



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

ESTÂNCIA TURÍSTICA DE BARRA BONITA

ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA DE BARRA BONITA

Senac Jau

2017



ESTÂNCIA TURÍSTICA DE BARRA BONITA

ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA DE BARRA BONITA

Senac Jau

2017



José Luis Rici
Prefeito Municipal
Gestão 2017 – 2020



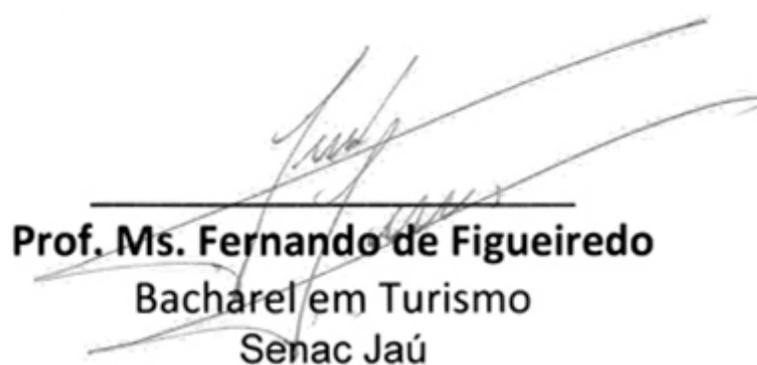
Maria Aparecida Cândido Victorino de França
Secretária de Cultura e Turismo
Gestão 2017 – 2020



Jose Luis Jacomini
Diretor de Turismo
Gestão 2017 – 2020



Diogo Vieira Ligo Teixeira
Gerente Senac Jaú
Senac Jaú



Prof. Ms. Fernando de Figueiredo
Bacharel em Turismo
Senac Jaú

Sumário

1. Diagnóstico	4
1.1 Estudo da demanda turística	4
1.2 Análise dos Resultados	9
a) Cidade de Origem.....	9
b) Tempo de permanência	12
c) Idade	13
d) Sexo.....	14
f) Escolaridade.....	15
g) Renda Familiar.....	16
h) Como soube	17
i) Motivo da Viagem	18
j) Meio de transporte	19
k) Acompanhante da Viagem	20
l) Expectativa após a viagem	21
m) Hospedagem	22
n) Avaliação da Hospedagem	23
o) Avaliação da Alimentação.....	25
p) Atrativos de Barra Bonita.....	27
q) Atrativos da Região	28
r) O que comprou	29
s) Gasto Médio por dia	30
t) Avaliação da Infraestrutura Urbana	31
u) Apoio Turístico	34
Bibliografia	37



1. Diagnóstico

Após a realização das oficinas técnicas-participativas com lideranças do trade turístico de Barra Bonita, foram efetuadas entrevistas com informantes-chaves e turistas. Com isso, faz-se uma análise de dados secundários, confrontando e construindo um cenário real do turismo local. Por meio da análise de diferentes variáveis relacionadas aos ambientes externos e internos do município de Barra Bonita, de maneira a fundamentar o planejamento turístico, elaborou-se uma matriz de avaliação estratégica discorrida no item a seguir.

1.1 Estudo da demanda turística

A pesquisa quantitativa constante neste relatório foi desenvolvida como parte integrante do Plano Diretor de Turismo do município de Barra Bonita/SP. A cidade, de aproximadamente 36.000 habitantes, está localizada no centro geográfico do Estado de São Paulo, às margens do Rio Tietê.

Barra Bonita encanta pelo cenário natural e águas límpidas, por seus atrativos históricos de lazer, por seus artesãos locais e pelo carisma de seu povo hospitaleiro. Tantos atributos, lhe renderam o título de “Cidade Simpatia”.

A principal atividade turística da cidade é o passeio de barco pela eclusa do Rio Tietê. Mas também há outros atrativos, como a praça de Artesanato Dr. Tatinho, o museu histórico Luiz Saffi, a Casa de Cultura Fernando Morais, a Igreja Matriz São José, o Memorial do Rio Tietê e o passeio no trenzinho Simpatia Paulista dentre outros, o que atrai visitantes de diversas regiões do Brasil. A cidade tem como principal atividade industrial o segmento sucroalcooleiro.

No contexto do Plano de Desenvolvimento, e dada a importância do turismo para a economia local, surgiram uma série de questionamentos iniciais a respeito das pessoas que visitam Barra Bonita, classificadas nesta pesquisa como



Turistas (aqueles que se hospedam na cidade) ou **Excursionistas** (aqueles que não se hospedam na cidade). Alguns desses questionamentos iniciais podem ser vistos abaixo:

- a) Quem é o visitante de Barra Bonita?
- b) Qual o seu perfil socioeconômico?
- c) Quais seus interesses de visitação em Barra Bonita?
- g) Como os visitantes avaliam a cidade?

Na tentativa de responder a essas e outras questões, os participantes da elaboração do plano de turismo, sob coordenação dos docentes do Senac, realizaram essa Pesquisa de Demanda Turística, junto à equipe técnica do departamento de Turismo da Prefeitura Municipal de Barra Bonita, cuja metodologia, resultados e conclusões estão nos itens a seguir.

Esta pesquisa é objeto do contrato firmado entre a Prefeitura Municipal de Barra Bonita e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac Jaú)

Metodologia

A metodologia de coleta de dados utilizada foi a aplicação de um questionário (ver Anexo) diretamente com o público alvo (pessoas que visitam a cidade de Barra Bonita/SP), por meio de entrevistadores identificados (os participantes da elaboração do plano diretor de turismo). A presente pesquisa foi coordenada pelo turismólogo, o professor Ms. Fernando de Figueiredo do Senac, como parte do contrato firmado entre a instituição de ensino e a Prefeitura Municipal de Barra Bonita. (ver contrato em Anexo). O questionário foi elaborado conforme a literatura especializada em pesquisas de demanda turística, as recomendações da “Cartilha do MIT – Ministério do Turismo” e tendo-se como referência diversas outras pesquisas de demanda disponíveis na internet, realizadas em outras cidades turísticas.



A pesquisa foi realizada a partir de uma amostra, devido à inviabilidade de coletar as informações com todos os visitantes de Barra Bonita. Para a determinação do tamanho da amostra, tomou-se por base os 90.000 visitantes que realizam o passeio de Barco em Barra Bonita, considerando n , utilizou-se a seguinte fórmula [1]:

$$n = \frac{z_{(\alpha/2)}^2 \times p \times q}{e^2}$$

Nesta fórmula, $z_{(\alpha/2)}$ é igual a 1,96 para um nível de confiança de **95%**, p e q valem 0,5, e “ e ” é o erro padrão escolhido, de **5%** para essa pesquisa. Utilizando a fórmula acima, chegou-se a “ n ” igual a **270 pessoas**. Efetivamente foram **entrevistadas 278 pessoas no total**, mas a diferença de 8 pessoas a mais é praticamente insignificante em termos de erro de padrão escolhido.

As abordagens foram feitas de maneira **aleatória**, principalmente no **Barco** (navegação do Médio Tietê, Xumburi e Primar), na **Praça de Artesanato**, no **Museu e em dois eventos que aconteceram no mês de setembro**. Estas abordagens realizadas na cidade, aconteceram nos meses de **setembro e outubro de 2017**, aos sábados, domingos e feriados.



1.2 Modelo da Pesquisa

Qual sua cidade de residência?

R: _____

Qual o seu tempo de permanência em Barra Bonita?

- menos de 1 dia de 2 a 3 dias
 de 4 a 7 dias Mais de 7 dias

Qual a sua idade?

- 0 a 18 anos 19 a 29 anos
 30 a 45 anos 46 a 65 anos
 Mais de 65 anos

Qual o seu sexo?

- Masculino Feminino

Qual é seu nível de escolaridade?

- Ensino Fundamental Ensino Médio
 Ensino Superior pós-graduação

Qual sua renda familiar? Para responder, some rendimentos de todos os membros de sua família que trabalham e moram em sua casa, e marque uma alternativa:

- Até 3 mil Reais de 3 a 6 mil Reais
 de 7 a 10 mil Reais de 10 a 15 mil Reais
 mais de 15 mil Reais não informou

Como soube da cidade?

- amigos/familiares internet
 revista jornal
 TV outro/qual?
.....

Qual o principal motivo da viagem?
(Apenas uma escolha)

- Passeio de Barco/Eclusagem
 Natureza e contemplação do rio
 Descanso
 Visita a parentes ou amigos
 Negócios e trabalho
 Estudo
 Evento/qual?
 Outro/qual?

Qual o meio de transporte utilizado?

- carro ônibus
 moto outro/qual?

Com quem está viajando?

- sozinho em casal
 casal com filhos com amigos
 Excursão

A viagem correspondeu a sua expectativa?

- sim
 não. Por que?
.....
 em partes. Por que?.....
.....

Onde você se hospedou?

- não se hospedou
 Na cidade, Qual hospedagem?
.....
 Na Região, Qual cidade ?
.....



Avalie a HOSPEDAGEM (Hotel)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Infra estrutura				
Limpeza				
Atendimento				
Quarto				
Custo x Benefício				

Avalie a ALIMENTAÇÃO (restaurantes, bares, lanchonetes, etc)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Infra estrutura				
Limpeza				
Atendimento				
Comida				
Custo x Benefício				

Quais atrativos visitou ou irá visitar em Barra Bonita?

- 1
- 2
- 3

Quais atrativos visitou ou irá visitar na região?

- 1
- 2
- 3

() não visitou a Região

O que comprou em Barra Bonita?

.....
.....

Qual o seu Gasto Médio por dia e por Pessoa durante sua visita?

- R\$0 a R\$100 R\$101 a R\$ 200
- R\$ 201 a R\$ 300 R\$ 301 a R\$ 400
- acima de R\$ 401

Avalie a INFRAESTRUTURA da CIDADE

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Limpeza				
Sinalização				
Conservação das ruas				
Arborização				
Segurança				
Bancos/Caixas Eletrônicos				
Estacionamento				
Rodovia de acesso				

Avalie os equipamentos e serviços de apoio turístico

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Passeio de Barco/Eclusa				
Passeio de Bonde				
Posto de informações				
Receptivo/hospitalidade				
Hospedagem				
Restaurantes				
Comércio/Artesanato				
Evento				

Preenchido pela Organização/instituição:

.....

Data do preenchimento:

.....



2 Análise dos Resultados

a) Cidade de Origem

Na tabela abaixo estão relacionadas as cidades de origem dos visitantes entrevistados de Barra Bonita. A tabela foi produzida com números absolutos referentes à quantidade de turistas e suas respectivas porcentagens.

