A PERCEPÇÃO DO PERFIL TURÍSTICO: UM ESTUDO DE CASO DA ATIVIDADE TURÍSTICA DE SANTA VITÓRIA DO PALMAR A PUNTA DEL DIABLO

Miguel Angel Jacques Ribeiro

Priscila Rosa da Silva

RESUMO: O projeto de pesquisa "Estudo da percepção e perfil turístico: de Santa Vitória do Palmar a Punta Del Diablo", o qual estrutura seu campo de ação nas cidades de Santa Vitória do Palmar, Chuí e *Chuy* e seus balneários, e nas localidades uruguaias de *Coronilla, Punta Del Diablo e Parque Nacional de Santa Tereza.* O estudo baseia-se através da utilização de coleta de dados, com questionários semi-estruturados, com perguntas abertas e fechadas. A pesquisa caracteriza-se por ser exploratória e descritiva. A área foi escolhida por ser parte do nosso município assim como os municípios vizinhos, que influem social e economicamente nos moradores assim como no desenvolvimento turístico. O estudo busca conhecer o perfil e as necessidades dos turistas e visitantes com o objetivo de formar um banco de dados para desenvolver trabalhos científicos em nosso ambiente de estudo colocando-o a disposição da população, *Trade*, poder publico, como a comunidade acadêmica com publicações, nos vários congressos e seminários dos quais somos participes.

Palavras-chave: Perfil do Turista; Motivação; Percepção.

INTRODUÇÃO

Para a compreensão do que trata o projeto devemos ter claro algumas idéias e definições do que desenvolveremos no decorrer dos dados apresentados. O uso mais comum da palavra turismo ou "Fazer Turismo'' está relacionado a viagens de prazer, ou em definitiva as atividades praticadas pelo turista fora de seu local de residência e que preenchem seu tempo livre o de lazer em suas férias com: compras, visitas a locais históricos, teatros, museus, visitas a amigos e parentes, e uma longa lista de atividades praticada pelos turistas em suas viagens geralmente em família.

> Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU) em 1954, conceituou turista como: Toda pessoa sem distinção de raça, sexo, língua e religião

> que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem proposta de imigração. Já no ano de 1963, as Nações Unidas recomendaram definições de "visitante e turista" para fins estatísticos internacionais, e concluiu: para propósitos estatísticos, o termo "visitante" descreve a pessoa que visita um país que não seja o de sua residência, por qualquer motivo, e que ele não venha a exercer ocupação remunerada.

Segundo Cooper (2001) em uma visão mais atualizada define o turista como um individuo que viaja em busca das mais variadas necessidades e motivações; já é uma prática padrão incluir, como turistas, não apenas as pessoas que viajam por prazer, mas também aquelas que viajam por razões de trabalho, visitam a amigos e parentes ou mesmo para fazer compras.

Nas mais variadas definições de turista e turismo integrado, faz que a região de estudo faça parte de uma das regiões com potencial turístico elevado no contexto fronteiriço do Rio Grande do Sul, entre o Brasil e o Uruguai, nos mais diversos segmentos turísticos a ser explorados.

Os fatores que influenciam a tomada de decisão do turista e a compra de um determinado produto podem ser divididos em motivadores e determinantes. Segundo Swarbrooke e Horner (2002, p.83) "os fatores motivadores são aqueles que motivam o turista a desejar adquirir determinado produto; já os determinantes determinam até que ponto o turista é capaz de adquirir o produto desejado''. Além desses fatores, os autores afirmam que há uma grande variedade de motivações que influenciam o ato da compra de um turista, esta motivação pode ser de caráter individual ou múltiplo:

- Motivação e Turismo Individual

Os principais fatores que determinam as motivações de cada turista são: Personalidade; Estilo de vida; Experiências passadas; Vida passada; Percepções de suas próprias forças e fraquezas; Imagem. Essas motivações se modificam como o tempo, devido às mudanças pessoais que sofremos ao logo da vida. (SWARBROOKE E HORNER 2002, p.85).

- Motivações Múltiplas

É provável que o turista seja afetado por um conjunto de motivação são: Desejo de "dar um tempo"; Desejo de oportunidade para fazer exercícios físicos; Desejo de ter um hobby; Desejo de aumentar seu círculo de amigos ou encontrar um novo parceiro; Desejo de visitar determinada igreja ou museu; Desejo de relaxar. Uma motivação pode tornar-se dominante, ou as férias podem garantir que todas as motivações sejam satisfeitas pelo menos em parte. (SWARBROOKE E HORNER 2002, p.85).

