



PESQUISA DE
**DEMANDA
TURÍSTICA**



Pesquisa de Demanda Turística de Tarumã-SP

Prefeitura do Município de Tarumã

Oscar Gozzi	Prefeito
Fernandes Baratela	Vice-prefeito

Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Inovação

Bruno H. Ribeiro da Fonseca	Secretário
Geni R. Laurenti Vieira	Diretora de Cultura
Mirella Raquel Morro de Lima	Agente Administrativo

Realização **Criação Boas Ideias**

Luiz Fernando Neves Alves	Mestre em Turismo
Minália Trugillo	Suporte Técnico

Demanda Turística

O estudo de demanda tem como objetivo principal traçar o perfil do turistas e excursionistas que visitam uma determinada localidade durante a alta, média e baixa temporada, além de suas principais motivações, nível socioeconômico e expectativas em relação aos produtos e serviços consumidos durante sua estadia, além do perfil dos gastos financeiros de cada visitante.

Os resultados da pesquisa também são utilizados para a elaboração de políticas de turismo, planos de desenvolvimento do turismo, monitoramento de indicadores de turismo, servindo como insumo essencial para as estratégias de gestão do turismo.

Para o MTUR

Demanda turística é o conjunto de turistas, que de forma individual ou coletiva, estão motivados a consumir uma série de produtos ou serviços turísticos com o objetivo de cobrir suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias.

A demanda real é o número de pessoas que efetivamente viajam para um destino ou localidade, enquanto a demanda potencial é composta de todos que tem perfil para consumir os produtos turísticos do destino, porém que não viajam por motivos diversos (falta de tempo, falta de disponibilidade financeira, falta de conhecimento do destino, etc).

Visa compreender as características, necessidades, motivações e satisfações dos turistas em relação a um destino específico, sendo fundamental para a coleta de dados primários, que são essenciais para a análise e interpretação do comportamento do consumidor turístico e para a formulação de estratégias de desenvolvimento turístico sustentável (Beni, 2003).

A aplicação sistemática e contínua de pesquisas de demanda turística é vital para monitorar tendências, avaliar a eficácia de estratégias e políticas turísticas, e adaptar-se às mudanças nas preferências e expectativas dos turistas (Bursztyn, 2002). Além disso, os insights obtidos podem orientar a gestão de destinos no desenvolvimento de produtos turísticos inovadores, na melhoria da qualidade dos serviços, na promoção eficaz do destino e na gestão sustentável dos recursos turísticos.

A integração de dados de pesquisa de demanda turística com outras fontes de dados, como estatísticas de chegadas de turistas e indicadores econômicos, pode proporcionar uma visão holística do impacto do turismo no destino, facilitando a tomada de decisões informadas e estratégicas por parte dos gestores de turismo, empresários e outros stakeholders.

Em suma, a Pesquisa de Demanda Turística é uma ferramenta técnica imprescindível para o planejamento, desenvolvimento e gestão responsável e eficaz do turismo, contribuindo

para a construção de destinos turísticos mais sustentáveis, competitivos e alinhados às necessidades e desejos dos visitantes.

Para a elaboração da pesquisa de demanda foi desenvolvido um formulário Online para aplicação em diferentes métodos, sendo esses:

- Provocação ao visitante de Tarumã (SP) através de anúncio em rede social, convidando o público visitante a responder a pesquisa de demanda no período total entre 4 de agosto a 16 de agosto de 2023.
- Pesquisa *in loco*, realizada por pesquisadores credenciados, na Feira do Agricultor, em Tarumã, entre os dias 4 e 5 de Agosto de 2023, com abordagem aos visitantes em três locais de acesso e fluxo na Feira.

Cabe ressaltar que a amostragem para este resultado que será exibido se deu com número de 132 entrevistados, com coleta total realizada no período 4/08/2023 a 16/08/2023, incluindo os dois métodos citados acima. Porém, a pesquisa de demanda turística da cidade de Tarumã (SP) será continuada e terá resultados que refletem a demanda o ano inteiro, não só em um evento pontual.

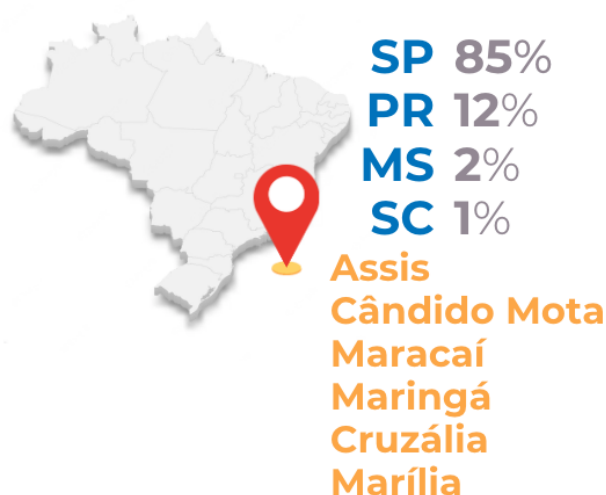
O QR Code para Formulário Online também estão disponíveis em pontos de fluxo de visitantes como o Pesqueiro , Pousadas SkiFish.

O formulário *Online* proporciona melhor rapidez de respostas e flexibilidade para atingir diferentes locais que recebem visitantes como os hotéis, restaurantes, atrativos da cidade, equipamentos públicos e toda empresa parceira da Gestão de Turismo Local, com apoio do Conselho de Turismo.

