

## **Pesquisa de demanda e turismo: uma análise para o planejamento do turismo em Rosana-SP.**

**Resumo:** A pesquisa se trata de um município com potencial turístico, onde há uma crescente demanda dos visitantes, em busca de atividades aquáticas, tais como: mergulho, pescaria, natação ou simplesmente o descanso nas praias do município. Esta análise propõe-se a conhecer o perfil do visitante do balneário de Rosana a fim de observar quais suas necessidades, e de sugerir ações de planejamento que atendam as expectativas dessa demanda. Assim a coleta de dados se deu através da técnica de questionário, onde estabeleceu o perfil dos visitantes e seu real interesse e expectativa. Obteve-se 68 entrevistados, composto por famílias e grupos de amigos que buscavam lazer e recreação, em sua maioria da Cidade de Maringá – PR, seguidos por cidades do entorno num raio de 200Km.

**Palavras-chave:** Balneário de Rosana; pesquisa de demanda e turismo.

**Abstract:** The research is about a municipality with tourist potential, where there is an increasing demand of the visitors, in search of aquatic activities, such as: diving, fishing, swimming or simply the rest in the beaches of the municipality. This analysis proposes to know the profile of the visitor of the resort of Rosana in order to observe what their needs, and to suggest planning actions that meet the expectations of this demand. So, the data collection was done through the questionnaire technique, where it established the profile of the visitors and their real interest and expectation. It was obtained 68 interviewees, composed of families and groups of friends who sought leisure and recreation, mostly in the city of Maringá - PR, followed by surrounding cities in a radius of 200 km.

**Key-Words:** Beach of Rosana; demand research and tourism.

### **1. Introdução**

O Município de Rosana apresenta grande potencial para o desenvolvimento de atividades que envolvam o turismo em áreas naturais. Mas, notam-se limitações nas opções de lazer, que não suprem de forma satisfatória, as necessidades dos visitantes.

As atividades ligadas ao turismo no município de Rosana – SP, de modo planejado iniciasse a partir da confecção do plano diretor de desenvolvimento turístico elaborado em 2015. Considerando o fato de que no município se encontra um balneário municipal, há necessidade de organizar a atividade de modo que não venha trazer prejuízos ambientais e garantir ao mesmo tempo a visitação saudável dos indivíduos, caracterizando a capacidade de carga e a infraestrutura existente no espaço do balneário municipal.

A permanência e retorno do visitante é de suma importância para se obter um desenvolvimento turístico através do planejamento. Deve-se ter um acompanhamento e uma eventual coleta de dados para que possa almejar uma maior qualidade de serviço neste sentido. Se faz necessário uma mobilização por parte do setor público e instituições para suprir as necessidades do balneário, evitando a degradação pelo uso e ocupação

turística, estabelecendo novos parâmetros turísticos no município de Rosana, que se encontra extremamente frágil frente ao crescimento desse segmento.

Deste modo, esta pesquisa se restringe a uma área, preferencialmente utilizada para o lazer, o Balneário Municipal de Rosana – SP (BMR-SP). Esse estudo buscou fazer um levantamento das variáveis da demanda turística do município de Rosana, para propor melhorias e adequações na infraestrutura turística local, de acordo com o interesse e expectativa dos visitantes do BMR-SP, evidenciando seu perfil, com intuito de planejar, organizar e disciplinar o uso público do balneário.

Determinar o perfil do visitante é importante para planejar qualquer atividade de fluxo turístico realizado dentro do Balneário municipal que tornou – se município de interesse turístico (MIT) em 2017<sup>1</sup>, e tem como objetivo a viabilidade de se tornar uma Estância Turística. As informações sobre o perfil dos visitantes contribuem de forma significativa para a melhoria da qualidade da oferta turística e são uma exigência da Secretaria de turismo do estado de São Paulo.

Em vista disso, o objetivo principal do trabalho é analisar a caracterização da demanda do balneário municipal de Rosana - SP, bem como o que realmente motiva e pesa na decisão do visitante quanto à sua viagem e experiência turística.

Para tanto, os objetivos específicos estabelecidos para a efetivação deste trabalho foram:

- Identificar a opinião dos visitantes em relação às condições atuais de uso do balneário municipal;
- Determinar as principais atividades realizadas no local, investigando as atividades que o visitante desejava realizar;
- Apontar sugestões de planejamento para melhorias e adequações de atendimento da demanda turística do próprio município.

Buscou-se com a realização dessa pesquisa compreender a qual segmentação pertence à demanda turística de visitantes que se utilizam do balneário municipal de Rosana-SP, sobre a perspectiva de uma melhor qualificação de acolhimento, melhoria do local, abordando as necessidades e anseios do visitante, com essas dúvidas sanadas,

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://rosana.sp.gov.br/noticia/?id=669> acesso em 18 de abril de 2019.

podemos atender suas reais necessidades por meio de um melhor atendimento, observadas as atitudes de planejamento turístico para a consolidação do destino.

