



Demanda Turística: Um Estudo no Município de Prudentópolis - PR, no período de 2014 a 2016.

Resumo: Para um destino turístico é importante identificar sua demanda e averiguar a evolução quanto a visita no local, já que com o passar do tempo e o avanço das atividades, o turista passou a exigir mais. Desta forma esse trabalho tem como objetivo analisar a demanda do Município de Prudentópolis – PR. Para isso foram delimitados objetivos específicos: Identificar a demanda no município de Prudentópolis – PR, no período de 2014 a 2016; Averiguar a origem da demanda no município de Prudentópolis – PR, no período de 2014 a 2016; Destacar o período de maior demanda entre 2014 a 2016. A Metodologia da pesquisa foi descritiva, quantitativa e documental, onde os dados foram coletados do Livro de assinaturas de visitantes do Centro de informações Turísticas do Município estudado. De onde foi possível obter as seguintes informações: Nos três anos o município de Prudentópolis recebeu 1437 turistas que passaram pela cidade e assinaram o livro, 306 turistas no ano de 2014, 611 turistas no ano de 2015 e 520 turistas em 2016. Percebeu-se que a partir do ano de 2014 o município passou a receber um número maior de turistas, onde Curitiba- PR, foi o município que mais visitou a Terra das cachoeiras gigantes, 100 turistas em 2014, 147 turistas em 2015 e 113 turistas em 2016, totalizando 24.35% do total de visitantes. A partir dessa análise foi constatado que a demanda é ainda incipiente em relação aos anos analisados.

Palavras-chaves: Turismo, Demanda Turística, Prudentópolis

Resumen: Para un destino turístico es importante identificar su demanda y averiguar la evolución en cuanto a la visita en el local, ya que con el paso del tiempo y el avance de las actividades, el turista pasó a exigir más. De esta forma ese trabajo tiene como objetivo analizar la demanda del Municipio de Prudentópolis - PR. Para ello se delimitaron objetivos específicos: Identificar la demanda en el municipio de Prudentópolis - PR, en el período de 2014 a 2016; Averiguar el origen de la demanda en el municipio de Prudentópolis - PR, en el período de 2014 a 2016; Destacar el período de mayor demanda entre 2014 a 2016. La metodología de la investigación fue descriptiva, cuantitativa y documental, donde los datos fueron recolectados del Libro de firmas de visitantes del Centro de informaciones Turísticas del Municipio estudiado. En los tres años el municipio de Prudentópolis recibió 1437 turistas que pasaron por la ciudad y firmaron el libro, 306 turistas en el año 2014, 611 turistas en el año 2015 y 520 turistas en 2016. Se percibió que a partir del año 2014 el municipio pasó a recibir un número mayor de turistas, donde Curitiba-PR, fue el municipio que más visitó la Tierra de las cascadas gigantes, 100 turistas en 2014, 147 turistas en 2015 y 113 turistas en 2016, totalizando el 24.35% del total de visitantes. A partir de ese análisis se constató que la demanda es aún incipiente en relación a los años analizados.

Palabras claves: Turismo, Demanda Turística, Prudentópolis



1. INTRODUÇÃO

O turismo atual, apesar de ser considerada uma atividade recente e que vem sofrendo um conjunto de mudanças ao decorrer do século XXI, surgiu segundo Masina (2002), com os gregos, por motivos de cunho religioso e esportivo. Tempo no qual as pessoas ofereciam suas casas sem receber recompensas financeiras, mas por acreditarem que seriam recompensadas de forma religiosa, e assim sendo conhecidas na época como um povo hospitaleiro.

Com o decorrer dos anos e o surgimento dos meios de transportes, o turismo passou a se transformar no que é visto hoje, o deslocamento de pessoas para lugares diferentes do seu cotidiano, o que se confirma segundo OMT *apud in* DIAS; AGUIAR (2002, p.24) que “descreve o turismo como as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadias em lugares diferentes de sua moradia habitual, por um período de tempo inferior a um ano, com fins de lazer [...]”.

Sendo assim o turismo acabou se dividindo em segmentos para determinar o motivo principal da viagem, facilitando a identificação de clientes (DIAS; AGUIAR). Prudentópolis, município localizado no Estado do Paraná, vem se mostrando um forte atrativo, apresentando um potencial na realização das atividades de turismo de natureza, e também pelo turismo cultural, já que a cidade é considerada um polo da cultura Ucraniana. Portanto, este artigo é direcionada a este município, por apresentar questões vinculadas à prática do turismo.