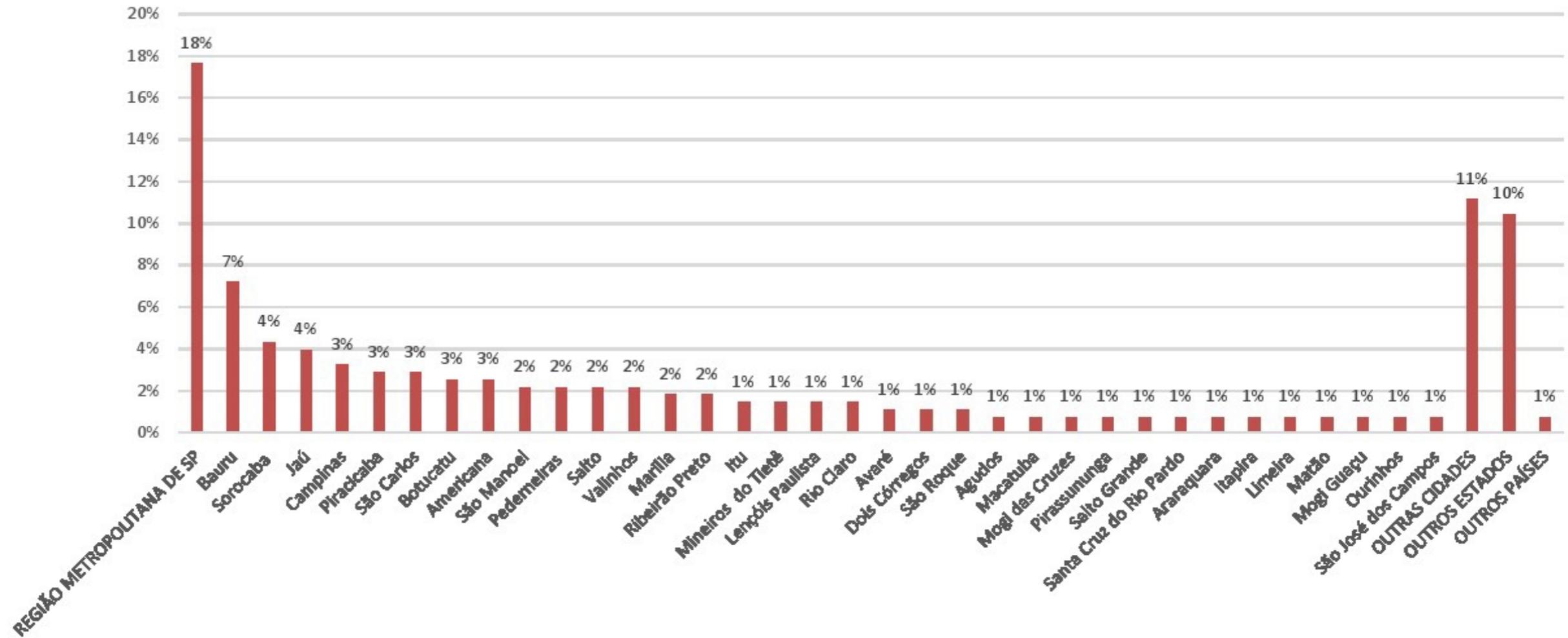
Local de Origem	% vist	nº vist.
REGIÃO METROPOLITANA DE SP	18%	49
Bauru	7%	20
Sorocaba	4%	12
Jaú	4%	11
Campinas	3%	9
Piracicaba	3%	8
São Carlos	3%	8
Botucatu	3%	7
Americana	3%	7
São Manoel	2%	6
Pederneiras	2%	6
Salto	2%	6
Valinhos	2%	6
Marília	2%	5
Ribeirão Preto	2%	5
Itu	1%	4
Mineiros do Tietê	1%	4
Lençóis Paulista	1%	4
Rio Claro	1%	4

Local de Origem	% vist	nº vist.
Avaré	1%	3
Dois Córregos	1%	3
São Roque	1%	3
Agudos	1%	2
Macatuba	1%	2
Mogi das Cruzes	1%	2
Pirassununga	1%	2
Salto Grande	1%	2
Santa Cruz do Rio Pardo	1%	2
Araraquara	1%	2
Itapira	1%	2
Limeira	1%	2
Matão	1%	2
Mogi Guaçu	1%	2
Ourinhos	1%	2
São José dos Campos	1%	2
OUTRAS CIDADES	11%	31
OUTROS ESTADOS	10%	29
OUTROS PAÍSES	1%	2
TOTAL	100%	278

Na tabela acima, os dados de porcentagem foram ajustados em números inteiros para otimizar a análise das informações. Como fator corretivo os dados entre 0,99% e 0,50% foram arredondados para 1% e abaixo de 0,49% foram dados arredondados para zero (0). No gráfico a seguir, é possível visualizar os índices das cidades de origem e traçar uma comparação entre eles. Foram consideradas apenas as porcentagens para ser possível identificar a representação de cada cidade indicada.



Cidade de Origem

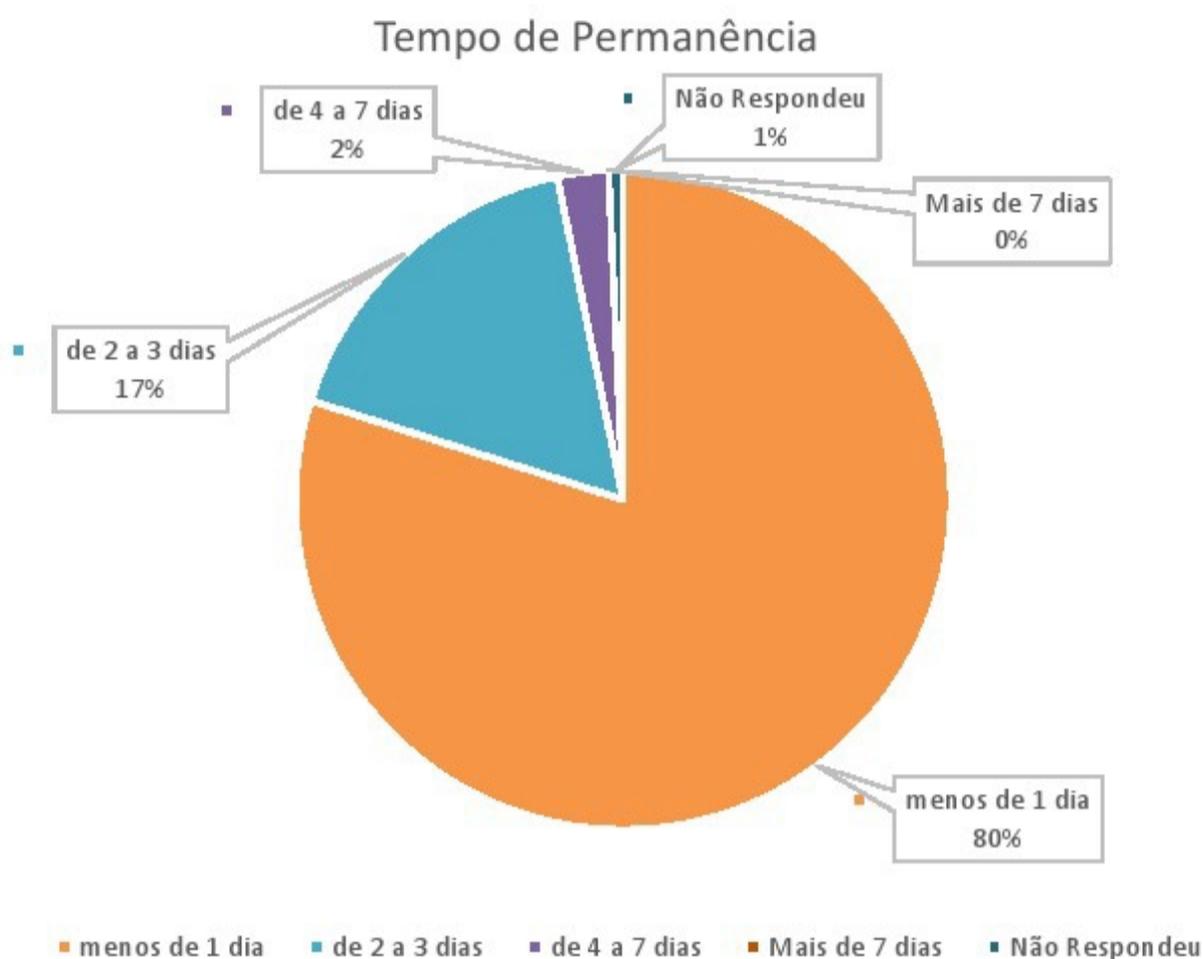




Este gráfico mostra a origem dos visitantes da cidade de Barra Bonita. É possível observar que a maioria dos visitantes vêm da região metropolitana de São Paulo (18% dos visitantes), com 10% dos entrevistados provenientes de outros estados e 1% de outros países. Com estes dados é possível notar que a maior parte dos visitantes de Barra Bonita se locomove mais de 300 km, o que explica o baixo índice de hospedagem na cidade, por parte do público visitante. A maioria veio apenas usufruir das atividades turísticas locais, com predominância no passeio de barco/eclusagem, o que é possível notar na análise de dados de permanência do turista.

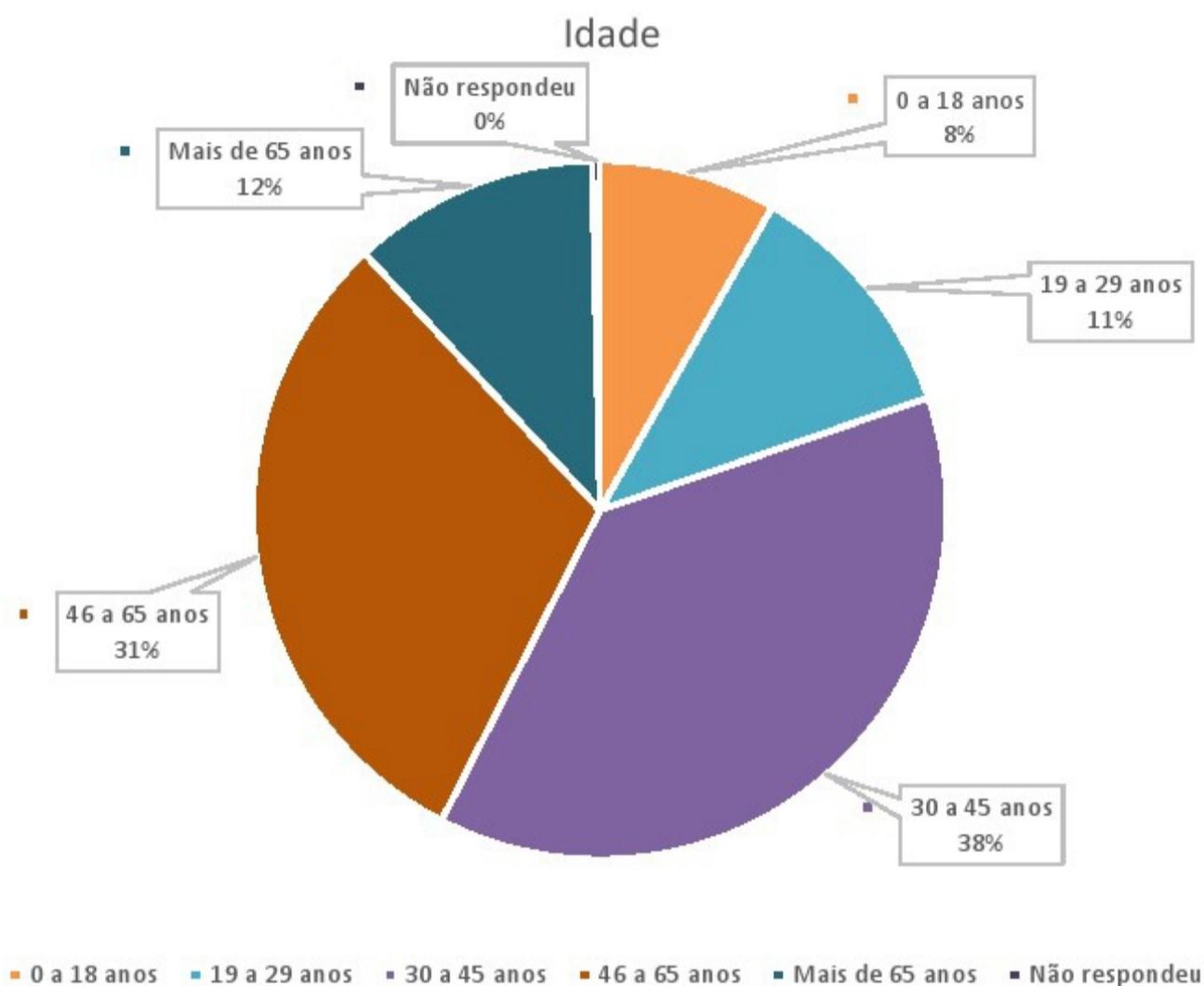
Entre o público entrevistado da microrregião de Barra Bonita, são provenientes das cidades de acordo com a porcentagem a seguir: Bauru (7%), Sorocaba (4%), Jaú (4%). As cidades de Campinas, Botucatu, São Carlos e Americana apresentam dados com 3% cada, cidades como São Manoel, Pederneras, Salto, Valinhos, Marília e Ribeirão Preto com 2% cada e as demais cidades, como Itu, Mineiros do Tietê, Lençóis Paulista, Rio Claro, Avaré, Dois Córregos, São Roque, Agudos, Macatuba, Mogi das Cruzes, Pirassununga, Salto Grande, Santa Cruz do Rio Pardo, Araraquara, Itapira, Limeira, Matão, Mogi Guaçu, Ourinhos, São José dos Campos com 1% com cada uma delas. As outras cidades com índice menor que 1%, foram agrupadas e totalizaram 11% dos respondentes.

