

## **Pesquisa de Demanda – Estância Turística de Piraju SP**

**Janeiro a Fevereiro de 2023**

### **Relatório**

A pesquisa da demanda turística de Piraju foi efetuada nos meses Janeiro a Fevereiro de 2023, visto que esses meses o município da Estancia Turística de Piraju, continua com um fluxo de turistas.

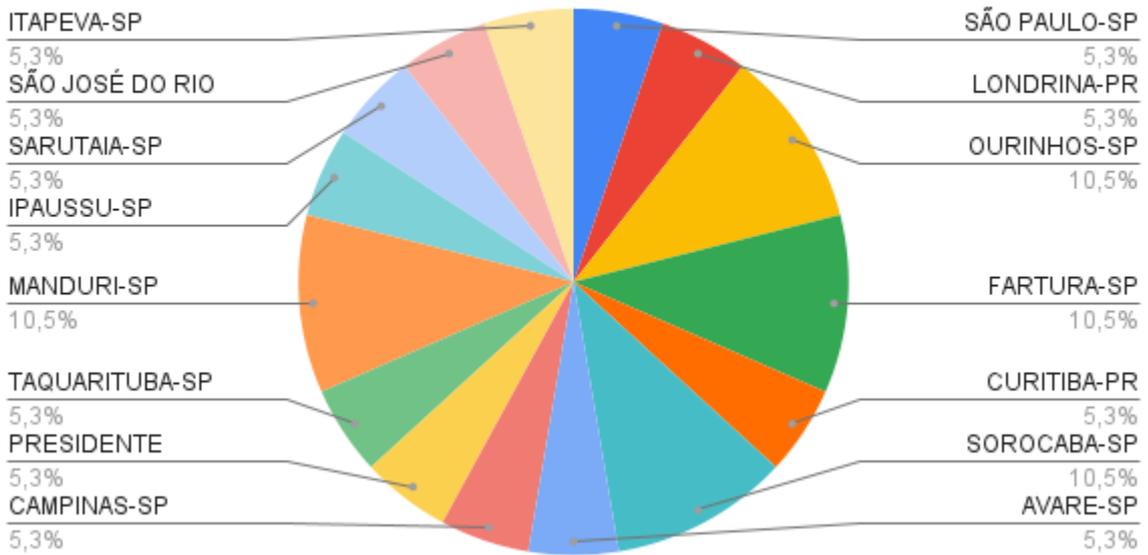
A pesquisa relacionada ao turismo em Piraju demonstra a análise do perfil dos turistas que visitam o município, motivação da viagem ao destino, e características socioeconômicas, gerando relatórios confiáveis e de fácil entendimento para auxiliar na tomada de decisões futuras, possibilitando criar políticas públicas destinadas aos anseios dos turistas.

### **Metodologia aplicada**

As Pesquisas de Demanda foram realizadas no período, sendo as mesmas aplicadas pelo Trade Turístico e no PIT – Posto de Informações Turísticas – no formato de Google Forms e QR Cods, este segundo, distribuídos nos pontos de coleta já citados. Devido ao declínio da Pandemia do COVID 19, visto a reflexibilidade do Plano SP e o retorno das pessoas às atividades de lazer, vê-se um aumento de visitantes, comparando às pesquisas realizadas nos meses anteriores, totalizando 131 entrevistas. A pesquisa conta com 15 perguntas, conforme se pode conferir nos gráficos, conforme segue.

