

# ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA MONTEIRO LOBATO 2019



ELABORADO POR:



PREFEITURA DE  
MONTEIRO  
LOBATO

**USF**  
UNIVERSIDADE SÃO FRANCISCO





PREFEITURA DE  
**MONTEIRO  
LOBATO**



## **EQUIPE TÉCNICA**

### **Universidade São Francisco:**

Coordenação do Projeto: Prof.<sup>a</sup> M<sup>a</sup>. Cândida Maria Costa Baptista - Docente dos Cursos de Engenharia Civil e Engenharia Ambiental.

Prof. Marcelo Silva - Docente e Coordenador dos Cursos de Engenharia Civil da USF.

Prof. Dr. Marcelo Augusto Gonçalves Bardi - Chief Information Officer (CIO) do Grupo Bom Jesus

### **Equipe de apoio da USF:**

Nicolas Oliveira Garcia - Estudante de Engenharia Civil da Universidade São Francisco.

Rafael Coutinho Machado - Estudante de Engenharia Civil da Universidade São Francisco.

Ricardo Augusto Lima Rodrigues Filho - Estudante de Engenharia Civil da Universidade São Francisco.

### **Prefeitura Municipal de Monteiro Lobato:**

Coordenação do Projeto: Mariana Ramos Martins - Turismóloga

Cayque José Mathias Andrade- Estudante de Engenharia Civil da Universidade São Francisco e Estagiário da Prefeitura Municipal de Monteiro Lobato.

Lucas de Oliveira Marques - Estudante de Engenharia Civil da Universidade São Francisco e Estagiário da Prefeitura Municipal de Monteiro Lobato.

Marcus Roberto de Carvalho Maurício - Estudante de Engenharia da Computação da Universidade São Francisco e Estagiário da Prefeitura Municipal de Monteiro Lobato.





### **UNIVERSIDADE SÃO FRANCISCO**

**Diretor Presidente da CNSP-ASF:** Frei Thiago Alexandre Hayakawa, OFM

**Reitor:** Frei Gilberto Gonçalves Garcia, OFM

**Pró-Reitor de Ensino Pesquisa e Extensão (PROEPE):** Dilnei Lorenzi

**Pró-Reitor de Administração e Planejamento:** Adriel de Moura Cabral

**Diretora do Campus de Bragança Paulista:** Patrícia Teixeira Costa

**Diretor Administrativo dos Campus:** Rodrigo Ribeiro Paiva

### **PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTEIRO LOBATO**

**Prefeita:** Daniela de Cássia Santos Brito

**Vice-Prefeito:** Vicente de Paula Prisco da Cunha

**Apoio:** AMITESP

Assoc. dos Prefeitos Munic. de Interesse Turístico do Estado de SP



380.84  
E84

Estudo de demanda turística para o município de Monteiro Lobato / Cândida Maria Costa Baptista ... [et al.]. – Bragança Paulista, 2019.  
32 p.

Convênio de cooperação técnico-científica entre a Prefeitura Municipal de Monteiro Lobato e a Universidade São Francisco.

1. Turismo – Monteiro Lobato. 2. Turismo - Estudo de Demanda. I. Baptista, Cândida Maria Costa. II. Prefeitura Municipal de Monteiro Lobato. III. Universidade São Francisco.

## APRESENTAÇÃO

Elaborado pela Equipe Técnica do PMMU da Universidade São Francisco em parceria com a Prefeitura de Monteiro Lobato seguindo a metodologia do Ministério do Turismo. Este estudo tem como objetivo a análise do questionário que foi aplicado no dia 22 de novembro de 2019, em Monteiro Lobato, onde os turistas participaram ativamente no levantamento de dados de demanda turística do município.

Seguindo os parâmetros e metodologias estabelecidas pelo Ministério do turismo, serão apresentadas as propostas de alteração das perguntas e a disponibilização de um método de questionário que possua praticidade e eficácia.

Como embasamento deste documento, foram utilizados Estudos já realizados pelo ministério, como o Estudo de Demanda Turística Internacional do Brasil em 2017, e a metodologia apresentada no livreto de Segmentação do Turismo e Mercado, elaborado pelo Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico e Coordenação-Geral de Segmentação, onde possui as diretrizes para esse levantamento, como também, questionários já elaborados para este fim.

Após a aplicação do questionário, foi elaborado um diagnóstico geral da situação do turismo no município e o levantamento do perfil dos turistas que visitam o município, com gráficos e legendas informativas, avaliando conteúdos diversos, como infraestrutura municipal, qualidade dos destinos e atrativos turísticos, tempo de permanência, perfis socioeconômicos, permanências, entre outros dados.

Bragança Paulista, 02 de dezembro de 2019.

## SUMÁRIO

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 1. JUSTIFICATIVA..... | 2 |
| 2. OBJETIVOS.....     | 2 |
| 3. QUESTIONÁRIO.....  | 2 |
| 4. DIAGNÓSTICO.....   | 2 |
| CONCLUSÃO .....       | 2 |
| REFERÊNCIAS .....     | 2 |



## 1. JUSTIFICATIVA

Segundo o Livreto de Segmentação do Turismo, a demanda turística nada mais é do que “o conjunto de turistas, que de forma individual ou coletiva, estão motivados a consumir”, tendo como objetivo “cobrir suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias”. Isto é, a quantificação de pessoas que viajam e ou, que desejam viajar para locais que diferem do cotidiano e optam por suprir suas necessidades em outra localidade.

Segundo o ministério de Turismo, a **demand real** é definida como o número de pessoas que **efetivamente viajam**, enquanto a **demand potencial**, é composta de todos que têm o perfil de **visitar e ou consumir** os produtos, mas não viajam por motivos diversos. Já que nem sempre o conceito de “valor de viagem” será atribuído com mesma intensidade perante os viajantes que podem optar por outros destinos para suas economias, que podem variar perante suas necessidades. Este indivíduo pode até estar enquadrado no público alvo do turismo que está sendo ofertado, porém não possui interesse no destino.

Para que seja realizada uma análise desta demanda, o ministério defende que seja necessário “entender quais fatores influenciam, seja aumentando ou reduzindo os fatores dos destinos turísticos”, sendo os principais os seguintes:

### 1. Disponibilidade de Tempo

Deve ser considerado qual é o tempo livre para realizar suas visitas, como férias, finais de semana, feriados. O objetivo principal é avaliar os pacotes de turismo e rotas, para avaliar se é viável estipular pacotes com um ‘x’ número de dias, se comparada ao tempo que o turista terá para usufruir destes pacotes.

### 2. Disponibilidade econômica

Para que o público opte por realizar os gastos da viagem, muitas vezes deverá existir um aumento na disponibilidade da renda do mesmo, uma opção muito utilizada

é oferecer pacotes que coincidam com algum evento econômico, como pacotes de fim de ano que coincidem com o recebimento do décimo terceiro salário.

### **3. Fatores Demográficos**

Ao compor o produto turístico, deve-se conhecer a idade, gênero, estado civil, e composição familiar dos turistas, para que possa ser gerado mais atração, isto é, o perfil influenciará no potencial de aceitação dos produtos ou da visita de determinado local.

### **4. Fatores Sociais**

Apenas o ato de viajar pode contribuir para a melhoria do relacionamento em determinados grupos de convívio, já que o ato de viajar, está anexado ao conceito de ascensão econômica.

A relação de tais fatores gera características bastante singulares para tal demanda, podendo modificá-la e a tornar inconstante. Há também algumas características que determinarão as alterações no volume e qualidade da demanda, que são:

#### **1. Sazonalidade**

A demanda não permanece estável, possuindo variações de consumo através do tempo.

#### **2. Elasticidade**

A demanda será influenciada com fatores externos, como alterações de mercados, epidemias, guerras, violências, crises políticas, transportes, greves, entre outros que influenciarão se o turista julgará que tal atrativo, lhe proporcionará conforto, e momentos agradáveis.