Nesse contexto, com o potencial que o destino apresenta, observa-se a necessidade de analisar a demanda turística, que segundo Lage e Milone, (2001, p.56) “pode ser definida como a quantidade de bens e serviços turísticos que os indivíduos desejam e são capazes de consumir a dado preço e em determinado período de tempo.”, observando também a origem dos turistas. Assim os dados referentes à demanda foram coletados através de informações fornecidas pelo



Centro de Informações Turísticas de Prudentópolis com o intuito de facilitar o planejamento do turismo do município.

Deste modo, teve-se como problema verificar se a origem da demanda turística no município de Prudentópolis provem somente do estado do Paraná? Tendo como objetivo geral analisar a demanda turística no município de Prudentópolis – PR, no período de 2014 a 2016. Dispondo a contribuir para pesquisas futuras e agregar informações para a Prefeitura do município que poderá utilizar os dados como fonte para um estudo de planejamento na região.

2. METODOLOGÍA

Essa pesquisa foi de carácter descritivo, quantitativo e documental. Segundo Gil (2007, pg.42), uma pesquisa descritiva “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” Já a pesquisa quantitativa conforme Richardson; Peres; et al (2010, p.70), “se caracteriza pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas [...]”. Por fim as características da pesquisa documental “é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser desenvolvidas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois.” (MARCONI; LAKATOS, 2010, pg. 157).

Na primeira fase foi realizada a pesquisa bibliográfica que segundo Gil (2007, p.44) é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, usando como base autores como Lages e Milone (2001); Mota (2001); Masina (2002); Riviane (2012) e o Ministério do Turismo. Na segunda fase, a coleta de dados foi realizada através da parceria



com a Prefeitura de Prudentópolis que repassou os dados contidos no Livro de Assinaturas do Centro de Informações turísticas da cidade. A terceira e última etapa, foi realizada através da leitura dos documentos enviados pela prefeitura, onde foi possível identificar a origem da demanda e obter números relacionados ao total de visitantes, e conseqüentemente relacionar os dados com a teoria.

3. ASPECTOS TEÓRICOS

3.1 TURISMO

A palavra turismo segundo Barbosa *apud in* Silva; Silva (s/d, p.1) “teve sua origem no inglês *tourism*, originário do francês *tourisme*. Etimologicamente, a palavra *tour* (francês) é derivada do latim *tornare* e do grego *tornos*, significando um giro ou um círculo. Ou ainda, o movimento ao redor de um ponto central ou eixo.” Podendo ser definido por De La Torre *apud in* Mota (2001, p.42), que afirma:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Diante disso, o turismo não era um fator de total necessidade, mas sim algo que envolvia atividades com objetivo de proporcionar lazer. Assim no decorrer dos anos e com a implementação de novas tecnologias e processos, a atividade do turismo acabou se expandindo e sendo mais praticada pelas pessoas, como destaca Dias (2003, p.14):



Turismo ao longo do século XIX. E principalmente do XX, cresceu como fruto da Segunda Revolução Científico-tecnológica (a Revolução Industrial), e recebeu no final do século XX formidável impulso da Terceira Revolução (do conhecimento), em que a comunicação e informação, ao lado de outros processos como o aumento da produtividade humana, provocam como efeito imediato diminuição da jornada de trabalho, e aumento do tempo livre.

Desta forma percebe-se que a atividade turística se tornou dependente de inúmeros fatores, como o tempo, o avanço de tecnologias, enfim, novas ideias capazes de renovar as tendências e aumentar a demanda dos atrativos, já que o turista passa a exigir um maior nível de qualidade dos produtos oferecidos. E através da presença de diferentes atividades ligadas ao turismo surgiram os segmentos, assunto abordado no tópico a seguir.

3.2 SEGMENTAÇÃO

O turismo é responsável por ofertar um determinado produto, chamado de produto turístico, ou seja, um conjunto de bens e serviços, ofertados em determinada região, destinada ao consumo por turistas. (MASINA, 2002). Sendo assim o turismo se dividiu em segmentos para mais fácil atender o gosto de cada viajante, como diz Dias; Aguiar (2002, p.29) relatando que “O turismo, no entanto, pode apresentar um número indefinido de vertentes, dependendo das motivações do viajante para empreender a viagem.”. Onde ainda segundo Ansarah *apud in* Dias; Aguiar (2002), p.29) “A segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos, dos tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas e da sua situação social e estilo de vida, entre outros elementos.”.

