

Prefeitura de Poços de Caldas
Secretaria Municipal de Turismo



**Estudo de Perfil e Satisfação
da Demanda Turística**

Poços de Caldas

2020

FICHA TÉCNICA

Realização:

Secretaria Municipal de Turismo de Poços de Caldas

Praça Paul Harris, s/n

Poços de Caldas-MG | CEP: 37.701-046

Telefone: (35) 3697-2300

E-mail: turismopcaldas@gmail.com

Tabulação dos dados, análise e formatação:

Gabriela Borges Martins – Turismóloga

Aplicação de pesquisas

Ailton Santana

Aparecida Lucas

Luísa Helena Bueno

Wilson Leonardo

INTRODUÇÃO

Com o intuito de promover uma manifestação cultural tradicional, fomentar a economia local e gerar fluxo turístico, foi realizado entre os dias 21 e 25 de fevereiro, o Carnaval de Poços de Caldas 2020. O evento se concentrou na área central do município e contou com uma programação preparada para atender a todos os gostos. Durante os 4 dias de folia, no Praça Dom Pedro II recebeu as atrações musicais Daquele Jeito, Samba di Vinil, Michel Falcão, Banda Viva La Vida, Samba do Vô, Nathália Diniz, Léo Love, Bombalada, Samba do Albano, Nego Moura e Candiera. Além disso, todos os dias o espaço contou com Aulas fit Dance e Axé. O Parque José Affonso Junqueira contou com Carna Pé q voa, a tradicional Charanga dos Artistas, Carnaval Alternativo e Carna Run. A Praça Dr. Pedro Sanches recebeu as atrações Estação Folia, Frevo na Fobica e Banda do Lira. O Carnabebê, atração voltada para crianças, foi realizado na Rua São Paulo este ano.

Também foi realizado o 39º Banho à Fantasia no Complexo Country Club, um dos eventos mais tradicionais da cidade e, ainda, a Blitz Receptiva no Pórtico Turístico, que recebeu os turistas no sábado de manhã.

Os Blocos de Rua, que acontecem desde 2013, continuaram em destaque. No total, foram 12 blocos que fizeram o trajeto desde a Praça Dr. Pedro Sanches até a Praça D. Pedro II: Bloco do Eurico, Carna Kombi, Viajando na Folia, Gatinho – um bloco animal, Bloco do Ronaldo, Pregados Sound Car, River Bloco, Folia Nacional Inn, Vermelho e Preto, Passarodo, Bloco da Vila e Bloco das Fridas.

Para mensurar os resultados desses eventos, foram aplicadas pesquisas no município. A pesquisa se divide em três partes: uma quantificando o número de carros e visitantes, durante a Blitz Receptiva no Pórtico Turístico; uma para conhecer o perfil desses visitantes, aplicada no Centro de Informações Turísticas e por último, uma sobre a avaliação dos eventos do Carnaval, aplicadas na área central da cidade e também no Centro de Informações Turísticas. Nas três pesquisas foram levantadas a origem do turista, para se ter um resultado mais abrangente.

PARTE 1: ORIGEM DO TURISTA

BLITZ RECEPTIVA

OBJETIVO

Identificar a origem dos turistas durante o carnaval e o número de pessoas por veículo.

METODOLOGIA

A Blitz Receptiva, evento inserido na programação do Carnaval de Poços de Caldas 2020, foi realizada no dia 22 de fevereiro no período das 10h às 13h. Com o apoio da Polícia do Meio Ambiente e Trânsito Rodoviário, a blitz aconteceu no pórtico de entrada da cidade, na fronteira com o estado de São Paulo. O evento foi organizado pela Secretaria Municipal de Turismo e teve como objetivo receber os turistas que passaram pelo pórtico, distribuindo kits com a programação do carnaval, material sobre Poços de Caldas e outros materiais dos parceiros envolvidos, promovendo, assim, o evento e a cidade durante o feriado prolongado.

Durante a blitz foram registradas a quantidade de passageiros dentro de cada automóvel e também os municípios emissores de visitantes, através das placas dos veículos que passavam pelo local.

A pesquisa quantitativa foi realizada através de observação, durante três horas, no pórtico de entrada de Poços de Caldas, localizada na BR 267.

Alguns detalhes podem evidenciar o resultado do estudo, tal como o fato do Pórtico Turístico estar localizado na divisa com o estado de São Paulo. Também não há como determinar se o destino final dos automóveis era Poços de Caldas ou se a passagem pela cidade era necessária para se chegar ao destino pretendido. Contudo, esse estudo inicial não tem a intenção de demonstrar um número preciso de turistas na cidade, necessitando para isso de uma pesquisa mais abrangente. Entretanto, será possível perceber, através desse estudo, um perfil inicial de demanda turística do evento “Carnaval de Poços de Caldas 2020”.

RESULTADOS

Durante o período da Blitz Receptiva, foram contabilizados 666 veículos, excluindo-se os de Poços de Caldas, com 1839 pessoas, de 9 estados diferentes e 148 municípios emissores, conforme demonstra a Tabela 1:

Nº de veículos	Cidade de Origem	Nº de veículos	Cidade de Origem	Nº de veículos	Cidade de Origem
1	Adamantina – SP	6	Guarulhos – SP	1	Pindamonhangaba – SP
1	Aguai – SP	1	Holambra– Sp	1	Pinhalzinho – SP
15	Águas da Prata – SP	5	Hortolândia – SP	6	Piracicaba – SP
3	Alfenas – MG	1	Ibitiúra de Minas – MG	14	Pirassununga – SP
1	Altinópolis – SP	1	Iguapé – SP	1	Poá – SP
11	Americana – SP	2	Indaiatuba– SP	1	Poço Fundo – MG
1	Américo Brasiliense – SP	1	Itajubá – MG	2	Pontal – PR
1	Andradina – SP	1	Itapaci– GO	2	Porto Ferreira – SP
8	Araraquara – SP	1	Itapira – SP	1	Pouso Alegre – MG
4	Araras – SP	2	Itápolis– SP	1	Praia Grande – SP
3	Araxá – SP	3	Itatiba – SP	1	Presidente Prudente – SP
2	Atibaia – SP	2	Itu – SP	28	Ribeirão Preto – SP
1	Bandeira do Sul – MG	1	Jacareí – SP	3	Rio Claro – SP
2	Barretos – SP	1	Jacutinga – MG	1	Salto – SP
1	Barueri – SP	2	Jaguariúna – SP	1	Santa Barbara D’Oeste – Sp
1	Batatais – SP	1	Jandira – SP	1	S. Cruz das Palmeiras – SP
7	Bauru – SP	3	Jaú – SP	1	Santa Rita de Caldas – MG
3	Bebedouro – SP	1	José Bonifácio – SP	1	S. Rita do Passa Quatro – SP
23	Belo Horizonte – MG	1	Juiz de Fora – MG	1	Santana da Vargem – MG
1	Borborema – SP	9	Jundiá – SP	7	Santo André – SP
1	Botucatu – Sp	1	Lagoa Santa – GO	10	Santos – SP
1	Brasília – DF	1	Lambari – MG	4	S. Bernardo do Campo – SP
1	Cabo Verde – MG	1	Laranjal Paulista – SP	3	São Caetano do Sul – SP
1	Cachoeira do Sul - RS	1	Lavras – MG	13	São Carlos – SP
2	Cajamar – SP	5	Leme – SP	40	São João da Boa Vista– SP
2	Caldas – MG	12	Limeira – SP	1	São João Del-Rei – MG
2	Campestre – MG	1	Londrina – PR	2	São José do Rio Pardo – SP
71	Campinas – SP	1	Lorena – SP	6	São José do Rio Preto– SP
1	Campo Grande – MS	1	Louveira – SP	5	São José dos Campos – SP
1	Campo Limpo Paulista – SP	1	Machado – MG	117	São Paulo – SP
2	Campos Gerais – MG	1	Manaus – AM	1	S. Sebastião da Grama – SP
6	Casa Branca – SP	1	Mandaguari – PR	1	São Simão – GO
1	Catalão – GO	1	Marília – SP	5	Sertãozinho – SP

2	Catanduva – SP	2	Matão – SP	1	Socorro – SP
1	Cerquilha – SP	1	Mirassol – SP	3	Sorocaba – SP
1	Conchal – SP	6	Mococa – SP	6	Sumaré – SP
1	Congonhal – MG	1	Mogi das Cruzes – SP	1	Taboão da Serra – SP
5	Cotia – SP	6	Mogi Guaçu – SP	3	Tambaú – SP
2	Cravinhos – SP	5	Mogi Mirim – SP	1	Tapiratiba – SP
4	Curitiba – PR	1	M. Santo de Minas – MG	1	Tietê – SP
1	Descalvado – SP	2	Montemor – SP	1	Três Corações – MG
1	Divinolândia – SP	1	Morrinhos – GO	1	Três Lagos – MG
1	Elói Mendes – MG	1	Morro Agudo – MG	3	Uberaba – MG
4	Espírito Santo do Pinhal – SP	4	Nova Odessa – SP	7	Uberlândia – MG
1	Ferraz de Vasconcelos – SP	4	Osasco – SP	1	Umuarama – PR
6	Franca – SP	1	Osvaldo Cruz – SP	4	Valinhos – SP
2	Goiânia – GO	4	Paulínia – SP	12	Vargem Grande do Sul – SP
1	Guaranésia – MG	4	Pedreira – SP	1	Varginha – MG
1	Guaratinguetá – SP	1	Perdões – MG	2	Vinhedo – SP
2	Guarujá – SP				

Tabela 1: Municípios evidenciados na pesquisa

Estados emissores

O Gráfico 1 apresenta a quantidade de carros dos estados emissores. No total, foram 8 estados mais o Distrito Federal evidenciados na pesquisa.