#### **3. Concentração Espacial**

A concentração de turistas, se dará pela tendência de comunicação formal e informal, feita por quem já visitou o destino, podendo atrair ou afastar visitantes, no caso de avaliações negativas sobre atendimento ou atrativos do destino.

#### **4. Heterogeneidade das motivações da Demanda**

Há no mercado, uma diversificação dos motivos de viagem, seja a expansão cultural, aventura, lazer, sendo que, não há padrões para tais motivações, que atualmente, abordam este conjunto de novas expectativas.

Portanto, a demanda turística estará vinculada a diversos fatores, relativos às preferências e motivações dos visitantes, aos aspectos do local, ou do mercado no qual o destino pertence. Para realizar tal pesquisa, deve-se entender o comportamento desse mercado, da oferta do seu local, e dos produtos oferecidos pelos clientes, baseando estes, nas expectativas dos turistas.

Compreende-se 4 pontos essenciais para a variação do mercado. A primeira, é a **criação de um produto atual, para uma demanda atual**, o que aumentará a atração. O segundo, a **criação de um produto atual, para um novo tipo de demanda**, o que aumentará o número de visitantes que não viajavam para a localidade. O terceiro, a **criação de um produto novo, para uma demanda atual**, atrairão maior diversidade no local, e por fim, quarto e último, a **criação de um produto novo para um novo segmento de demanda**, que atrairá novos turistas.

A relação entre a oferta e a demanda poderá ocorrer de formas diversas, e depende inteiramente do potencial existente no local, do nível de desenvolvimento dos produtos oferecidos e das tendências de consumos atuais. Porém, não existe uma regra para posicionar corretamente a oferta turística no mercado, mas sim formatar as estratégias a serem direcionadas a públicos especificados. Isso direcionará a produção turística, de acordo com suas vocações de destino competitivamente, focando no segmento que possuir o maior potencial de consumo desta produção.

Analise a tabela a seguir, que relaciona os tópicos importantes a serem abordados na demanda turística:

TABELA 1 – Principais Fatores necessários para uma Pesquisa de Demanda Turística Segundo Ministério do Turismo.

| Geográfica               | Demográfica e Socioeconômica | Psicográficas                    | Padrões de comportamento                      | Padrões de consumo e predisposição do consumidor |
|--------------------------|------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Fronteiras políticas     | Gênero                       | Estilo de Vida                   | Momento das compras, ou preferência de marcas | Frequência de uso muito <i>versus</i> pouco.     |
| Climas                   | Idade                        | Atividades                       |                                               |                                                  |
| Fronteiras populacionais | Estado Civil                 | Características De Personalidade | Número de unidades compradas                  | Ocasão                                           |
|                          | Composição familiar          | Preferências                     | Frequência de compras                         | Fidelidade à Marca                               |
|                          | Ciclo de Vida                |                                  | Hábitos em relação à Mídia                    | Propriedade de outros produtos                   |
|                          | Ocupação                     |                                  |                                               | Conhecimento do produto                          |
|                          | Educação                     |                                  |                                               | Benefícios causados                              |
|                          | Renda                        |                                  |                                               |                                                  |

FONTE: MINISTÉRIO DO TURISMO, 2012.



## 2. OBJETIVOS

Para caracterizar a demanda turística, deve ser realizado um questionário junto à população, tanto nas localidades turísticas quanto para os turistas em específico, que possibilite a coleta dos seguintes dados pós questionário, para o planejamento do turismo local, sendo as **perguntas destacadas**, destinadas aos planejadores do turismo, e não aos turistas.

1. De onde vêm os turistas que hoje visitam minha região (público atual)?
2. **De que outras regiões eu desejo atrair turistas (público potencial)?**
3. **De que outras regiões eu teria capacidade de atrair turistas?**
4. **Como posso atingir esses novos turistas?**
5. Qual o clima da região de origem dos turistas (atual e potencial)?
6. O meu público é composto majoritariamente, de homens, ou mulheres?
7. O meu público é mais solteiro, casais ou famílias?
8. Qual a idade média dos turistas que visitam os destinos turísticos?
9. **Qual a idade média dos turistas que desejo atrair?**
10. Qual a renda média dos turistas?
11. **Qual a renda média dos turistas que desejo atrair?**
12. Qual o nível de educação dos turistas?
13. Quais as motivações de viagem dos turistas atuais e potenciais? (descanso, conhecimento, cultura, preço, interação com a natureza, etc.)
14. Os turistas estão dispostos a testar novos produtos, ou querem algo já definido?
15. Eles viajam com frequência, ou apenas esporadicamente?
16. Que outras regiões já visitaram e podem comparar com o meu destino?
17. Que tipo de experiência este perfil de turista se interessa?

Tais perguntas, irão estabelecer uma base para o entendimento do perfil atual do turista. As perguntas podem ser alteradas, incrementadas, e dependendo da motivação do estudo, removidas, porém, deverão ser compreendidos na pesquisa os dados acima. É importante que as respostas estejam condizentes com a capacidade de atendimento, já que pouco adiantaria captar turistas de um determinado local, que não possui meios de chegar a sua localidade por alguma razão.

Para determinar a quantidade de questionários aplicados foi utilizado uma calculadora desenvolvida pela empresa *Survey Monkey*, fundada por *Ryan Finley* em 1999. A calculadora conta com uma equipe de pesquisadores e especialistas em computação que possibilitam o uso de forma gratuita ou paga. Para a base de cálculos, é utilizada como ferramenta de cálculos programas com base *back-end*. programas que utilizam esses sistemas de *back-end* não participam de forma visual e é responsável pelas implantações das exigências e regras impostas pela empresa.

O cálculo para estipular o número de questionários utilizando o método de população finita é o seguinte:

|                           |                          |                      |
|---------------------------|--------------------------|----------------------|
| Tamanho da população ?    | Nível de confiança (%) ? | Margem de erro (%) ? |
| 400                       | 95                       | 5                    |
| <b>Tamanho da amostra</b> |                          |                      |
| <b>197</b>                |                          |                      |

FIGURA 1 – Resultado da calculadora Survey Monkey, quantidade média de turistas mensais estimada através da pesquisa realizada no município em 2017.

FONTE: SurveyMonkey, 2019.

### 3. QUESTIONÁRIO

O questionário a seguir foi aplicado no dia 22 de novembro de 2019:

#### PESQUISA DE DEMANDA – MONTEIRO LOBATO SP

- Cidade/Estado/País de origem: \_\_\_\_\_
- Tempo de permanência em Monteiro Lobato: \_\_\_\_\_
- Idade: \_\_\_\_\_
- Gênero: \_\_\_\_\_
  
- Como conheceu Monteiro Lobato?  
( ) amigos ( ) internet ( ) revista/ jornal ( ) TV ( ) outros. Quais? \_\_\_\_\_
- É a primeira vez que visita a cidade?  
( ) Não  
( ) Sim
- Qual o motivo da viagem até Monteiro Lobato?  
( ) aventura  
( ) natureza  
( ) descanso  
( ) clima  
( ) Literatura\*  
( ) visita a parentes ou amigos  
( ) negócios  
( ) esportes  
( ) cultura  
( ) evento  
( ) gastronomia  
( ) compras  
( ) outros. Quais? \_\_\_\_\_

• Meio de transporte utilizado:

( ) Carro

( ) ônibus

( ) trem

( ) avião

( ) navio

( ) outro. Qual? \_\_\_\_\_

• Viajou: ( ) sozinho ( ) em família ( ) com amigos ( ) casal ( ) casal com filhos

• Número de acompanhantes e idades:

0 a 9 anos - \_\_\_\_\_ 10 a 18 anos - \_\_\_\_\_

19 a 29 anos - \_\_\_\_\_

30 a 45 anos - \_\_\_\_\_ 45 a 65 anos - \_\_\_\_\_

mais de 65 anos - \_\_\_\_\_

Gasto médio diário na cidade (por pessoa):

Previsto R\$ \_\_\_\_\_

Realizado R\$ \_\_\_\_\_

• Onde ficou hospedado?