Assim, são exibidos os resultados da pesquisa.

Origem

O estado de São Paulo é grande maioria na emissão de visitantes, representando 85% dos entrevistados. Paraná, representa 12%, Mato Grosso do Sul 1,3%, Santa Catarina 1%. O restante não atinge 1% para cada estado.



Já em relação às cidades, foram registradas 17 cidades diferentes, com predomínio da região, sendo as cidades mais significativas: Assis, Cândido Mota, Florínea, Cruzália, Maracaí, Londrina, Maringá e Marília.

As cidades e seus percentuais são exibidas abaixo:

Cidade	Percentual
Assis	50%
Cândido Mota	9,4%
Maracaí	6,7%
Maringá	5,4 %
Cruzália	4%
Marília	4 %
Florínea	4%
Londrina	4%
Macatuba	1,3%
Mandaguari	1,3%
Curitiba	1,3%
Paulínia	1,3 %
Ponta Porã	1,3 %
São Paulo	1,3 %
Bastos	1,3 %

Bauru	1,3 %
-------	-------

Motivo da Viagem

A maioria dos participantes da pesquisa visitou Tarumã principalmente para participar do evento (local principal da aplicação da pesquisa).



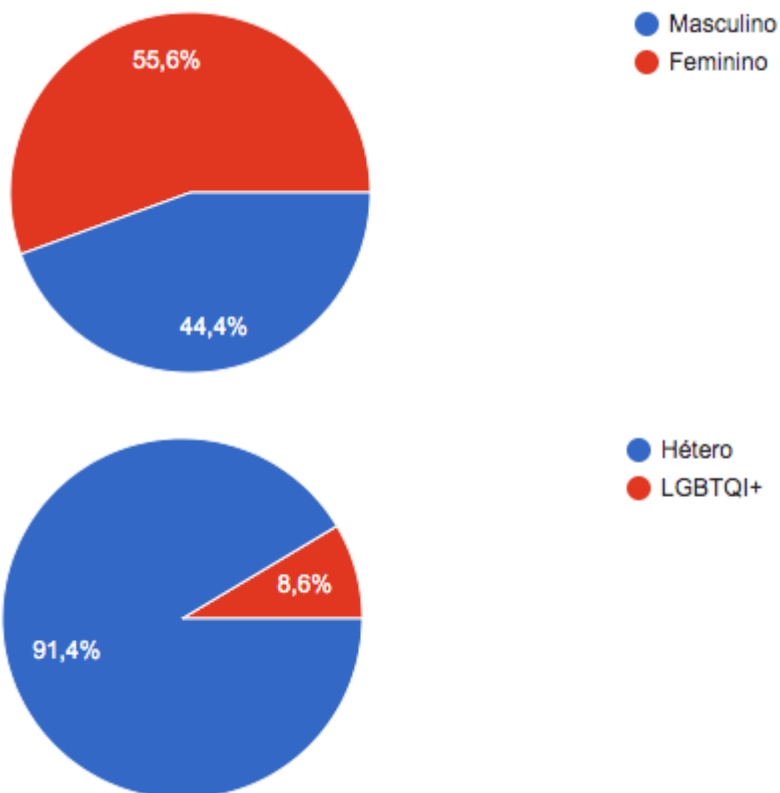
O segundo motivo mais comum mencionado pelos participantes foi o lazer em geral, abrangendo descanso, passeios e gastronomia. Isso indica que a cidade também é procurada por suas opções de entretenimento e relaxamento.

Cerca de 13% dos participantes vieram a negócios ou trabalho, enquanto 12% visitaram parentes ou amigos. Outros motivos, como gastronomia, prática de esportes e férias, tiveram uma representação menor, cada um com apenas 1%.

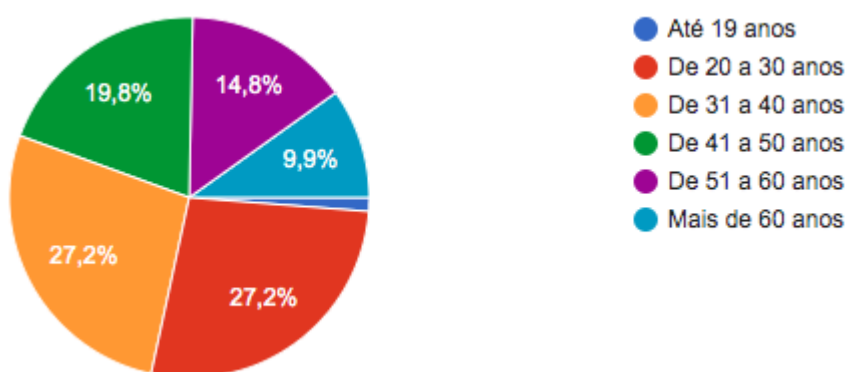
Isso sugere que embora Tarumã seja predominantemente visitada por eventos e momentos de lazer, há uma diversidade de interesses e necessidades entre os visitantes que podem ser explorados e atendidos para aprimorar a experiência turística na cidade.

Gênero, identificação e faixa etária

Em relação ao gênero, mais da metade são mulheres, totalizando 55,6%. 8,6% se identificam como LGBTQI+ quando perguntado sobre distinção sexual.