Desta forma os segmentos são definidos pela presença de diferentes características em cada localidade, assim segundo a MTUR (s/d) são algumas delas:



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

a)atividades, práticas e tradições (agropecuária, pesca, esporte, manifestações culturais, manifestações de fé); b)aspectos e características (geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas, sociais);f)determinados serviços e infraestrutura (de saúde, de educação, de eventos, de hospedagem, de lazer).

A partir desse enfoque, com o estudo dessas informações é possível diferenciar e definir os tipos de turismo, apresentados no quadro a seguir:

QUADRO 01: Principais Segmentos do Turismo

Segmentos	Características
Turismo Social	Utilizada como proposta de lazer para um número maior de pessoas, organizado por associações, sindicatos e cooperativas com a finalidade de atender as necessidades de férias das camadas sociais menos favorecidas.
Turismo Rural	Atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.
Ecoturismo	Aquele que faz uso de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações.
Turismo de Saúde	Constitui-se das atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos.
Turismo Cultural	As atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.
Turismo de Estudo e Intercambio	Constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Turismo de Esporte	Compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas.
Turismo de Sol e Praia	Constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.
Turismo de Eventos e Negócios	Conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.
Turismo de Aventura	Compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo.

Fonte: Ministério do Turismo. Organização a Autora.

Destacando assim, que através da análise e aplicação da segmentação, poderá ser identificado quais atividades ofertar aos turistas. Conseqüentemente a município de Prudentópolis, objeto de estudo da presente pesquisa, apresenta características naturais e culturais, que desta formam tornam o local apto à prática dos seguintes segmentos conforme citado no item objeto de estudo desta pesquisa:

QUADRO 02: Segmentos do Turismo presentes em Prudentópolis- PR

Segmentos	Atividades praticadas
Turismo de Aventura	Arvorismo; cachoeirismo; rapel; mergulho; canoagem; boia-cross; paraquedismo; asa delta; entre outras.
Turismo Cultural	Turismo religioso; turismo cívico, turismo arqueológico, turismo gastronômico, entre outros.



--	--

Fonte: Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná; Ministério do Turismo. Organização a Autora.

Assim, por meio da oferta desses segmentos, pode-se dizer que existem possibilidades de haver uma demanda que vem até o município buscando especificamente atividades relacionadas ao Turismo de Aventura e o Turismo Cultural, seguindo as características do município, por meio disso a seguir serão abordados assuntos referentes à Oferta Turística e conseqüentemente Demanda Turística.

3.3 OFERTA TURÍSTICA

A Oferta Turística segundo Lage;Milone (2001,p.72) “pode ser definida como a quantidade de bens e serviços turísticos que as empresas são capazes de oferecer a dado preço, em determinado período de tempo”. Ou seja, tudo aquilo que esta a disposição do turista para ser consumido. Desta forma Mota (2001, p. 69) completa dizendo que: “A oferta constitui a matéria-prima da atividade turística mediante um conjunto de recursos naturais e culturais, aos quais se agregam serviços turísticos como os de transporte, hospedagem, alimentação e outro, formando, juntos, o produto turístico.”.

Assim a oferta turística é composta por elementos naturais (natureza, clima, configuração física ou geográfica, flora, fauna.) e elementos artificias (fatores históricos, culturais e religiosos, meios de transporte, vias de acesso, meios de hospedagem, superestrutura.) entre outros fatores que diferenciam a oferta turística de cada região. (LAGES; MILONE, 2001)

E com isso segundo Andrade *apud in* Mattos (2003, p. 60) pode apresentar as seguintes características:



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

- a. Não admite estocagem ou reserva;
- b. Seus recursos são estáveis e “consumidos” no próprio receptivo em que são produzidos e comercializados;
- c. Seus recursos são estáticos: não podem ser transportados em seu todo ou em partes significativas, sem alterações no próprio conjunto do potencial;
- d. Os recursos são imóveis: os turistas é que se deslocam para usufruí-los;
- e. A oferta turística é rígida e inadaptável, pois não possui flexibilidade suficiente para qualquer outra utilização, sem correr riscos de descaracterização;
- f. A oferta turística é sensivelmente dependente da concorrência de mercado e da vontade do cliente, que vê o turismo como supérfluo ou produto substituível e mesmo dispensável;
- g. Os sucessos cultural e comercial dependem da qualidade e do grau de união e de colaboração de significativa série de fatores relacionados à oferta e ao funcionamento dos bens e serviços, sua qualificação e seus preços.