Ao compreender o comportamento dos visitantes é possível planejar e monitorar as ações voltadas para este público, pois, como qualquer outra atividade econômica, o turismo pode trazer impactos tanto positivos quanto negativos em relação à experiência pessoal do turista e da população que o recebe. Ruschmann (2004) afirma que na maioria dos destinos turísticos existe uma falta de cultura turística por parte dos visitantes e isso faz com que estes, se comportem de forma alienada em relação ao lugar que visitam sem acreditar que suas atitudes possam ser responsáveis por preservar a natureza e a originalidade da destinação, isso por que consideram seu tempo livre como sagrado e que o pouco tempo que permanecem na localidade não lhes afere nenhum comprometimento.

## **METODOLOGIA**

Neste trabalho foi adotado o questionário elaborado por Ken Hornback e Bill Key (HORNBACK; EAGLES, 1999), denominado: *Questionnaire Catalogue – Q-Cat* (adaptado). É um modelo internacional padrão de coleta de dados em áreas naturais protegidas que consiste em questões abertas e fechadas sobre:

- Características do visitante: identifica característica dos visitantes, como idade, estado civil e profissão;
- Características da viagem: identifica informações sobre a viagem realizada pelo visitante, como o tipo de acomodação usado, o transporte utilizado para se chegar ao destino, e motivação da viagem;
- Características da visita: identifica as atividades realizadas, satisfação obtida entre outras;
- Avaliações: realiza avaliações sobre as atividades que o visitante desejava realizar e não pôde em função de algum motivo;
- Valores: busca, de forma bastante subjetiva, identificar quais são os valores pessoais de cada visitante.

A pesquisa tem o caráter quanti-qualitativo. Segundo Dencker (1998, p. 107), esse tipo de pesquisa “[...] é adequada para se obter um conhecimento mais profundo de casos específicos”. Para a realização da pesquisa solicitamos autorização da Secretária de

turismo da atual gestão municipal para aplicação do questionário dentro das dependências do Balneário municipal de Rosana.

A coleta de dados seguiu basicamente as seguintes etapas: adaptação do *Q-Cast*; determinação das datas em que irá ser aplicado o questionário, tabulação dos dados pela ferramenta *Excel*, exceto as questões abertas em que usaremos a ferramenta gratuita online *Wordle.net* que a partir dos termos mais frequentes, o site reproduz uma “nuvem de palavras” como imagem, dando destaques para as palavras mais usadas. Após realizadas essas etapas, partimos para a análise dos dados, onde serão tratados os resultados.

Foi utilizado o instrumento do questionário para realizar o levantamento de dados que podem responder ao objetivo da pesquisa, ou seja, levantar o perfil dos visitantes, seu real interesse e expectativa. A técnica de questionário segundo Gil (1999, p. 126): “consiste basicamente em traduzir os objetivos específicos da pesquisa em itens bem redigidos”. O questionário foi elaborado para o pesquisador ler as perguntas e responder com as respostas escolhidas pelo informante. Os materiais utilizados eram prancheta, caneta, papel sulfite com o questionário impresso. As questões consistiram em uma série ordenada de 21 perguntas, sendo 06 questões abertas e 15 fechadas.

Devido ao fato de não haver nenhuma pesquisa de demanda dos visitantes no município optou-se por realizar a aplicação aleatória. O local de coleta de dados foi o Balneário Municipal de Rosana. O procedimento foi realizado aos sábados no período vespertino das 15:00 as 17:00 e domingos no período matutino das 09:00 as 11:00 do mês outubro de 2017, totalizando 04 (quatro) finais de semanas, período no qual ainda estava aberta a temporada de pesca, supondo que neste período, o fluxo de visitantes era necessariamente maior para a coleta de dados. Ao total foram 68 entrevistados.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

#### **3.1 Perfil do visitante**

Os resultados da pesquisa mostraram que dentre o total de 68 participantes, 36 eram homens e 32 mulheres. Sendo que 23 visitantes se encontraram entre 26 a 35 anos.

**Tabela 1** – Idade dos entrevistados

<b>IDADE</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Homens</b>	<b>Total</b>
<b>18 a 25</b>	12	10	<b>22</b>
<b>26 a 35</b>	11	12	<b>23</b>
<b>36 a 45</b>	05	09	<b>14</b>
<b>46 a 55</b>	03	02	<b>05</b>
<b>56 a 65</b>	01	03	<b>04</b>
<b>66 ou mais</b>	00	00	<b>00</b>
<b>Total de pessoas</b>	32	36	<b>68</b>

A tabela 1.2 apresenta o estado civil dos visitantes, destes a maioria são casados. Perfazendo 30 dos entrevistados, o segundo lugar é composto pelos solteiros 25 pessoas.

**Tabela 1.2 – Estado civil dos entrevistados**

<b>ESTADO CIVIL</b>	<b>M</b>	<b>F</b>	<b>Total</b>
<b>Casado (a)</b>	<b>17</b>	<b>13</b>	<b>30</b>
<b>Solteiro (a)</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>25</b>
<b>Divorciado (a)</b>	<b>03</b>	<b>02</b>	<b>05</b>
<b>Viúvo (a)</b>	<b>02</b>	<b>01</b>	<b>03</b>
<b>Não responderam</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>05</b>
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>68</b>

Na tabela 1.3, quando foi perguntado sobre o grau de escolaridade dos visitantes obtivemos que 31 visitantes tem o Ensino médio e logo atrás vem os visitantes de nível superior.