A pesquisa mostra que a maior parte dos visitantes de Tarumã está na faixa etária de 20 a 40 anos, representando mais da metade do público. Os turistas entre 41 e 50 anos constituem 19,8% do total. Aqueles com idades entre 51 e 60 anos representam quase 15%, enquanto os que têm 60 anos ou mais compõem 10% dos visitantes.



Escolaridade e renda

A pesquisa indica que 46,9% dos visitantes de Tarumã possuem ensino superior completo, enquanto 14,7% têm pós-graduação. Aqueles que completaram o ensino médio representam 23,5% do público, e 9,9% cursaram ensino técnico.

escolaridade



Ensino Superior	46.9%
Ensino Médio	23.4%
Pós Graduação	21.9%
Curso Técnico	14.1%
Ensino Fundamental	4.9%

A predominância dos respondentes, 65.3%, se situa na **faixa de renda** de R\$3.637 a R\$7.272, evidenciando uma concentração de renda média entre os participantes.

Renda Mensal



DE R\$ 1.212 A R\$ 3.636	30.7%
DE R\$ 3.637 A R\$ 7.272	65.3%
DE R\$ 7.273 A R\$ 10.908	6.7%
DE R\$ 10.909 A R\$ 14.544	4%
DE R\$ 14.545 A R\$ 18.180	0%
ACIMA DE R\$ 18.180	2.7%

Em seguida, 30.7% dos respondentes possuem uma renda situada entre R\$1.212 e R\$3.636, indicando também uma presença significativa de indivíduos com renda mais baixa. As demais faixas de renda são menos representativas, com 6.7% entre R\$7.273 a R\$10.908, 4.0% de R\$10.909 a R\$14.544, e 2.7% acima de R\$18.180, demonstrando que rendas mais elevadas são menos comuns entre os respondentes.

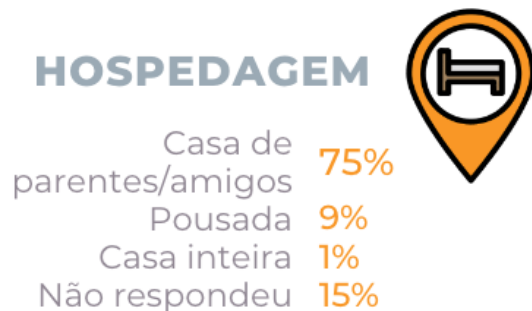
Hospedagem, Permanência e Informação

Em relação à **permanência**, os dados indicam que a maioria dos visitantes de Tarumã tem uma estadia curta, com 54,3% apenas de passagem e 28,4% ficando de 1 a 2 dias. Isso sugere que muitos podem estar na cidade para compromissos rápidos ou visitas de curta duração.

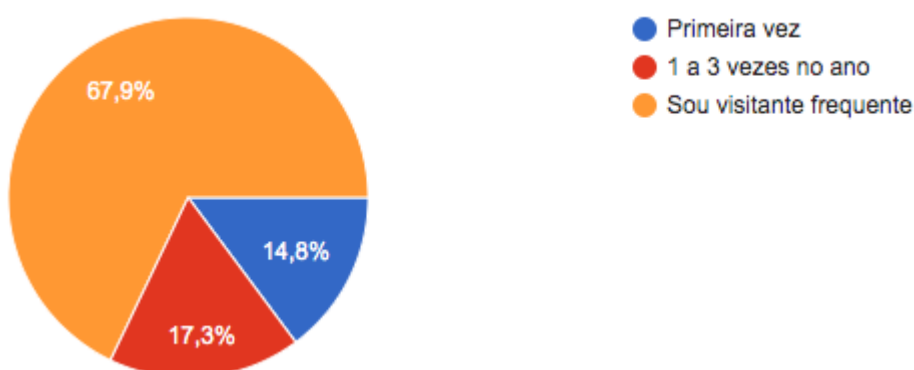


54.3%	só de passagem
28.4%	1 a 2 dias
9.9%	mais de 5 dias
7.4%	2 a 5 dias

A preferência por **hospedagem** na casa de parentes ou amigos, representando 73,4%, destaca a forte conexão familiar ou social na região. Além disso, a opção por quartos em casas particulares, embora menor, mostra uma tendência de busca por acomodações mais personalizadas ou econômicas.



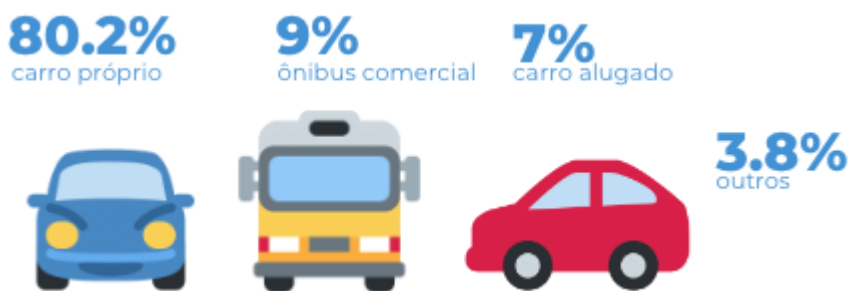
Os dados revelam que a principal **fonte de informação** sobre Tarumã para os visitantes são os amigos e conhecidos, representando 86,4% dos entrevistados. Internet representou 3,7%, Jornal e revista 1,2%, 2,5% disseram que já conheciam o destino, 4,9% disse ter sido indicado no trabalho ou por conta da viagem a trabalho e 1,3% não respondeu. Isso sugere que o boca a boca desempenha um papel crucial na promoção da cidade.