Juntamente com as características da oferta, pode-se destacar uma classificação metodológica, que a divide em três categorias segundo Riviane (2012) que descreve as classificações com a relação a oferta da seguinte forma:

QUADRO 03: Classificação Metodológica da Oferta no Turismo

Atrativos Turísticos	Todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos com o objetivo de conhecê-los.
Equipamentos e Serviços Turísticos	Também denominados “superestrutura”, correspondem ao conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística, principalmente os meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços que objetivam atender e suprir as necessidades dos turistas.
Infraestrutura de apoio turístico	Necessária para a viabilização da atividade turística em uma determinada cidade, região ou país. É composta de todas as construções subterrâneas e de superfície, a saber:



	conjunto de edificações, instalações de estrutura física e de base que proporcionam o desenvolvimento da atividade turística, tais como: telecomunicações, transportes, serviços urbanos.
--	---

Fonte: RIVIANE,2012), Organizado pela Autora.

Partindo da análise do quadro 03, pode-se observar que um determinado lugar deve apresentar alguns requisitos, para que seu produto possa ser ofertado ao consumidor. Porém existem alguns fatores que são capazes de influenciar na oferta do produto turístico, são eles segundo Lage; Milone (2001):

a) Preço do produto turístico. Quanto mais alto for o preço de mercado do produto turístico, maior será o incentivo aos produtores em aumentar sua oferta; b) Preços de outros bens e serviços; c) Se os preços dos outros bens e serviços aumentarem e os preços dos produtos turísticos permanecerem constantes, sua produção torna-se menos interessante em relação à produção dos outros bens e serviços, e, conseqüentemente, sua oferta diminuirá; d) Preço dos fatores de produção; f) O preço dos fatores produtivos utilizados está diretamente relacionado com o custo final dos produtos do turismo ofertados e com o lucro dos produtores turísticos; e inversamente relacionado com a oferta dos produtos turísticos; g) Nível de avanço tecnológico. Quanto maior for o avanço tecnológico, maior será o aproveitamento dos recursos disponíveis e, portanto, maior será a oferta dos produtos turísticos.

Na sequência pode-se verificar que por meio da oferta do que o destino tem a oferecer é que o cliente saberá qual melhor produto se encaixa em seus gostos e desejos. Em seguida será relatado sobre a demanda turística.

3.4 DEMANDA TURÍSTICA

A demanda turística ou também conhecida como procura, pode ser definida segundo Carvalho; Vasconcellos (2006, p. 48) “Como a quantidade de



bens e serviços turísticos básicos e complementares que, em decorrência da busca por uma atividade turística particular, os consumidores desejam adquirir ou utilizar, em dado período de tempo e por determinado preço.” Com isso para Mota (2001, p.77) “A demanda por turismo não é composta de simples elementos ou serviços específicos isoladamente. São demandados bens e serviços que se complementam entre si.”

Conseqüentemente, existem fatores que influenciam na busca de lugares, como as características do destino, informações referentes ao clima, cultura, beleza e as imagens formadas pelas pessoas ao receberem essas informações. (DIAS; AGUIAR,2002). A partir dessas informações a demanda pode ser classificada em cinco tipos: demanda real, ou seja, número de pessoas que viajam efetivamente; demanda potencial, aquela que engloba todos que podem vir a viajar, mas não realizam a atividade devido a motivos temporários como a falta de condições financeiras; demanda histórica, aquela que se baseia em registros de demandas reais passadas; demanda futura, que faz uso de dados presentes e da demanda histórica, prevendo crescimento ou diminuição da demanda e por fim a demanda potencial vinculada à demanda real, relacionada a gastos adicionais, realizando uma demanda real durante sua estada, consumindo bens e serviços. (DIAS,2005).

Portanto podem-se destacar também algumas características da Demanda, como a sazonalidade (quando a demanda pelos produtos turísticos ocorre num determinado período de tempo.); elasticidade (alta sensibilidade da demanda por pequenas variações como epidemias, violência, crises, guerras, falta de água, entre outros); concentração espacial (quando há tendências de concentração espacial da demanda motivada pela própria promoção da localidade e meios de comunicação informal, chamado de boca-a-boca, que promove o destino quando aprovado.) e por último a heterogeneidade da demanda (conjunto de novas expectativas dos consumidores-turistas, que diversificam a demanda.). (DIAS,2005).