Para tanto, tais autores destacam que a motivação é altamente complexa e depende de alguns fatores: A personalidade e o estilo de vida do turista; Suas experiências passadas; A pessoa com quem está planejando viajar; Suas características demográficas. (SWARBROOKE E HORNER 2002, p.94).

Segundo Dias (2005, p. 57, 58) "há três tipos básicos de turismo: o turismo interno (ou domestico), o turismo receptivo e o turismo emissor (ou emissivo).

> Turismo interno (ou domestico): é aquele realizado pelos visitantes residentes que viajam dentro de seus próprios pais [...] as viagens realizadas nos finais de semana ao interior pelas pessoas provenientes das capitais [...] as viagens daqueles que visitam os santuários religiosos em excursões, daqueles que alugam ônibus para freqüentar as praias nos finais de semana entre outras [..] Turismo receptivo e o turismo realizado pelos visitantes não residentes a um país, região ou localidade. É exemplo de turismo receptivo, viagens realizadas pelos cidadãos de outro pais ao Brasil (Salvador é uma das capitais com alto índice de turismo receptivo) [...] os gaúchos que chegam ao Rio de Janeiro [...] Turismo emissor (ou turismo emissivo): é o turismo realizado pelos residentes para fora do país, da região ou da localidade. São exemplos: a ida de Brasileiros para visitar Buenos Aires, na Argentina; saída de paulistas para visitar Amazônia ou o Pantanal...

A importância do conhecimento do tipo de turismo que e praticado na região contribui para a construção de ferramentas promocionais capazes de fortalecer a região como destino turístico

Segundo (MOLINA, 2005,p.36), a atividade turística pode proporcionar inúmeros benefícios nas localidades onde é desenvolvida como: a captação de divisas que são destinadas para cobrir despesas; a geração de empregos que

permite a recolocação de pessoas no mercado de trabalho, como também dá a oportunidade de iniciação ao trabalho a muitas outras; a promoção do desenvolvimento das regiões devido ao turismo; um maior aproveitamento dos recursos renováveis em atrativos naturais; o resgate das tradições e costumes dos povos, pois através da atividade turística as comunidades passam a manifestar suas tradições e valorizá-las, vendo a atratividade que a mesma tem para o olhar do turista; o favorecimento da distribuição de renda; a multiplicação da economia; e o resgate e a conservação de fatos históricos.

REGIÃO DE ESTUDO DO PROJETO

FIGURA 1 - Imagem Google Maps

A região de estudo compreende os Municípios de Santa Vitória do Palmar e o Município de Chuí os quais estão localizados no extremo sul do Brasil, com uma população total entre os dois município de 36.909 habitantes (de acordo com o Censo 2010), e um área territorial de 5.445 Km², com um clima subtropical temperado, com verões moderados e invernos frescos. O mês mais quente é janeiro, com uma temperatura média de 22ºC, enquanto o mês mais frio e julho com média de 11ºC (IBGE, 2010).

A atividade turística no município esta em terceiro lugar detrás da pecuária e a plantação de arroz. Na atualidade esta em construção vários parques eólicos na região, os que darão mais renda ao município e a os proprietários de campo na área onde os mesmos serão instalados. Isto trará uma nova paisagem à região, onde a promessas da consolidação do turismo, como novo segmento econômico e de

visitação do município, lá que estes empreendimentos som considerados uma forma de produção de energia limpa e ecologicamente correta.

Já a região que corresponde à área Uruguaia compreende a faixa litorânea de 48 km, que vai desde o *Balneario da Barra de Chuy* ate *Punta Del Diablo,* e a Cidade do *Chuy Uruguay*, somando aproximadamente 12 mil habitantes (Dados *censales* de ine.gub.uy) O clima uruguaio e similar a região estremo sul do Brasil. A exploração dos serviços que giram em torno ao turismo e uma das principais fontes de ingresso dos moradores da região seguindo a pecuária e a plantação de arroz.

No entorno das localidades que constam na pesquisas e possível encontrarem uma biodiversidade natural e múltipla na qual podemos encontrar: as praias, as lagoas, banhados, montes naturais , assim como também os vários parques que protegem uma enorme quantidade de vida silvestre, fazem com que a mesma seja única e singular, já que varias são as diferenças com outras regiões em igual situação fronteiriça, entre Brasil e Uruguai.

A região da pesquisa possui um diferencial na qualidade e quantidade dos visitantes já que e possível atrair turistas de varias partes do mundo e com interesses diferenciados (segmentos), sendo possível velos nas ruas do Chuy-Chui, Punta Del Diablo, Hermenegildo, etc.