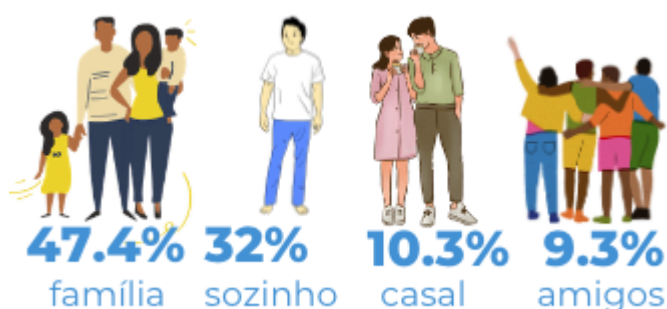
Além disso, a alta porcentagem (67,9%) de visitantes que **frequentam regularmente Tarumã** indica um forte vínculo ou atração pelo destino. No entanto, ainda há um segmento significativo, quase 15%, que está visitando a cidade pela primeira vez, mostrando potencial para atrair novos turistas.

De que forma viaja

A maioria dos entrevistados prefere usar o "Carro Próprio" como meio de transporte quando visitam Tarumã. O "Ônibus de linha (comercial)" é a segunda opção mais popular. Carro alugado segue com 7% da preferência.



Os demais meios de transporte, como "Ônibus da empresa", "Moto", são menos comuns, com porcentagens que somam 3.8% das respostas.



Quase metade dos entrevistados, 47,4%, viaja "Em família". Uma proporção significativa, 32%, viaja "Sozinho". As viagens com "Amigos" e como "Casal" representam 9,3% e 10,3%, respectivamente. A opção "Casal com filhos" é a menos comum, com apenas 1%.

Unir Trabalho x Lazer

Em relação unir viagens de trabalho e lazer, a resposta predominante, com 55,1%, foi "Não se aplica", indicando que muitos visitantes podem não estar na cidade por motivos de trabalho.

Não se aplica **55,1%**

Quanto estou a trabalho, procuro adequar dias para lazer **41%**

Quando venho a lazer, busco agendar reuniões de trabalho **3,8%**

No entanto, 41% mencionaram que, quando estão a trabalho, tentam adequar dias para lazer. A opção "Quando venho a lazer, busco agendar reuniões de trabalho" foi escolhida por 3,8% dos entrevistados.

Observa-se então que a maioria dos visitantes de Tarumã viaja em seu próprio carro e, frequentemente, na companhia da família. Embora muitos não combinem trabalho e lazer durante suas visitas, uma proporção significativa procura aproveitar suas viagens de trabalho para incluir momentos de lazer.

Animais de Estimação

A maioria (54%) possuem PETs. Dos entrevistados, 44,4% mencionaram que não possuem animais de estimação. Por outro lado, 31,1% possuem dois ou mais animais e 24,4% possuem apenas um animal de estimação.



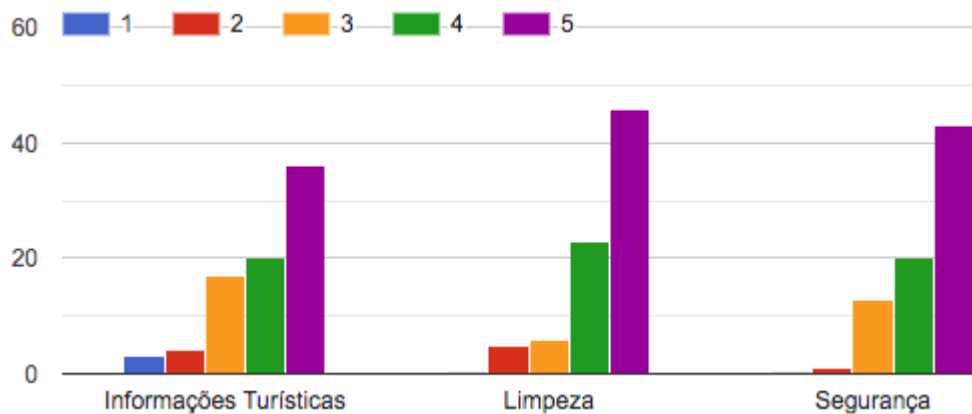
Isso sugere que, entre os participantes, há uma divisão clara entre aqueles que não têm animais e aqueles que têm, sendo que muitos dos que têm animais possuem mais de um.

Infraestrutura da cidade

A análise da infraestrutura de uma cidade com base nas opiniões dos visitantes é vital para o desenvolvimento sustentável do turismo, pois permite identificar áreas que necessitam de melhorias e investimentos, impactando diretamente a experiência do turista e sua intenção de retornar ou recomendar o destino (Bursztyn, 2002; Beni, 2003).

A qualidade e adequação dos serviços e facilidades oferecidos são componentes fundamentais para o sucesso do turismo e, quando bem gerenciados, podem aprimorar a competitividade do destino no cenário turístico. Além disso, a participação dos visitantes no processo de avaliação e planejamento do turismo é crucial para a criação de destinos mais inclusivos e sustentáveis, onde as necessidades e desejos dos turistas são considerados juntamente com os da comunidade local (Ruschmann, 1997).