**Tabela 1.3 – Grau de escolaridade**

<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>M</b>	<b>F</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Ensino Médio</b>	16	15	<b>31</b>
<b>Nível Superior</b>	12	09	<b>21</b>
<b>Ensino Fundamental</b>	03	05	<b>08</b>
<b>Nível Técnico</b>	05	03	<b>08</b>
<b>Pós-Graduação</b>	00	00	<b>00</b>
<b>Total</b>	36	32	<b>68</b>

A tabela 1.4 em relação à profissão, nota-se que os estudantes e os comerciante/vendedor (a) são as ocupações das pessoas que mais frequentam o Balneário municipal de Rosana - SP, seguidos por donas de casa, professores, aposentados e funcionários públicos, demonstrando um perfil familiar de visitantes, como mostra a tabela abaixo:

**Tabela 1.4 – Profissão dos entrevistados**

<b>PROFISSÃO</b>	<b>Qty.</b>
<b>Estudante</b>	<b>12</b>
<b>Comerciante/Vendedor (a)</b>	<b>07</b>
<b>Do lar/Dona de casa</b>	<b>05</b>
<b>Professor (a)</b>	<b>04</b>

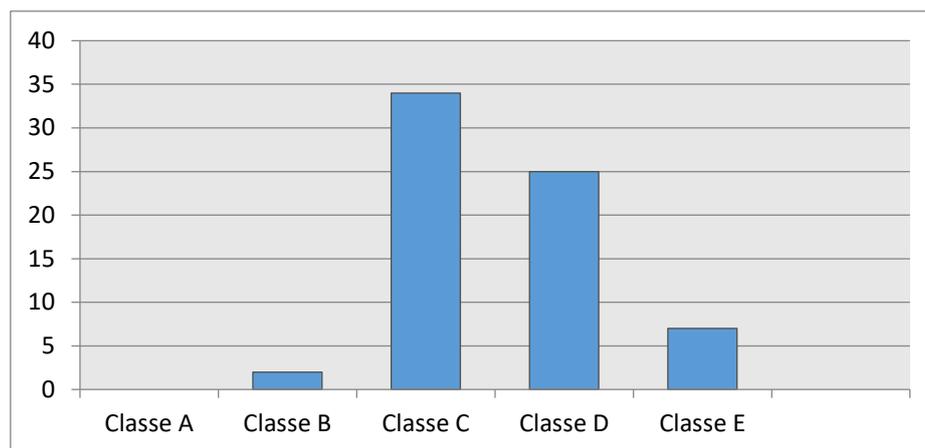
<b>Aposentado (a)</b>	<b>03</b>
<b>Funcionário (a) público (a)</b>	<b>03</b>
<b>Enfermeira (o)</b>	<b>03</b>
<b>Motorista</b>	<b>03</b>
<b>Téc. Seg. Do Trabalho</b>	<b>02</b>
<b>Engenheiro (a)</b>	<b>02</b>
<b>Advogado (a)</b>	<b>02</b>
<b>Auxiliar de escritório</b>	<b>02</b>
<b>Autônomo (a)</b>	<b>02</b>
<b>Pedreiro (a)</b>	<b>02</b>
<b>Téc. Eletrônica</b>	<b>01</b>
<b>Padeiro (a)</b>	<b>01</b>
<b>Taxista</b>	<b>01</b>
<b>Empresário (a)</b>	<b>01</b>
<b>Mecânico (a)</b>	<b>01</b>
<b>Agricultor (a)</b>	<b>01</b>
<b>Pintor (a)</b>	<b>01</b>
<b>Contador (a)</b>	<b>01</b>
<b>Soldador (a)</b>	<b>01</b>
<b>Administrador (a)</b>	<b>01</b>
<b>Confeiteira (o)</b>	<b>01</b>
<b>Esteticista</b>	<b>01</b>
<b>Costureira (o)</b>	<b>01</b>
<b>Dentista</b>	<b>01</b>
<b>Cabelereira (o)</b>	<b>01</b>
<b>Veterinária (o)</b>	<b>01</b>
<b>Total</b>	<b>68</b>

*Nesta pergunta foi evidenciado 30 profissões.*

Sobre a renda familiar, nos baseamos na classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE<sup>2</sup> (2014) que considera classe E com renda familiar de até R\$ 1.499,99; classe D com renda entre R\$ 1.450,00 a 2.899,99; classe C com renda entre R\$ 2.900,00 a 7.249,99; classe B com renda entre R\$ 7.250,00; a 14.499,99 e classe A com renda igual ou superior a R\$ 14.500,00. Na análise desta questão verificou-se que a renda familiar da maioria dos visitantes se encaixa nas classes C e D, entre essas classes estão Estudante, comerciante/vendedor (a), professor (a), aposentado (a) e funcionário (a) público (a) (gráfico 1.1).

**Gráfico 1** – Classificação social

<sup>2</sup> Fonte: [www.Ibge.gov.br](http://www.Ibge.gov.br)



Ao analisar a tabela 1.5, verificou-se que a maioria advém de cidades vizinhas até 200 km de distância do Balneário Municipal de Rosana, onde 17 visitantes residiam na cidade de Maringá – PR e Presidente Prudente- SP.