Estados Emissores

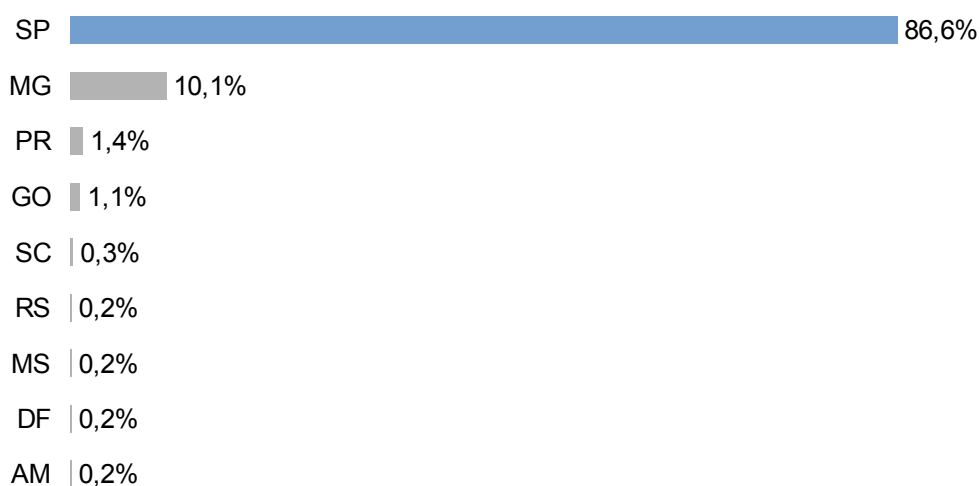


Gráfico 1 – Estados emissores

A amostragem apresentou o seguinte resultado: 86,6% daqueles que passaram pelo p^ortico vieram do estado de São Paulo, 10,1% eram do estado de Minas Gerais e 1,4% do Paraná. Goiás representou 1,1% e Santa Catarina 0,3%. Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul, Distrito Federal e Amazonas representaram 0,2% cada.

Principais municípios emissores

O estudo evidenciou 148 municípios, em sua maioria do estado de São Paulo. É demonstrado no Gráfico 2 os municípios que apareceram com maior frequência.

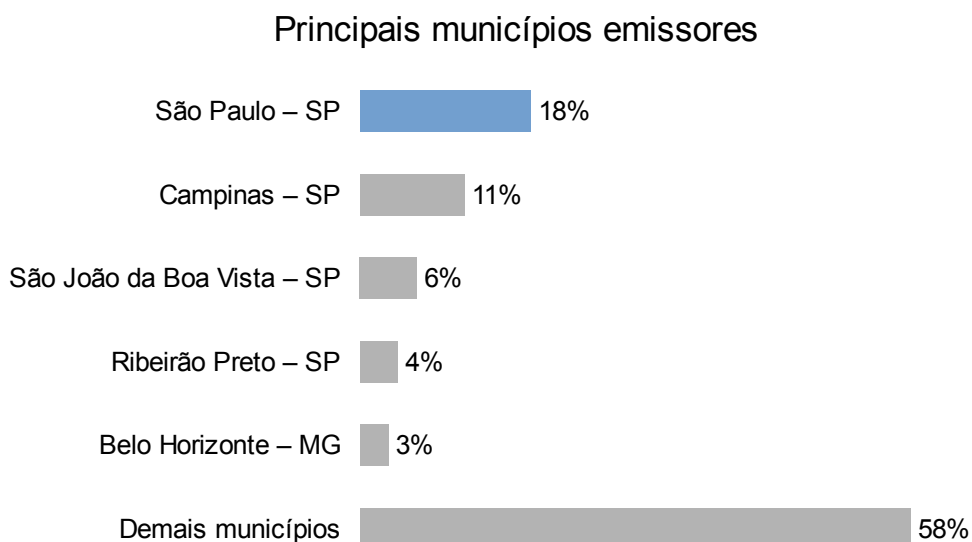


Gráfico 2: Principais municípios emissores

Conforme mostra o gráfico 2, os municípios do estado de São Paulo foram os mais representativos no resultado da pesquisa. Dentre eles estão as cidades de São Paulo (18%), Campinas (11%), São João da Boa Vista (6%), Ribeirão Preto (4%) e Belo Horizonte (3%). Esses municípios representaram 42% do total de veículos. Os outros 143 municípios representam 58% do resultado.

Ocupantes por veículo

O gráfico 3 apresenta o número de ocupantes por automóvel contabilizado na blitz. No total foram 1839 pessoas contabilizadas em seus veículos.

Ocupantes por veículo

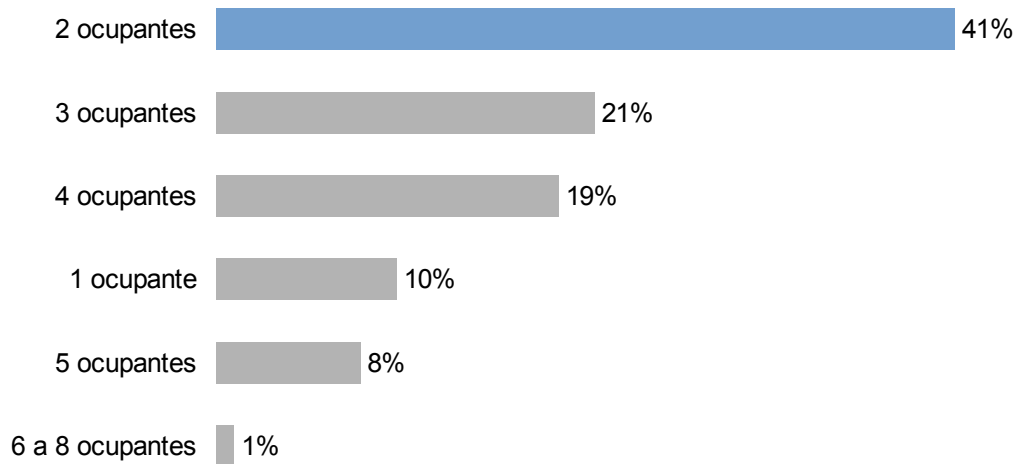


Gráfico 3: Ocupantes por carro

De acordo com os carros observados, os que viajavam sozinhos representaram 10%, em duas pessoas 41%, em três ocupantes 21%. Os que viajavam em quatro pessoas representaram 19%, em cinco pessoas 8%. Houve ainda dois veículos com 6 ocupantes e dois com 8 pessoas. A média de ocupantes por carro foi de 3 pessoas.

PARTE 2: PERFIL DO TURISTA

OBJETIVOS

Objetivo Geral

- Identificar o perfil do turista que visita Poços de Caldas durante o carnaval.

Objetivos Específicos

- Identificar o perfil e a motivação dos turistas que frequentam Poços de Caldas no Carnaval;
- Dar subsídios técnicos, através da pesquisa, para formulação de planos de turismo, projetos específicos e organização dos próximos eventos.

METODOLOGIA E AMOSTRA

O estudo foi realizado através de aplicação de questionário estruturado e padronizado, resultando em uma pesquisa quantitativa, com coleta de dados primários, a uma amostra representativa do universo estudado. A unidade elementar da amostra considerada foi o turista, “visitantes temporários que permaneçam pelo menos vinte e quatro horas no destino visitado, cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte), negócios, família, missões e conferências.” (Beni, 2003).

A Secretaria Municipal de Turismo aplicou 34 questionários no Centro de Informações Turísticas, durante o período Carnaval. A pesquisa não contou com entrevistadores, sendo que todos os turistas que se passaram pelo CIT foi convidado a preencher a pesquisa.

O questionário contém perguntas abertas, fechadas com alternativas fixas e perguntas com escala itemizada. Os dados levantados referem-se aos aspectos do perfil do turista, caracterização da viagem e avaliação da infraestrutura turística, obtidos através das variáveis: gênero, faixa etária, origem, escolaridade, renda mensal, acompanhantes, meio de transporte, meios utilizados para buscar informações sobre o destino, destinos concorrentes para escolha da viagem, tempo de permanência, gasto durante a viagem, avaliação da infraestrutura, frequência de visitas no destino e taxa de retorno.

RESULTADOS

Com relação ao perfil do turista, de acordo com os questionários respondidos, 53% eram do gênero masculino e 47% do gênero feminino, conforme mostra o Gráfico 4.

Gênero

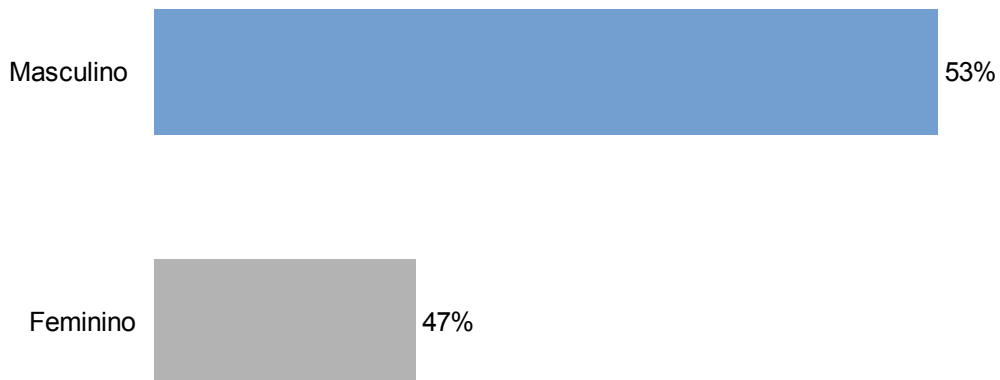


Gráfico 4: Gênero dos entrevistados

O Gráfico 5 apresenta a faixa etária dos pesquisados. Turistas entre de 26 a 35 anos foram os mais numerosos, com 29%, seguidos daqueles que possuem de 36 a 45 anos (21%) e também a faixa de 56 a 65 anos, com 17%. Dos entrevistados, 15% afirmaram ter mais de 65 anos, e 9% de 15 a 25 anos. Entre 46 e 55 anos, 6% dos entrevistados.