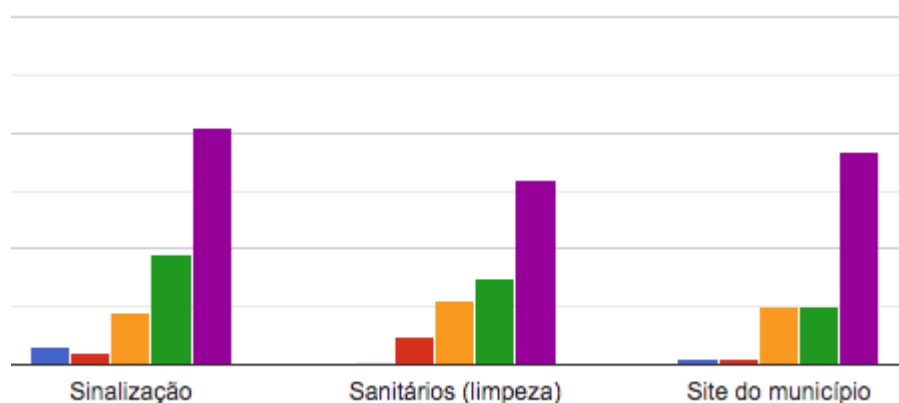
Cabe ressaltar que nem todos os respondentes avaliaram todas as estruturas. Sendo assim, foi levado em consideração as respostas validadas, que seguem a sequência dos gráficos e a interpretação dos dados.



A infraestrutura da cidade no quesito **Informações Turísticas** recebeu uma avaliação predominantemente positiva, com a maioria dos visitantes classificando-a como "ótimo" ou "bom". No entanto, algumas críticas foram observadas, indicando áreas de melhoria nas informações turísticas disponíveis.

Em relação à percepção de **limpeza**, houve grande elogio, com a maioria dos avaliadores atribuindo a nota máxima, indicando um alto nível de satisfação com a higiene e manutenção dos espaços públicos. No entanto, algumas avaliações foram mais críticas, apontando para áreas ou situações específicas onde a limpeza pode ser melhorada. A presença de notas regulares e ruins sugere que há aspectos da limpeza urbana que podem ser otimizados para melhorar a experiência dos habitantes e visitantes. A ausência de avaliações "péssimas" é um indicativo positivo da satisfação geral com a limpeza da cidade.

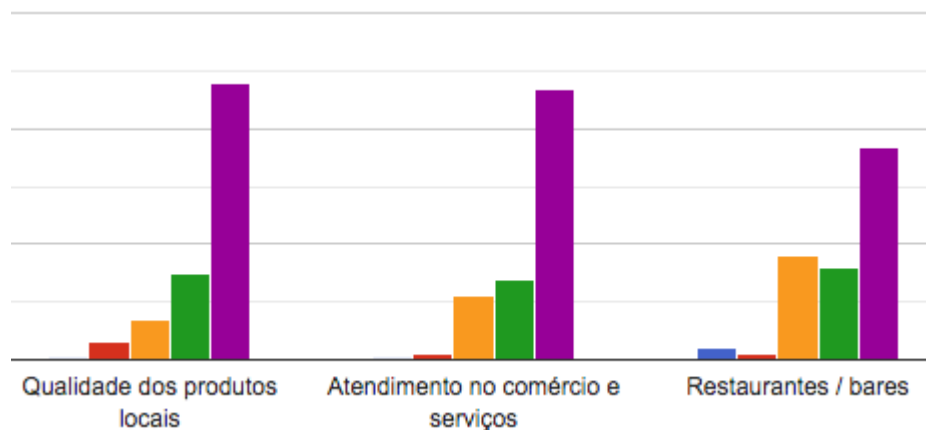
A cidade recebeu avaliações majoritariamente positivas em relação à **segurança**, com a maior parte dos participantes atribuindo a nota máxima, refletindo uma sensação de segurança predominante entre os avaliadores. A ausência de notas "péssimas" sugere que experiências extremamente negativas em relação à segurança são raras, contribuindo para a imagem positiva da cidade neste aspecto.



A **sinalização** da cidade recebeu predominantemente avaliações positivas, com muitos participantes atribuindo notas máximas, refletindo uma percepção de clareza e eficácia dos sinais de trânsito e informações. No entanto, algumas pessoas atribuíram notas mais baixas, indicando que há áreas ou aspectos da sinalização que podem ser confusos ou insuficientes.

Os **sanitários** da cidade, no aspecto de limpeza, receberam uma avaliação majoritariamente positiva, com uma quantidade significativa de notas máximas, indicando satisfação com a higiene e manutenção desses locais. Houve também uma presença notável de avaliações regulares e algumas ruins, sinalizando que há espaços ou momentos em que a limpeza dos sanitários pode não estar adequada.

O **site do município** recebeu, em sua maioria, avaliações positivas, com a maior parte dos participantes atribuindo notas 4 e 5, indicando um alto nível de satisfação com a plataforma. Porém, algumas avaliações regulares e pontuais classificações como 'ruim' e 'péssimo' apontam para possíveis áreas de aprimoramento.