Por fim como na oferta turística, na demanda existem também fatores que exercem influencias, são eles segundo Riviane, (2012, pg. 16):

- Preço dos produtos turísticos.
Quanto maior for o preço dos produtos turísticos, menor será a quantidade demandada e vice-versa.
- Preço dos outros bens e serviços.
Caso o preço do produto turístico seja relativamente menor do que os preços dos outros bens e serviço concorrentes, o consumidor racional demandará mais pelo produto turístico;
- Nível de renda dos turistas.
Quanto maior o poder aquisitivo dos turistas, maior será a quantidade de produtos demandados. Mercado turístico: a oferta e a demanda turísticas;
- Gosto ou preferência dos turistas.
Mudanças no gosto e/ou preferência dos turistas levará, conseqüentemente, a alterações na demanda pelo produto turístico.

Elementos que podem interferir na divulgação do produto, na venda e no sucesso do destino, que poderá deixar de ser procurado.

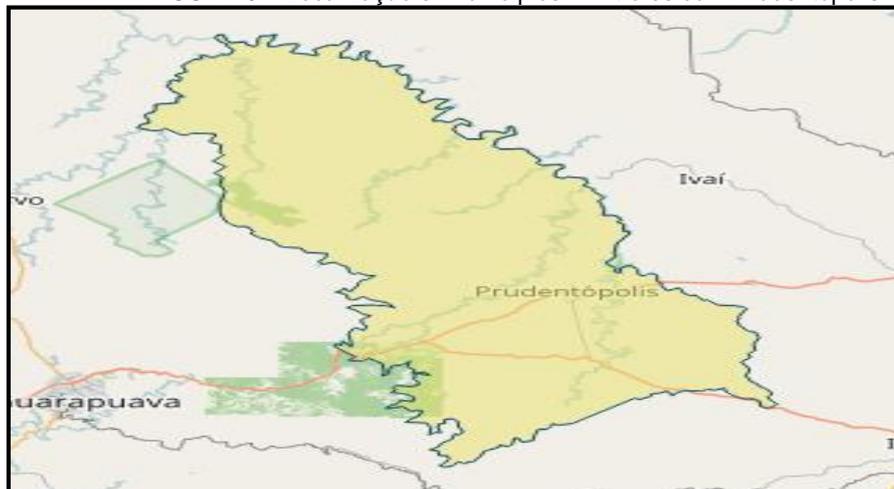
Portanto pode-se concluir que a fundamentação abordou assuntos indispensáveis para o estudo realizado no Município de Prudentópolis, o qual teve por finalidade identificar aspectos relacionados aos itens abordados como a demanda, oferta e segmentação dando base para a presente pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A cidade de Prudentópolis está localizada a cerca de 207 km da capital paranaense, Curitiba, pertencendo a Região Centro Sul do estado. (GUIL; FERNANDES; FARAH, 2006). Faz limite com os municípios de Guarapuava, Ivaí (Figura 1) e também cidades como Guamiranga, Turvo e Irati.



FIGURA 01: Localização e Municípios Limítrofes com Prudentópolis



Fonte: Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=412060>

A região estudada apresenta fatores que podem contribuir com o desenvolvimento do turismo, como uma forte cultura dos imigrantes que viveram e vivem em Prudentópolis e também de elementos ligados a natureza, assim foi possível pensar em desenvolver as atividades turísticas no município. Já que segundo Guil; Fernandes; Farah, (2006, pg.162):

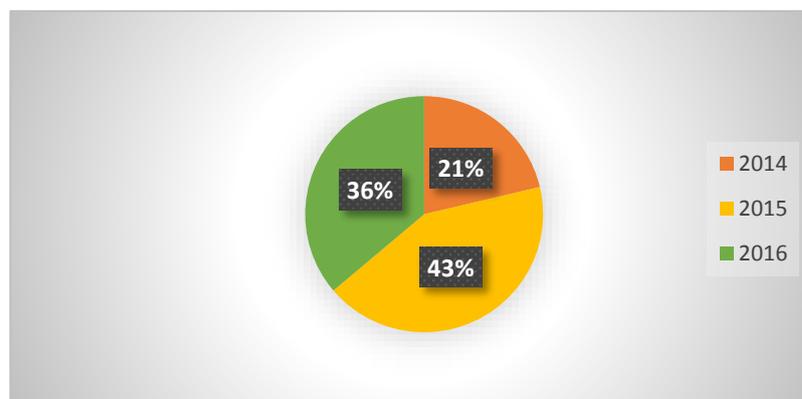
A partir da década de 1990 teve início um movimento para a exploração do turismo em Prudentópolis. Criou-se Órgãos para promover a atividade, como a Secretaria Municipal de Turismo, o Conselho de Turismo, uma associação de condutores e uma cooperativa de turismo. Com a divulgação do município em revistas e televisão, os turistas começaram a chegar.