Faixa etária

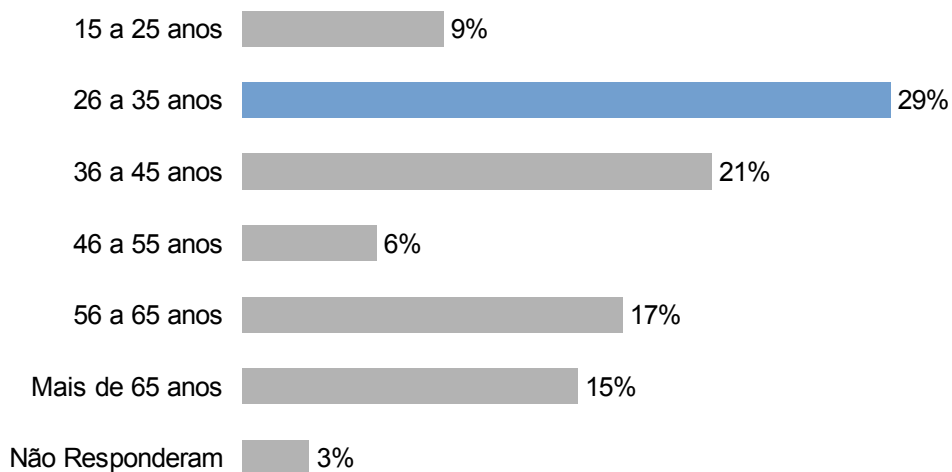


Gráfico 5: Faixa etária dos entrevistados

Em relação à origem dos entrevistados nesta pesquisa, pode-se perceber pelo Gráfico 6 que o fluxo turístico continua a se originar do estado de São Paulo (70%). O Rio de Janeiro ocupou a segunda posição (12%), seguido de Minas Gerais (9%). Goiás em quarto lugar (6%) e Paraná (3%)

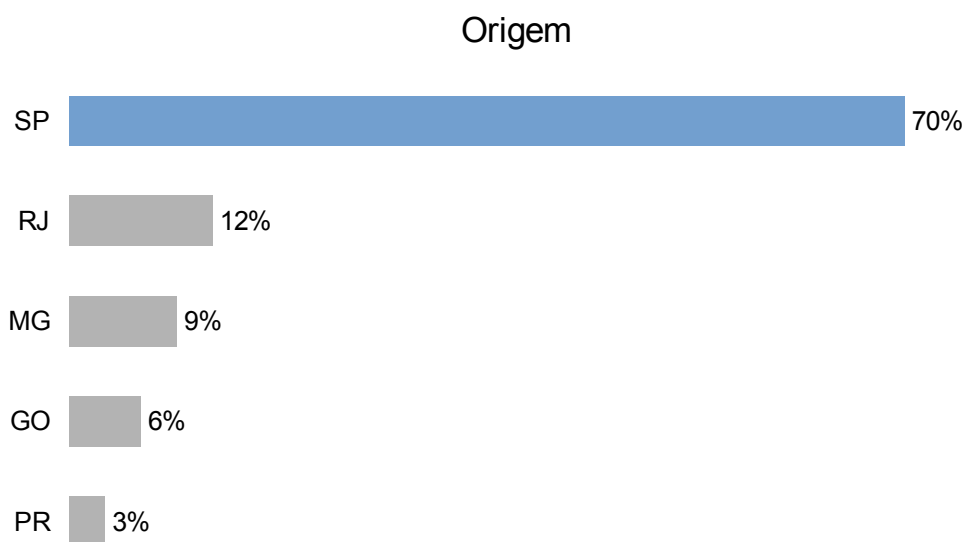


Gráfico 6: Estado de origem dos entrevistados

O Gráfico 7 mostra a escolaridade dos entrevistados, demonstrando que a maioria possui ensino superior, seguido de pós graduados.

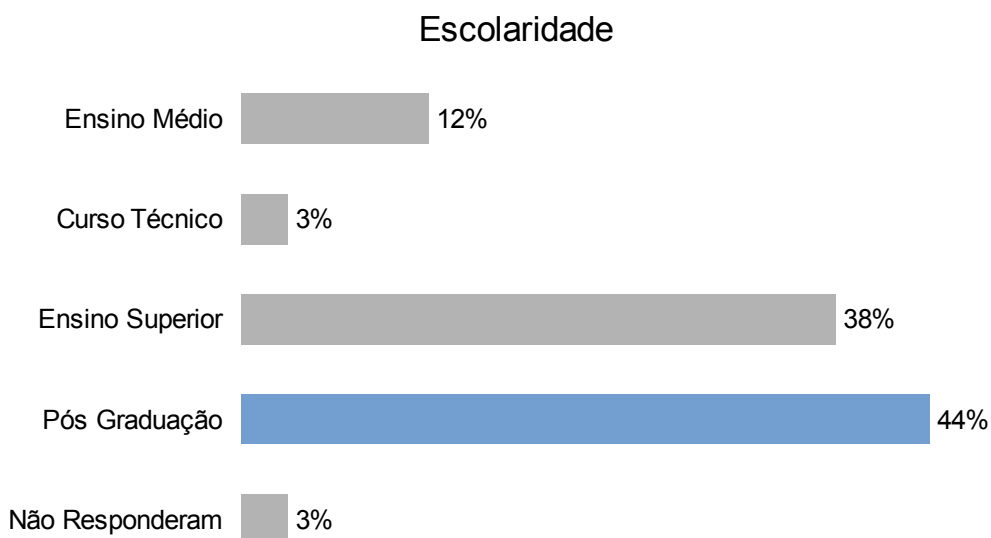


Gráfico 7: Escolaridade dos entrevistados

Já o Gráfico 8 apresenta a renda individual mensal dos entrevistados, que evidenciou que a maioria dos visitantes recebe entre 1 a 5 salários-mínimos (50%), seguido daqueles que afirmaram receber de 5 a 10 salários-mínimos (32%). Aqueles que recebem acima de 10 salários-mínimos representaram 6%. Doze por cento dos entrevistados preferiu não responder.

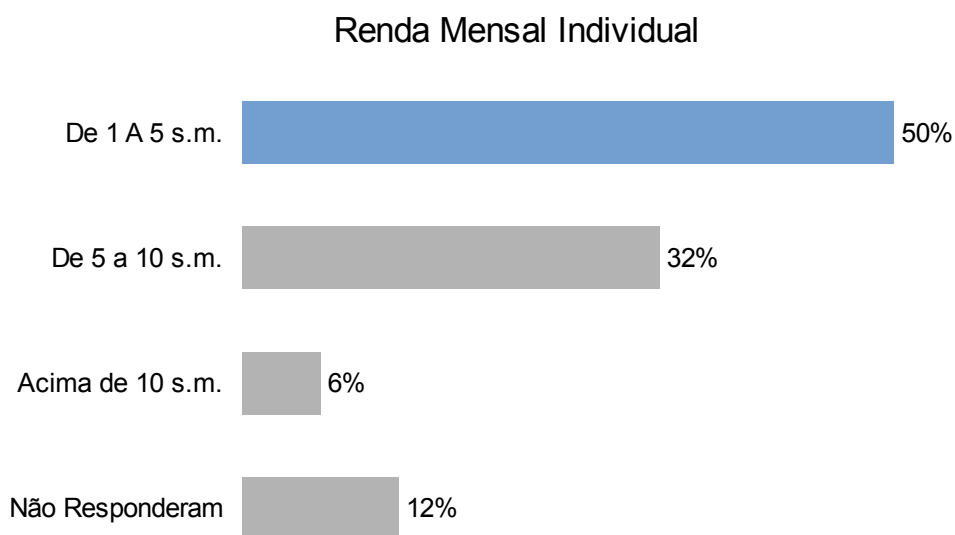


Gráfico 8: Renda mensal individual dos entrevistados

Em relação aos acompanhantes, a maioria dos entrevistados viajavam em casal (44%). Os que viajavam em família totalizaram 41%. O meio de transporte mais utilizado foi o automóvel (70%), possivelmente devido à proximidade com o estado de São Paulo, de onde parte a maioria do fluxo turístico para Poços.

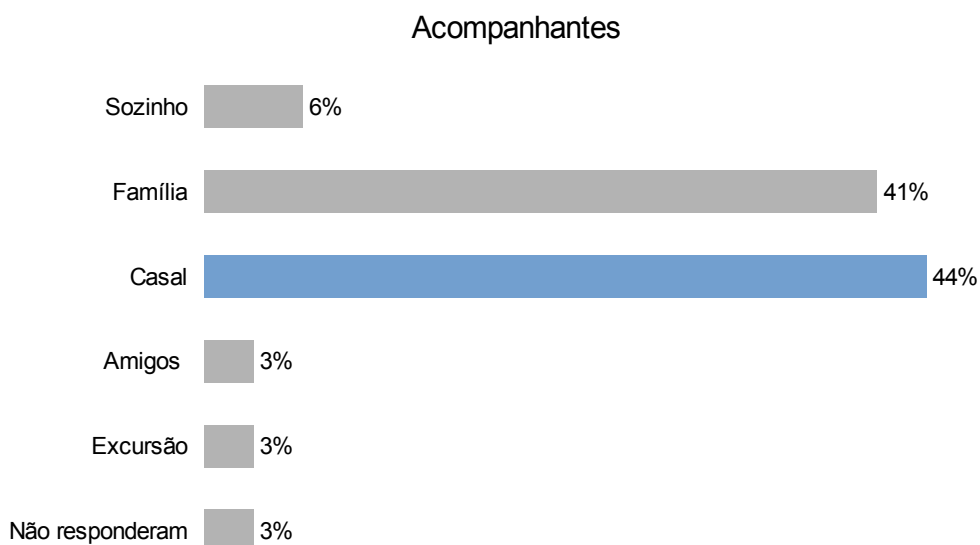


Gráfico 9: Acompanhantes da viagem dos entrevistados

Meio de Transporte

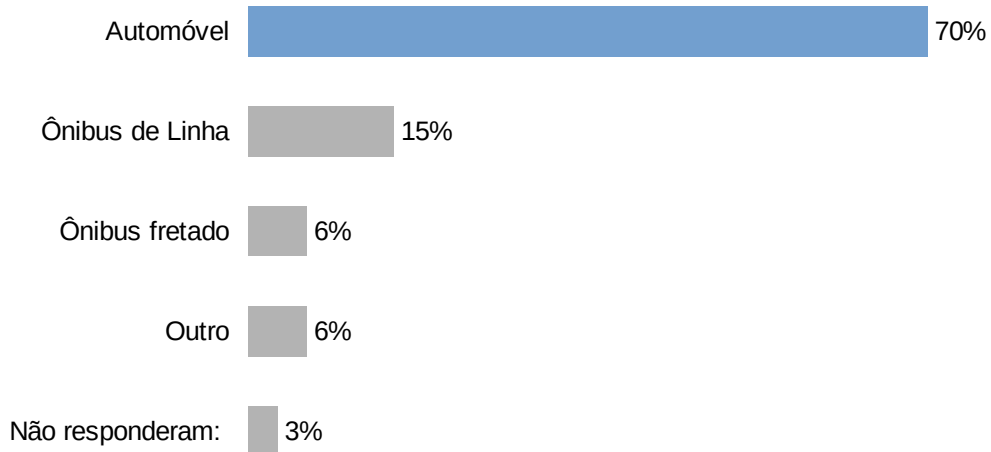


Gráfico 10: Meio de transporte utilizado para a viagem

Com o intuito de diagnosticar onde o visitante busca informações sobre o destino, a pesquisa apurou que “amigos e parentes” foi o principal canal de informação para 56% dos pesquisados. A internet aparece como segunda fonte de informação (14%)