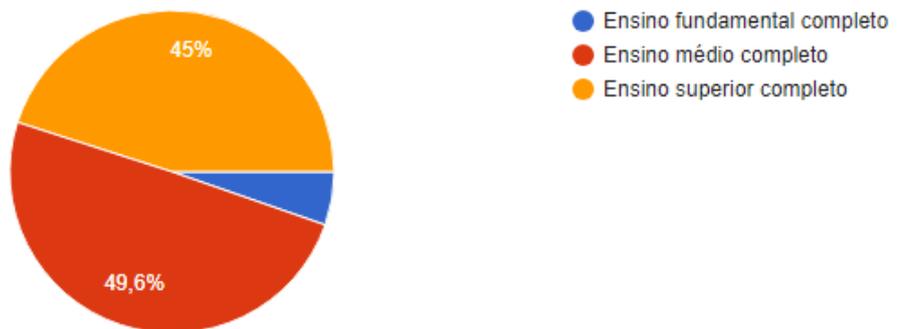
## Dados coletados

### Contagem de 1. Qual local de sua residência permanente? (Cidade, Estado, País)



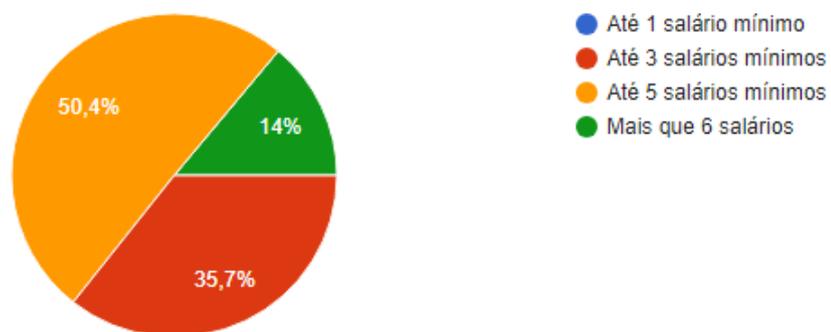
### 2. Escolaridade

131 respostas



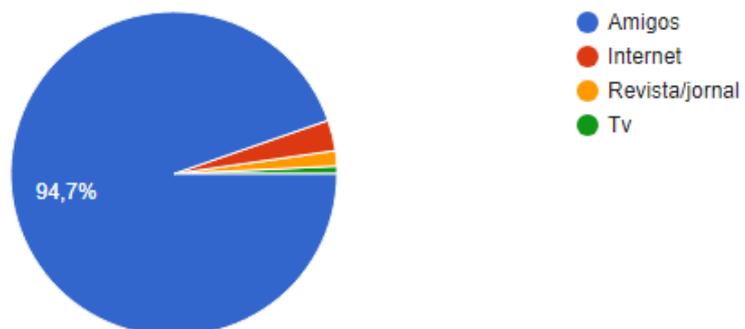
### 3. Renda familiar:

129 respostas



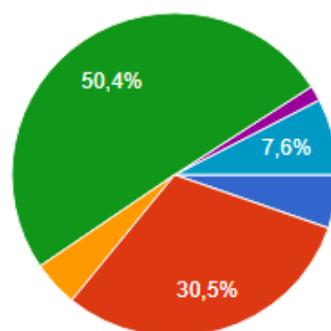
### 4. Como soube sobre nossa Estância?

131 respostas



### 5. Qual o principal motivo da viagem?

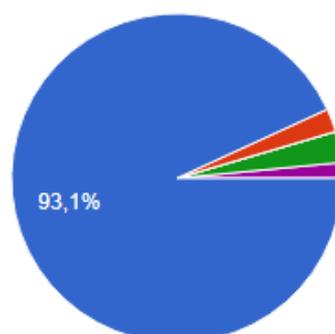
131 respostas



- Aventura
- Visita a parentes ou amigos
- Gastronomia
- Natureza
- Negócios
- Eventos