Surgindo assim de acordo com as informações dos autores uma nova forma dos órgãos públicos, juntamente com a população de desenvolver o turismo como uma nova alternativa, já que a atividade por ser considerada uma prática econômica que proporcionaria benefícios para ambos, e tornaria a economia da cidade movimentada. O município possui atrativos turísticos, os naturais devido a presença de cachoeiras, os religiosos e culturais, consequentes da forte cultura Ucraniana.



Para identificar a demanda do município foi necessário averiguar o número de turistas de cada ano que se pretendia estudar. A seguir o gráfico 01 demonstra demanda real, ou seja, número de pessoas que viajam efetivamente para um determinado local, como afirma Dias (2005).

Gráfico 01: Número Total de Turistas



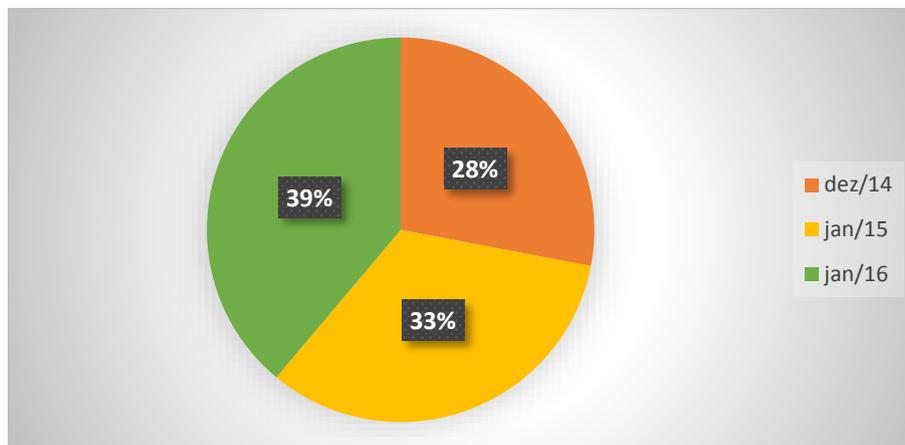
Fonte :Prefeitura de Prudentópolis. Organização a Autora

No ano de 2014 foram 306 turistas (21%), em 2015 o número aumentou para 611 (43%) e em 2016 o número voltou a decair para 520 turistas (36%) porém superando ainda o ano de 2014. Observando essa declive no número de turistas no ano de 2016, ressalta que a pesquisa não tem como intuito resolver esse problema.

Ao identificar a existência dessa demanda é possível analisar no gráfico a seguir que os meses com maior número de turistas está relacionado ao período de férias. O que pode ser explicado por Dias (2003) que relata que o Turismo se desenvolveu após a Revolução Industrial e a Terceira Revolução, vinculada ao desenvolvimentos dos meios de comunicação e informação, responsáveis pela diminuição da jornada de trabalho e aumento do tempo livre, usado muitas vezes para a pratica de turismo. Conseqüentemente após identificar o ano com maior número de turistas a seguir o gráfico 02 trás informações sobre o mês que teve maior visitação.



Gráfico 02: Meses com maior número de turistas



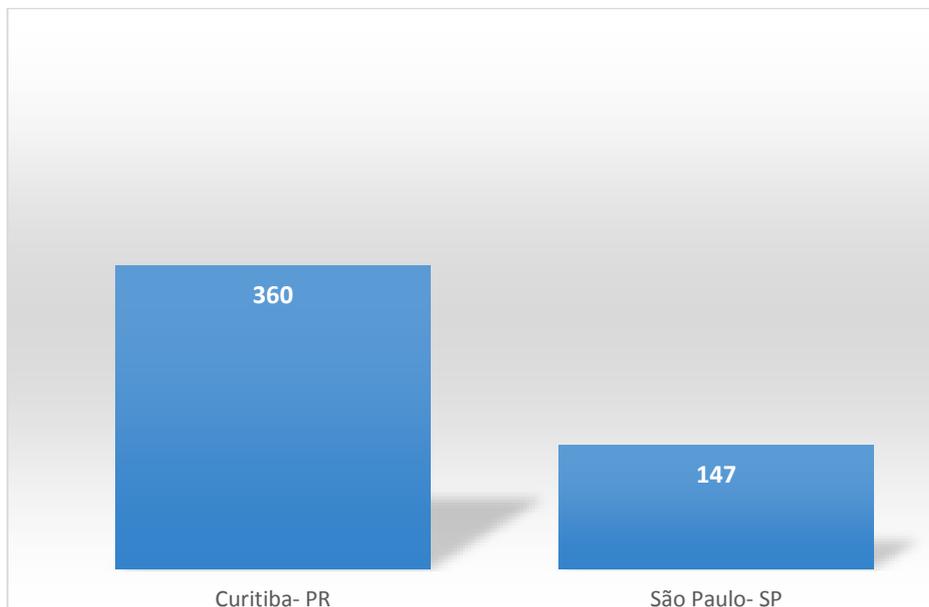
Fonte :Prefeitura de Prudentópolis. Organização a Autora.

