruim e 16% não avaliaram. Já a Internet, teve 42% de satisfação, 39% classificaram como muito ruim ou ruim e 19% não avaliaram.

Os Restaurantes/Alimentação 64% classificou de bom a muito bom. Já a Diversão Noturna, 77% não avaliaram, 15% classificaram como bom e muito bom e 8% considerou muito ruim e ruim. No quesito Preços praticados, 62%, classificou de bom a muito bom, 20% não avaliaram e 18% classificou como ruim.

Diante dos dados, observa-se que Sinalização Turística da cidade 46% classificou como muito ruim e ruim, 29% classificaram como bom e muito bom e 25% não avaliaram. Quanto os atrativos turísticos 65% não avaliaram, dentre os que se sentiram à vontade em avaliar, 20% classificou de bom a muito bom e 15% classificou de muito ruim a ruim. A maioria das pesquisas foram aplicadas durante os dias da semana, dias estes que os turistas/excursionistas não visitam a cidade a lazer, conseqüentemente, não se sentem confortáveis em avaliar os Atrativos turísticos.

As informações turísticas, 66% não avaliou, 28% avaliou de muito ruim a ruim e 6% avaliou como bom.

Guia de Turismo e Passeios/City tour tiveram expressivo percentual de não avaliação, a falta de avaliação se dá ou pela não utilização destes serviços ou pela falta da oferta deles no destino, razão pela qual, faz-se necessária reflexão sobre a oferta dos serviços no município.



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

Mesmo diante de todos os apontamentos, em nível de satisfação e insatisfação, observa-se que 85% dos entrevistados afirmaram que pretendem voltar ao destino, o que demonstra interesse em conhecer melhor a cidade e seus potenciais atrativos.



## **2. CONSIDERAÇÕES FINAIS**



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

Com base nas informações, 55% dos respondentes eram advindos de municípios com até 100 km de Divinolândia, o que deixou o uso do próprio automóvel como preferência para realizar a viagem. Dentre os principais motivos para realizar a viagem, destaca-se a saúde. Com relação ao perfil dos turistas e/ou excursionistas que visitaram o município, o nível escolar predominante foi o ensino médio, e a renda familiar de 68% dos entrevistados é de até R\$ 7.600,00. Outra característica a se registrar é que a maioria dos entrevistados já conhecia o destino e estava viajando em grupo familiar. Com base na amostragem, 15% dos respondentes pernoveram na cidade e deixou o meio de hospedagem com maior percentual de preferência a casa de amigos/parentes.

Os turistas e/ou excursionistas que visitaram o município, apontaram como ponto forte da cidade o Hospital/Saúde, Infraestrutura (paisagem, clima e limpeza), Hospitalidade, Meios de Alimentação, Atrativos Turísticos, Tranquilidade e Prosa Caipira, estes foram os itens de destaque em relação ao que a cidade tem de melhor, no entanto, alguns visitantes perceberam e apontaram de forma negativa a Infraestrutura (clima, telecomunicações, ruas de paralelepípedos, sinalização turística e de trânsito, buracos e calçamento da cidade), Atrativos Turísticos, Tranquilidade, Meios de Alimentação, Hospitalidade e Meios de Hospedagem.

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



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

Com base no presente estudo, pode-se concluir que Divinolândia possui potencial para aumentar o fluxo de visitantes, devido às suas características. Dessa forma, é preciso realizar um trabalho de promoção do destino, apresentando assim seus expressivos atrativos.

A mobilização da equipe da Prefeitura em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo - COMTUR e empreendedores da cadeia produtiva, aliados ao apoio técnico profissional, serão fatores determinantes para o desenvolvimento de estratégias para que Divinolândia receba e atenda às reais necessidades de seus turistas e/ou excursionistas os quais, movimentam a economia local por meio do efeito multiplicador tão característico do turismo.



## **REFERÊNCIAS**

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

**ANEXOS**

**INSTRUMENTO DE PESQUISA**

Demanda Turística Real



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