### 6. Qual o meio de transporte utilizado?

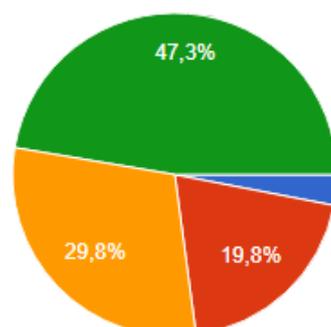
131 respostas



- Carro
- Van/ Ônibus de excursão
- Táxi/Uber
- Ônibus rodoviário
- Motocicleta

### 7. Viajou:

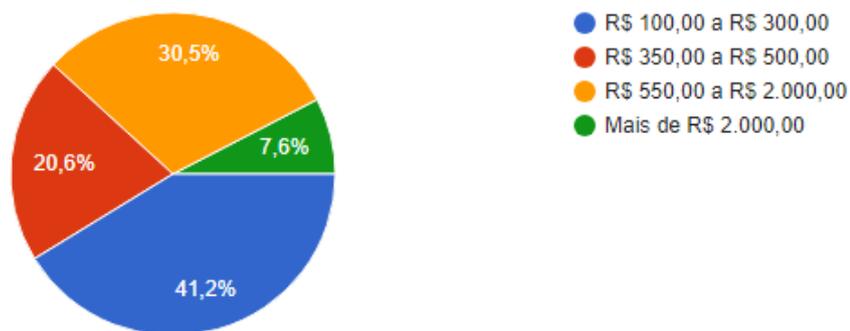
131 respostas



- Sozinho
- Com amigos
- Casal
- Casal com filhos

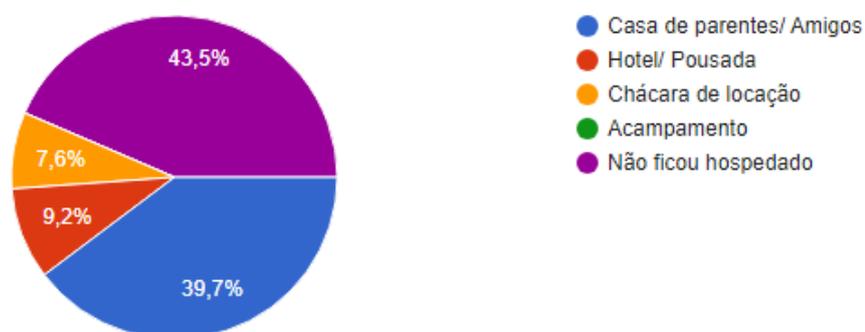
### 8. Gasto médio da viagem: (em R\$)

131 respostas



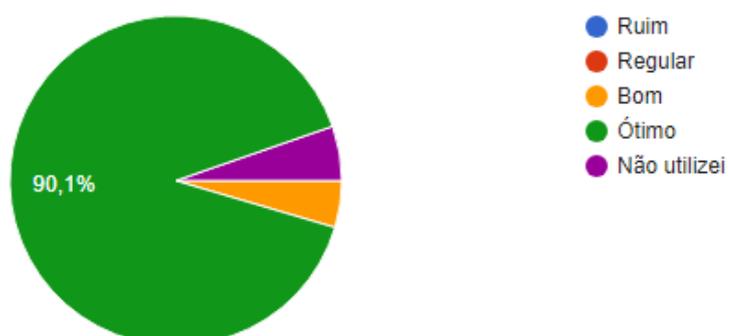
### 9. Onde ficou hospedado?

131 respostas



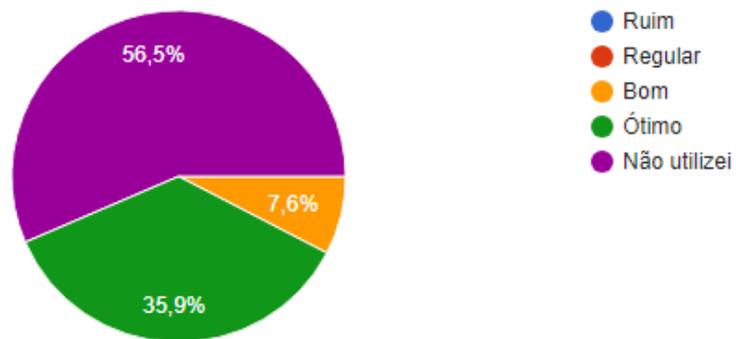
### 10. Como você avalia os atrativos de natureza, como o Parque das Águas, Trilha das Corredeiras, Prainha, Pedrinha, Cachoeiras, Caminho das Águas, etc.

131 respostas



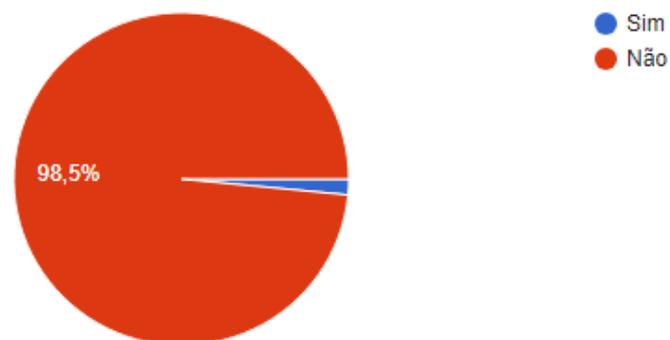
11. Como você avalia os atrativos de aventura e lazer, como Tirolesa, Rafting/Boia Cross, Passeios de Jipe, Pedalinhos, Passeios de Lancha, Stand Up/Caiaques, Barco a Vela, etc