Ao analisar este gráfico, verificou-se que no mês de dezembro de 2014, 75 turistas (28%) visitaram Prudentópolis, 85 turistas (33%) em Janeiro de 2015 e 100 turistas (39%) em Janeiro de 2016.

Em teoria a demanda está relacionada com a oferta do produto turístico e como afirma Lage e Milone (2001) o preço é um dos fatores que influencia da oferta do produto turístico. Desta forma é possível observar a seguir no gráfico 03 que o maior número da demanda pode estar relacionada com a facilidade de chegar ao destino por proximidade consequentemente agregando margens de valor. Curitiba é a Capital do Estado do Paraná está a 200km de Prudentópolis e o Estado vizinho São Paulo a 600km do município.



Gráfico 03: Maior número de turistas dentro do Estado do Paraná e de outros Estados



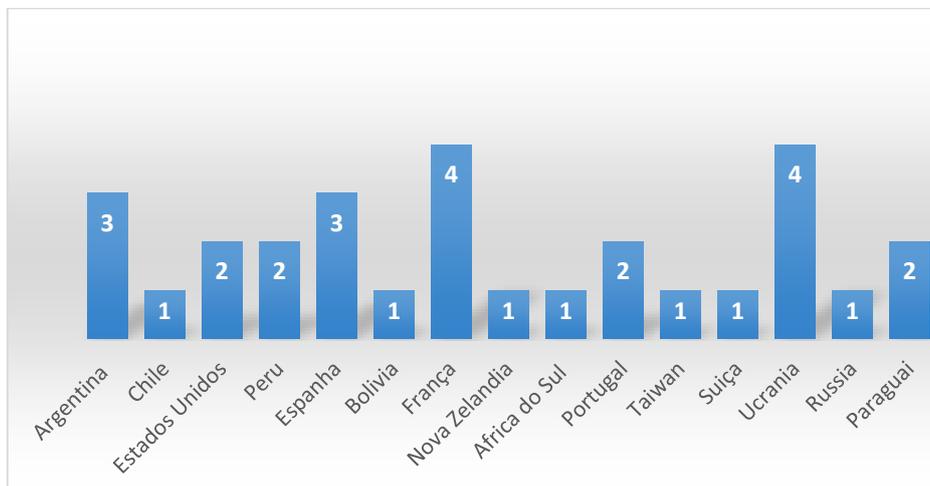
Fonte :Prefeitura de Prudentópolis. Organização a Autora

Nos três anos estudados foi verificado que 1437 turistas visitaram Prudentópolis, sendo que 360 turistas de Curitiba totalizando mais de 24% do total de visitantes e 147 turistas de todo o Estado de São Paulo totalizando mais de 10% do total de visitantes.

Nesses 3 anos o Município de Prudentópolis também recebeu turistas vindo de outros Países. Junto da França a Ucrânia foi o país que mais visitou a cidade nesse período, o que pode ser explicado pela presença da Cultura Ucraniana na região. Como afirma o Ministério do Turismo, o turismo cultural é aquele que está relacionado ao patrimônio histórico e cultural visando valorizar e promover bens materiais e imateriais de determinada cultura de uma região. O que é observado em Prudentópolis onde os costumes relacionados a religiosidade e a gastronomia foram preservados pela população local.