b) Tempo de permanência



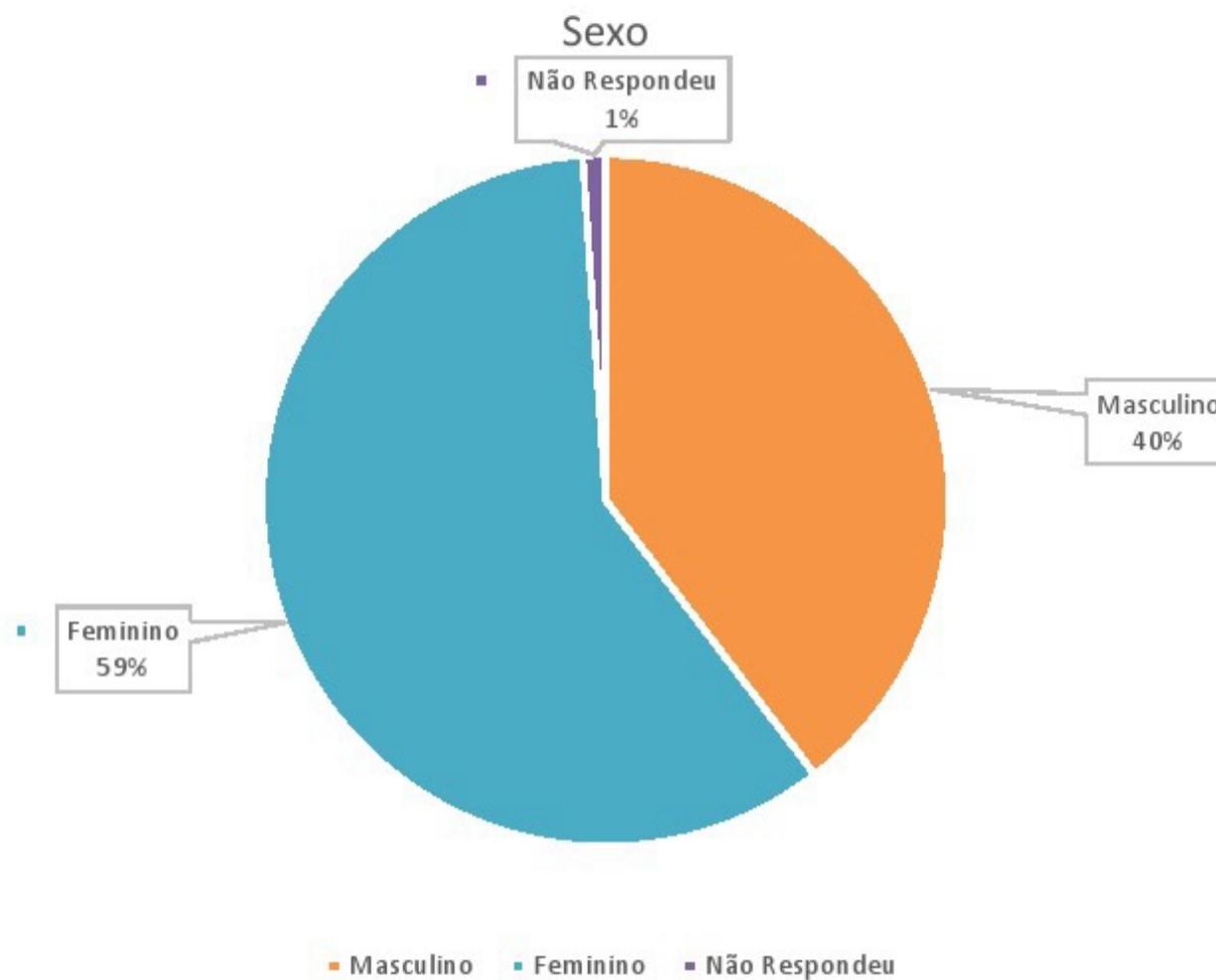
Pode-se verificar no gráfico acima que 17% ficam de 02 a 03 dias no município, já 2% ficam de 04 a 07 dias, A relevância deste gráfico está em apresentar que a maioria dos entrevistados (80%) permanece menos de um dia na cidade, apenas realizando o passeio de barco, visitando as atrações turísticas e realizando suas compras de artesanatos e lembranças. O grande desafio apresentado ao município de Barra Bonita é, justamente, aumentar o tempo de permanência deste visitante, que necessitará de outras atividades turísticas à serem realizadas no município e em cidades da região.

c) Idade



Este gráfico apresenta a idade dos visitantes. A faixa etária mais presente nos índices de visitação está entre 30 e 45 anos, com 38% dos entrevistados. Somando os dados entre as faixas etárias dos 46 aos 65 anos e de mais de 65 anos, é possível identificar 43% do público que representam um índice de adultos de idades medianas e terceira idade. Já os visitantes de 19 a 29 anos representam 11% do total, abordando os adultos mais jovens e na faixa de 0 à 18 anos com 8% dos entrevistados. Assim, a pesquisa mostra que o público que visita a cidade possui faixas etárias diversificadas.

d) Sexo



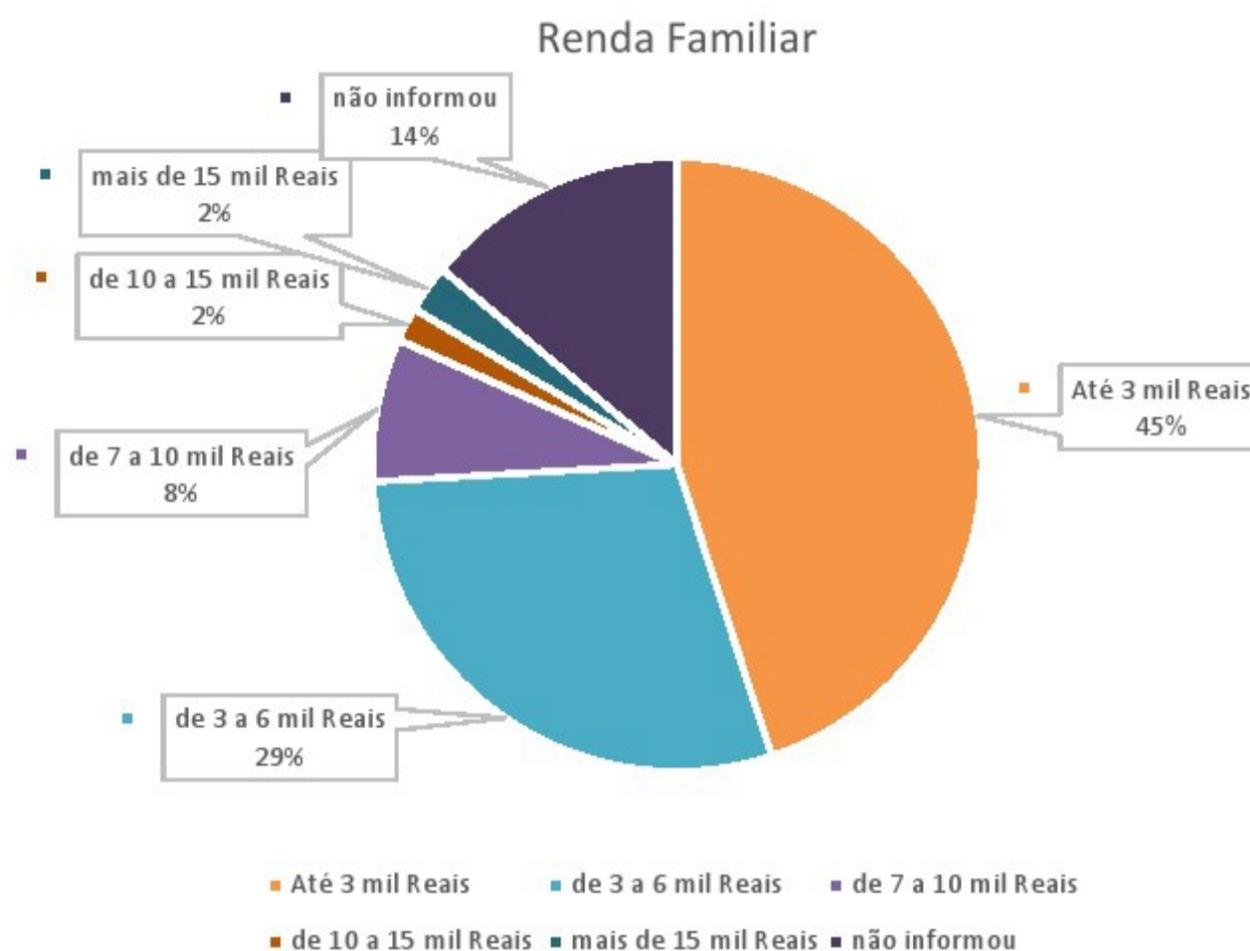
Pelo gráfico acima, observa-se um equilíbrio entre os sexos, com ligeiro predomínio do sexo feminino, sendo de 59% e 40% de público masculino. Sendo a principal motivação dos visitantes o passeio de barco na eclusa, o gráfico mostra que na grande maioria o este passeio é realizado por famílias ou grupos de amigos. Este indicador de alta presença de público feminino é relevante para a proposta de outras atividades turísticas na cidade, além da compra de artesanato e de outros itens na região.