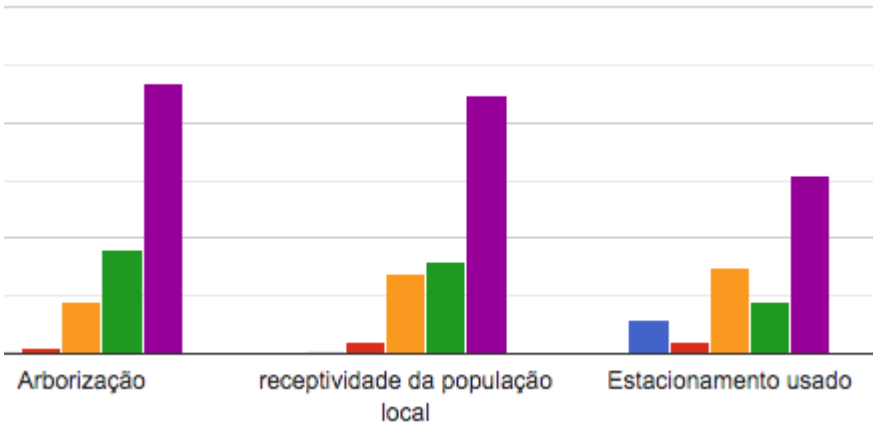


A **qualidade dos produtos locais** foi altamente valorizada pelos avaliadores, com uma predominância de notas 5, refletindo uma percepção de excelência. Entretanto, algumas avaliações regulares e ruins indicam que, apesar da alta qualidade percebida, existem aspectos ou produtos específicos que podem não ter atendido às expectativas de alguns usuários, sugerindo a oportunidade para melhorias contínuas e atenção à diversidade de preferências e necessidades dos consumidores.

Em relação ao **atendimento no comércio e serviços da cidade**, a avaliação foi majoritariamente positiva, com uma predominância de notas 5, indicando um alto nível de satisfação entre os avaliadores. Algumas avaliações regulares e uma avaliação ruim apontam para a existência de áreas ou estabelecimentos específicos onde o atendimento pode ser aprimorado.

A maioria dos avaliadores expressou satisfação com os **restaurantes e bares** da cidade, atribuindo notas ótimas e boas, refletindo uma experiência positiva com os serviços de

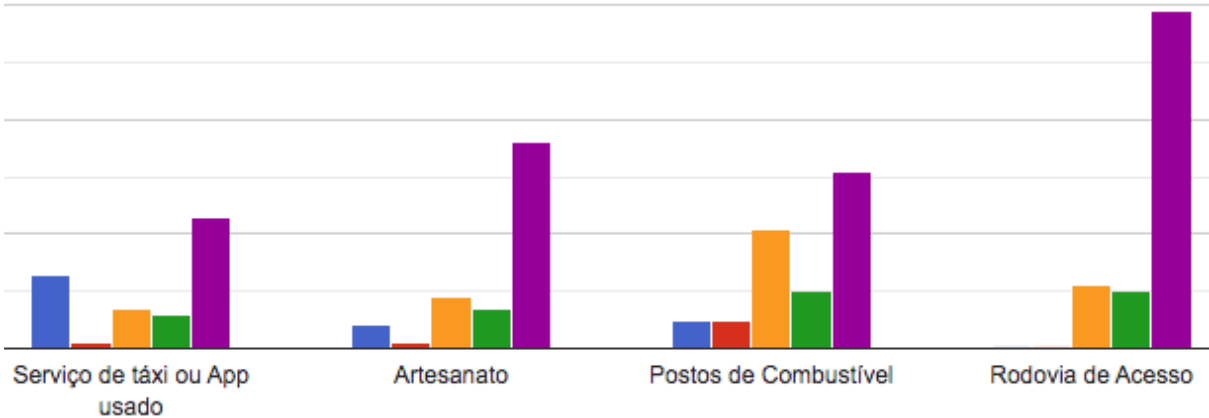
alimentação e entretenimento locais. Essas avaliações mais baixas podem representar experiências pontuais ou áreas específicas que necessitam de atenção e aprimoramento.



A **arborização** da cidade foi altamente valorizada pelos avaliadores, com a maioria concedendo a nota máxima, refletindo uma apreciação significativa pela quantidade e qualidade das áreas verdes. A ausência de notas péssimas é um indicativo positivo, sugerindo que, de modo geral, a cidade atende bem às expectativas quanto à presença de vegetação e áreas arborizadas.

A **população local** da cidade é predominantemente percebida como **acolhedora e receptiva**, com a maior parte das avaliações conferindo a nota máxima. A inexistência de avaliações classificadas como péssimas é um indicativo forte da positividade geral em relação à receptividade da população local, contribuindo para uma experiência agradável para todos que a visitam.

A avaliação do **estacionamento usado** na cidade apresenta uma diversidade de percepções. Enquanto uma parcela significativa dos avaliadores atribuiu a nota máxima, indicando satisfação com as condições e disponibilidade de estacionamento, uma proporção considerável atribuiu notas regulares, sinalizando possíveis áreas de melhoria e revelou insatisfações pontuais.



A avaliação do **serviço de táxi ou app** usado na cidade revela uma divisão marcante nas opiniões, bem como um número bem menor de respondentes. Uma parte considerável dos avaliadores expressou satisfação, atribuindo notas ótimas. No entanto, uma porcentagem igualmente significativa atribuiu a nota mínima, evidenciando insatisfações ou ainda a inexistência do serviço na cidade.