**Tabela 1.5 – Cidade de origem**

<b>CIDADE</b>	<b>Masc.</b>	<b>Fem</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Maringá – PR</b>	05	12	<b>17</b>
<b>Presidente Prudente - SP</b>	05	02	<b>07</b>
<b>Teodoro Sampaio – SP</b>	04	01	<b>05</b>
<b>Sarandi – PR</b>	04	01	<b>05</b>
<b>Pirapozinho – SP</b>	03	01	<b>04</b>
<b>Terra Rica – PR</b>	02	02	<b>04</b>
<b>Loanda – PR</b>	01	02	<b>03</b>
<b>Três Lagoas – MS</b>	01	02	<b>03</b>
<b>Nova Andradina – MS</b>	01	02	<b>03</b>
<b>Paranavaí – PR</b>	01	01	<b>02</b>
<b>Amaporã – PR</b>	00	02	<b>02</b>
<b>Sandovalina – SP</b>	02	00	<b>02</b>
<b>Itaúna do Sul – PR</b>	01	00	<b>01</b>
<b>Mirante do Paranapanema – SP</b>	01	00	<b>01</b>
<b>Campinas – SP</b>	00	01	<b>01</b>
<b>Naviraí - MS</b>	01	00	<b>01</b>
<b>Diamante do Norte – PR</b>	01	00	<b>01</b>
<b>Cianorte – PR</b>	01	00	<b>01</b>
<b>Gloria de Dourados – MS</b>	01	00	<b>01</b>
<b>Dourados – MS</b>	01	00	<b>01</b>
<b>Marialva – PR</b>	00	01	<b>01</b>
<b>Nova Londrina – PR</b>	00	01	<b>01</b>
<b>Guairaça – PR -</b>	00	01	<b>01</b>
<b>Total</b>	36	32	<b>68</b>

*Foram relatadas 23 cidades*

Quando perguntado o meio de transporte utilizado 64 visitantes escolheram a opção *veículo particular* (tabela 1.6).

**Tabela 1.6 – Transporte utilizado**

<b>TIPO DE TRANSPORTE</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Veículo particular</b>	<b>64</b>
<b>Ônibus de viação</b>	<b>04</b>
<b>Ônibus de turismo</b>	<b>00</b>
<b>Total</b>	<b>68</b>

Na questão abordada de quanto tempo ficariam no balneário municipal de Rosana – SP, 28 visitantes informaram que pretendiam permanecer 2 dias, seguido pela opção de permanecer 1 dia, conforme a tabela 1.7.

**Tabela 1.7 – Tempo de permanência na região**

<b>DIAS</b>	<b>Qtd.</b>
<b>1 dia</b>	<b>28</b>
<b>2 dias</b>	<b>36</b>
<b>3 dias ou mais</b>	<b>04</b>
<b>Total</b>	<b>68</b>

O tipo de hospedagem mais utilizado foram os quiosques do Balneário Municipal de Rosana (27), sendo a segunda opção a casa de amigos/parentes (23), na opção *outros* responderam geralmente as pessoas que ficariam apenas 1 dia e por isso não haveria necessidade de pernoitar no local (tabela 1.8).

**Tabela 1.8 - Hospedagem**

<b>TIPOS DE HOSPEDAGEM</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Quiosques do BMR</b>	<b>27</b>
<b>Casa de amigos/parentes</b>	<b>23</b>
<b>Outro</b>	<b>13</b>
<b>Casa própria/alugada</b>	<b>03</b>
<b>Hotel</b>	<b>02</b>
<b>Pousada</b>	<b>00</b>
<b>Total</b>	<b>68</b>

Os entrevistados foram indagados se *conhecia alguma área de lazer perto da sua cidade*, 53 visitantes responderam que “sim” e quando perguntado qual era, tivemos as seguintes respostas: Old Park (Maringá – PR), Terra Park (Presidente Prudente – SP), Morro do Diabo (Teodoro Sampaio – SP) e Decolores (Loanda – PR), mais de uma maneira informal relatada pelos entrevistados eles preferiam o balneário por não haver custos de entrada, estacionamentos e outros (tabela 1.9).