f) Escolaridade



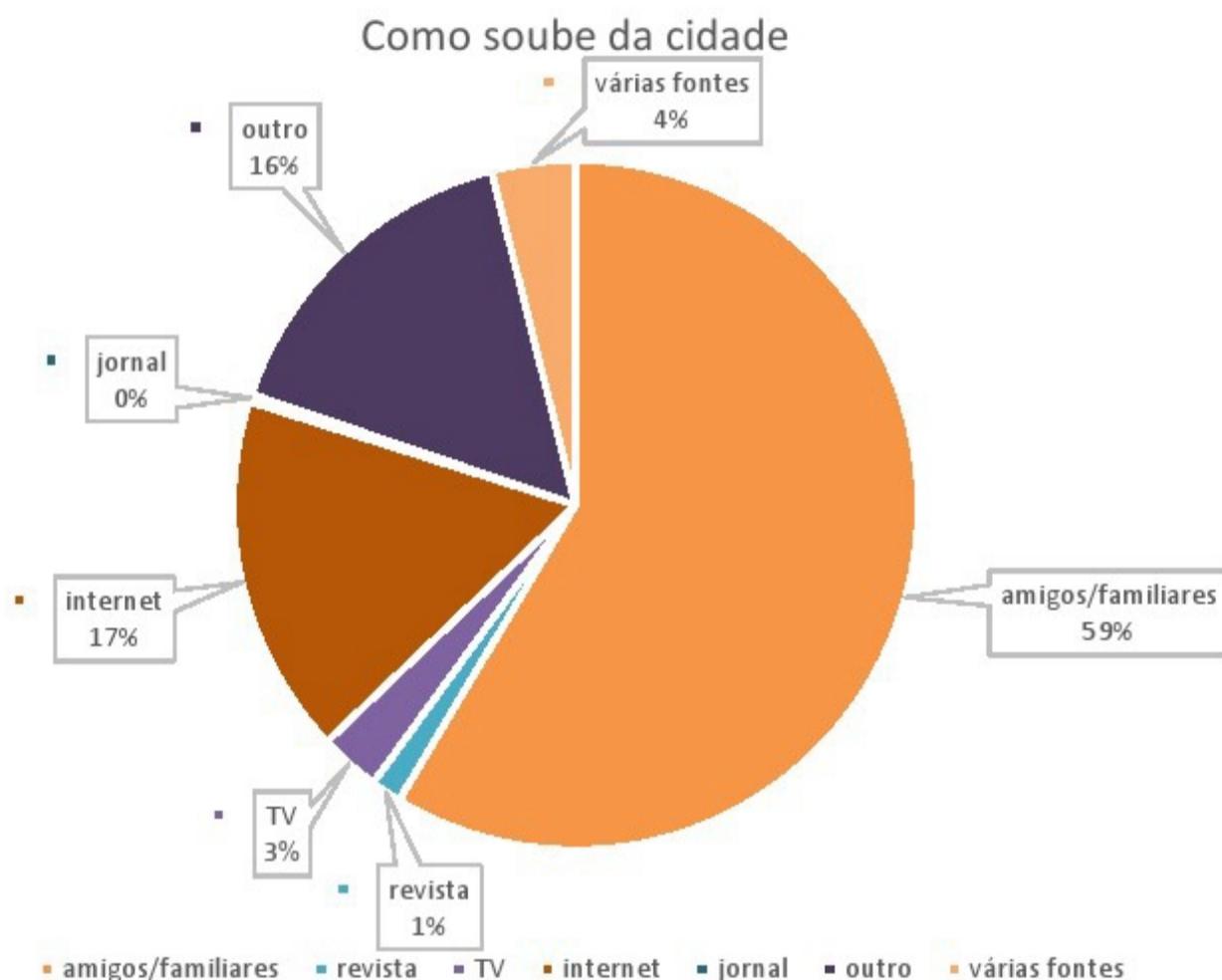
Os respondentes foram classificados por grau de escolaridade, conforme gráfico acima. Tendo como destaque o ensino médio que representou 47% dos entrevistados, em seguida o ensino superior completo e pós-graduação totalizaram com 37%, ficando o ensino fundamental com 16%.

g) Renda Familiar



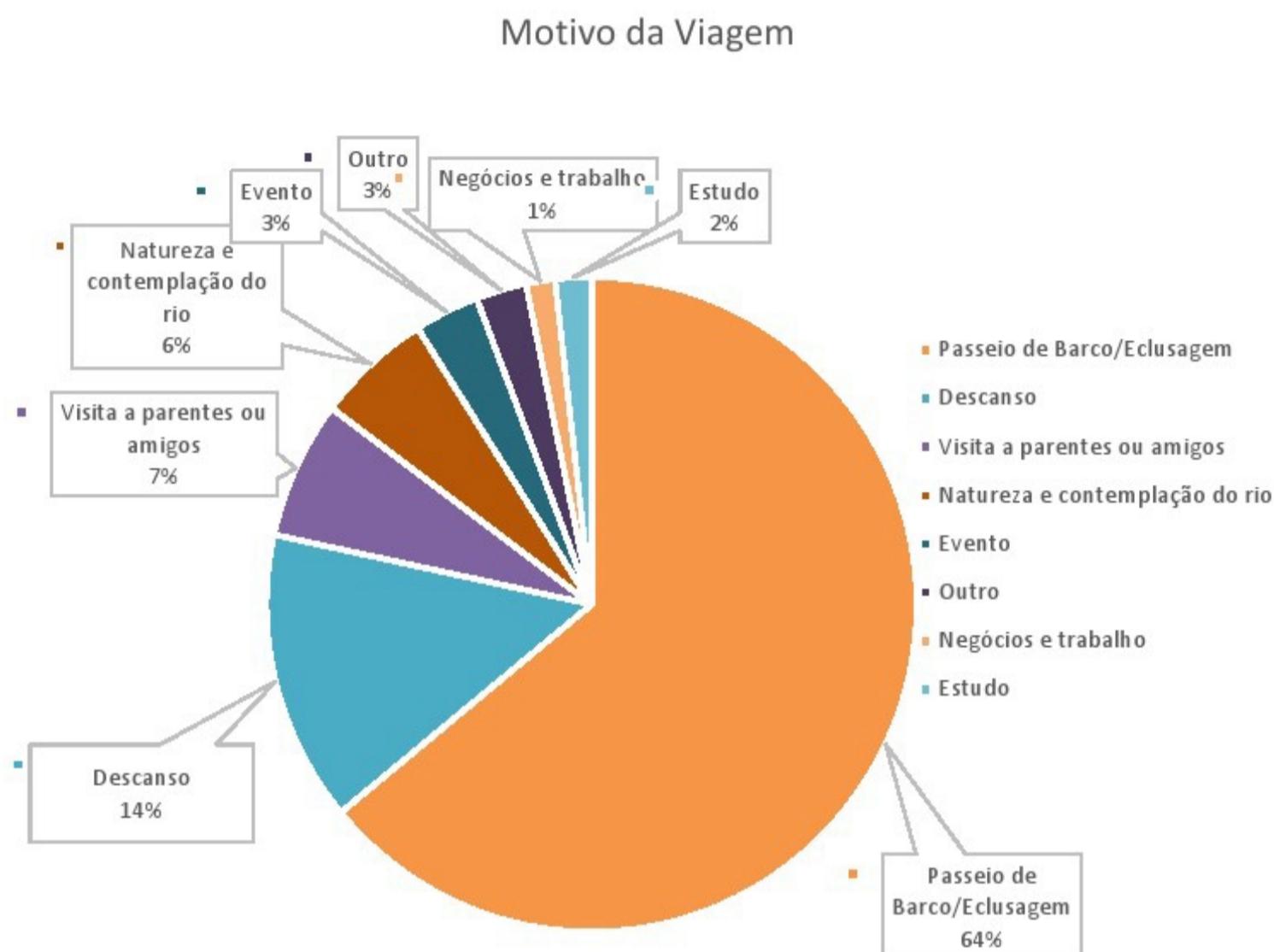
Analisando-se o gráfico acima, percebe-se que a maior parte dos entrevistados tem renda familiar até 3 mil reais (45%). Verifica-se também que a renda de 3 a 6 mil reais representa 29% dos respondentes e somando-se as rendas de 7 a mais de 15 mil encontraremos 12% dos visitantes, número menor do que os entrevistados que não responderam esta questão (14%).

h) Como soube



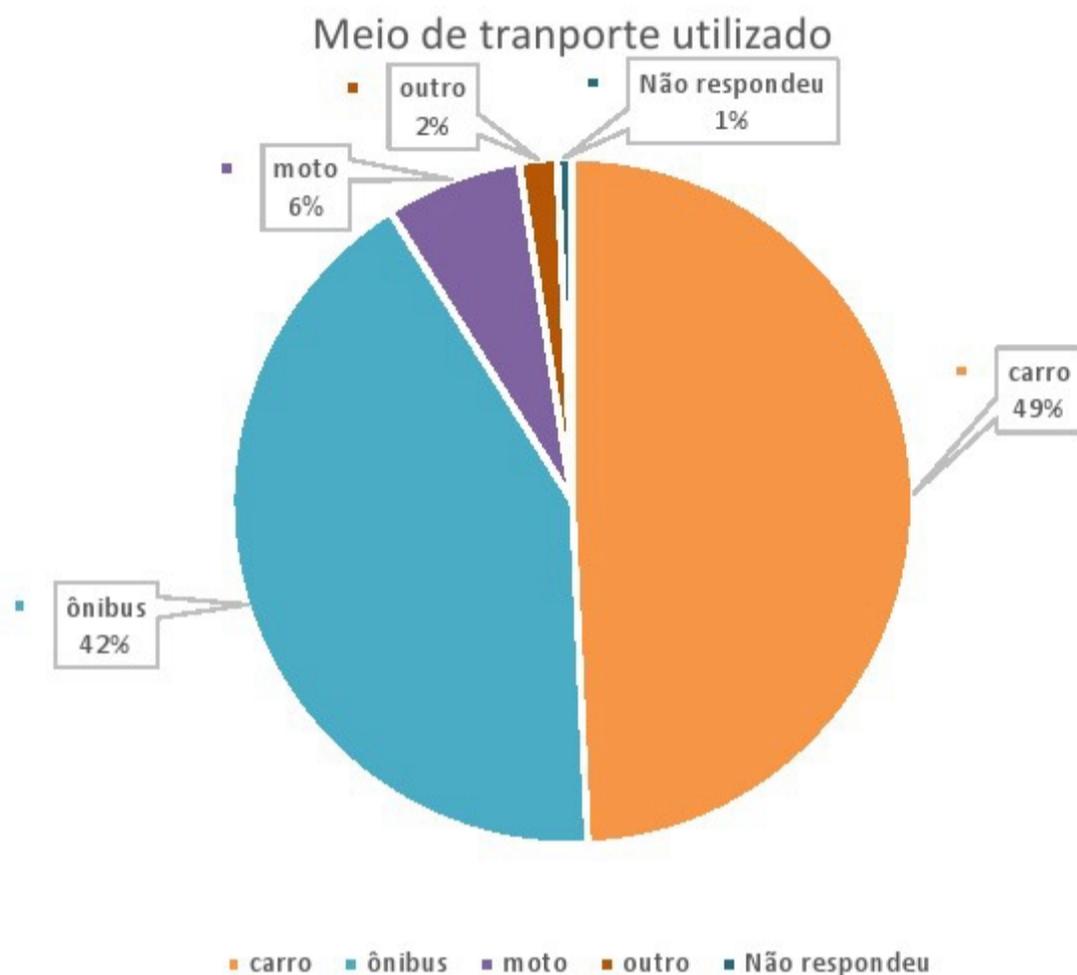
Ao serem questionados sobre como souberam da cidade, a maioria (59%) foi através de amigos e familiares. Seguida por outros meios (16%) e internet (17%), sendo que se somarmos várias fontes, com televisão e revista a porcentagem alcançada foi de 8%.