O **artesanato** da cidade recebeu, predominantemente, avaliações positivas, com a maior parte dos participantes atribuindo a nota máxima, refletindo uma apreciação significativa pela qualidade, diversidade e autenticidade dos produtos artesanais locais. Vale destacar que as notas intermediárias indicam que, para alguns, o artesanato local cumpre as expectativas, mas há espaço para melhorias.

Os **postos de combustível** da cidade apresentam uma avaliação diversificada. Uma parcela significativa dos respondentes considera os serviços e infraestrutura como ótimos. A diversidade nas avaliações sugere a importância de uma análise mais aprofundada para identificar e abordar as áreas de melhoria nos postos de combustível da localidade, visando aprimorar a experiência e satisfação dos visitantes.

A **Rodovia de Acesso** à cidade foi majoritariamente bem avaliada, com uma predominância de notas "ótimas", indicando satisfação e aprovação por parte da maioria dos avaliadores. O fato de não existirem avaliações negativas reforça a visão de que a infraestrutura da rodovia é adequada e bem mantida.

A cidade, de maneira geral, recebeu avaliações predominantemente positivas em diversas categorias, indicando um alto nível de satisfação entre os avaliadores. Áreas como Limpeza, Sinalização, Receptividade da População Local e Rodovia de Acesso foram especialmente bem avaliadas, com a maioria das notas sendo "ótimas". Isso sugere que a cidade possui uma infraestrutura sólida e bem mantida, além de uma população acolhedora.

No entanto, algumas categorias, como Serviço de Táxi ou App usado e Estacionamento, apresentaram uma variação maior nas avaliações, com a presença de notas mais baixas, indicando possíveis áreas de melhoria. Mesmo assim, a ausência de uma quantidade significativa de avaliações negativas em todas as categorias analisadas reflete uma percepção geral positiva da cidade e de seus serviços e infraestruturas.

Essa síntese sugere que a cidade é bem vista por seus visitantes, mas a atenção contínua a áreas específicas pode contribuir ainda mais para a experiência positiva de todos.

Visitas aos atrativos da cidade

Quando citado de forma aberta os locais que visitam em Tarumã, as respostas foram variadas, incluindo cidades próximas (por falta de conhecimento de alguns respondentes), e que também não invalidam os resultados. Assim, relata-se o resultado geral dos atrativos visitados citados de forma espontânea:

Atrativo	Percentual
Pesqueiro Skifish	13.3%
Parque Municipal	13.3%
Assis	13.3%
Florinea	6.7%
Pedrinhas	6.7%
Floricultura da lacy	6.7%
Não visitou	6.7%
Complexo	3.3%
Cruzália	3.3%
Bosque	3.3%
Paço Municipal	3.3%
Ciec Teolino Toni	3.3%
Parque dos Lagos	3.3%
Praça das Palmeiras	3.3%
Agro Frizzo	3.3%
Festas, supermercado, comércio em geral	3.3%
Eventos locais	3.3%
Ibiporã	3.3%
Fonte dos Sonhos	3.3%
Nunca fui	3.3%
Vários locais	3.3%

A diversidade de locais visitados em Tarumã e arredores reflete uma variedade de interesses e preferências. O Pesqueiro Skifish e o Parque são os mais citados, ambos com 13.3% das menções, indicando uma preferência por locais de lazer ao ar livre e contato com a natureza. Juntando as respostas “Nunca fui” com “Não visitou”, soma-se 10%, que abre margem para um público novo.

A cidade de Assis também foi mencionada na mesma proporção, sugerindo que é um local frequentemente visitado, possivelmente devido a uma maior oferta de serviços e comércio.

Florinea e Pedrinhas Paulista foram citadas por 6.7% dos respondentes cada, assim como a Floricultura da lacy e respostas indicando que nunca visitaram ou não especificaram um local, demonstrando uma diversificação nas preferências de visitação. Outros locais

foram mencionados individualmente, refletindo uma ampla gama de interesses e atividades na região.

Visitou outras cidades da Região?

A grande maioria dos respondentes, 80%, afirmou ter visitado outras cidades da região, indicando um alto grau de mobilidade e interação com as localidades vizinhas. Outros 20% diz não visitar outras cidade, apenas Tarumã.



visita a outras cidades

Aos que responderam SIM, foi perguntado qual cidade visitou. Abaixo são exibidos os resultados das cidades mais citadas:

Atrativo	Percentual
Florínea	20%
Assis	18%
Cândido Mota	16%
Pedrinhas Paulista	10%
Paraguaçu Paulista	6%
Marília	4%
Maracaí	3%
Echaporã	2%
Palmital	2%
Ourinhos	1%
Martinópolis	1%
Tupã	1%
João Ramalho	1%
Presidente Prudente	1%
Ibiporã	1%

Outras cidades foram mencionadas uma vez ou referidas de forma genérica como "todas na região", "várias", ou "região do vale do Paranapanema".

É muito importante que haja esse "intercâmbio" entre as cidades, fortalecendo a regionalização. A diversidade de cidades visitadas pelos respondentes é notável,

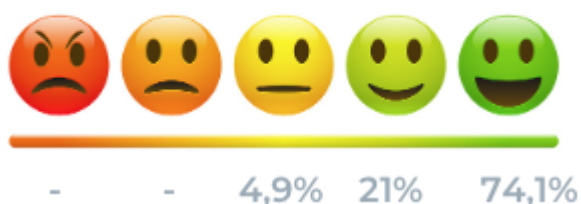
refletindo uma variedade de preferências e necessidades. Florínea, Assis e Cândido Mota foram as cidades mais citadas, com 20%, 18% e 16% das menções, respectivamente, indicando que essas localidades podem ser centros de interesse ou possuir serviços e atrações que atraem visitantes. Pedrinhas Paulista também foi bastante mencionada, com 10% das referências.