Fonte de informação

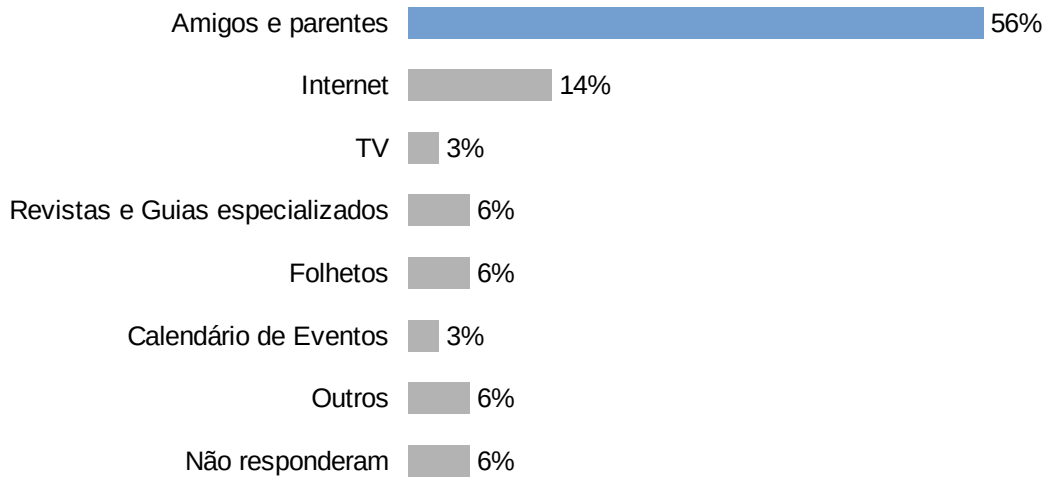


Gráfico 11: Fonte de informação utilizada

Em relação à motivação da viagem, 24% responderam que os Atrativos Naturais foram a motivação primeira da viagem a Poços. Tranquilidade e Descanso corresponderam à 21% das respostas, seguido de Atrativos Histórico Culturais, com 15%, assim como as Águas Termais, que também influenciaram 15% dos entrevistados a passarem o Carnaval em Poços de Caldas. Para 6% dos entrevistados, “Eventos” foi a principal atratividade para o destino, que, nesse período, pode ser entendido como o Carnaval.

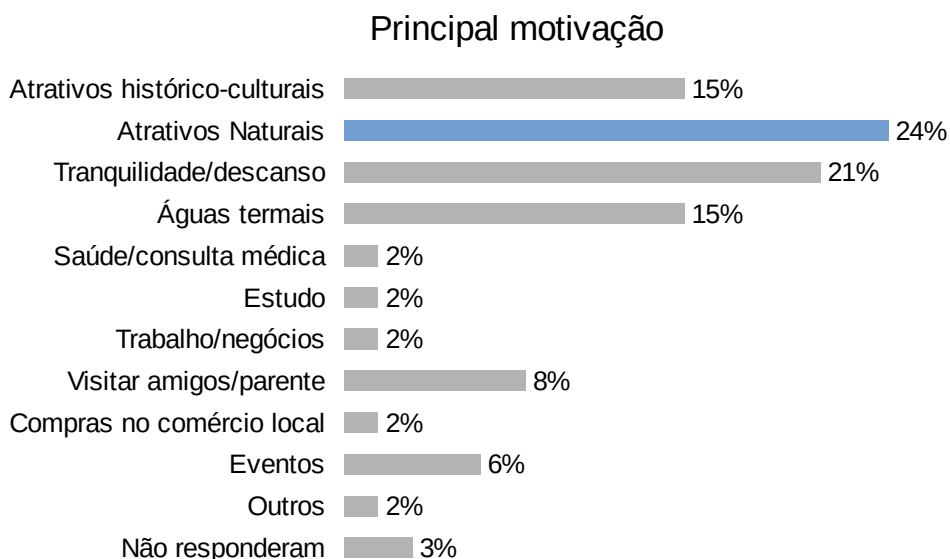


Gráfico 12: Principal motivação da viagem

Questionados se pensaram em outro destino no momento de organizar a viagem, 65% responderam que não pensou em outro destino para passar o Carnaval. Dos que afirmaram terem cogitado uma outra cidade para a viagem, foram citadas Campos do Jordão, São Lourenço, Pouso Alegre, Ilhabela, Ubatuba, Serra Negra e Gonçalves

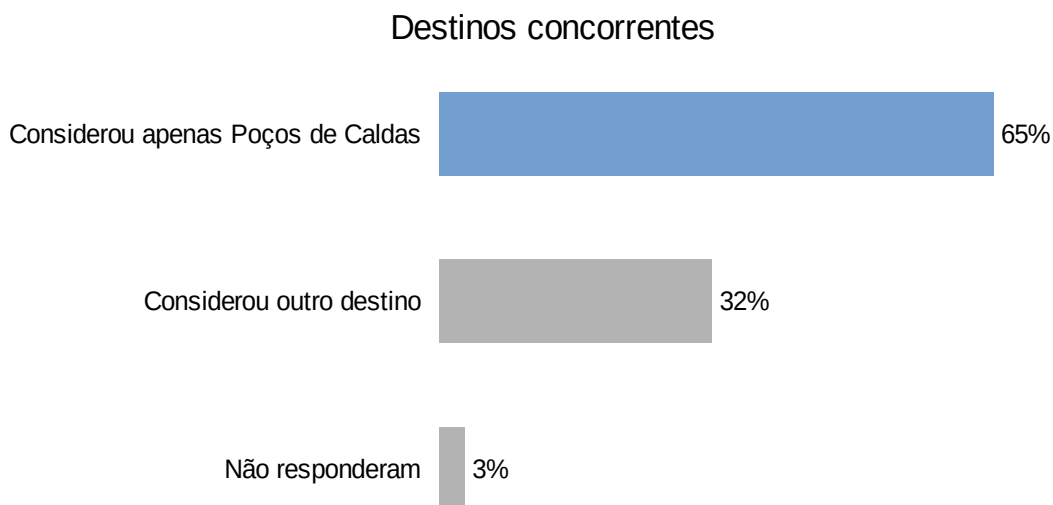


Gráfico 13: Pensou em outro destino para a viagem?

Foi verificado também o tempo de permanência na cidade. Conforme o Gráfico 14, os pesquisados permaneceram na cidade de 4 a 7 dias (53%). Trinta e dois por cento afirmou que a duração da viagem seria de 1 a 3 dias. Os que ficaram menos de 1 dia corresponderam a 6%, assim como os que ficaram mais de 7 dias

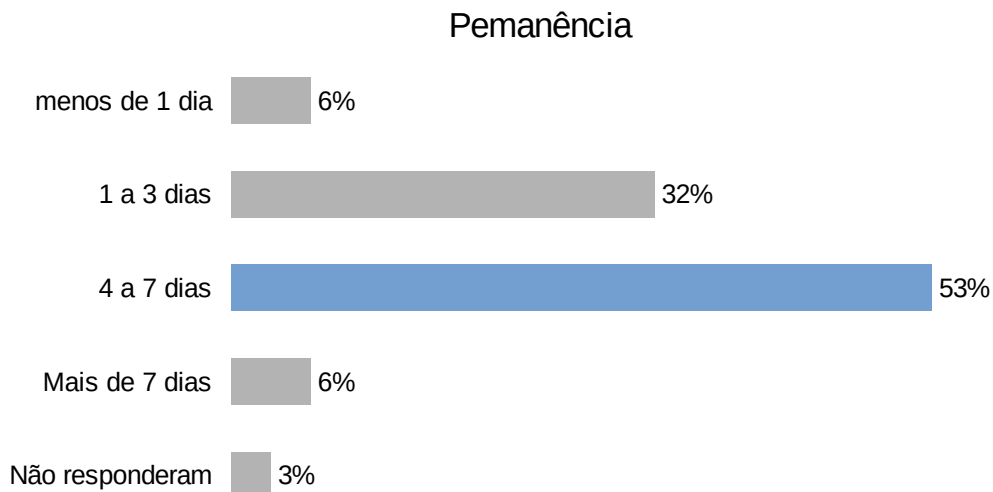


Gráfico 14: Tempo de permanência na cidade

No Gráfico 15 é possível observar que 47% dos visitantes ficaram hospedados em hotéis durante o período do Carnaval, e 6% em Pousadas. Vinte e um por cento permaneceram em casas de parentes e amigos.

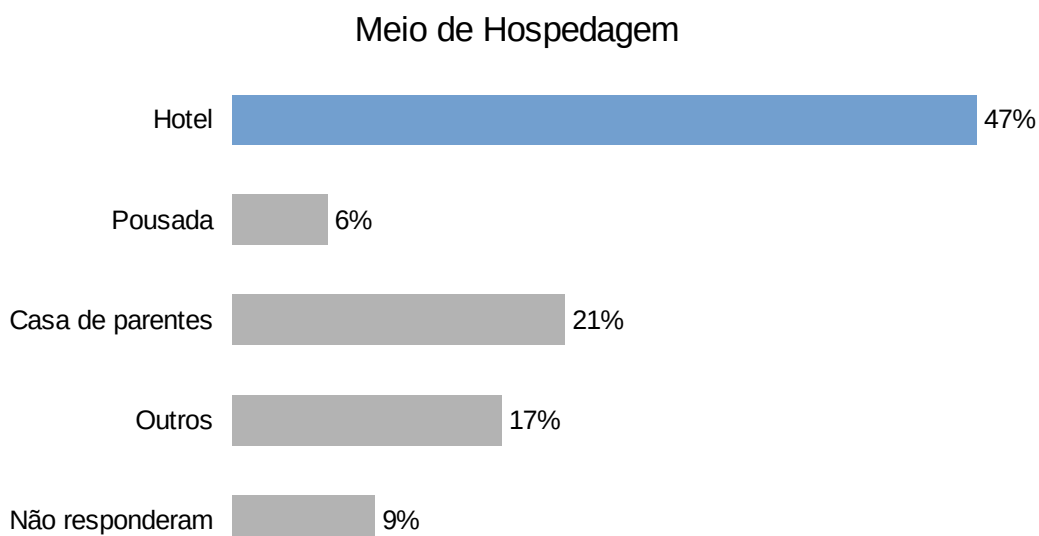


Gráfico 15: Meios de hospedagem utilizado

Questionados sobre quanto pretendiam gastar na viagem, por pessoa, incluindo gastos com hospedagem, transporte e alimentação, 35% afirmaram que gastariam de R\$401 a R\$800, 15% disseram que gastariam R\$801 a R\$1600 e a mesma porcentagem afirmou que os gastos foram em torno de R\$1601 a R\$3200. Doze por cento afirmou que os gastos seriam de R\$100 a R\$200 e 6% gastaram acima de R\$3200.