i) Motivo da Viagem



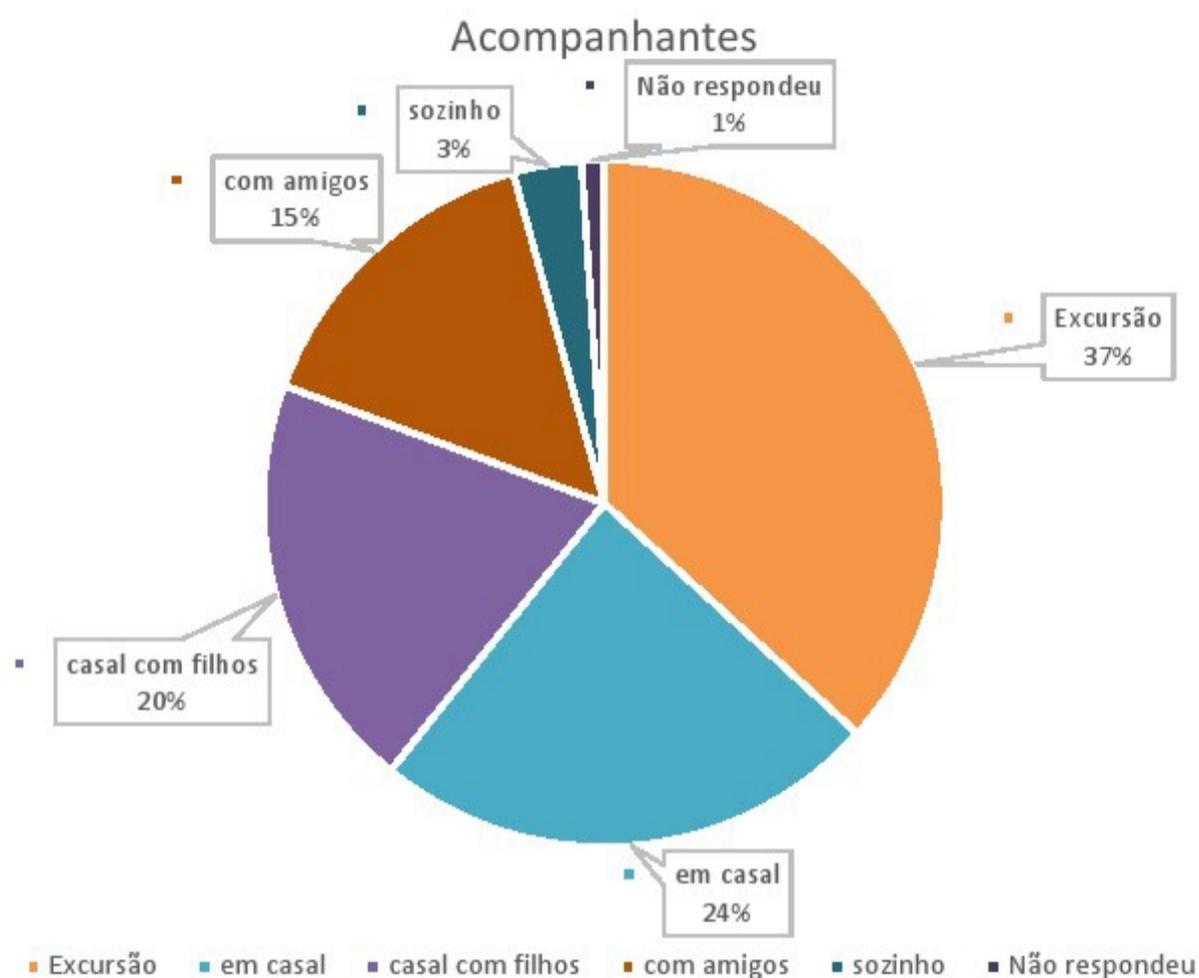
O gráfico demonstra que 64% vem à cidade para o passeio de barco/eclusagem, 14% vem à descanso. As visitas à parentes e amigos representam 7% dos entrevistados e 6% vieram pela natureza. 3% vieram à saúde pelos eventos ocorridos no mês de setembro e entre outros, negócios e estudos ficaram 7% dos entrevistados.

j) Meio de transporte



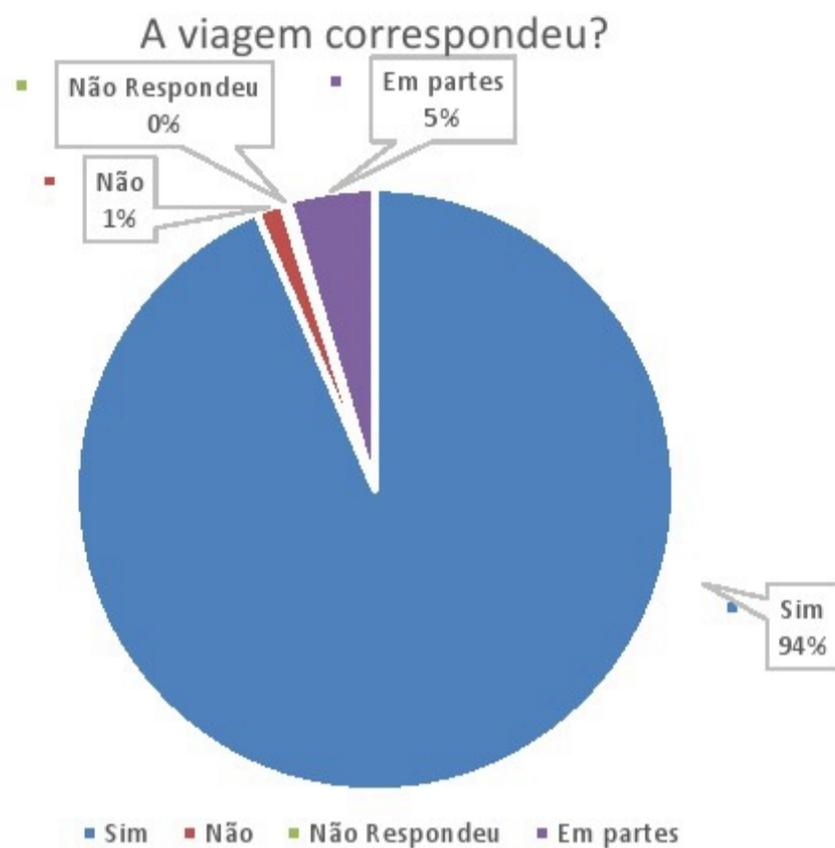
Pode-se notar que, a maioria dos turistas utilizam o transporte rodoviário individual (96%), porém, 42% se desloca por meio rodoviário coletivo e o restante 54% por outro meio, carro ou moto. A via rodoviária é o principal meio utilizado para a visita da cidade. Pode-se concluir, que a grande maioria do transporte coletivo se dá por viagens organizadas por agências e organizadores individuais de grupos que mesmo sem a intervenção de agências, organizam excursões de visita ao município.

k) Acompanhante da Viagem



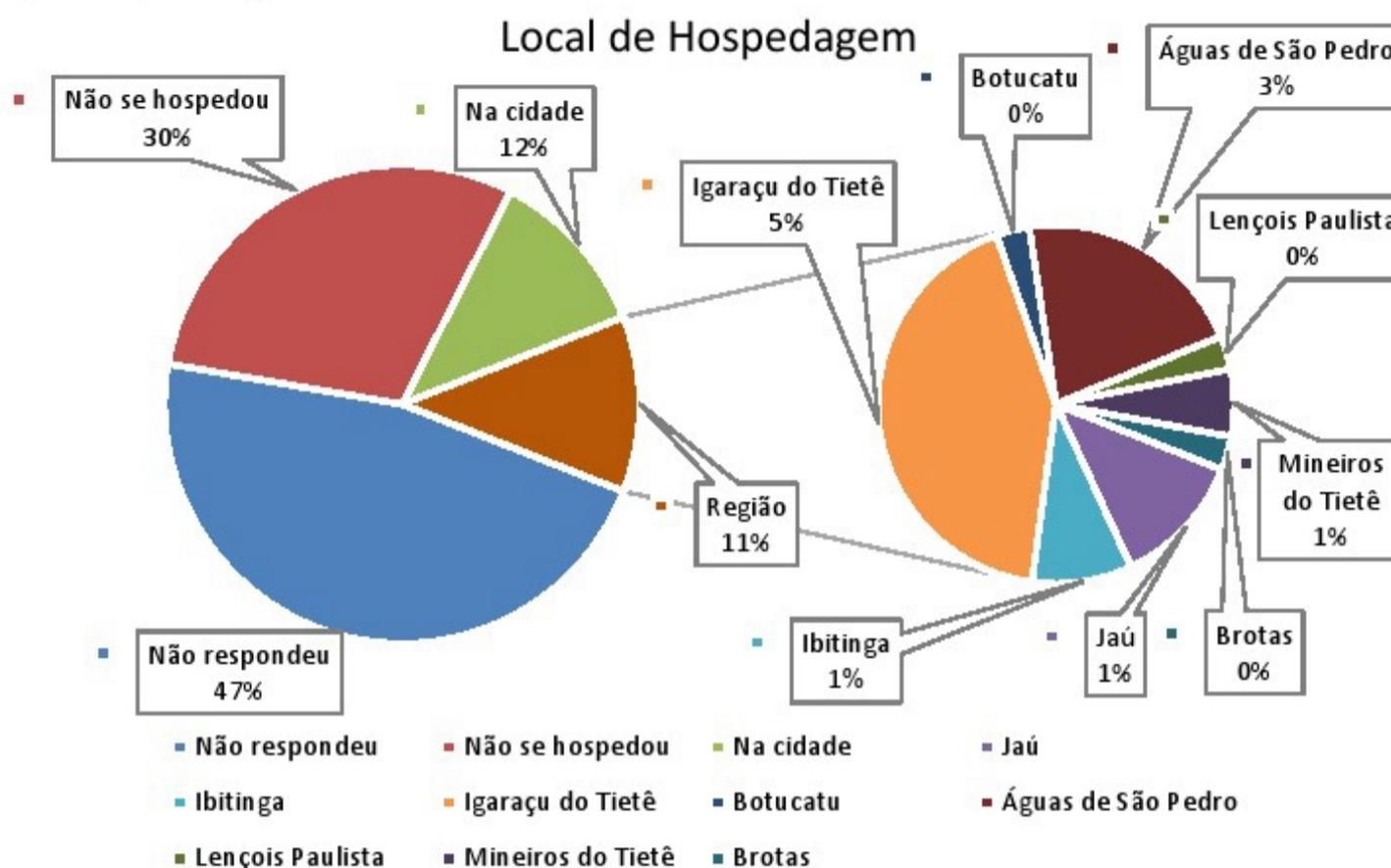
Analisando o gráfico, é possível relatar que a opção de viajar acompanhado é predominante (96%). Dessa porcentagem que está acompanhada, 44% viajam com a família, e 15% com grupo de amigos e 37% em excursão. Estes dados apontam que é possível criar atrações para toda a família, sem prejudicar os índices de visitantes atuais.