( ) Casa de Parentes/Amigos

( ) Hotel

( ) Resort

( ) Cama e Café

( ) Rancho

( ) Pousada

( ) AIRBNB

( ) outros. Qual? \_\_\_\_\_

- Quais atrativos visitaram? Cite os que visitaram e também os que não estão na lista.

| ATRATIVO DO MUNICÍPIO                               | <b>NOTA DE 1 A 5, SENDO:</b><br><b>(1) péssimo    (2) ruim    (3) razoável</b><br><b>(4) bom        (5) excelente</b> |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sítio do Pica Pau Amarelo                           |                                                                                                                       |
| Cachoeira Reino das Aguas Claras                    |                                                                                                                       |
| Paço Municipal                                      |                                                                                                                       |
| Busto de Monteiro Lobato                            |                                                                                                                       |
| Letreiro da cidade                                  |                                                                                                                       |
| Igreja Nossa Senhora do Bonsucesso                  |                                                                                                                       |
| Gruta Nossa Senhora de Lourdes                      |                                                                                                                       |
| Casa de Cultura Nelson Gomes                        |                                                                                                                       |
| Pedra do Om ( Bairro do Souza)                      |                                                                                                                       |
| Beira do Riacho                                     |                                                                                                                       |
| Mirante São Francisco de Assis (Pedra do Porquinho) |                                                                                                                       |
|                                                     |                                                                                                                       |
|                                                     |                                                                                                                       |
|                                                     |                                                                                                                       |



- De uma nota (de 1 a 5) para a infraestrutura da cidade:

- |                               |                           |
|-------------------------------|---------------------------|
| ( ) Limpeza                   | ( ) Segurança             |
| ( ) Sanitários                | ( ) Sinalização turística |
| ( ) Site do turismo municipal | ( ) Posto de informações  |
| ( ) Receptivo                 | ( ) Hospedagem            |
| ( ) Restaurantes              | ( ) Bares                 |
| ( ) Atrativos                 | ( ) Comércio              |
| ( ) Artesanato                | ( ) Posto de Gasolina     |
| ( ) Estacionamento            | ( ) Rodovia de acesso     |

- Visitou outras cidades na região? ( ) Não ( ) Sim. Quais?

\_\_\_\_\_

- Qual foi sua expectativa quanto ao destino após a viagem? NOTA DE 1 A 5, SENDO:

(1) péssimo (2) ruim (3) regular (4) bom (5) excelente : \_\_\_\_\_

OBS.: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

Monteiro Lobato, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.



## 4. DIAGNÓSTICO

No dia 22 de novembro de 2019, a equipe técnica da USF foi a campo, para aplicar o questionário elaborado para a coleta dos dados seguintes. Os questionários foram aplicados das 10:00 às 15:00, na cidade de Monteiro Lobato, durante o 10º Festival de Literatura Infantil.

A seguir encontram-se os dados coletados nesta pesquisa em gráficos. Após as imagens, constarão legendas explicativas para entendimento geral.

### Idade

199 respostas

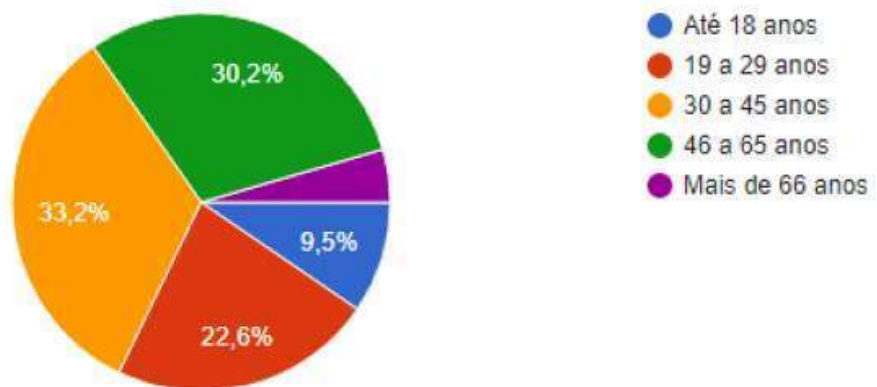


FIGURA 2 – Idade dos entrevistados.  
Fonte: Equipe Técnica do PMMU.

O Gráfico acima, indica que dentre as 199 Respostas adquiridas, 9,5% possuem até 18 anos, 22,6% de 19 à 29 anos, 33,2% possui de 30 à 65 anos, e 4,5% possui mais de 66 anos.



## Gênero

159 respostas

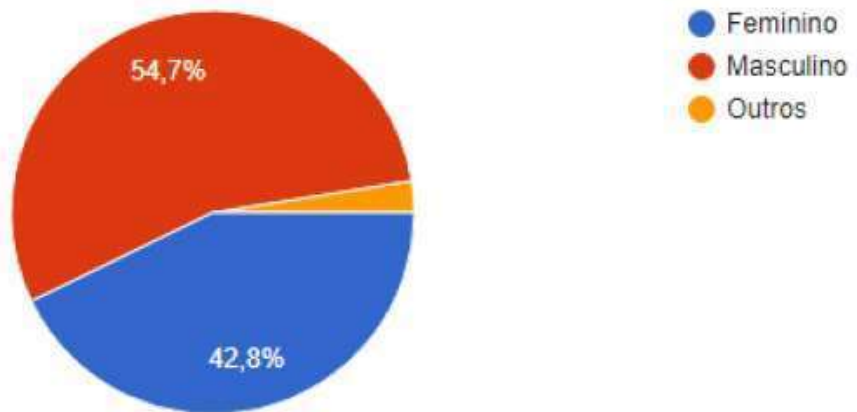


FIGURA 3 – Gênero dos Entrevistados.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

Quanto ao gênero, foram estabelecidas que aproximadamente 54,7% são do gênero Masculino e 42,8% do Gênero Feminino, quanto aos remanescentes 2,5% compreende-se em outros, que abrange todos os gêneros não-binários e quaisquer outras determinações que o entrevistado se identifica.

## Renda familiar

150 respostas

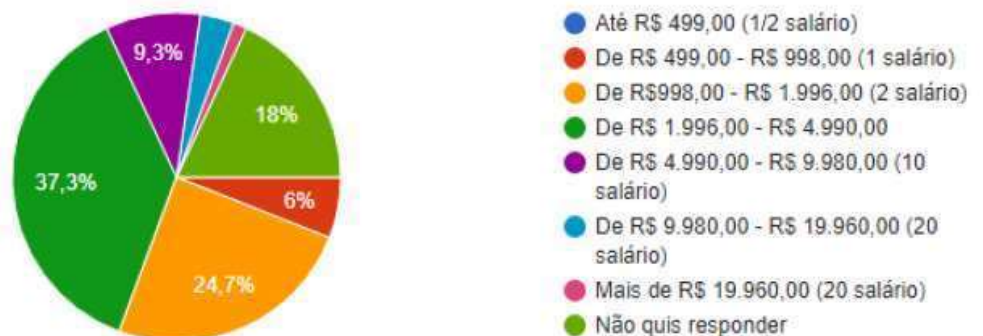


FIGURA 4 - Renda Familiar dos entrevistados.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.



No que se refere à renda familiar, 18% dos entrevistados não quiseram responder, 6% possui até 1 Salário, cerca de 24,7% possui de 1 à 2 Salários, 37,3% possui de 2 à 5 Salários, 9,3% possui de 5 à 10 Salários, 3,5% possui de 10 à 20 Salários e 1,2% possui mais de 20 Salários. A renda média dos entrevistados se encontra na faixa de 3 a 4 Salários. .