Outras cidades como Paraguaçu Paulista, Marília e Maracá também foram citadas, mas com menor frequência. Alguns respondentes referiram-se a visitas a várias cidades da região de forma genérica, sem especificar quais.

De maneira geral, como avalia a experiência

A experiência de viagem foi predominantemente avaliada como excelente, com a grande maioria dos participantes atribuindo a nota máxima. Isso sugere um alto nível de satisfação entre os visitantes.

avaliação geral da experiência em Tarumã



Algumas pessoas atribuíram a nota 4, indicando uma experiência boa, e uma minoria avaliou como regular, com a nota 3. Não houve avaliações classificadas como ruins ou péssimas, reforçando a percepção positiva da experiência de viagem na região.

Quando **perguntado de forma aberta para contribuições**, os resultados foram diversificados, porém algumas áreas se destacaram para maior atenção. Primeiramente, cita-se aqui as contribuições na íntegra organizadas por tópicos principais e subtópicos:

1. Governança Turística:

Administração e Gestão:

Bem administrado.

A continuidade do trabalho é necessária, a gestão atual está de parabéns.

Em tudo, melhorar é constante.

Aspectos Socioculturais:

Proporcionar mais empregos.

Mais atividades para terceira idade. Lazer e esporte para terceira idade.

Pelas visitas que faço em Tarumã que são frequentes, o que precisa seria ter mais horários de ônibus para as cidades vizinhas.

Apreciação Geral:

Tudo perfeito, parabéns.

Nada.

No mais, acho que Tarumã é uma cidade muito bem organizada.

2. Infraestrutura:

Serviços e Infraestrutura:

Taxi, Uber, posto de combustível.

Melhor estacionamento.

Energia caindo toda hora.

Falta hotel.

Saúde e Segurança:

Falta hospital.

Melhorar segurança.

3. Mercado (Comunicação e Marketing):

Comunicação:

Comunicação turística nas entradas do evento com informações turísticas. Isso dá segurança e aumenta a possibilidade de visitar outros locais.

Informação:

Informações

Atrações e Eventos:

Atrações

Atrações e eventos.

Falta mais eventos para atrair mais turistas.

Mais cantores famosos.

Shows diferentes, museu.

Fomentar Hotéis e restaurantes.

4. Aspectos Socioculturais e Ambientais:

Comércio e Alimentação:

Falta restaurante.

Precisa de mais restaurantes, lojas, cinema.

Falta crescer comércio, cidade.

Lazer e Entretenimento:

Mais atividades para terceira idade. Lazer e esporte para terceira idade.

Aspectos Socioculturais:

Proporcionar mais empregos.

Mais atividades para terceira idade. Lazer e esporte para terceira idade.

Os participantes da pesquisa expressaram satisfação com a experiência em Tarumã, elogiando a administração e organização da cidade. No entanto, identificaram áreas críticas para desenvolvimento e melhorias, como a infraestrutura de serviços, a oferta de atrações e eventos, e a disponibilidade de informações turísticas.

A necessidade de mais opções de estacionamento, táxis, e a melhoria na segurança e nos serviços de saúde foram pontos destacados. Além disso, a demanda por uma maior variedade de restaurantes, lojas, e opções de lazer, incluindo atividades para a terceira idade, foram sugeridas para enriquecer a experiência turística e promover o desenvolvimento local. A comunicação eficaz e o marketing foram vistos como essenciais para atrair mais visitantes e garantir uma experiência turística segura e informativa.

Conclusão

A Pesquisa de Demanda Turística de Tarumã proporcionou insights valiosos e uma compreensão das percepções dos visitantes, sendo um instrumento crucial para o aprimoramento e desenvolvimento do turismo na cidade.

A análise das respostas evidenciou uma percepção geral positiva da qualidade dos serviços e infraestrutura da cidade, com destaque para aspectos como lazer e eventos. No entanto, também foram apontadas áreas que necessitam de atenção e melhorias, como a necessidade de mais opções de restaurantes e aprimoramento na comunicação turística.

É imperativo que valorizemos os aspectos positivos identificados, consolidando-os como pilares de nossa oferta turística, enquanto abordamos proativamente as áreas de melhoria, transformando desafios em oportunidades de enriquecer a experiência do visitante.

Este estudo marca um passo significativo na construção de um destino planejado, pensado e sólido com o compromisso contínuo com a pesquisa e avaliação para alcançar amadurecimento.

Referências

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 9ª. São Paulo: Editora Senac, 2003.

BURSZTYN, I. Turismo: Aspectos Socioeconômicos e Planejamento Urbano. São Paulo: Contexto, 2002.

CHIAS, Josep. Turismo o negócio da felicidade: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. Senac, 2007.

PINHEIRO, Roberto Meireles. Pesquisa de mercado. Editora FGV, 2015.

RUSCHMANN, D. V. D. M. Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do Meio Ambiente. Campinas: Papirus, 1997.