I) Expectativa após a viagem



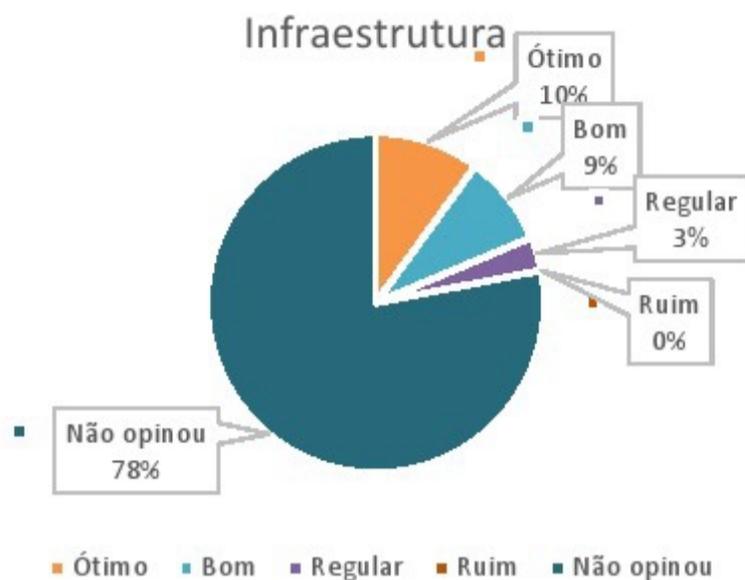
Percebe-se que 94% dos entrevistados, tiveram suas expectativas da viagem atingidas. Para as expectativas atingidas em parte, temos 5% dos requeridos e apenas 1% não atingiram suas expectativas.

m) Hospedagem

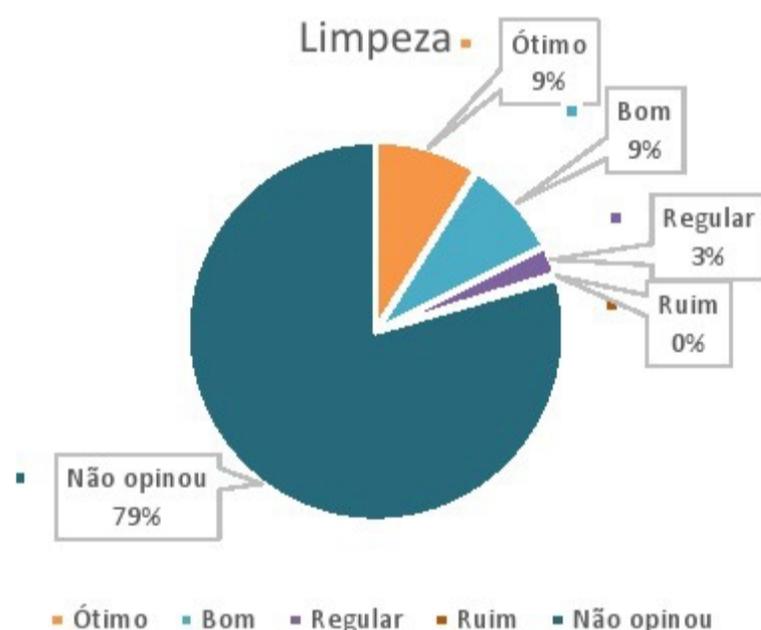


A análise dos dados sobre os locais de hospedagem utilizados pelos visitantes mostra que 30% não se hospedaram, 12% se hospedaram na Barra Bonita e 11% do total dos entrevistados optaram por se hospedarem na região, sendo que 5% ficaram em Igarapu do Tietê, 3% em Águas de São Pedro, 1% em Jaú, 1% em Mineiros do Tietê e 1% em Ibitinga. Dos entrevistados, 47% não responderam à questão.

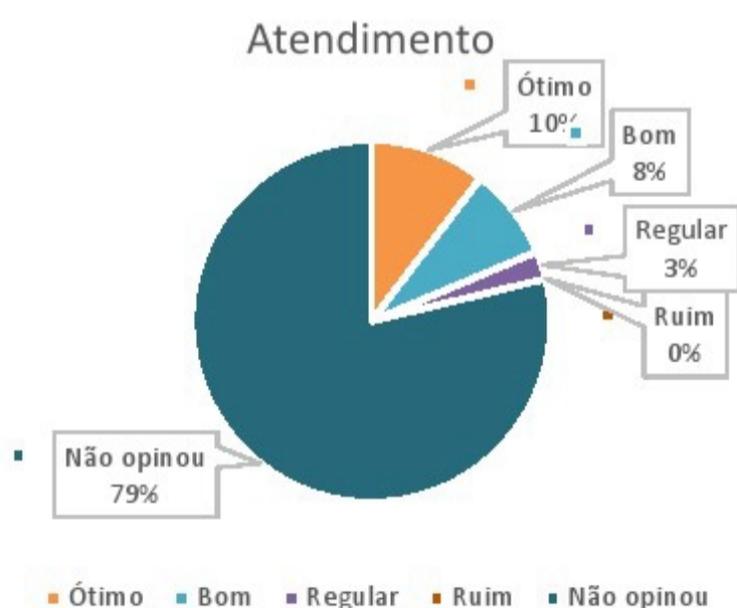
n) Avaliação da Hospedagem



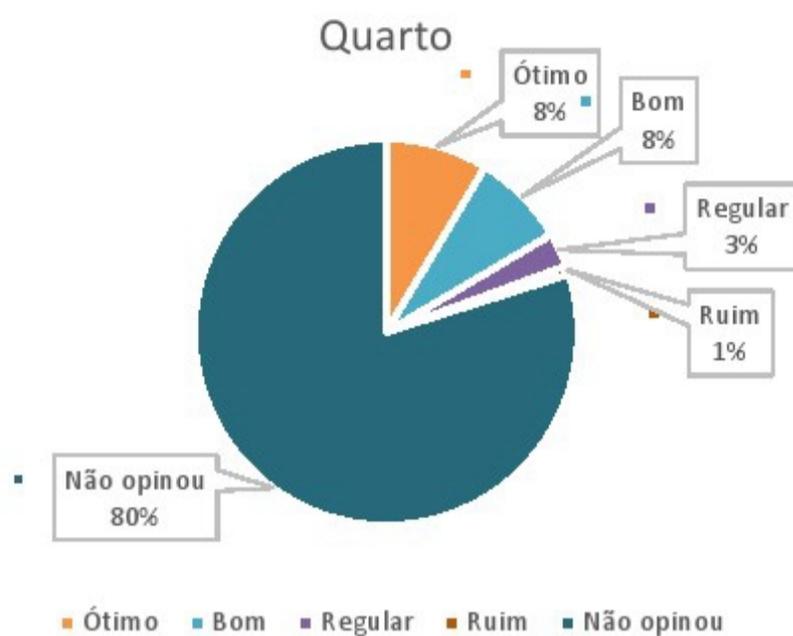
Quanto à Infraestrutura dos locais de hospedagem, segundo o gráfico, a grande maioria de 78% não opinou, 10% avaliaram como sendo ótima, 9% boa e 3% regular.



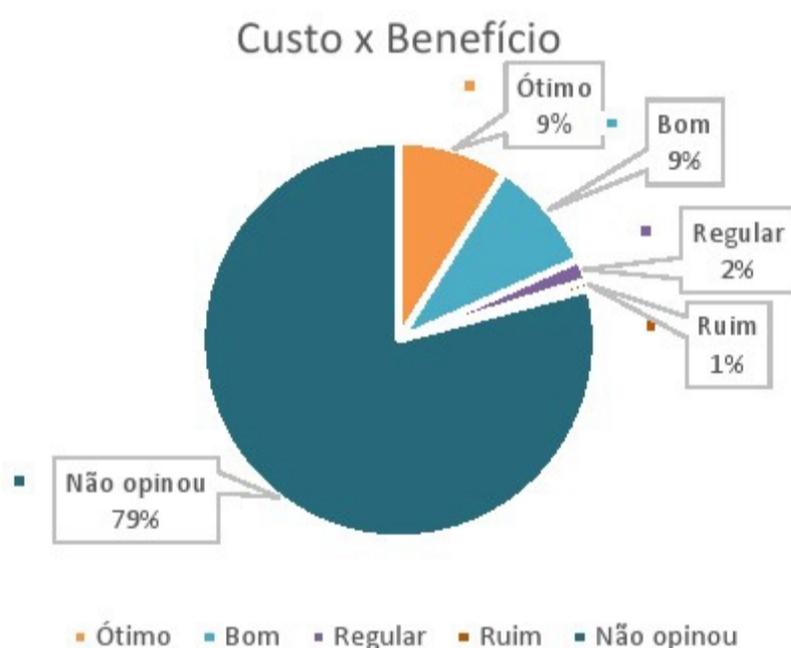
Levando-se em conta a limpeza, o gráfico nos mostra que um grande número de entrevistados (79%) não opinou, 9% consideraram ótima, 9% boa e uma porcentagem de 3% avaliaram como regular.



Quanto ao atendimento dos hotéis e pousadas segundo o gráfico, a grande maioria de 79% não opinou, 10% consideraram ótimo, 8% dos entrevistados acharam bom e uma pequena parte de 3% regular.

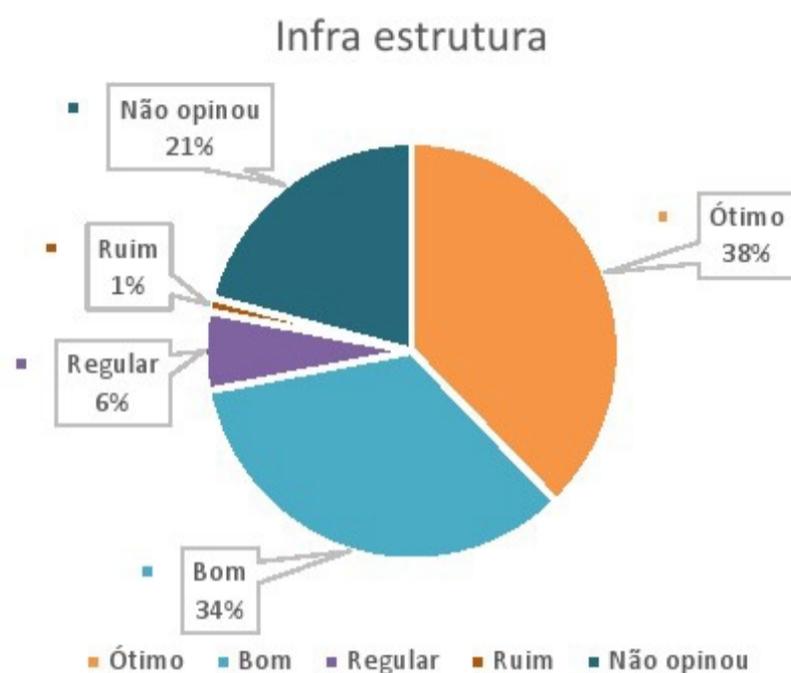


Averiguando a opinião sobre os quartos utilizados, o gráfico nos mostra que 8% dos turistas acharam razoáveis, 8% consideraram bons, 3% regular e apenas 1% avaliaram como ruim. Sendo que a maior parte dos entrevistados (80%) não opinaram.