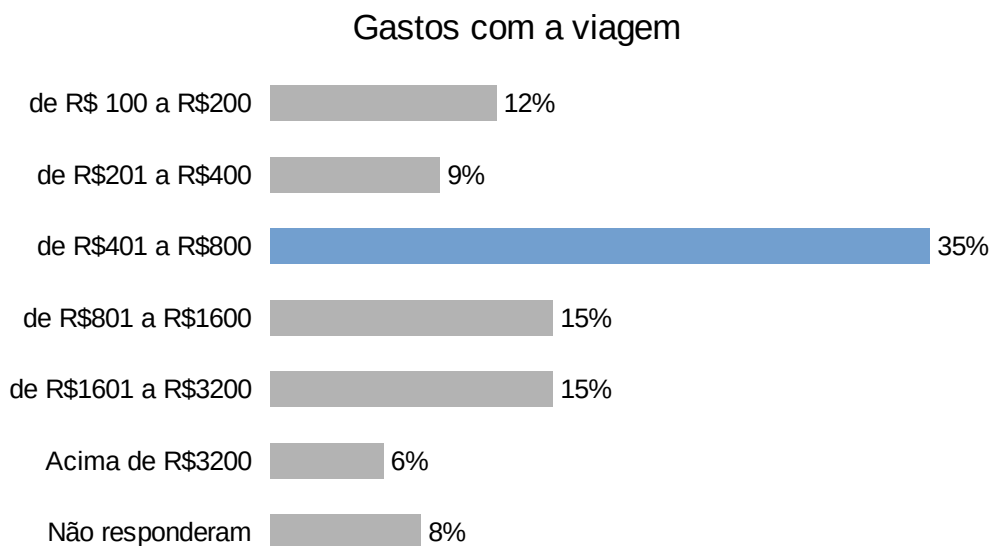


Gráfico 16: Gastos com a viagem

Sobre a avaliação da infraestrutura da cidade, a Tabela 2 mostra a média de cada item.

Infraestrutura do município	Nota Média
Limpeza urbana	8,8
Segurança pública	8,9
Sinalização turística	8,8
Serviço de táxi	7,1
Telecomunicações/Internet	7,9
Preços praticados	8,0
Restaurantes/alimentação	8,9
Hospedagem	8,8
Atrativos Turísticos	8,8
Diversão noturna	8,6
Informações Turísticas	9,6
Guias de Turismo	9,6
Passeios/City tour	9,5

Tabela 2: Avaliação da Infraestrutura

Em relação a frequência de visitas à cidade (Gráfico 17), a pesquisa mostrou que 56% dos pesquisados visitavam Poços de Caldas pela primeira vez. Já 17% dos entrevistados afirmaram terem vindo à cidade entre 2 e 3 vezes. Quinze por cento declarou ter vindo de 4 a 6 vezes e 6% já estiveram em Poços mais de 10 vezes. Os turistas que estiveram na cidade entre 7 e 9 vezes representaram 3%.

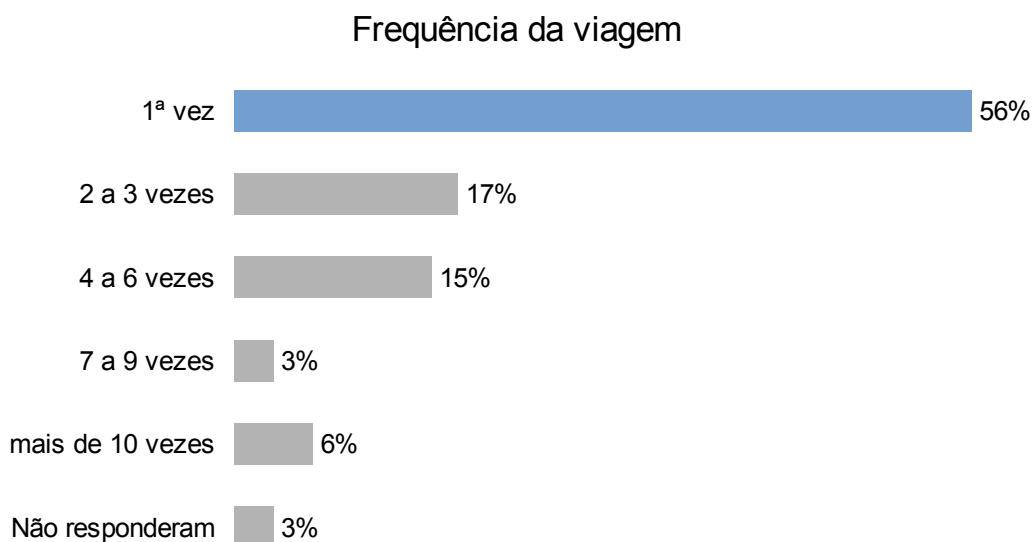


Gráfico 17: Número de visitas a Poços de Caldas

Questionados sobre a avaliação de toda a viagem, 44% afirmaram que as suas expectativas foram atendidas plenamente, 35% disseram que tiveram as expectativas superadas. Afirmaram que as expectativas foram atendidas em parte 6% dos entrevistados.

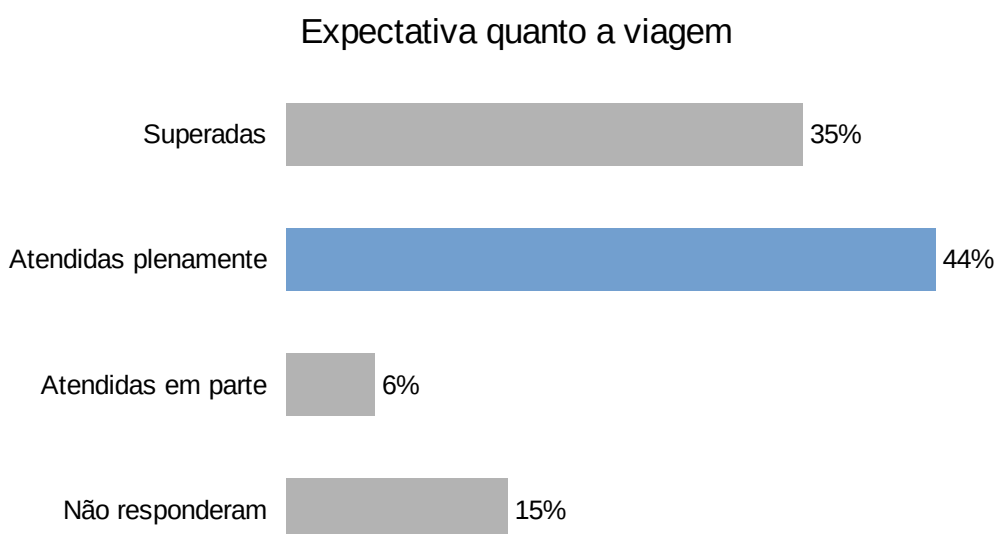


Gráfico 18: Número de visitas a Poços de Caldas

Questionados se pretendiam voltar a Poços de Caldas, 88% dos entrevistados afirmaram que sim (Gráfico 19).

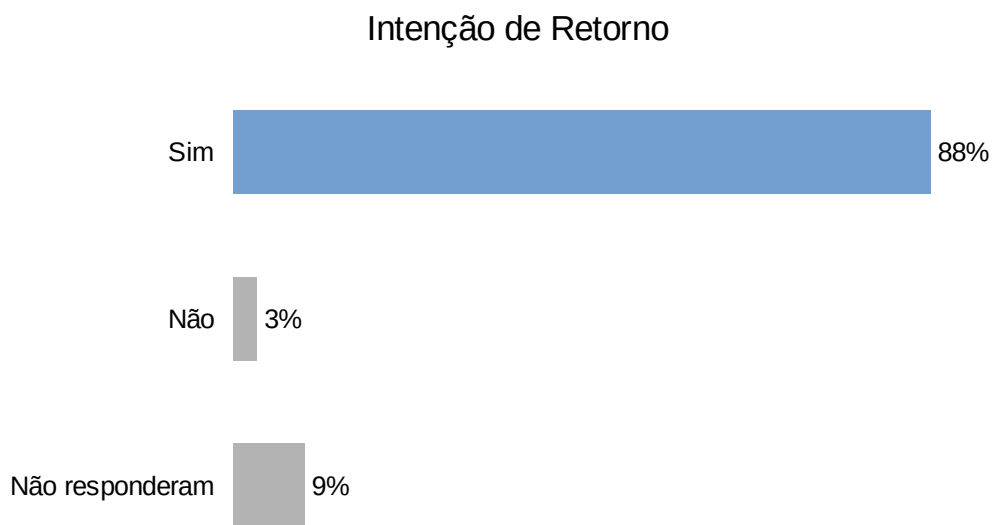


Gráfico 19: Intenção de retorno

PARTE 3: AVALIAÇÃO DO CARNAVAL

OBJETIVOS

Objetivo Geral

- Identificar a satisfação do turista e munícipes em relação ao Carnaval de Poços de Caldas 2020.

Objetivos Específicos

- Identificar a motivação dos turistas que frequentam Poços de Caldas no Carnaval;
- Avaliar as atrações do Carnaval 2020
- Dar subsídios técnicos, através da pesquisa, para formulação de planos de turismo e projetos específicos.

METODOLOGIA E AMOSTRA

O estudo foi realizado através de aplicação de questionário estruturado e padronizado, resultando em uma pesquisa quantitativa, com coleta de dados primários, a uma amostra representativa do universo estudado. O questionário foi aplicado em visitantes e também alguns munícipes.