**Tabela 1.9 – Conhece outra área de lazer**

<b>DIAS</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Sim</b>	<b>53</b>

Não	06
Desconhece	09
<b>Total</b>	<b>68</b>

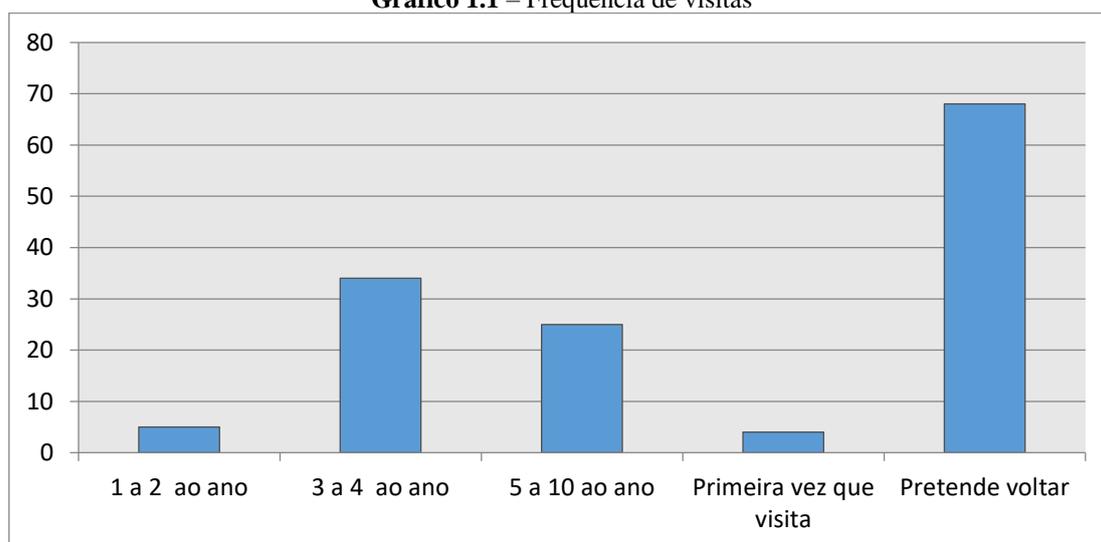
Em seguida na tabela 1.10, foi perguntado ao visitante *quanto ele pretendia gastar ou gastou, no balneário municipal de Rosana*, 48 visitantes relataram que gastou/gastaria entre R\$ 50,00 a R\$ 200,00

**Tabela 1.10** – Quanto pretendia gastar ou gastou

Quanto gastou?	Qtd.
R\$ 50,00 a R\$ 200,00	48
R\$201,00 a R\$ 350,00	13
Mais de R\$ 351,00	07
<b>Total</b>	<b>68</b>

Na questão sobre a frequência (gráfico 1.1) de visitas, a opção de 3 a 4 vezes ao ano foi a mais relatada 34. Através de observações *in loco* pode-se perceber que grande parte das pessoas que visitavam o Balneário municipal de Rosana – SP, não vem sozinhas, mas sim com família ou amigos. Dessa forma percebeu-se que a visitação ao balneário fazia parte de uma programação de lazer dos grupos. Do total de 68 entrevistados que visitavam o balneário, sem exceção, relataram que pretendiam voltar. Nota-se que a impressão que o balneário causa é boa, pois a maioria dos visitantes demonstram desejo de voltar.

**Gráfico 1.1** – Frequência de visitas



### 3.2 Motivação, interesse e expectativa

Para medir a motivação dos visitantes, aplicamos a questão *O principal motivo de sua viagem é a visita ao BMR?* 47 deles, responderam que sim e somente 21 não (tabela 2).

**Tabela 2 – Grau de motivação**

<b>Principal motivo e o BMR</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Sim</b>	<b>47</b>
<b>Não</b>	<b>21</b>
<b>Total</b>	<b>68</b>

Também foi perguntado ao visitante *qual o seu grau de interesse diante da viagem ao BMR?* 46 visitantes relataram alto interesse na viagem ao BMR (tabela 2.1).

**Tabela 2.1 – Grau de interesse**

<b>Grau de interesse</b>	<b>Masc.</b>	<b>Fem.</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Alto</b>	26	20	<b>46</b>
<b>Médio</b>	09	11	<b>20</b>
<b>Baixo</b>	01	01	<b>02</b>
<b>Total</b>	36	32	<b>68</b>

Quando perguntado sobre o *grau de expectativa ao visitar o BMR*, fica evidenciado que as pessoas de ambos os sexos, apresentaram um alto grau de expectativa diante do balneário, 53 visitantes.

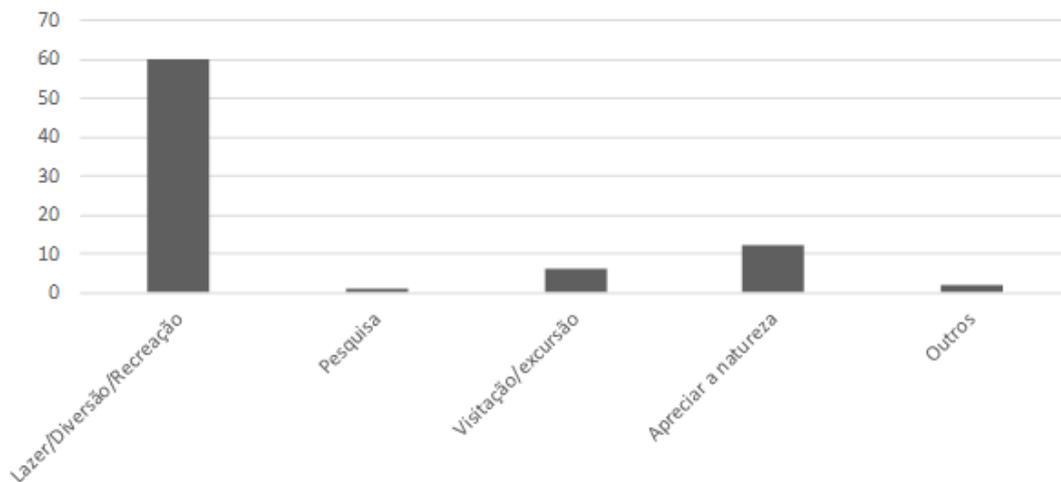
**Tabela 2.2 – Grau de Expectativa**

<b>Grau de interesse</b>	<b>Masc.</b>	<b>Fem.</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Alto</b>	29	24	<b>53</b>
<b>Médio</b>	06	05	<b>11</b>
<b>Baixo</b>	01	03	<b>04</b>
<b>Total</b>	36	32	<b>68</b>