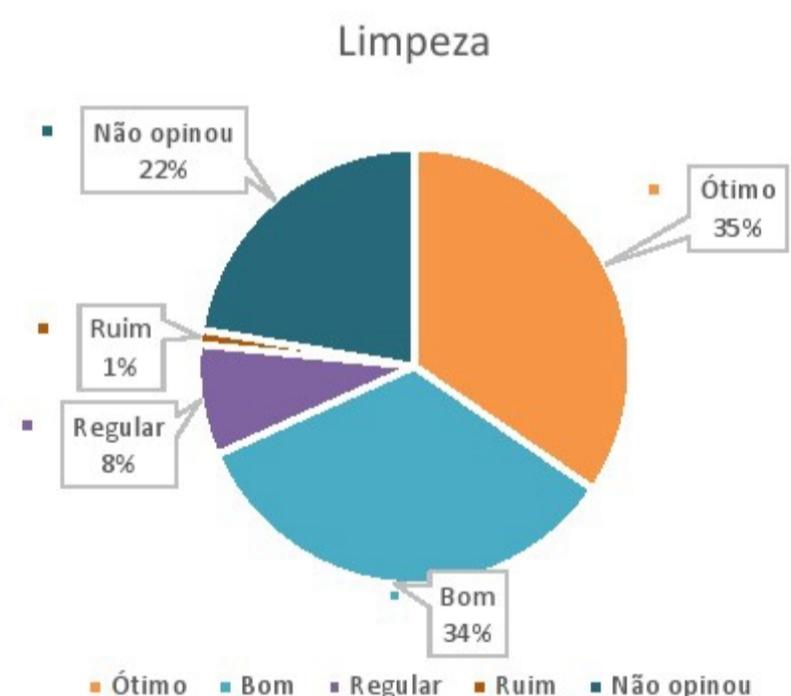


Ao avaliarmos o custo x benefício dos locais de hospedagem escolhidos pelos turistas, a grande maioria de 79% não opinou, 9% consideraram ótimo, 9% bom, uma pequena parte de 2% regular e apenas 1% acham ruim.

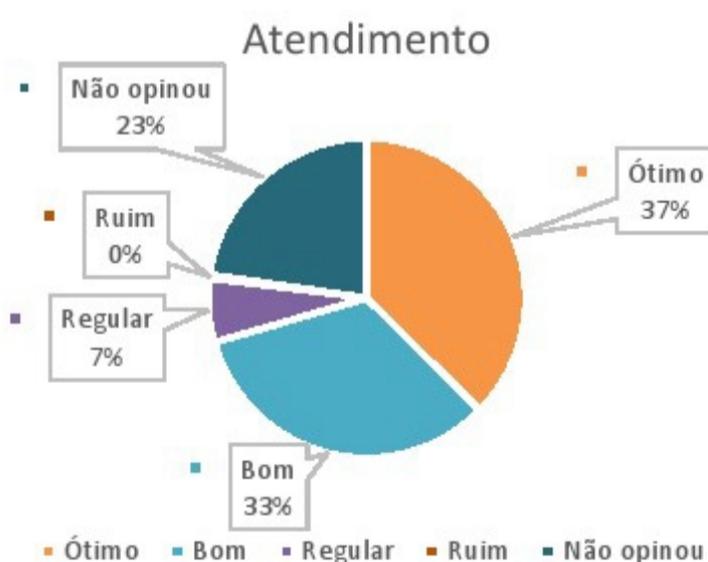
o) Avaliação da Alimentação



Quanto ao comércio de alimentação, segundo o gráfico, observa-se uma porcentagem de 38% que consideraram ótimo, seguido de 34% que avaliaram como bom, uma pequena parte de 6% regular e apenas 1% acharam ruim. 21% dos entrevistados não opinaram.



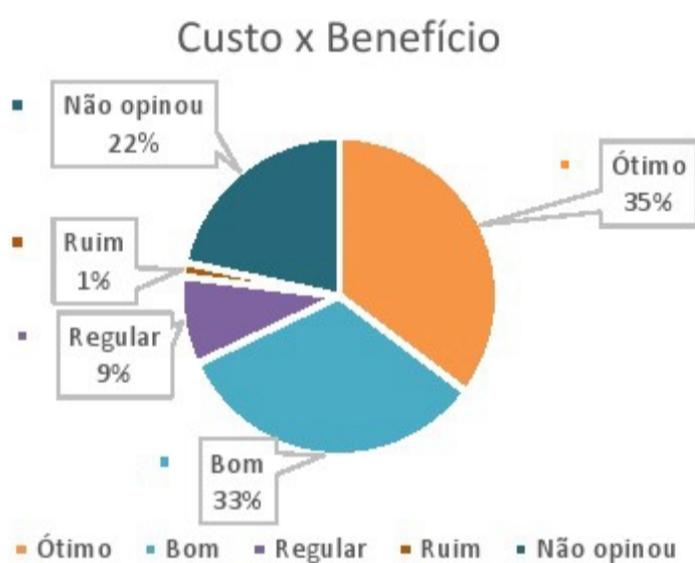
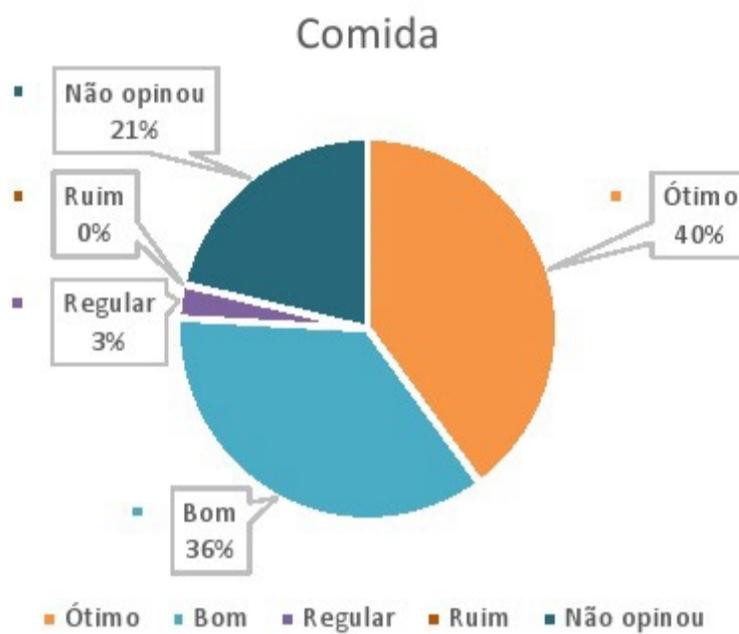
Averiguando as condições de limpeza dos estabelecimentos, o gráfico nos mostra que 22% dos turistas não opinaram, 35% avaliaram como ótima as condições de limpeza, uma porcentagem de 34% consideraram bom, 8% regular e apenas 1% acharam ruim.



No quesito atendimento, analisando o gráfico, verificamos que 23% não opinaram. Com relação aos opinantes, percebemos que ao opinarem sobre o atendimento há um equilíbrio entre a porcentagem de ótimo (37%) e de bom (33%),

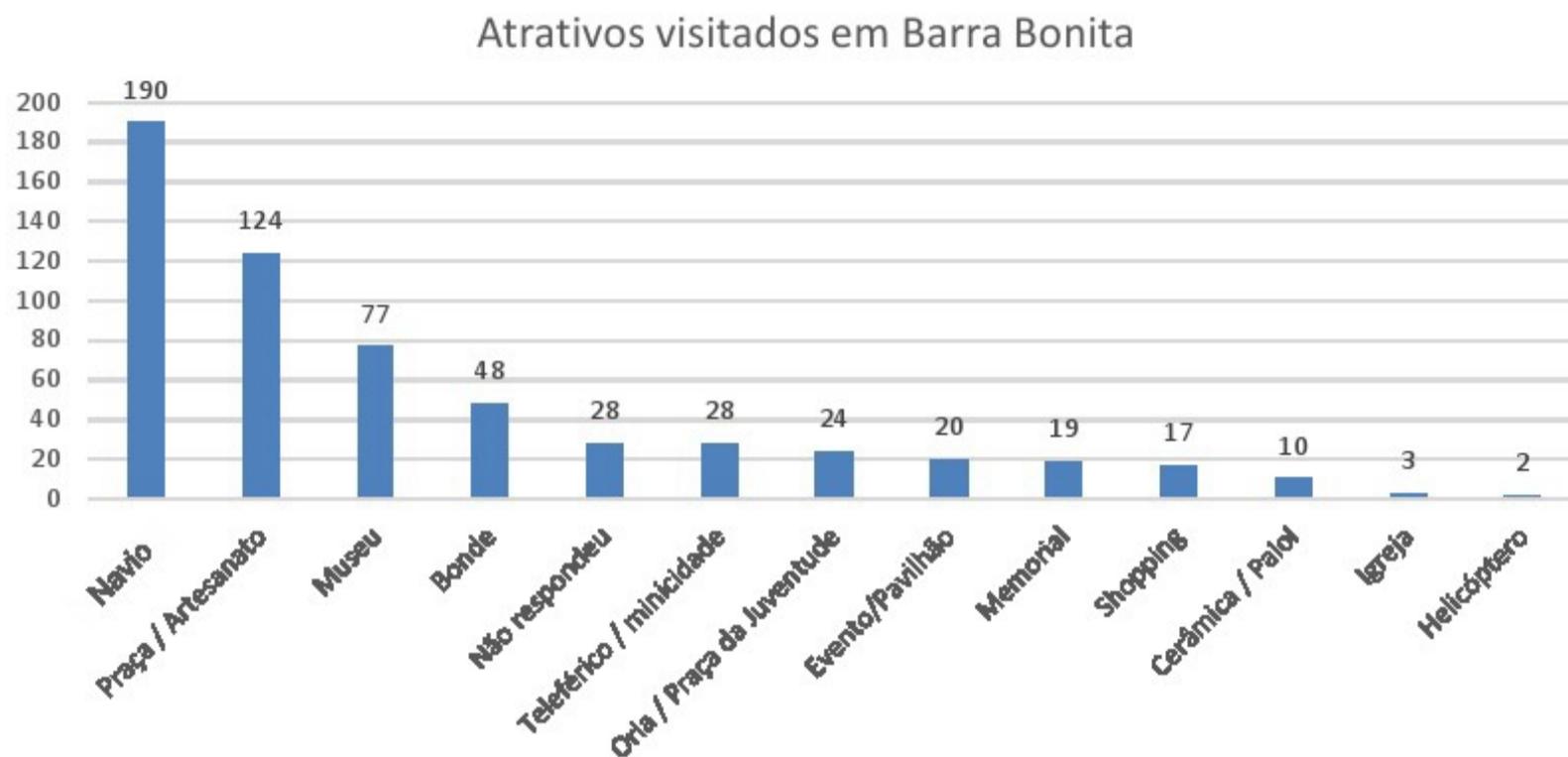
sendo que 7% dos respondentes consideraram regular.