A Secretaria Municipal de Turismo aplicou os questionários na área central, onde aconteceram as principais atrações do Carnaval, nos dias 22, 23, 24 e 25 de fevereiro. Deixou também disponível no Centro de Informações Turísticas durante os quatro dias de evento. No total, foram respondidos 36 questionários.

O questionário contém perguntas abertas, fechadas com alternativas fixas e perguntas com escala itemizada. Os dados levantados referem-se à origem dos turistas, sua motivação e avaliação dos eventos. As perguntas do questionário foram estruturadas levando em consideração as praças e espaços físicos onde foram concentradas as atrações, ficando assim distribuídos: Programação do Praça dos Macacos, Programação Praça Pedro Sanches, Programação Carnaval Alternativo, Evento Banho à Fantasia, Desfile dos Blocos de Rua e Carnabebê. Os entrevistados tiveram que escolher entre as classificações ótimo, bom, regular e ruim.

RESULTADOS

Assim como evidenciaram os resultados das outras duas partes da pesquisa, São Paulo

também foi o estado emissor mais presente, como origem dos 61% dos entrevistados. Minas Gerais foi o estado de origem para 14% e Rio de Janeiro para 11%. Paraná representou 8% dos entrevistados e Goiás foi a origem de 65 deles.

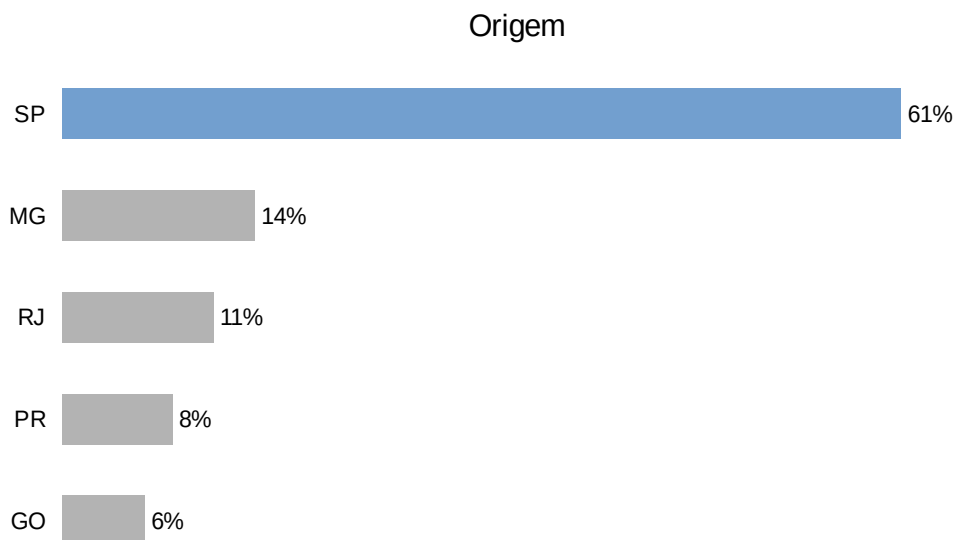


Gráfico 20: Origem dos entrevistados

Os 36 entrevistados eram de 19 municípios diferentes, sendo mais frequente a cidade de São Paulo. A Tabela 3 apresenta os municípios de origem de cada entrevistado.

Município	Nº de pessoas	Município	Nº de pessoas
Almirante Tremembé – PR	1	Itu – SP	1
Batatais – SP	1	Jundiaí – SP	1
Bebedouro – MG	2	Mogi das Cruzes – SP	1
Belo Horizonte – MG	2	Monte Alto – SP	1
Campinas – SP	2	Poços de Caldas – MG	3
Contenda – PR	2	Ribeirão Preto – SP	1
Curitiba – PR	1	Rio de Janeiro – RJ	4
Embu das Artes – SP	1	São Paulo – SP	9
Goiânia – GO	2	Vargem Grande do Sul – SP	1
Guarulhos – SP	1		

Tabela 3: Municípios de origem dos entrevistados

Com o intuito de conhecer o principal fator motivacional da viagem, a motivação foi questionada também nessa pesquisa, de forma mais sucinta.

Motivação da viagem

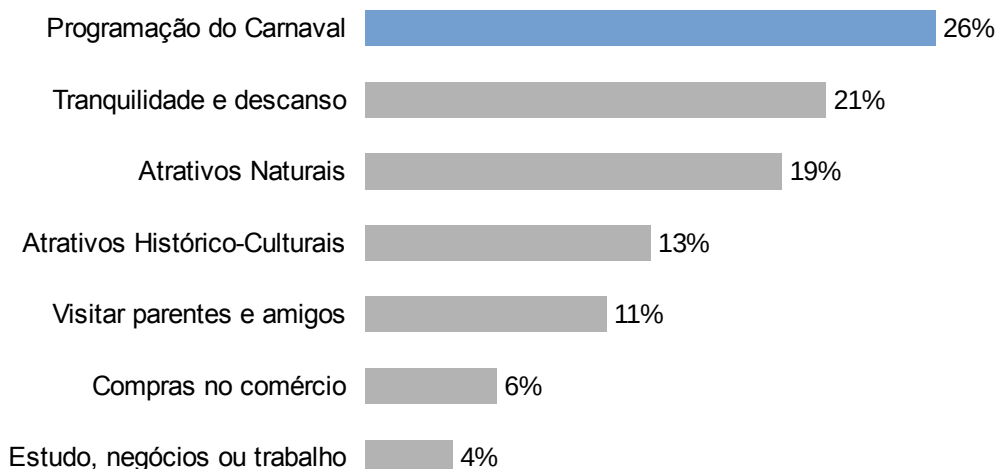


Gráfico 21: Motivação da viagem

Como evidencia o gráfico 21, a programação do Carnaval foi a principal motivação para os entrevistados, representando 26%. Na sequência, tranquilidade e descanso que a cidade propicia (21%), seguidos de atrativos naturais (19%), atrativos históricos culturais (13%) e visitar a parentes e amigos (11%). Compras no comércio foi a principal motivação para 6%, e estudos, negócios ou trabalho também para 4% dos entrevistados.

Para verificar a satisfação do público em relação ao Carnaval 2020, os entrevistados tiveram que classificar cada evento que participou entre ótimo, bom, regular e ruim. Os Gráficos 22 a 27 apresentam a avaliação daqueles que responderam sobre a atração.

Programação Praça Dom Pedro II

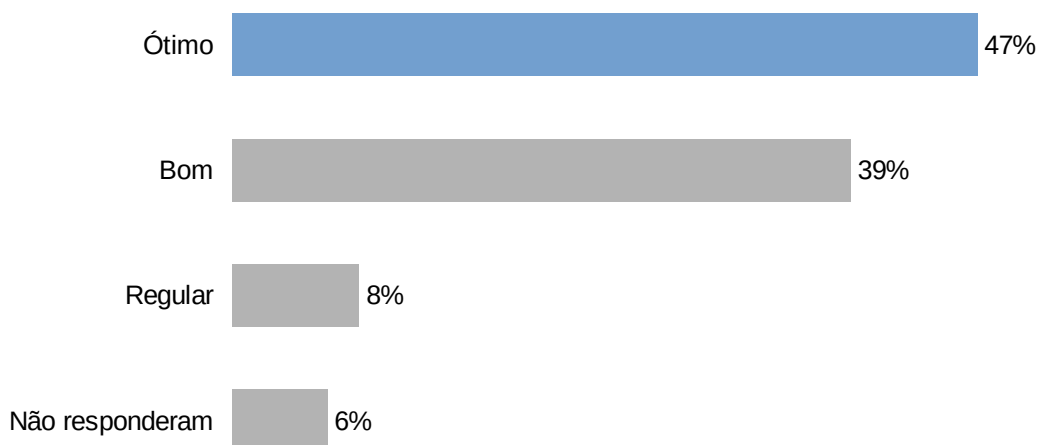


Gráfico 22: Avaliação da programação da Praça Dom Pedro II

A programação da Praça Dom Pedro II foi avaliada por 34 pessoas. Conforme o Gráfico 22, para 47% dos entrevistados, a programação que incluía show musicais foi classificada como “ótimo”, 36% avaliaram como “bom”; 8% avaliaram como “regular”.

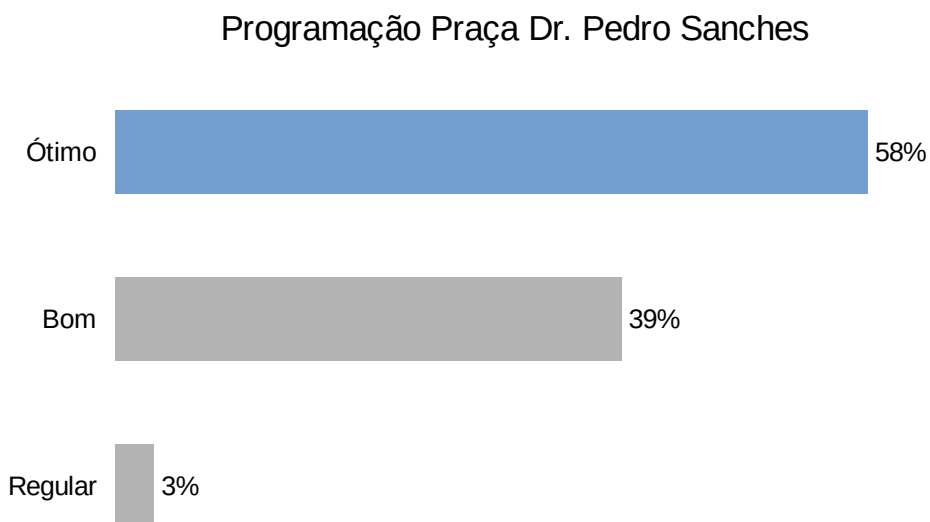


Gráfico 23: Avaliação da programação da Praça Dr. Pedro Sanches

A programação da Praça Dr. Pedro Sanches recebeu notas de todos os entrevistados. Para 58% deles, que avaliaram Estação Folia, Frevo na Fobica e Banda do Lira, classificaram como “ótimo”. Trinta e nove por cento avaliaram como “bom” e 3% como “regular”.