Outro atrativo para o turista e a possibilidade de fazer compras na zona comercial livre de impostos os „*'Free Shops''* com seus produtos internacionais na mais variada área, a bons preços que instalados frente aos supermercados brasileiros que vendem os comestíveis para a manutenção dos moradores, turistas e visitantes que chegam a nossa região nas épocas de suas férias.

METODOLOGIA

O período de pesquisa que foi estabelecido para a coleta de dados na região se realizou entre os dia 03 de janeiro a 04 de março de 2012. Já que e a época de maior fluxo turístico, devido as férias escolares, e a temporada de verão onde muitos turistas chegam a região em busca das área litorânea, os parques assim como da zona comercial.

A metodologia usada no estudo de forma geral engloba as mais variadas questões, nas quais se busca conhecer as motivações dos turistas que visitam a região. Os questionários estão compostos por 24 questões, alguns de múltipla escolha, abertas para questões qualitativas e fechadas para questões quantitativas, e questões semi estruturadas para um conhecimento mais detalhado de quem é esse turista que visita a região. Para assim compreender qual e a demanda turística real que há na região de estudo, já que a mesma em particular possui vários potenciais turísticos nos mais diversos segmentos, A respeito da demanda turística Denker (1998, p. 109) apresenta que "a demanda turística no geral apresenta características diferenciadas a complexas que a tornam singular - uma vez que envolvem bens, serviços e experiências em seu todo".

A pesquisa caracteriza-se por ser exploratória e descritiva, o modo em que os dados foram copilados com a utilização do programa de *Exel*, donde foram colocados os dados, para traçar desta forma o perfil dos turistas que visitam a região.

> Segundo Dencker (1998, p. 124) "Pesquisa exploratória procura aprimorar idéias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares".

De acordo com Dencker (1998, p. 124) "Em geral procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis. Utilizando técnicas padronizadas de coleta de dados como questionário e observação sistemática". Os quais serão focados para a área do *marketing*, que o objetivo do estudo motivacional do turista que visita a região. Em este primeira etapa da pesquisa foram coletados 98 questionários, sendo um 79,59% (78 questionários) preenchidos por os estudantes nas ruas das localidades em questão. O restante dos questionários 20,40% (20 questionários) foram preenchidos em hotéis da região.

RESULTADOS DA PESQUISA

Uma das questões mais importante do questionário e a procedência do turista que chega a região, os turistas de procedência Uruguaia registraram 62,24%

dos entrevistados, donde na sua maioria eram procedentes da região metropolitana de Montevidéu.

TABELA 1 - Relação do País de Procedência dos Turistas

País de Residência	Porcentagem
Uruguai	62,24%
Brasil	17,34%
Argentina	16,32%
Chile	3,06%
Itália	1,02%

Fonte: Resultado da pesquisa.

Já os turistas Brasileiros que foram entrevistados provinham das mais diversas regiões do estado do Rio Grande do Sul, e estavam somente de passagem na região, com o motivo de conhecer ou fazer compras nos free shops e usando os diferentes hotéis da região.

Os turistas de procedência Argentina que em um momento na região chegavam a ser mais abundante, hoje em dia são 16,32% dos questionados, com uma grande diferencia dos turistas brasileiros, já que os argentinos conhecem mais a região e vem para permanecerem vários dias aproveitando as atrações naturais, comerciais e atrações culturais como o movimento noturno nos lugares onde se hospedam.

Os turistas Chilenos que visitam a região somaram 3,06% dos questionários coletados, sendo registrado que são turistas jovens que usaram todos os meios de locomoção para chegar a região, e vinham acompanhados por amigos que já haviam visitado as belezas e atrativos que encantam aos visitantes. O turista de procedência Italiana que respondeu ao nosso questionário e procedente da Toscana e casado com uma Uruguaia e tem um filho de naturalidade uruguaia, os mesmos vivem em Itália e estavam de camping na Fortaleza de Santa Tereza.

TABELA 2 - Referente a idade dos turistas que visitam a região

Idade	Porcentagem
Até 20 anos	5,10%
21 a 30 anos	26,52%
31 a 40 anos	27,54%
41 a 60 anos	31,62%
Mais de 60 anos	7,14%

Fonte: Resultado da pesquisa.

A questão que se refere à idade dos turistas entrevistados destacamos que a grande maioria dos turistas com faixa etária entre 41 a 60 anos de idade com 31,62%, e em segundo lugar a faixa etária de 31 a 40 anos com 27,54%, já a faixa etária entre 21 a 30 anos ficaram em terceiro lugar com 26,52%. Já os menores de 20 anos e os maiores de 60 anos não chegaram a um 15% dos entrevistados.