## Tempo de permanência em Monteiro Lobato

155 respostas

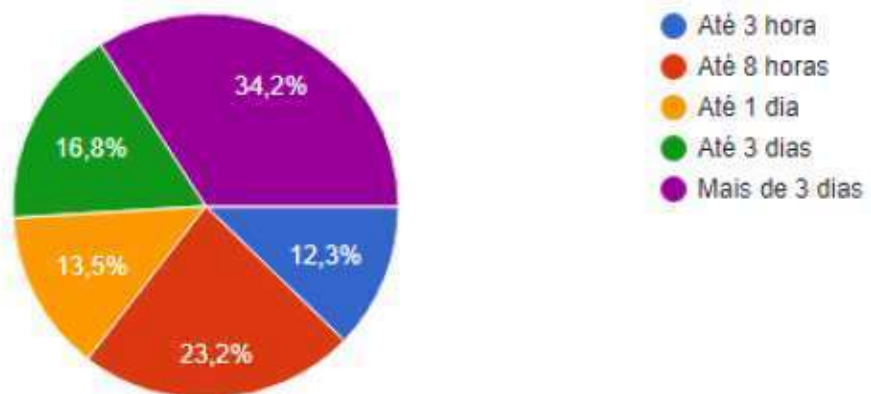


FIGURA 5 – Tempo de Permanência dos entrevistados.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

Quanto ao tempo de permanência na cidade. 12,3% permanecerão até 3 horas, 23,2% permanecerão até 8 horas, 13,5% irão permanecer até 1 dia, 16,8% ficarão até 3 dias na cidade, e 34,2% permanecerão mais de 3 dias no município.



## Como conheceu Monteiro Lobato?

154 respostas

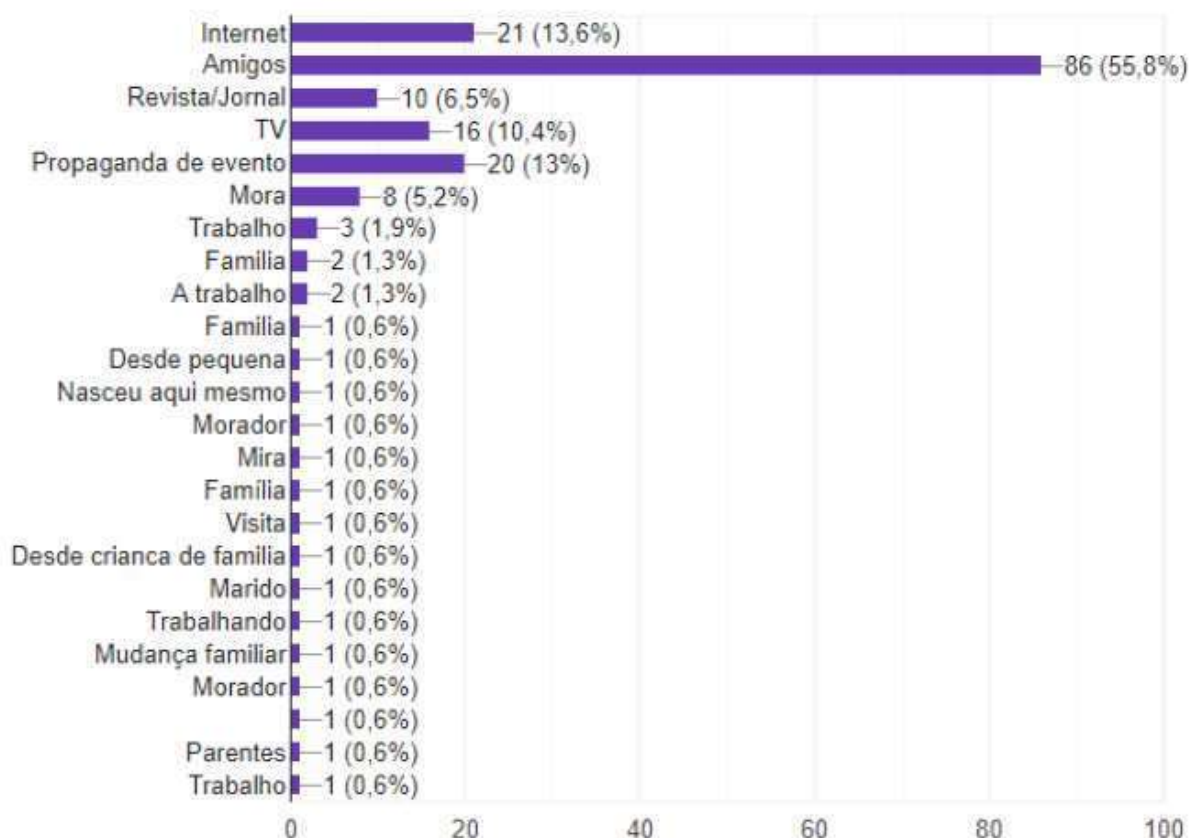


FIGURA 6 – Como conheceram a cidade de Monteiro Lobato - SP.

FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

De todas as 154 repostas, 21 dos entrevistados (13,6%), responderam que conheceram a cidade através da internet. 86 dos entrevistados (55,8%) alegam ter conhecido a cidade por meio de amigos. 10 (6,5%), através de Revistas ou Jornais. 16 (10,4%), por meio da TV, 20 (13%) por propaganda de evento, 12 (7,6%), moram no município, 4 (2,5%), por trabalho, 6 (3,6%) por Família ou à trabalho. E os seguintes, obtiveram apenas uma reposta: 1 (0,6%) Desde pequena, por nascimento, morador, visita, marido, trabalhando, mudança familiar.



### Quantas vezes já visitou a cidade

154 respostas

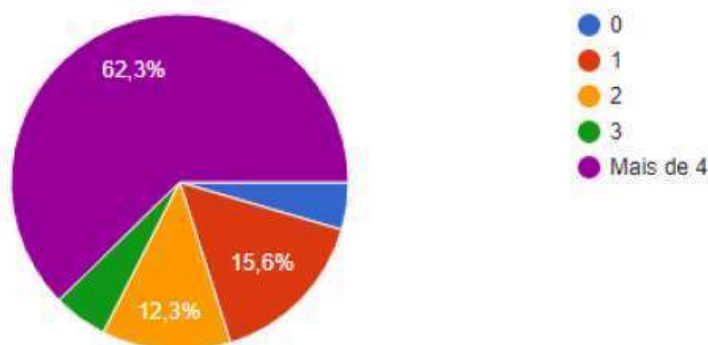


FIGURA 6 – Como conheceram a cidade de Monteiro Lobato - SP.

FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

No que se refere a quantidade de visitas na cidade, aproximadamente 62,3% dos entrevistados já visitaram mais de 4 vezes. 15,6% visitaram uma vez, 12,3% visitaram duas vezes, e aproximadamente, 5,1% nunca visitaram, e outros 4,7% visitaram 3 vezes.

### Meio de transporte utilizado

153 respostas

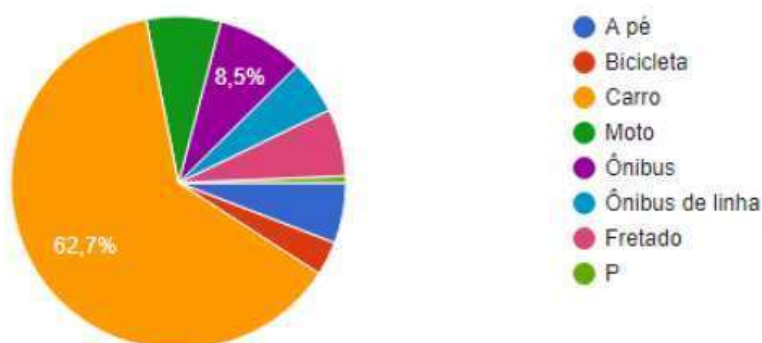


FIGURA 7 – Como conheceram a cidade de Monteiro Lobato - SP.

FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

Quanto ao meio de transporte, 62,7% utilizam carro, 8,5% ônibus, 7,4% moto, 5,2% Ônibus de Linha, 6,3% Fretados, 5,4% A pé, bicicletas 3,0%, 1,53% não se aplica.





## Qual o motivo da viagem para Monteiro Lobato?

153 respostas

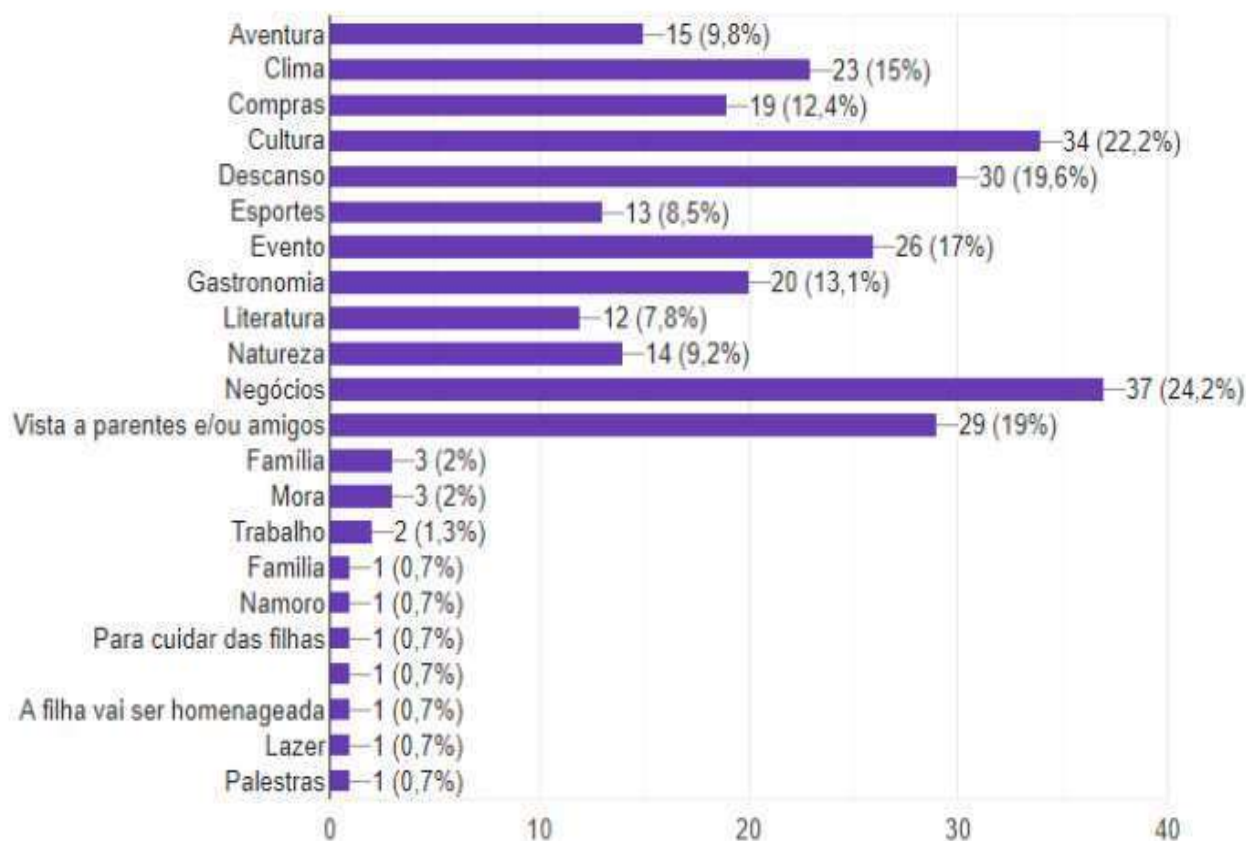


FIGURA 8 – Motivo da viagem para Monteiro Lobato - SP.

FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

Dentre os entrevistados, 9,8% tem como motivo a Aventura, 15% o Clima, 12,4% compras, 22,2% a Cultura, 19,6% o Descanso, 8,5% os Esportes, 17% para um Evento, 13,1% pela Gastronomia, 7,8% pela Literatura, 9,2% pela Natureza, 24,2% por Negócios, 19% para visitar parentes e ou amigos, 2% possui como motivo família, outros 2%, moram no local. 1,3% estão a trabalho, e 0,7% pelos seguintes motivos: Família, Namoro, Para cuidar das Filhas, Desconhecido, Filha será homenageada, Lazer, Palestras.



### Viajou

157 respostas

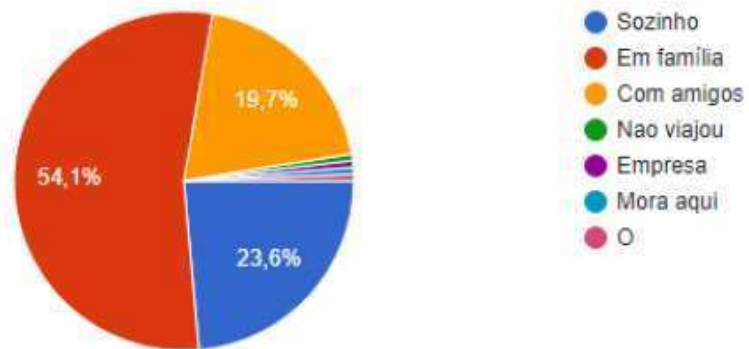


FIGURA 9 – Acompanhantes da viagem para Monteiro Lobato.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

De todas as 157 respostas sobre com quem viajou, 54,1% viajaram em família, 19,7% viajaram com amigos, 23,6% moram no local, outras respostas totalizam 1,4%.

### Quantidade de acompanhantes

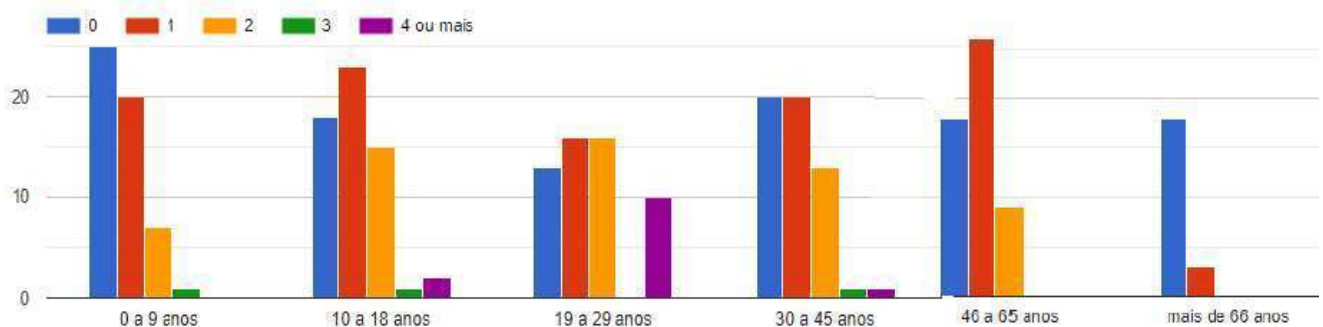


FIGURA 10 – Quantidade de acompanhantes por faixa etária - SP.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

Quanto a quantidade de acompanhantes, a coluna azul indica nenhum acompanhante daquela faixa, respondida o número de vezes indicado a esquerda.



A coluna vermelha indica 1 acompanhante, a Laranja indica 2 acompanhantes, a coluna verde, indica 3 acompanhantes, e a coluna roxa, 4 ou mais.

