PERFIL DA DEMANDA TURÍSTICA DA REGIÃO DE FRONTEIRA DO EXTREMO-SUL DO BRASIL: UM BREVE RELATO SOBRE O PROCESSO DE COLETA DE DADOS

Miguel Angel Jacques Ribeiro

Priscila Rosa da Silva

RESUMO: O presente trabalho relata o processo de pesquisa realizada na região que compreende os municípios de Santa Vitória do Palmar e Chuí (RS) Brasil, buscando conhecer o perfil dos consumidores dos produtos turísticos existentes, com vistas a elaborar estratégias de marketing direcionadas ao atendimento e de satisfazer suas necessidades. O estudo faz parte do projeto "Percepção e o Perfil turístico: um estudo de caso do visitante e seu tempo de permanência na região de Santa Vitória do Palmar a Punta Del Diablo". O que se pretende é relatar algumas informações sobre esta pesquisa, primeiro passo para um futuro trabalho de seleção e análise dos dados referentes a estes municípios, especificamente, com a finalidade de criar um banco de dados que possa proporcionar melhor conhecer o público específico desta região, de forma a possibilitar um planejamento futuro e obter uma melhor qualidade do produto turístico, competitividade e divulgação dos municípios estudados.

Palavras-chave: Perfil do Turista; Demanda; Marketing; Motivação.

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo geral relatar a pesquisa que busca identificar o perfil da demanda turística dos municípios de Santa Vitória do Palmar e Chuí (RS) Brasil, com vistas a elaborar estratégias de marketing direcionadas ao atendimento e de satisfazer as necessidades de seu público. Esta pesquisa é parte do projeto "Percepção e o Perfil turístico: um estudo de caso do visitante e seu tempo de permanência na região de Santa Vitória do Palmar a Punta Del Diablo" trabalho de pesquisa do curso de Turismo Binacional da FURG e que tem como objetivos específicos: caracterizar o perfil da demanda turística; entender a motivação dos turistas que visitam os municípios; identificar quais as fontes de informação que levaram o turista a escolher este local, o tempo de estadia e perfil

socioeconômico. Descobrir ainda itinerário da viajem; meios de hospedagem e transporte utilizado, além de identificar a qualidade dos serviços e da infraestrutura oferecida.

O MUNICÍPIO DE SANTA VITÓRIA DO PALMAR

Localizado no extremo sul do Brasil com uma população de 30.990 habitantes de acordo com o Censo 2010, possui uma área territorial de 5.244,353 Km², com um clima subtropical ou temperado, com verões moderados e invernos frescos. O mês mais quente é janeiro, com uma temperatura média de 22ºC, enquanto o mês mais frio é julho com média de 11ºC.

A povoação foi fundada pelo Comendador Corrêa Mirapalhete em 1855 que, 33 anos depois passou a se chamar Santa Vitória do Palmar. Em 1872 a povoação foi elevada a categoria de vila e mais tarde em 24 de dezembro de 1888 passou a ter o título de cidade.

Apesar da zona urbana da cidade não ser litorânea, o município possui duas praias, tidas como balneários, chamadas de Praia do Hermenegildo e Praia da Barra do Chuí, esta localizada no extremo sul do território, onde faz fronteira com o Uruguai. Também possui a Estação Ecológica do Taim, uma das mais importantes do país, além da contar com duas lagoas, Lagoa Mirim e Mangueira.

As atividades econômicas mais importantes são a pecuária bovina, a pecuária ovina de lã e o plantio de soja e o arroz, maior responsável pelo desenvolvimento e arrecadação do município. Para o acesso terrestre conta com a BR 471 que liga a os municípios do Chuí numa distância de 20 km e Rio Grande distante a 220 km.

O MUNICÍPIO DO CHUÍ - RS

É a cidade mais meridional do país, a qual faz fronteira com a cidade do Chuy no Uruguai. Possui uma população de 5.919 habitantes, constituída por brasileiros, uruguaios e árabes palestinos (estes últimos muito ligados ao comércio).

Está a 525 km de Porto Alegre e 2552 km de Brasília e 347 km de Montevidéu, capital do Uruguai.

O Chuí é separado do Chuy, no Uruguai apenas por uma longa avenida com canteiro central. No lado uruguaio da avenida são famosos os free shops, que atraem brasileiros e uruguaios de cidades próximas a fim de consumir os produtos livres de impostos, além de chamar a atenção de turistas vindos de longe em viagem a Punta Del Este, Montevidéu ou a Porto Alegre.

A principal fonte de renda do município vem do comércio de fronteira, sendo a venda de produtos alimentícios e de vestuário nos supermercados e lojas para os turistas. Balizados por câmbio favorável, organizam-se excursões em cidades uruguaias para comprar gêneros no comércio local.

METODOLOGIA

A pesquisa realizada neste projeto foi aplicada no período da alta temporada (janeiro a março) de 2014, no litoral de Santa Vitória do Palmar (RS/Brasil) a Punta Del Diablo (Rocha/Uruguai). Essa investigação foi criada e vem sendo aplicada pelos alunos do curso de Bacharelado em Turismo Binacional da Universidade Federal do Rio Grande - FURG há três anos. A pesquisa é básica; por meio de questionários quali-quantitativos; descritiva; documental e de observação direta. Num segundo momento, serão selecionados e analisados alguns pontos dos questionários, especificamente os aplicados nos municípios de Santa Vitória do Palmar e Chuí (RS) Brasil e se constituirá um banco de dados que reúna as seguintes informações:

- Quais as fontes de informação que o turista utiliza para escolher este destino;
- O tempo de estadia;
- Perfil socioeconômico do turista;
- Itinerário da viajem;
- Meios de hospedagem;
- Transporte utilizado;
- Identificar a qualidade dos serviços e da infraestrutura oferecida.

Estes dados possibilitarão a caracterização do perfil da demanda turística, levando à compreensão da motivação dos turistas que visitam os municípios; possibilitando uma melhoria considerável no planejamento do desenvolvimento turístico.

CONCLUSÃO

O estudo visa à coleta de dados que promova ações para a consolidação da região que compreende a pesquisa, como destino turístico de sol e praia, atrelado ao melhoramento dos serviços, para assim formular ações que melhorem o fluxo turístico. E também para uma melhor identificação dos seguimentos do turismo na região.

Tendo em vista as estratégias de marketing podemos afirmar que o conhecimento dos consumidores é o primeiro passo para a implantação de ações de marketing mais eficazes, dando assim ao produto turístico maior qualidade, competitividade e divulgação.

REFERÊNCIAS

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

COOPER, Chris. **Turismo Princípios de Práticas.** Porto Alegre: Bookman, 2007.

CORNER, Maria Rodriguez (Tradutora). **Introdução ao Turismo.** São Paulo: Roxz, 2001.

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

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

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

LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre Panosso. **Teoria do Turismo**: Conceitos, Modelos e Sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

MOLINA, Sergio. **Turismo Metodologia e Planejamento.** Bauru, EDUSC, 2005.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e Planejamento Sustentável.** Campinas: Papirus, 2006.

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