TABELA 3 - Referente a sua atividade econômica em local de residência

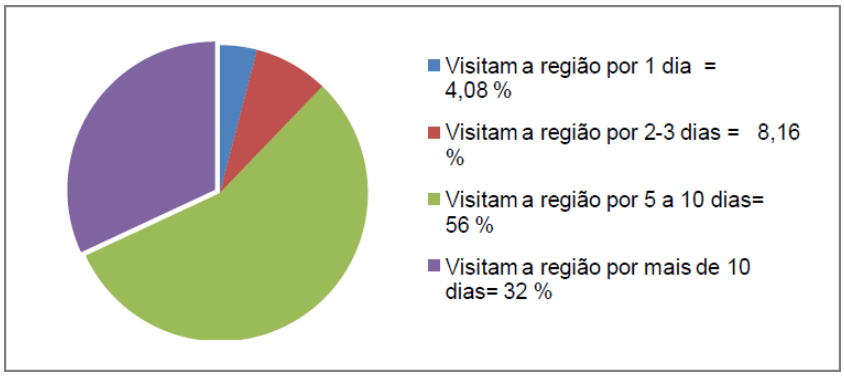
Segundo sua Atividade Econômica	Porcentagem
Autônomo	21,42%
Estudante	12,24%
Funcionário Público	26,52%
Aposentado	4,08%
Desempregado	2,08%
Empregado / Carteira Assinada	17,34%
Economia Informal	3,06%
Trabalhador Agrícola	2,04%

Fonte: Resultado da pesquisa.

A atividade realizada pelos turistas em seu local de residência foi possível destacar que os funcionários públicos foram os que mais responderam os questionários com 26,52% dos entrevistados seguidos pelos que tinham atividade

autônoma com 21,42% e os trabalhadores com carteira assinada chegou a 17,34%. Já os estudantes que responderam os questionários tiveram um 12,24%, e os aposentados totalizaram 4,08%, os trabalhadores da economia informal 3,06% e desempregados 2,08%.

GRÁFICO1 - Referente à permanência na região



Fonte: Resultado da pesquisa.

Já a questão dos turistas que visitam a região na quantidade de dias foi de 56% de turistas que pretendiam ficar entre 5 e 10 dias, e os que visitam a região de 2 a 3 dias e de 8,16%, os turistas que passam o dia na região fazendo compras, de passagem ou simplesmente passam a noite nos meios de hospedagem e de 4,08%. Já os visitantes que permaneceram mais de 10 dias na região foram 32%. O que da uma impressão de que a permanência dos turistas na região e de turistas que passam parte importante de suas férias na região de estudo.

TABELA 4 - Referente ao segmento turístico preferido pelos turistas visitantes

Segmento Turístico	Porcentagem
Ecoturismo	19%
Turismo Cultural	11%
Turismo Religioso	1%
Turismo Místico / Esotérico	4%
Turismo Rural	5%
Turismo de Aventura	15%

Turismo Náutico / Pesca	4%
Turismo de Esportes	4%
Turismo Sol e Praia	90%
Cursos e Estudos	6%
Visita a Familiares	13%
Turismo Saúde	1%
Turismo de Negócio	1%
Compras	36%
Outros	1%

Fonte: Resultado da pesquisa.

Na tabela que faz referência a preferência do segmento turístico preferido pelos turistas que visitam a região podemos constatar que o turista que visita a região pela costa litorânea fica mais em evidencia com 90% das preferências, e em quase uma igualdade estão os turistas que buscam ecoturismo 19% e turismo de aventura 15% em uma quarta posição esta o turismo cultural com um 11% dos questionários coletados, sendo bastante diversificadas as respostas dos turistas de forma geral em esta opção que era de múltipla escolha.

TABELA 5 - Referente a os meios de hospedagem que usa em sua viagem

Meio de Hospedagem	Porcentagem
Residência Própria	3%
Residência de Amigos	3%
Residência Alugada	19%
Hotel	30%
Camping	35%
Pousada	6%
Outros	2%

Fonte: Resultado da pesquisa.

Os meios de hospedagem mais usados pelos turistas permanecer na região foram o camping com 35% dos questionários aplicados, 30% hotéis, 19% residência alugada, 6% pousadas e 35 residência própria e casa de amigos e parentes.