### Gasto médio PREVISTO por pessoa (diário)

151 respostas

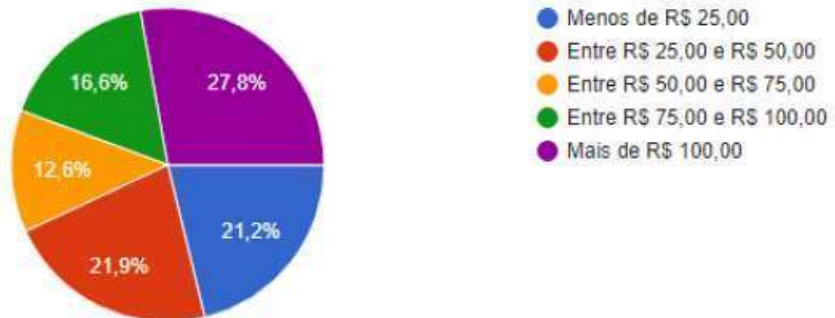


FIGURA 11 – Gasto médio previsto por pessoa por dia.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

No que se refere ao gasto médio, cerca de 21,2% respondem que gastariam menos de R\$ 25,00 por dia. 21,9% entre R\$ 25,00 e R\$ 50,00. 12,6% entre R\$ 50,00 e R\$ 75,00. 16,6% entre R\$ 75,00 e R\$ 100,00. E 27,8% mais de R\$ 100,00.

### Gasto médio REALIZADO por pessoa (diário)

144 respostas

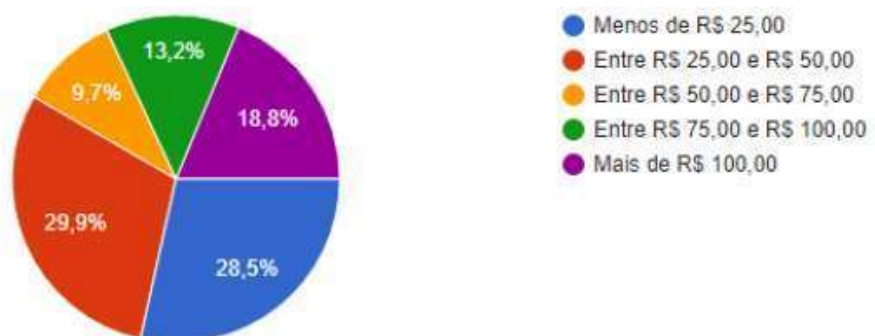


FIGURA 12 – Gasto médio realizado por pessoa por dia.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

No que se refere ao gasto realizado, cerca de 28,5% respondem que gastaram menos de R\$ 25,00 por dia. 29,9% entre R\$ 25,00 e R\$ 50,00. 9,7% entre R\$ 50,00 e R\$ 75,00. 13,2% entre R\$ 75,00 e R\$ 100,00. E 18,8% mais de R\$ 100,00.

### Onde ficou hospedado

153 respostas

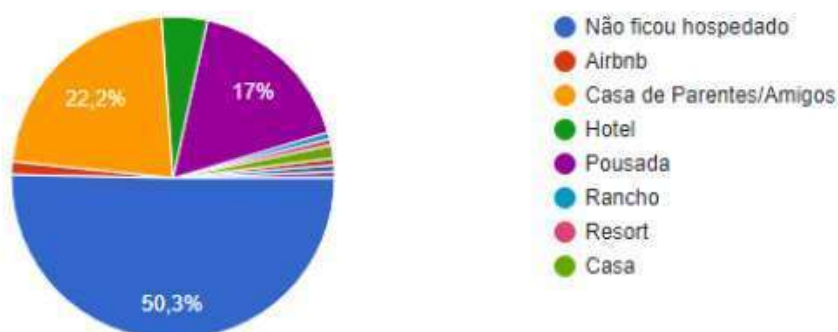


FIGURA 12 – Hospedagem dos entrevistados.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

Cerca de 50,3% dos entrevistados não ficaram hospedados, 22,2% ficaram na casa de parentes/amigos, e 17% em pousadas. Cerca de 3,3% ficaram em hotel, e cerca de 2% em Airbnb. Todas as outras respostas diversas, somam aproximadamente 5,2%.



Quais atrativos visitaram? E qual a sua avaliação?

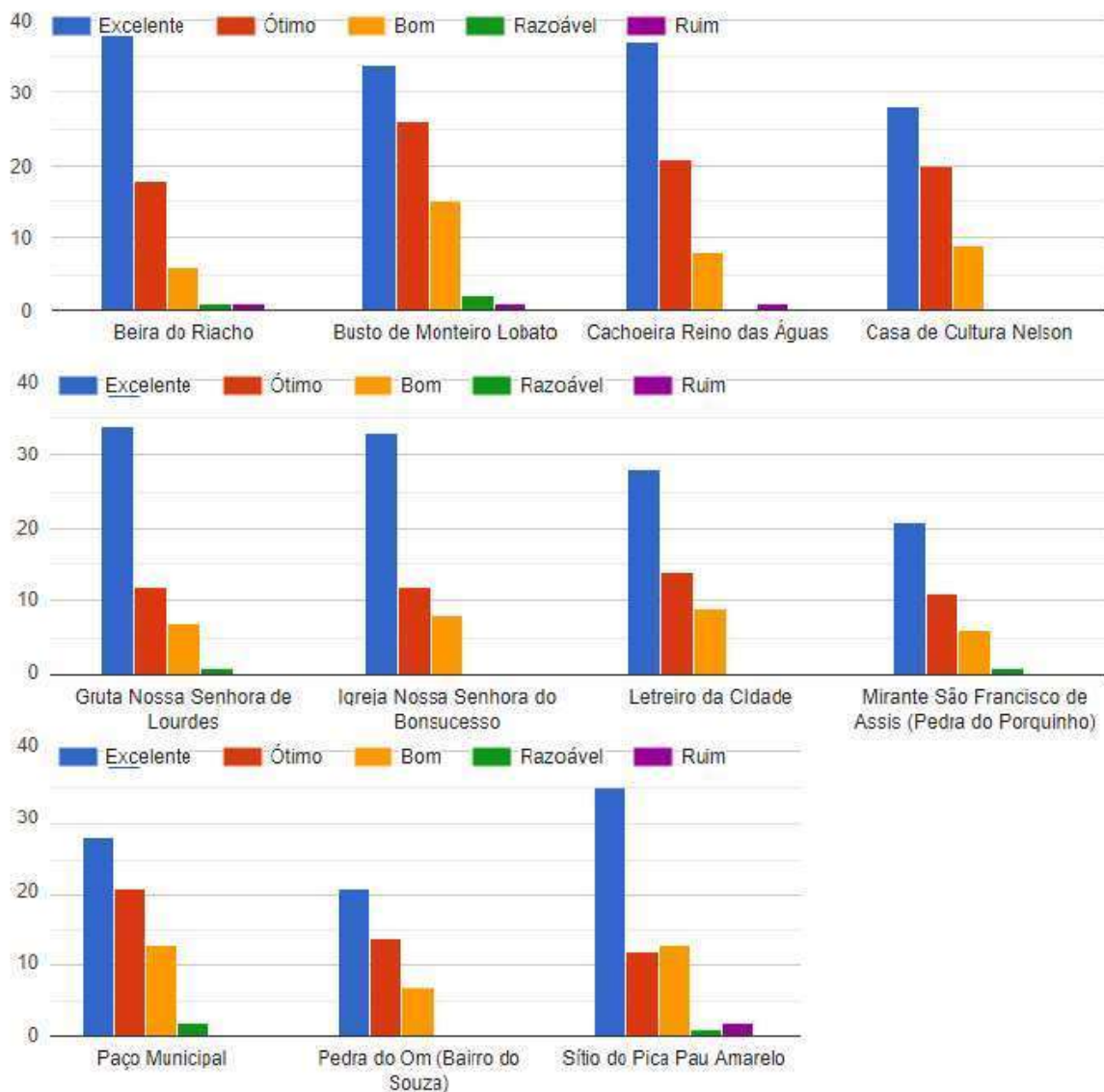


FIGURA 13– Avaliação dos Atrativos visitados da Cidade.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

Quanto a avaliação dos visitantes dos atrativos, foram estabelecidas 5 notas possíveis para os entrevistados avaliarem os locais que visitaram. A coluna da esquerda, em quantidade de respostas, é associada com 5 colunas em cada atrativo, cada um representa uma resposta, dentre as 5 categorias estabelecidas, e com base no gráfico acima, mais de 95% considera os atrativos como um todo, como bons, ótimos ou a mais considerada, excelente, que ocupa quase 50% de todas as respostas de maneira geral.