131 respostas



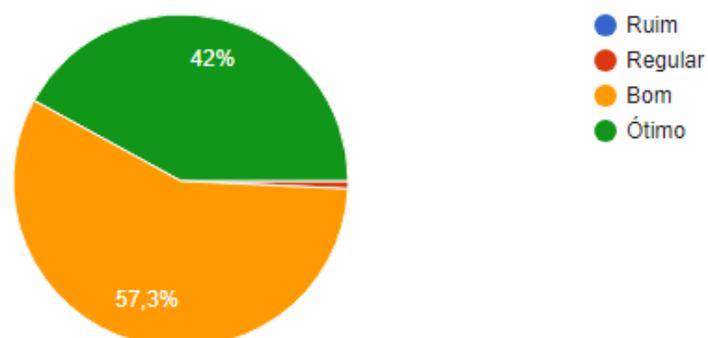
12. Dos passeios citados acima, os mesmos foram realizados através de Agência de Turismo Receptivo?

131 respostas



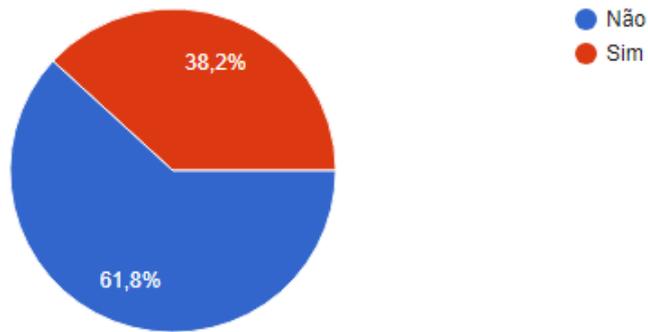
13. Como você avalia os serviços de limpeza e manutenção das Praças e Vias Públicas?

131 respostas



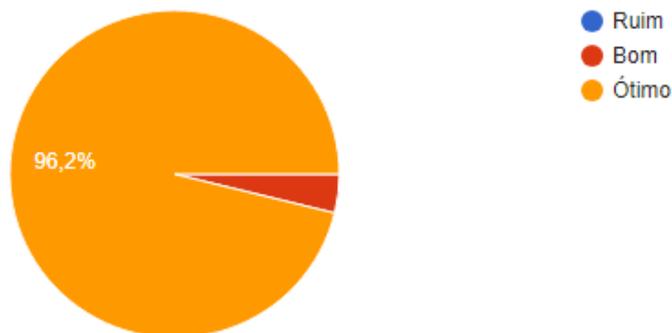
#### 14. Visitou outras cidades da região?

131 respostas



#### 15. Como foi sua experiência ao visitar nossa Estância?

131 respostas



#### Análise de Respostas

- 1- A questão 01 (um) nos mostra que a maioria do público vem da capital paulista e região metropolitana. Outra grande fatia de público é originária de cidades da região num raio de até 150 quilômetros. Pudemos notar também a abertura de público em outras regiões como São José do Rio Preto, Presidente Prudente e Sorocaba, além de uma ótima surpresa que foi o alcance, com uma boa representatividade, de turistas do Norte do Paraná.
- 2- A questão 02 (dois) nos mostra que a maioria dos turistas se divide entre o ensino superior completo e o ensino médio completo. O número de turistas com apenas o ensino fundamental se mostrou baixo.
- 3- A questão 03 (três) nos mostra que a maioria dos entrevistados tem sua renda familiar concentrada na faixa de 05 salários mínimos, tendo também uma quantidade proporcional bem significativa os entrevistados com renda até 03 salários mínimos. A faixa de renda a partir de 06 salários mínimos, nos leva a entender no gráfico que, tem uma boa proporção para ser explorada.