TABELA 6 - Referente a atividades de lazer que pratica quando viaja

Atividades de Lazer quando Viaja	Porcentagem
Descansar / Relaxar	89%
Sair a Noite	37%
Aproveitar os Atrativos Oferecidos pelo Hotel	5%
Visitar Atrações Naturais	22%
Visitar Atrações Culturais	13%
Fazer Compras	29%
Praticar Esportes	4%
Outros	3%

Fonte: Resultado da pesquisa.

A tabela acima mostra as preferências dos turistas quando as atividades para prazer seu momento de ócio ou pelo interesse mesmo do turista na região do estudo. A preferência foi pela opção de descansar e relaxar com 89%, seguido de 37% em sair pela noite, 29% fazer compras, 22% visitar atrações naturais e 13% visitar atrações culturais, sendo bastante diversificadas as respostas dos turistas de forma geral em esta opção que era de múltipla escolha.

TABELA 7 - Referente a qualidade de informações da região

Objetos	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Não Usou
Folheteria	10%	36%	6%	4%	23%
Placas, Sinalização Turística	10%	41%	14%	4%	11%
Site / Internet	10%	15%	6%	0%	49%

Fonte: Resultado da pesquisa.

Três aspectos que foram muito bem avaliados pelos entrevistados dizem respeito aos serviços de informações aos turistas na região, como demonstra na tabela 7, onde e possível ver que em geral deram como de boa qualidade os materiais de folhetaria, site/internet e as placas de sinalização turística espalhadas pela região de estudo, sendo bastante diversificadas as respostas dos turistas de forma geral em esta opção que era de múltipla escolha.

TABELA 8 - Motivação pela qual escolheu a região para passar suas férias

Motivação pelo qual escolheu a Região	Porcentagem
Pelo Litoral / Natureza	79,59%
Pela Indicação de Amigos	12,24%
Infra-estrutura do Local	8,16%
Atrativos Culturais / Históricos	7,14%
Valores das Estadias	5,1%
Pelas Compras	10,2%

Fonte: Resultado da pesquisa.

A pesquisa mostrou que a principal motivação que atrai aos turistas a região e pelo litoral e a natureza que mostrou um 79,59% dos turistas que visitam a região, e 12% pela indicação de amigos e parente seguido pelo turismo de compra com um 10,2%, 8,16% infra-estrutura do local, 7,14% atrativos culturais e históricos, 5,10% pelos valores das estadias nos meios de hospedagem.

CONSIDERAÇÕES

A pesquisa realizada em 2012 teve como objetivo obter informações sobre o perfil dos turistas que visitam a região estremo sul do Brasil e estremo leste do Uruguai que compreende aproximadamente 98 km de região litorânea de costa oceânica. Os dados de forma geral dão uma informação de uma percepção de dados bastante constante, que e possível que seja pela igualdade de nível social

dos turistas que escolhem a região para passar suas ferias anuais. Por ser esta uma região litorânea a mesma sofre muito com a sazonalidade da demanda turística, o que faz com que as autoridades publicas, e comerciantes privados dos vários setores econômicos, comecem a formular estratégias de atrair turistas na baixa temporada. E possível constatar que os turistas que passam suas férias na região sejam considerados, turistas regional, pela proximidade do seu local de residência ao do local de estudo. O grau de satisfação dos turistas a respeito do serviço utilizado e bom, como dos materiais de divulgação, assim como da infraestrutura oferecida pelos servidores aos turistas.

Cabe ressaltar que não foram encontradas pesquisas anteriores que pudessem contribuir para caracterizar o perfil dos turistas que visitam a região de estudo, mas o projeto segue em andamento para formular em três anos um perfil parcial dos turistas que visitam a região.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Margarita. **Planejamento e Organização em Turismo.** Campinas: Papirus, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo.** São Paulo: Futura, 1998.

DIAZ, Reinaldo. **Planejamento do Turismo.** São Paulo: Atlas, 2008.

IGNARRA, Luiz. **Fundamento do Turismo.** São Paulo: Pionera Tomson Learning, 2003.

DIAS, Reinaldo. **Fundamentos do Marketing Turístico.** SP: Pearson Prentice Hall, 2005.

MOLINA, Sergio. **Turismo:** Metodologia e Planejamento. Bauru, SP: Edusc, 2005.

SWARBBOOKE, John; HORNER, Susan. **O Comportamento do Consumidor no Turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

TELES, Reinaldo. **Fundamentos Geográficos de Turismo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Dados do Censo de 2011 no Departamento de Rocha. Disponível em: <http://www.ine.gub.uy/censos2011/resultadosfinales/totalpais.html>. Acesso em: 31 mar. 2014.