A questão, *qual o seu interesse em visitar o BMR?* Buscou levantar os principais interesses dos visitantes, 60 visitantes indicaram o lazer/diversão/descanso e 12 em apreciar a natureza. Essa questão permitia o apontamento de mais de um interesse (gráfico 2).

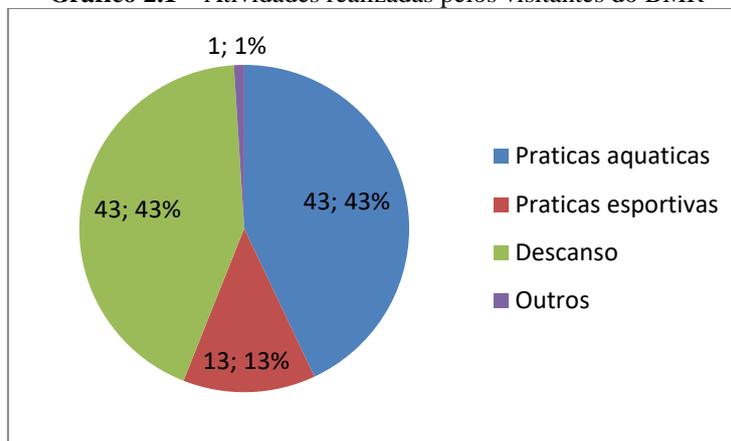
Na opção outros constavam as respostas: “*conhecer*”; “*curiosidade*” e “*gosta*”.

**Gráfico 2 – Interesse da visitação ao BMR**



Na pergunta *que tipo de atividades você desenvolveu durante a sua visita no BMR?* Buscou identificar a principal demanda do público do BMR, 43% das respostas, apontou uma demanda maior pelas práticas aquáticas e descanso. No entanto as práticas esportivas só obtiveram 13% respostas e outros apenas 1%. Essa questão era de múltipla escolha, permitindo a opção de mais de uma atividade.

**Gráfico 2.1** – Atividades realizadas pelos visitantes do BMR



Através da questão *quais atividades/melhorias/serviços você gostaria de encontrar no BMR?* Procurou medir a expectativa do visitante, para tanto optamos por uma questão aberta para ter um maior número de respostas variadas.

**Tabela 2.3** – Atividades/melhorias/serviços que gostaria de encontrar que não possui no BMR

ATIVIDADES/MELHORIAS/SERVIÇOS	Qtd.
Mais sanitários	20
Melhoria e implantação de quiosques	09
Limpeza	06

Nada	05
Mais Segurança	05
Acessibilidade para cadeirantes e deficientes físicos	04
Restaurante/lanchonete	04
Mais atividades de lazer	04
Melhoria da área esportiva	04
Implantação de Duchas	02
Passeios de barco deveriam ser de graça	01
Melhoria do acesso	01
Mais infraestrutura	01
Melhoria do estacionamento	01
Melhor sinalização	01

### 3.3 Satisfação

A questão *da sua visita ao BMR, o que mais gostou (tabela 3) e menos gostou?* (Tabela 3.1) buscou identificar a satisfação do visitante, através de apontamentos dos elementos do BMR de maior e menor satisfação. Optamos por uma questão aberta para obter o maior número de respostas variadas, para facilitar a tabulação dessas informações, encaixamos as respostas similares em categorias relacionadas.

**Tabela 3 – O que mais gostou no BMR**

<b>MAIS GOSTOU</b>	<b>Qtd.</b>
Ambiente tranquilo	31
Passeio de barco	14
Natureza/paisagem	13
Tudo	05
Hospitalidade	03
Rio	02

**Tabela 3.1 – O que menos gostou no BMR**

<b>MENOS GOSTOU</b>	<b>Qtd.</b>
Poucos Banheiros	15
Falta de limpeza	08
Banheiros sujos	08
Falta de acessibilidade	05
Mosquitos	04
Falta de segurança (noturna)	04
Nada	03
Estrutura	03
Falta de duchas	03
Estacionamento	03
Quiosques	03
Área insuficiente para prática esportiva	02
Carros de som (poluição sonora)	04
Falta de sinalização	01
Mais opções de lanchonete	01

Nessa última questão (tabela 3.1), uma resposta em específico mostra a expectativa presente em boa parte dos visitantes em conversas informais durante a aplicação do questionário. Ainda na pergunta *O que menos gostou*, destacamos duas respostas que não se encaixam como verdadeiramente ruins, ao contrário reafirmam a satisfação: “*A distância é muito longe da minha cidade*” e “*Ter que ir embora*”.