- 4- Na questão 04 (quatro) podemos constatar que nossa maior fonte atrativa de turistas tem sido a indicação por boas experiências. Nota-se também um crescimento relevante de turistas atraídos por meios de comunicação diversos, destacando-se entre eles a internet.
- 5- A questão 05 (cinco) nos mostra que tivemos um grande aumento de turistas motivados a visitar nossa estância pelo Ecoturismo, indicando que os novos atrativos têm impactado muito para o desenvolvimento turístico. Seguido do Ecoturismo vem motivação para “visita a parentes e amigos” que continua com grande relevância. Nota-se também que a visita relacionada a eventos continua com um bom percentual, concluindo-se que a realização de eventos é também uma ótima forma de atrair turistas.
- 6- A questão 06 (seis) nos mostra que a grande maioria dos turistas utiliza o carro como principal transporte para visitar nossa cidade.
- 7- A questão 07 (sete) nos mostra que mais de 77% dos turistas viajaram em casal, com ou sem filhos, um aumento bem significativo com relação ao período anterior, mostrando que nossa estância atrai, cada vez mais, um turismo familiar.
- 8- Na questão 08 (oito) As alternativas de valores continuam em equilíbrio. Conclui-se que nossa estância possui uma variedade comercial capaz de atender a todas as classes sociais.
- 9- Na questão 09 (nove) identificamos que temos divisão equilibrada entre turistas que tem se hospedado em casas de parentes e amigos, e turistas que não se hospedaram por passarem um curto período de tempo na cidade. Nota-se que neste período tornou-se notável o percentual de turistas que se hospedaram em chácaras de locação, mostrando que esta pode ser uma ótima opção a ser explorada pelo nosso turismo.
- 10- A questão 10 (dez) nos mostra que os turistas tem ficado satisfeitos com nossos atrativos naturais com o grande percentual da resposta “ótimo”, mas o percentual de respostas apenas como bom, e dos que não utilizaram nenhum atrativo, dá a entender que os serviços podem ser ainda melhores.
- 11- A questão 11 (onze) nos mostra que grande parte dos turistas ainda não utiliza nossas opções de turismo de aventura, porem os turistas que usufruem dessas opções, as avaliam muito bem. Com isso podemos identificar um grande mercado a ser explorado pelo nosso trade.
- 12- A questão 12 (doze) nos mostra um declínio no trabalho de agentes receptivos, mostrando a necessidade de revisão na estratégia adotada.
- 13- A questão 13 (treze) nos trás um alerta: apesar de a percepção do turista em relação a limpeza e manutenção de nossas praças estarem entre bom e ótimo, o percentual de 57,3% dos turistas que classificaram os serviços apenas como bom nos dá a entender que ainda há muito que pode ser melhorado.
- 14- A questão 14 (quatorze) nos mostra que uma parcela muito significativa de turistas visitam outras cidades da região, dando a entender que o turismo regional e a parceria com cidades vizinhas, são de grande valia para o desenvolvimento da nossa cidade.
- 15- Esta questão nos mostra que o turista, de maneira geral, está satisfeito ao visitar nossa cidade, somente oferecendo respostas de “Bom e Ótimo”. Nota-se também que neste período houve um

aumento significativo da resposta “Ótimo”, mostrando que os esforços aplicados em melhorias estão gerando bons resultados.

### **Conclusão:**

Conclui-se, que nosso turismo continua evoluindo. Pudemos notar que o perfil do nosso turista, nessa evolução, continua sendo um perfil familiar, vindo em grande parte da capital paulista e região metropolitana (originário de pessoas que deixaram a cidade de Piraju para seguir carreira profissional e retornam regularmente para visitar amigos e familiares, além de atrair outros turistas da capital por indicação) e de turistas de cidades da região num raio de até 150km, turistas estes que não ficam hospedados devido a proximidade de sua moradia, mas que são atraídos pelos atrativos de Ecoturismo, gastronomia e eventos. Tivemos também a feliz surpresa de um percentual muito representativo vindo de outras regiões paulista e do norte do Paraná. A renda média do nosso turista está na faixa entre 3 e 5 salários mínimos, tendo também uma parcela significativa de turistas com rendas acima de 6 salários mínimos, possibilitando a elaboração de estratégias para o aumento do Tiket-médio, a ser trabalhado pelo Trade Turístico, assim possibilitando maior crescimento econômico das empresas que dependem do turismo.

Estancia Turística de Piraju, 24 de Agosto de 2023.

Margareth Pilegi Mourão  
Turismóloga