Gráfico 04: Número total de turistas estrangeiros



Fonte :Prefeitura de Prudentópolis. Organização a Autora

Neste gráfico foi levantado a origem da demanda estrangeira nos três anos pesquisado e constatou-se que foram visitantes de 15 países, sendo que a Argentina e Espanha com 3 turistas, Estados Unidos Peru, Portugal e Paraguai com 2 turistas e por fim Chile, Bolívia Nova Zelândia, África do Sul, Taiwan, Suíça e Rússia com 1 turista. Totalizando um número total de 29 turistas vindo do exterior ou seja 2% do total de turistas que visitaram Prudentópolis.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para que um lugar receba visitantes muita das vezes não é necessário somente ter o potencial e apresentar recursos turísticos. No caso de Prudentópolis, o turismo começou a se desenvolver e ainda não chegou ao seu ápice. A região é rica de elementos Naturais e Culturais, porém a demanda ainda é considerada baixa conforme foi identificado na pesquisa de campo.

Assim pode-se concluir que Prudentópolis apresenta um número de turistas que fazem parte da sua demanda, e que esses turistas não provem somente da região de Prudentópolis, mais de municípios vizinhos como Curitiba,



Guarapuava, Ponta Grossa, e outras regiões do Paraná, recebendo turistas de outros Estados como São Paulo, Santa Catarina, Minas Gerais, entre outros. Também pessoas de outros países como a Ucrânia, Argentina, França, totalizando um número de 15 países.

Em relação ao maior número de turistas foi verificado que no ano de 2015 611 turistas visitaram Prudentópolis e, no mês de janeiro de 2016, o município recebeu 100 turistas.

Sendo assim, através dessa pesquisa a Prefeitura do Município poderá utilizar os dados para efetuar estudos de demanda podendo traçar um planejamento para o turismo na região, visando por exemplo aplicar técnicas para divulgação do destino em outros Estados e Países para que esse número de turistas venha a aumentar com o decorrer dos anos. Assim, compreende-se que o município recebeu um número baixo, razões estas não estudadas neste primeiro momento e que fica aqui uma proposta para o desenvolvimento nesta linha a respeito da demanda e baixa sazonalidade neste município, como também o estudos que enfoque outras pesquisas a respeito da demanda a partir do ano de 2017, com objetivo do setor público acompanhar a demanda, para posterior aplicar políticas para o desenvolvimento do Turismo neste município

6 . REFRÊNCIAS

CARVALHO, Luiz Carlos Pereira; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sadoval.

Introdução à economia do turismo. São Paulo. Saraiva. 2006

LAGES, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cezar. **Economia do turismo.**

7 ed. São Paulo. Atlas, 2001.



MASINA, Renato. **Introdução ao estudo do turismo: conceitos básicos**. Porto Alegre.

MATTOS; Leandro Oliveira de. **Análise da Adequação da oferta turística de Ilhéus em relação ao perfil da sua demanda: Ênfase em hospedagem**. Bahia. 2003.

Disponível em:

http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/dissertacao_samuel_mattos.pdf

Acesso dia 16/10/2017

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo**. S/D.

Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf

Acesso dia: 23/10/2017

LAGES, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cezar. **Economia do turismo**. 7 ed. São Paulo. Atlas, 2001.

MASINA, Renato. **Introdução ao estudo do turismo: conceitos básicos**. Porto Alegre.

MATTOS; Leandro Oliveira de. **Análise da Adequação da oferta turística de Ilhéus em relação ao perfil da sua demanda: Ênfase em hospedagem**. Bahia. 2003.

Disponível em:

http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/dissertacao_samuel_mattos.pdf

Acesso dia 16/10/2017



MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo**. S/D.

Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf

Acesso dia: 23/10/2017

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo. Atlas, 2001.

RIVIANE, Roberta. **Mercado turístico: a oferta e a demanda turísticas**. 2012.

Disponível em:

https://robertariviane.files.wordpress.com/2012/02/17417_economia_e_turismo_aula_02_vol_1.pdf

Acesso: 23/10/2017

SECRETARIA DO ESPORTE E TURISMO DO PARANÁ. **Turismo de Aventura: Orientações básicas**. s/d .

Disponível em:

http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/aventura_orientacoes_basicas.pdf

Acesso dia: 23/10/2017

SILVA, Jaqueline Santa Rosa; SILVA, Msc Samira Gama. Breve histórico do turismo e **uma discussão sobre a atividade no Brasil** S/D. Disponível em:

<http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2012/downloads/2012/humanas/BREVE%20HIST%3%93RICO%20DO%20TURISMO%20E%20UM%20DISCUSS%3%83O%20SOBRE%20A%20ATIVIDADE%20NO%20BRASIL.pdf>

Acesso dia: 29/03/2017