Na questão *de modo geral, o quão satisfeito você esteve com a sua visita ao BMR?* Buscou-se medir o nível de satisfação do visitante por idade. A análise dos dados mostra que independentemente da idade, grande parte das pessoas apontou estar muito satisfeito (a) ou satisfeito (a), 63 participantes no total.

Nesse total cerca de 60,2 % estavam na faixa de 18 a 35 anos, dentre os muitos satisfeitos são estudantes, comerciantes e funcionário público que gastam até R\$ 200,00 no balneário.

**Tabela 3.2 – Nível de satisfação**

<b>IDADE</b>	<b>Muito satisfeito</b>	<b>Satisfeito</b>	<b>Pouco satisfeito</b>	<b>Insatisfeito</b>	<b>Não soube dizer</b>
<b>18 a 25</b>	08	12	01	-	01
<b>26 a 35</b>	07	14	01	-	01
<b>36 a 45</b>	05	08	01	-	-
<b>46 a 55</b>	02	02	01	-	-
<b>56 a 65</b>	01	02	01	-	-
<b>66 ou mais</b>	-	-	-	-	-

A última questão relacionada à satisfação, referia-se sobre a utilidade e a qualidade dos atrativos, qualidade de serviços e equipamentos. Ao perguntar sobre a infraestrutura do BMR, buscávamos obter respostas que indicassem o que precisa ser melhorado (pontos fracos) dentro do próprio balneário e medir a satisfação. Como ponto forte da utilidade destaca-se a base do corpo de bombeiro, as boias de segurança e a arborização do BMR, conferindo a essas infraestruturas uma boa valorização. (Tabela 3.3).

**Tabela 3.4 – Utilidade e qualidade da infraestrutura**

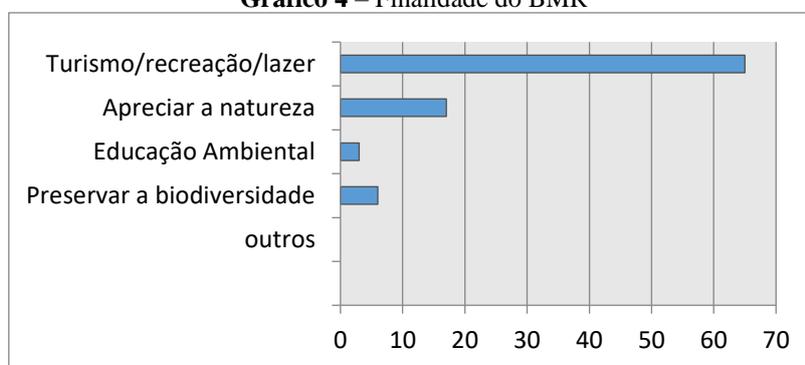
<b>INFRAESTRUTURA</b>	<b>Útil</b>	<b>Moderadamente útil</b>	<b>Inútil</b>	<b>Bom</b>	<b>Médio</b>	<b>Ruim</b>
<b>Base do corpo de Bombeiro</b>	68	-	-	66	02	-
<b>Boias de segurança</b>	68			62	06	-
<b>Arborização</b>	62	06	-	61	07	-
<b>Entrada (Portal)</b>	58	10	-	31	36	01

Publicações (placas)	64	04	-	30	34	04
Parque infantil	48	20	-	30	38	
Pier (Dique)	40	27	01	25	41	02
Área esportiva	36	32	-	24	42	02
Estacionamento	60	08	-	23	30	15
Quiosques	58	10	-	15	47	06
Restaurantes	58	10	-	15	45	08
Área de camping	35	29	04	15	46	07
Trilhas	39	29	-	12	54	02
Lixeiras	64	04	-	07	40	21
Limpeza	63	02	-	06	18	14
Sanitários	67	01	-	01	29	38

### 3.4 Outros

Quando perguntado sobre a finalidade do BMR, procurávamos obter a informação sobre como o visitante entende o uso público do Balneário. 67 visitantes apontaram o turismo/recreação/lazer como o principal objetivo do balneário, seguido por 17 visitantes que escolheram apreciar a natureza, 06 preservar a biodiversidade e 03 educação ambiental. Isso mostra que a população entende o espaço como um local para o desenvolvimento de atividades de lazer e recreação. Essa questão era de múltipla escolha, permitindo a opção de mais de uma finalidade (gráfico 4).

Gráfico 4 – Finalidade do BMR



E por último, a questão *porque você acha importante conservar o BMR?* Pretendeu compreender o que cada visitante considera importante em relação à conservação ambiental do balneário. Optamos por uma questão aberta onde selecionamos as 03 respostas mais relatadas dos entrevistados, foram elas:

- 1- *É importante para preservar a natureza*
- 2- *O Balneário é um lugar de turismo de baixo custo*
- 3- *Ter um lugar natural para o lazer.*

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Cooper (2007), a demanda por turismo é um elemento essencial do sistema turístico, demanda turística é resultado de atividades e decisões ocorridas dentro da área geradora. Além disso, as definições de demanda variam conforme o foco de cada autor, nesta pesquisa, por exemplo, é trabalhado a demanda turística sob a perspectiva do comportamento do consumidor, sendo que esta abordagem examina a interação entre a personalidade, o ambiente e a demanda turística, buscando identificar o perfil do visitante.