### Avaliação da infraestrutura da cidade

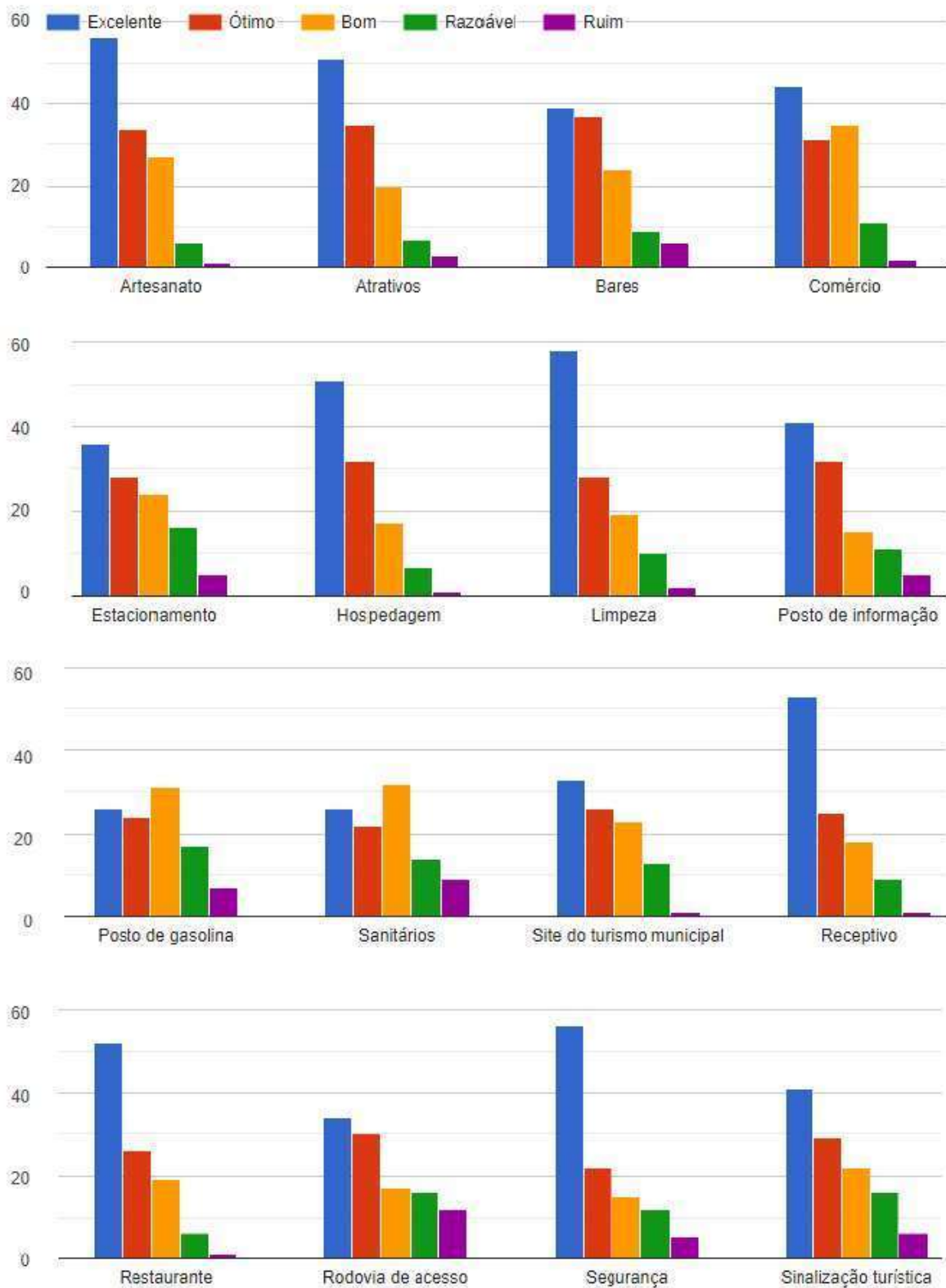


FIGURA 14– Avaliação da Infraestrutura da Cidade.  
FONTE: Equipe Técnica do PMMU.



Referente a avaliação dos visitantes em relação a infraestrutura do município, foram estabelecidas 5 notas possíveis. A coluna da esquerda, em quantidade de respostas, é associada com 5 colunas em cada infraestrutura, cada um representa uma resposta, dentre as 5 categorias estabelecidas. Com base no gráfico acima, as repostas estão mais equilibradas quando comparadas ao dos atrativos turísticos.

Neste cenário, é possível observar, que mesmo a maioria dos questionários tenha a tendência de avaliar como bom, ótimo ou excelente, existem neste levantamento, o aparecimento de avaliações péssimas e ruins, que equilibram os dados de maneira geral.