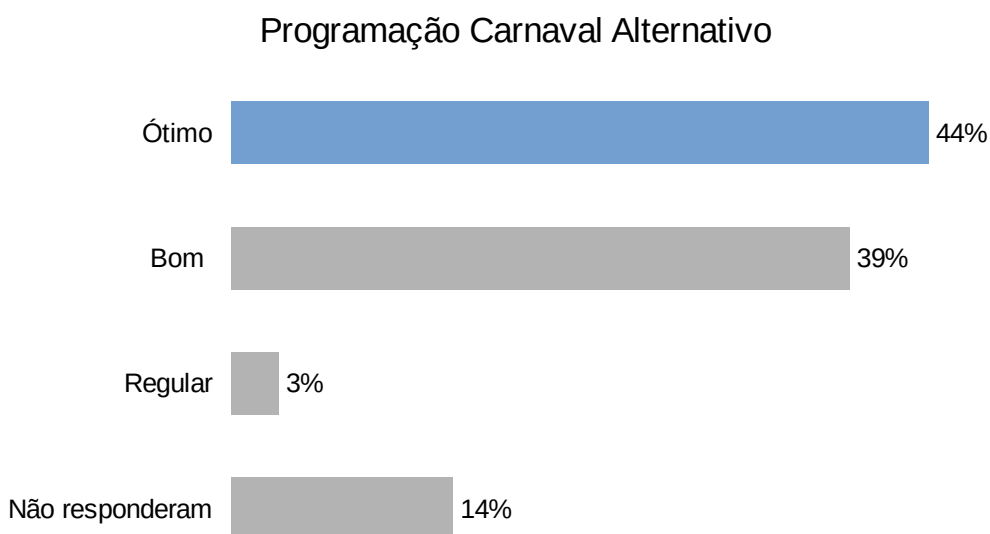


Gráfico 24: Avaliação da programação do Parque José Affonso Junqueira

O Carnaval Alternativo, no Parque José Affonso Junqueira, contou com shows de Blues e Charanga dos Artistas foi avaliada por 31 pessoas. Para 44% do público que acompanhou essa programação, a atração foi avaliada como “ótima”, seguidos por “bom” (39%). Três por cento dos entrevistados classificaram a atração como “regular”.

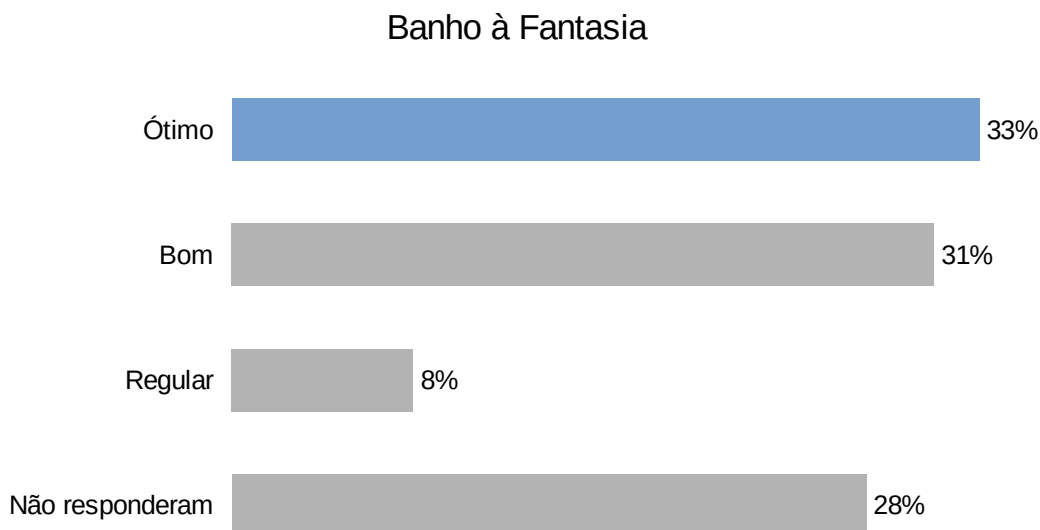


Gráfico 25: Avaliação do Banho à Fantasia

O tradicional evento Banho à Fantasia foi avaliado por 26 entrevistados, recebendo a classificação “ótimo” de 33%, “bom” de 31% e “regular” por 8%.

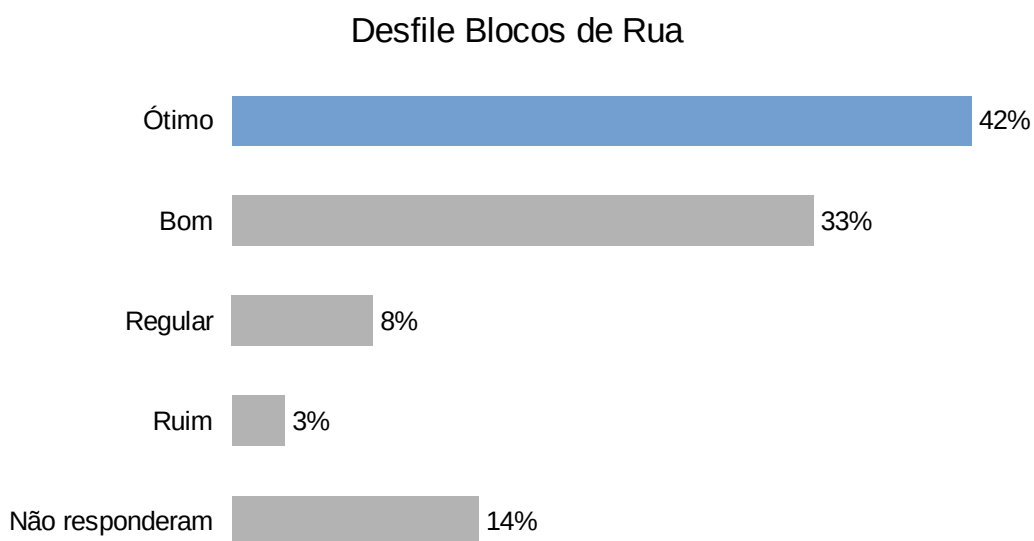


Gráfico 26: Avaliação desfiles dos blocos de rua

Dos entrevistados, 31 opinaram sobre o Desfile de Blocos de Rua. Para 42% deles, a atração foi classificada como “ótima”, seguidos de 33% que avaliaram como “bom” e 8% como “regular”. Três por cento classificaram esse evento como ruim.

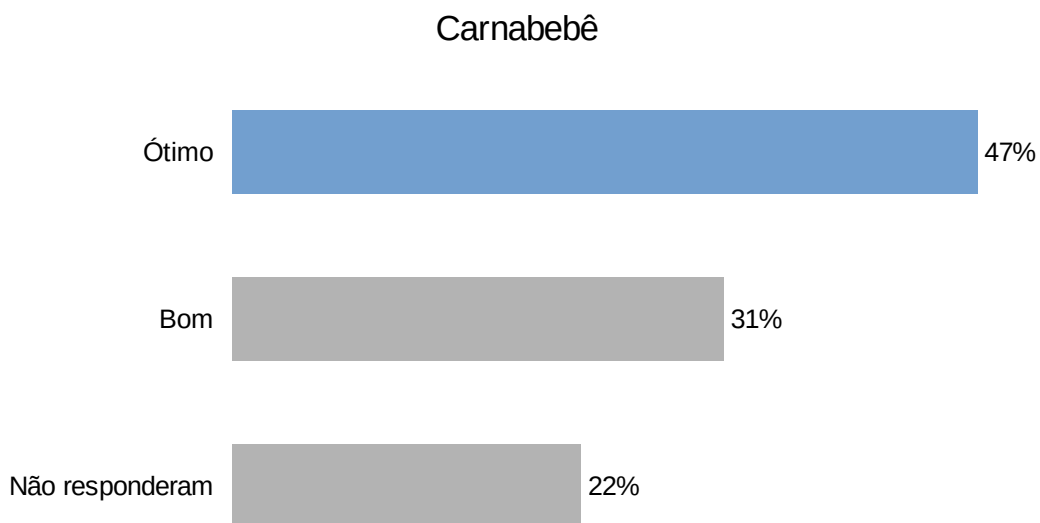


Gráfico 27: Avaliação Carnabebê

O Carnabebê, atração voltada para crianças, recebeu avaliações de 28 pessoas. Foi classificado como “ótimo” por 47% dos entrevistados e “bom” por 31% deles.

ANÁLISE E CRUZAMENTO DE DADOS

De acordo com os resultados obtidos na pesquisa, em suas três fases, é possível constatar que os municípios paulistas são os principais emissores de turistas para Poços de Caldas. Das 158 cidades brasileiras evidenciadas nas pesquisas, 107 são do estado de São Paulo, com destaque para a capital São Paulo, Campinas, São João da Boa Vista, Ribeirão Preto e Pirassununga. Chegam à nossa cidade de automóvel, devido à proximidade com o eixo emissor paulista.

Em relação à idade, turistas nas faixas de 26 e 35 anos formaram a maior parte dos entrevistados. Nota-se que público que respondeu ao questionário em 2020 é masculino em sua maioria e, ao responderem sobre a companhia durante sua viagem, a grande maioria afirmou viajar em casal. Entretanto, na observação dos veículos que entraram no município na Blitz Receptiva, a média verificada foi de 3 pessoas por carro. Possuem ensino superior com pós-graduação e renda individual mensal de 01 até 05 salários-mínimos. Quanto aos gastos com a viagem por pessoa, em 2020, variou entre R\$401 a R\$800.

Como evidenciado em outros estudos, a maioria dos pesquisados visitaram Poços pela primeira vez, demonstrando que a cidade continua atraindo um novo fluxo de turistas. Em segundo lugar aparece um grupo que já esteve na cidade “de 2 a 3 vezes”. A reincidência desses turistas comprova que a cidade é um destino consolidado e que grande parte de seus visitantes já são fidelizados.

O canal de informação mais eficaz na busca pela cidade continua sendo os amigos e parentes. A internet vem apresentando um aumento ao longo dos anos, como fonte de informação. Tendência do mundo globalizado, esse fator deve crescer ainda mais, principalmente com a baixa na faixa etária dos visitantes.

A maior parte dos turistas se hospedaram em hotéis e pousadas. Por ser uma prática comum na hotelaria poços-caldense, os pacotes oferecidos neste feriado tem a duração de 4 dias. Além do feriado prolongado, isso influenciou também na permanência dos turistas na cidade (4 a 7 dias). É preciso ressaltar também o uso cada vez mais comum dos estabelecimentos como Hostels e Airbnb, que podem aparecer na opção “outros”.