Ainda em relação ao perfil, nota-se que o maior público frequentador é composto por famílias e grupos que buscam lazer e recreação, em sua maioria da cidade de Maringá - PR, seguidos por cidades do entorno, em um raio de 200 km. Esse dado levantado pela pesquisa é importante porque mostra como a população local e regional percebe no Balneário municipal de Rosana – SP, um espaço para lazer e recreação.

A principal motivação das pessoas que viajaram para Rosana – SP, era o Balneário, considerando que a alguns vieram para ficar na casa de parentes e amigos, aproveitaram a oportunidade para visitar o BMR. A principal atividade realizada pelos visitantes do Balneário foram as práticas aquáticas seguido de descanso, sendo esse o foco da visita. Em relação a expectativa dos visitantes, principalmente, daqueles que o visitaram pela primeira vez, se mostrou atendida, devido à maioria das respostas, constarem que pretendiam voltar em um outro momento.

Por último, em relação à satisfação dos visitantes, de modo geral, se mostraram muito satisfeitos com relação ao que o Balneário oferece, incluindo os atrativos e a infraestrutura. Vale ressaltar que houve algumas indicações para que se melhorassem os banheiros, quiosques e a parte de segurança.

Os resultados desse trabalho estão relacionados intrinsecamente com o período em que a pesquisa de campo foi realizada, a saber no mês de outubro de 2017, época em que o balneário geralmente não recebe muitas excursões. No entanto, os dados obtidos nessa pesquisa complementam o perfil do visitante do BMR ao tratar especificamente sobre o perfil, motivação, interesse, expectativa e satisfação dos visitantes que frequentam o local. Destaca-se que esses estudos são importantes e podem ser aproveitados na elaboração dos planos de gestão do uso público. Dessa forma as análises do público

devem ser feitas e atualizadas frequentemente, de modo que se possa atingir os objetivos de: conservação dos recursos naturais, uso público (recreação, turismo, pesquisa).

Em relação à pesquisa e o planejamento percebe-se que tais resultados podem contribuir aos gestores para ações de marketing regional, buscando o constante aperfeiçoamento da qualidade, do serviço e dos valores fornecidos, contribuindo para identificar as necessidades e os desejos dos visitantes e atendê-los por meio de produtos e serviços que o satisfaçam, Podemos observar que o planejamento no setor turístico é de fundamental importância, pois exige integração entre os membros do governo municipal para a melhoria de toda a área do balneário, a fim de garantir um equipamento de lazer com o mínimo de segurança e qualidade possível para a comunidade local e consequentemente aos visitantes.

Contudo ficou evidenciado que cerca de 52,94% dos frequentadores do balneário municipal de Rosana são homens e os 47,06 % mulheres, entende-se que o atrativo turístico atrai tanto um como o outro sexo na mesma proporção, e dentre o total de entrevistados 66,18% tem entre 18 a 35 anos de idade, no qual as profissões mais relatadas foram: estudante, comerciante/vendedor (a), do lar/Dona de casa e professor computando 41,17% da pesquisa.

No quesito renda familiar 86,73% se enquadram na classe C e D entre R\$ 1.450,00 a R\$ 7.249,99 e 94,12% visitam o balneário com veículo particular, Onde levou a considerar que 39,69% das pessoas entrevistadas ficam alojadas no próprio balneário municipal, em específico nos quiosques, e 52,92% permanecem no máximo 2 dias no município, Com esses dados computados é imprescindível uma análise consciente do planejamento dentro desse atrativo turístico para atender realmente o público alvo e alcançar os objetivos específicos.

Quanto o visitante pretende gastar no balneário 70,56% relataram de R\$ 50,00 a R\$ 200,00 através da pesquisa *in loco* alguns dos entrevistados relataram escolhe o balneário por ser tudo de “*graça*” (entrada, estacionamento, quiosques e outros). Entretanto 29,42% deles reclamaram das condições do banheiro.

Entre outros fatores um aspecto positivo sobre a infraestrutura foi que 100% dos entrevistados relataram que a Base do corpo de bombeiro e útil, juntamente com as boias de segurança que também atingiu 100% de utilidade e seguido pela arborização 91,14%. Agora nos fatores negativos no quesito sanitários 55,86% escolheram a opção ruim.

Dessa forma a partir dos dados relatados nesse trabalho, cria-se uma esperança para que os gestores municipais e em particular a secretaria de turismo do município venha a utilizar como forma de estabelecer um planejamento turístico consciente dentro do balneário municipal de Rosana, contudo o objetivo de compreender a qual segmentação pertence à demanda turística de visitantes que se utilizam do balneário municipal de Rosana-SP foi evidenciada juntamente com os anseios dos visitantes foi atendida.

## **REFERÊNCIAS**

COOPER et al. **Turismo: princípios e práticas**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

DENCKER, Ada De Freitas Meneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em Turismo**. 8<sup>a</sup> ed. São Paulo: Futura, 1998.

HORNBACK, Kenneth E.; and EAGLES, Paul F. J. **Guidelines for Public Use Measurement and Reporting at Parks and Protected Areas**. Gland: IUCN. 1999. p. 90.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 10 ed. Campinas: Papirus, 2004