### Qual foi sua expectativa quanto ao destino?

155 respostas

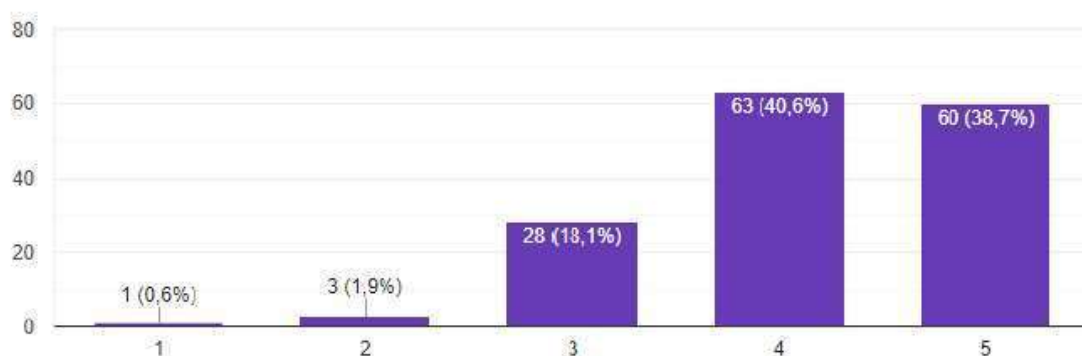
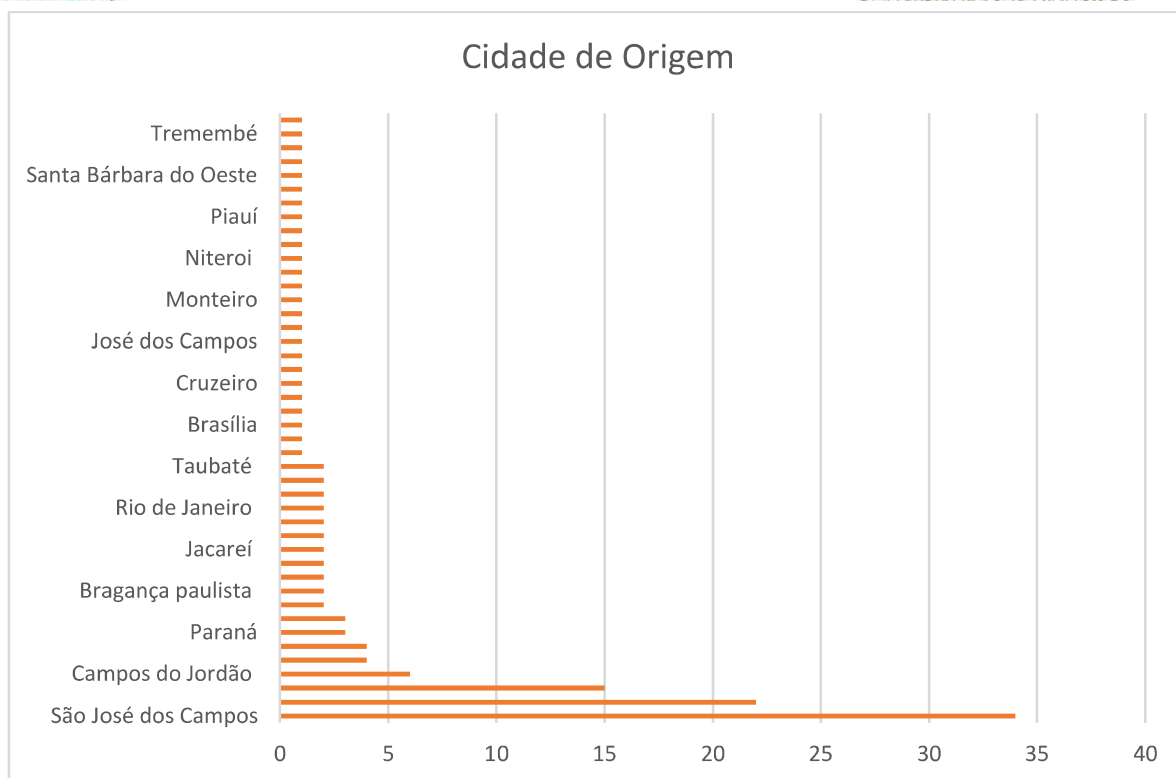


FIGURA 15– Expectativa perante ao destino.

FONTE: Equipe Técnica do PMMU.

Dentre 155 respostas, com notas de 1 a 5, sendo 1 nenhuma expectativa, e 5, grande expectativa, cerca de 60 pessoas, (38,7%) possuíam uma expectativa grande como 5. 63 pessoas (40,6) possuíam uma expectativa alta. 28 (18,1%) possuíam uma expectativa mediana. 3 dos entrevistados, (1,9%), possuía uma baixa expectativa, e apenas 1 (0,6%) não possuía nenhuma expectativa em relação ao destino.



**FIGURA 16– Cidade de origem.**

**FONTE:** Equipe Técnica do PMMU.

Acima conseguimos notar o levantamento da cidade da origem dos turistas a partir da pesquisa. Conseguimos notar claramente os principais fluxos turísticos presentes ao longo da análise realizada no estudo.

## CONCLUSÃO

O estudo de demanda turística, nada mais é do que a elaboração de um banco de dados referentes aos turistas que visitam o município e pontos de interesse turísticos. A partir dele, é possível traçar um perfil socioeconômico, dentre outros, que estabelecerão parâmetros para o entendimento do turismo no município.

Em Monteiro Lobato, a pesquisa foi realizada no dia 22 de novembro de 2019, *in loco*, utilizando formulários do Google para aplicação do questionário para a coleta de tais dados. A partir disto, conseguiu-se traçar estes perfis. Desde gênero, renda,

até notas de infraestrutura e pontos turísticos, os dados forneceram informações importantes para o planejamento futuro destes pontos e dos novos que serão desenvolvidos, levando em consideração o tempo de permanência médio dos turistas, como também o gasto planejado/efetuado.

A partir dessa pesquisa observa-se que o turista que frequenta Monteiro Lobato tem características bem específicas:

- São famílias com pais relativamente jovens, filhos pequenos e avós o que traz um perfil de crianças e idosos que vêm à cidade de carro próprio em busca de descanso e para conhecer a cultura local permanecendo em média de 1 a 3 dias na cidade, sendo que a maioria vem passar o dia.
- O gasto médio por pessoa gira em torno de R\$ 100,00/dia.
- Em relação aos atrativos oferecidos pelo destino a avaliação dos entrevistados ficou entre excelente e ótimo o que define o destino como uma excelente opção de passeio.
- Quanto a infraestrutura deve-se observar com atenção algumas solicitações de melhoria como: estacionamento, sanitários, postos de combustíveis.
- Outra coisa que merece atenção é o site da cidade considerado pelos respondentes apenas razoável.
- Os visitantes de um dia vêm do Vale do Paraíba sendo a maioria de São José dos Campos e em Segundo lugar Campos do Jordão.

Essa informação nos direciona para o fomento de eventos culturais relacionados principalmente a obra de Monteiro Lobato como identidade local.

A relação entre a oferta encontrada no destino e a demanda poderá ocorrer de formas diversas, e depende inteiramente do potencial existente no local, do nível de desenvolvimento dos produtos oferecidos e das tendências de consumos atuais. Porém, não existe uma regra para posicionar corretamente a oferta turística no mercado, mas sim formatar as estratégias a serem direcionadas a públicos especificados. Isso direcionará a produção turística, de acordo com suas vocações de destino competitivamente, focando no segmento que possuir o maior potencial de consumo desta produção.

## REFERÊNCIAS

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Caracterização E Dimensionamento Do Turismo Doméstico No Brasil – Relatório Executivo – Produto 6**. São Paulo, 2012. Disponível em: <[www.dadosfatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-turistica-internacional/download.html](http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-turistica-internacional/download.html)> Acesso em 11 de Novembro de 2019.

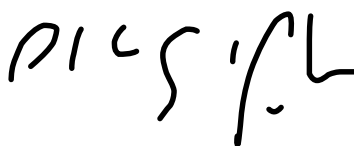
MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo e do Mercado**. 1ª Edição, Brasília, 2010. Disponível em <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em 7 de Novembro de 2019.

SURVEY MONKEY. **Calculadora de amostra para questionários**. São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>> Acesso em 28 de Novembro de 2019.

**DECLARAÇÃO DE AUTORIA**  
**DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA EM MONTEIRO  
LOBATO. ANO BASE: 2019.**

Eu, M.<sup>a</sup> Cândida Maria Costa Baptista, TURISMÓLOGA, declaro para os devidos fins, ser a legítima autora da presente Pesquisa de Demanda Turística em Monteiro Lobato, Ano Base 2019.

Monteiro Lobato, 02 de dezembro de 2019.



---

**M.<sup>a</sup> CANDIDA MARIA COSTA BAPTISTA**  
Turismóloga

M.<sup>a</sup> Cândida Maria Costa Baptista, possui graduação em Turismo pelo Centro Universitário Ibero-americano de Letras e Ciências Humanas (1979), Pós-graduação em Gestão Hoteleira na Universidade São Francisco - USF (1998) e Mestrado no Programa Transdisciplinar em Educação e Valores Humanos pelo Centro Universitário Unicapital (2003)





Câmpus Bragança Paulista  
Av. São Francisco de Assis, 218  
Cidade Universitária  
12916-900 - Bragança Paulista/SP

Câmpus Campinas – Swift  
R. Waldemar César da Silveira, 105  
Jd. Cura D’Ars  
13045-510 - Campinas/SP

Câmpus Campinas – Unidade Cambuí  
R. Cel. Silva Teles, 700, prédio C  
Cambuí  
13024-001 - Campinas/SP

Câmpus Itatiba  
Av. Sen. Lacerda Franco, 360  
Centro  
13250-400 - Itatiba/SP