Sobre a organização de sua viagem, a maioria dos visitantes afirmaram não ter pensado em outro destino para o período. Dos que tiveram dúvida quanto a escolha, os destinos concorrentes citados foram Campos do Jordão, Pouso Alegre, Ilhabela, Ubatuba, Serra Negra, Gonçalves e São Lourenço.

Em relação à avaliação da infraestrutura encontrada na cidade, a melhor pontuação dada pelos turistas foram informações turísticas e guias de turismo (9,6) e a pior avaliada foi de serviço

de táxi (7,1). Contudo, assim como nos últimos anos, a grande maioria disse que tem intenção de retornar ao município.

Apesar de se firmar como um destino para pessoas que buscam tranquilidade e descanso, a Programação do Carnaval foi o maior fator motivacional para a viagem no questionário sobre a avaliação do Carnaval.

Avaliando as atrações oferecidas, pode-se afirmar que o Carnaval 2020 foi aprovado pelos turistas e moradores, com uma média de 80% de avaliações “ótimo” e “bom”, dentro daqueles que puderam opinar por terem participado das atrações. Resultado de um trabalho que vem sendo realizado há alguns anos, com atrações em vários locais e voltados principalmente para famílias.

A Tabela 4 traz um comparativo entre as avaliações de 2017, 2018, 2019 e 2020, inserindo a porcentagem de pessoas que não responderam a pesquisa:

Avaliação	Ano	Pq. José Affonso Junqueira	Praça D. Pedro II	Praça Dr. Pedro Sanches	Carnaval alternativo	Banho à Fantasia	Desfile Blocos de Rua	Carnabebê
Ótimo	2017	49%	52%	52%	47%	27%	49%	43%
	2018	43%	28%	38%	29%	1%	19%	8%
	2019	-	52%	57%	49%	37%	44%	47%
	2020	-	47%	58%	44%	33%	42%	47%
Bom	2017	39%	36%	31%	33%	38%	38%	24%
	2018	43%	36%	50%	20%	1%	27%	5%
	2019	-	36%	35%	34%	39%	32%	21%
	2020	-	39%	39%	39%	31%	33%	31%
Regular	2017	8%	5%	6%	10%	7%	6%	7%
	2018	3%	2%	3%	0%	1%	1%	0%
	2019	-	3%	1%	3%	4%	3%	3%
	2020	-	8%	3%	3%	8%	8%	0%
Ruim	2017	2%	5%	4%	3%	2%	2%	3%
	2018	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%
	2019	-	0%	0%	0%	1%	1%	1%
	2020	-	0%	0%	0%	0%	3%	0%
Não Responderam	2017	2%	3%	7%	7%	26%	8%	23%
	2018	10%	33%	8%	50%	97%	52%	87%
	2019	-	9%	7%	14%	29%	20%	28%
	2020	-	6%	0%	14%	28%	14%	22%

Tabela 4: Comparativo – Avaliação do Carnaval 2017 a 2020

Pode-se perceber pelos dados apresentados que as avaliações variam de ano pra ano. A Tabela 5 apresenta os dados consolidados como avaliação positiva e negativa de cada espaço de evento do Carnaval:

AVALIAÇÃO da PROGRAMAÇÃO*	Positiva					Negativa				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
Pq. José Affonso Junqueira	95%	88%	96%	-	-	5%	10%	4%	-	-
Praça D. Pedro II	93%	88%	96%	96%	91%	5%	10%	4%	4%	9%
Praça Dr. Pedro Sanches	87%	83%	96%	99%	97%	4%	10%	4%	1%	3%
Carnaval Alternativo	74%	80%	98%	96%	97%	22%	13%	2%	4%	3%
Banho à Fantasia	70%	65%	66%	93%	88%	14%	9%	33%	7%	12%
Desfile Blocos de Rua	84%	84%	96%	95%	87%	12%	8%	4%	5%	13%
Carnabebê	70%	67%	100%	95%	100%	21%	10%	0%	5%	0%

Tabela 5: Soma das avaliações 2016 a 2020

* Excluindo a porcentagem dos que não responderam

Analisando os resultados, podemos concluir que o Carnaval de Poços de Caldas 2020 foi um evento bem avaliado. Algumas sugestões surgiram na pesquisa, como melhorar os banheiros, melhorar a divulgação da programação e melhorias na infraestrutura e segurança.

Sobre o que gostariam que incluísse na programação do evento, sugeriram Trio Elétrico, Bailes de Carnaval de Salão, Escolas de Samba, Rock and Roll.

Pode-se afirmar que o evento tem se consolidado, com um formato que se iniciou em 2013 e que a cada ano é incrementado, tanto na programação quanto na organização. O carnaval tornou-se um dos principais produtos turísticos de Poços de Caldas, e ainda contribui para que os munícipes possam usufruir do feriado em sua própria cidade.

Percebe-se ainda que o diferencial do evento está na programação com blocos, marchinhas e cortejos, resgatando o carnaval do passado, onde a diversão em família é o ponto forte. É um evento diversificado, com atrações para todas as idades, prevalecendo também a diversidade musical e artística, em momentos de alegria e descontração.

Por fim, espera-se que o Carnaval de Poços de Caldas se consagre cada vez mais como um carnaval familiar e seguro, e que os dados aqui apresentados possam balizar as decisões para os próximos anos.

Anexo 1: Questionário Aplicado – Perfil do Turista

1) Sexo:

- 1.() Feminino 2.() Masculino

2) Qual é a sua idade?

- 1.() 15 a 25 anos 2.() 26 a 35 anos 3.() 36 a 45 anos
4.() 46 a 55 anos 5.() 56 a 65 anos 6.() mais de 65 anos

3) Origem

Cidade: _____

Estado: _____ País: _____

4) Escolaridade:

- 1.() Ensino Fundamental 2.() Ensino Médio
3.() Curso Técnico 4.() Ensino Superior
5.() Pós-Graduação
6.() Outros. Especificar: _____

5) Renda Mensal Individual: (SM= Salário Mínimo)

- 1.() até 1 SM 2.() acima de 01 até 05 SM
3.() acima de 05 até 10 SM 4.() acima de 10 SM

6) Está viajando:

- 1.() Sozinho 2.() Família 3.() Casal
4.() Amigos 5.() Excursão/Grupos
6.() Outros. Especificar _____

7) Qual é o meio de transporte utilizado para chegar até a cidade?

- 1.() Automóvel 2.() Ônibus de linha
3.() Ônibus fretado/ Excursão
4.() Outros. Especificar _____

8) Qual a principal fonte de informação para a escolha de Poços de Caldas como destino de sua viagem? (Assinale apenas 01 alternativa)

- 1.() Amigos e parentes 2.() Internet
3.() Jornal 4.() TV
5.() Revistas e Guias especializados 6.() Rádio
7.() Folhetos do município/Hotéis/Agências
8.() Divulgação do Calendário de Eventos
9.() Outros/ Especificar: _____

9) O que mais lhe motivou a visitar Poços de Caldas? (Assinale apenas 01 alternativa)

- 1.() Atrativos histórico-culturais
2.() Atrativos naturais
3.() Tranquilidade/Descanso
4.() Águas Termais
5.() Saúde/Consulta médica
6.() Estudo
7.() Trabalho/Negócios
8.() Visitar parentes/Amigos
9.() Compras no comércio local
10.() Calendário de Eventos. Qual? _____
11.() Outros/ Especificar: _____

10) Quando você decidiu viajar, pensou em outro destino que não fosse Poços de Caldas?

1.() Não 2.() Sim. Qual? _____

11) Quanto tempo irá permanecer na cidade?

() menos de 1 dia () 1 a 3 dias () 4 a 7 dias () mais de 7 dias

12) Qual o principal meio de hospedagem utilizado?

1.() Hotel. Qual? _____

2.() Pousada. Qual? _____

3.() Casa de parentes/Amigos

4.() Segunda residência

5.() Outros. Especificar _____

13) Quanto pretende gastar durante a viagem, por pessoa, incluindo despesas com transporte interno (táxi, ônibus público, vans, gasolina), hospedagem, alimentação, compras e passeios:

1.() de R\$100 a R\$200 2.() de R\$201 a R\$400

3.() de R\$401 a R\$800 4.() de R\$801 a R\$1.600

5.() de R\$1.601 a R\$3.200 6.() acima de R\$3.200

14) Qual a sua avaliação sobre a infraestrutura? Classifique de 1 a 10. (coloque 0 apenas se não sabe ou não quer responder)

1-Limpeza Urbana	
2-Segurança Pública	
3-Sinalização Turística	
4-Serviço de Táxi	
5-Telecomunicações/Internet	
6-Preços Praticados	
7-Restaurantes/Alimentação	
8-Hospedagem	
9-Atrativos Turísticos Visitados	
10-Diversão Noturna	
11-Informações Turísticas	
12-Guias de Turismo	
13-Passeios/City Tour	

15) Nos últimos 10 anos, quantas vezes você já visitou Poços de Caldas?

1.() 1ª vez 2.() 2 a 3 vezes 3.() 4 a 6 vezes

4.() 7 a 9 vezes 5.() mais de 10 vezes

16) Você pretende voltar a este destino?

1.() Sim 2.() Não

Motivo para não voltar:

Anexo 2: Questionário aplicado – Avaliação do Carnaval

1) Cidade de origem: _____ Estado _____

02) Qual a PRINCIPAL motivação da sua viagem no período do Carnaval?

- () Atrativos naturais () Programação do Carnaval de Poços de Caldas
() Atrativos histórico-culturais () Tranquilidade, descanso () Estudo, negócios ou trabalho
() Visitar parentes/amigos () Compras no comércio () Outros. Especificar

03) Levando em consideração as atrações do Carnaval 2020, como você avalia:

Programação Praça dos Macacos () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
(Charanga dos Artistas e shows)

Programação Praça Pedro Sanches () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
(shows)

Programação Carnaval Alternativo () Ótimo () Bom () Regular () Ruim
(Parque José Affonso Junqueira)

Evento Banho à Fantasia () Ótimo () Bom () Regular () Ruim

Desfile dos Blocos de Rua () Ótimo () Bom () Regular () Ruim

Carnabebê () Ótimo () Bom () Regular () Ruim

4) Qual outra atração você acha que deveria ser incluída na programação do Carnaval de Poços de Caldas?

Sugestões, críticas e elogios