Analisando as opiniões dos turistas quanto à comida servida nos estabelecimentos o gráfico nos mostra que 40% dos turistas acharam ótima, 36% boa e uma porcentagem pequena de 3% consideraram regular. Neste quesito 21% não opinaram.



Tendo em vista o custo x benefício do setor de alimentação, o gráfico demonstra que houve equiparidade entre os optantes ótimo (35%) e bom (33%), sendo que 9% responderam que o custo x benefício é regular e 1% ruim. No total de entrevistados, 22% não optou.

p) Atrativos de Barra Bonita



Ao analisarmos o gráfico, verificamos que o foco principal da visitação à cidade, fica por conta do passeio de navio (190) entretanto, outros pontos turísticos, como a praça de artesanato (124), o museu (77) e o bonde (48) também são bem visitados. Encontramos também a visitação ao teleférico (28), à orla (24), participação nos eventos do mês de setembro (20), ao memorial (19) e ao shopping (17). Vale citar que mesmo em menor número, pontos como o paio (10), a igreja (3) e o helicóptero (2) também foram citados.

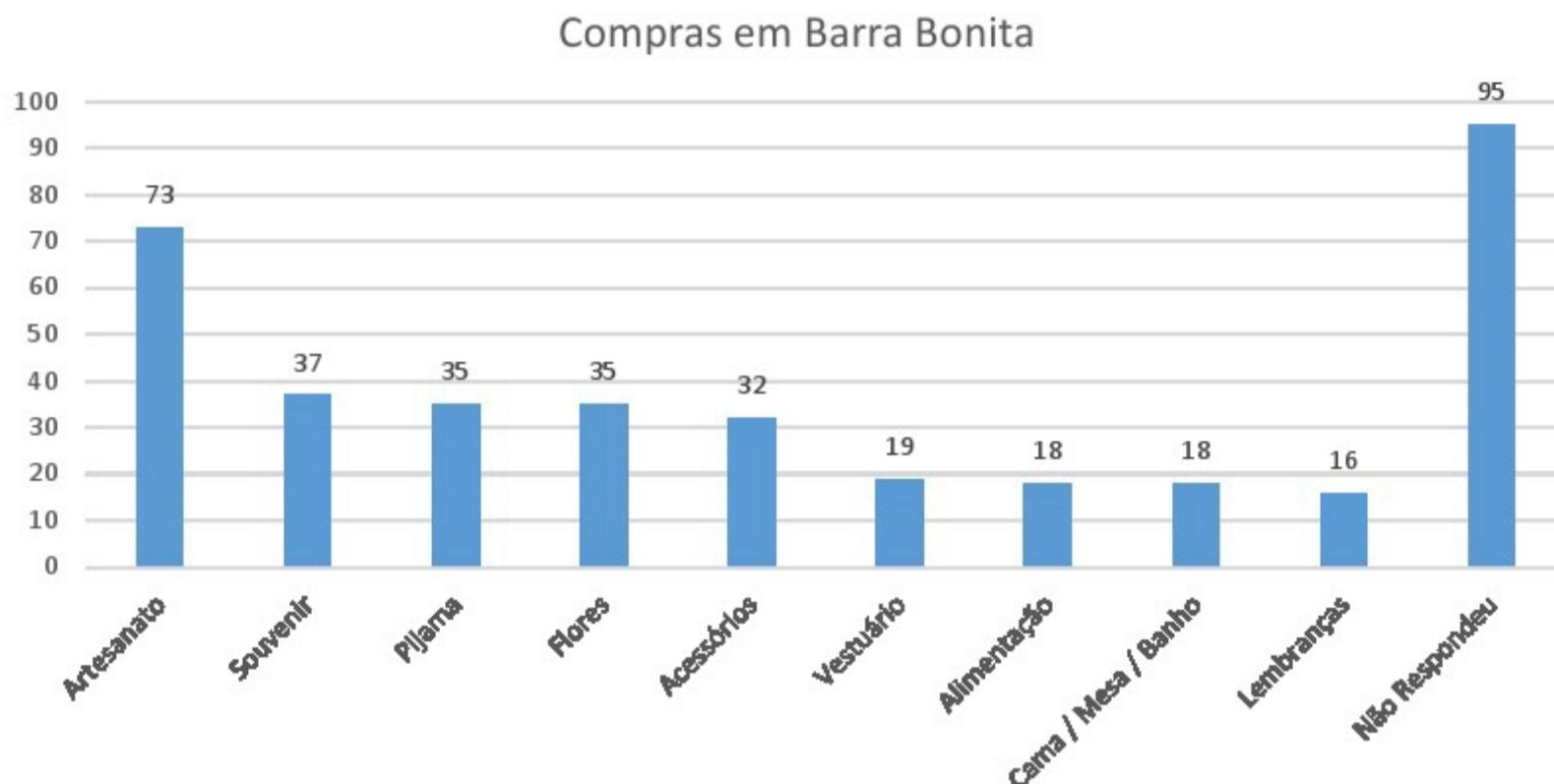


q) Atrativos da Região



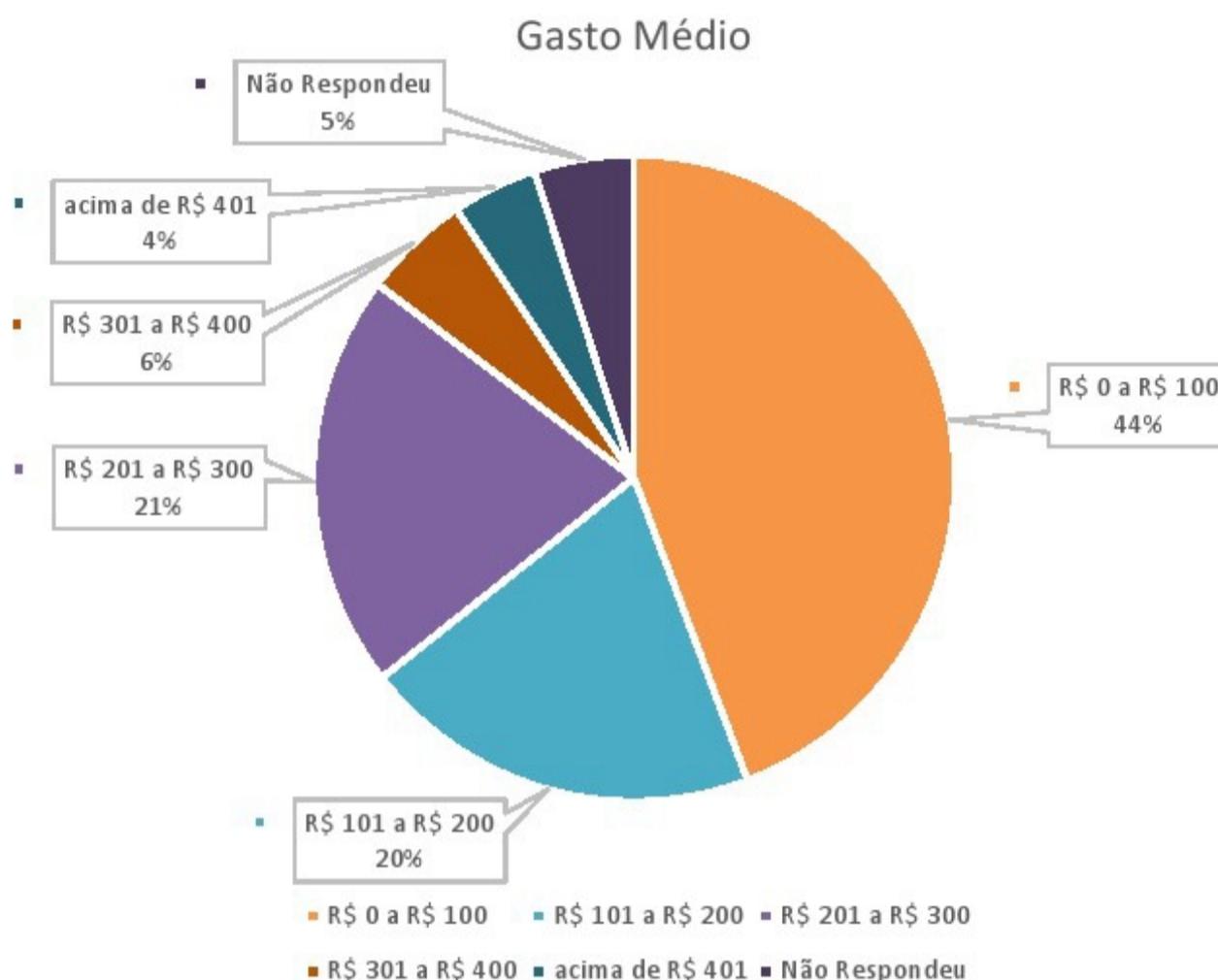
Quanto aos atrativos visitados nas cidades da região, a grande maioria não respondeu à questão (219), sendo que do restante dos respondentes, houve preferência pelo território do calçado em Jaú (42), ficando as outras cidades da região, com o total de 17 referências. Mas especificamente, Brotas com 5, Águas de São Pedro e Ibitinga com 4 cada, Lençóis Paulista e Igarapu do Tietê com 2 citações cada. Provavelmente o índice de “não respondeu” se refere as pessoas que não visitaram os atrativos da região.

r) O que comprou



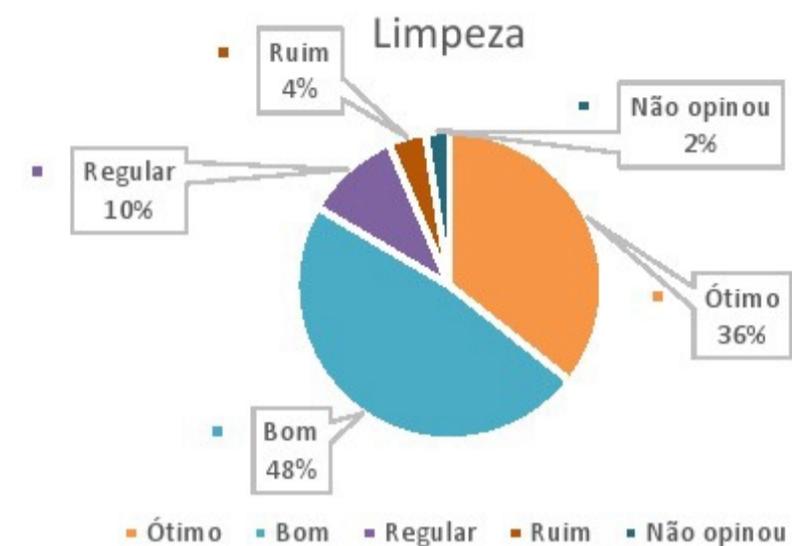
Ao analisarmos o gráfico em relação a que tipo de compras o turista realiza na cidade, desponta nas respostas o artesanato local (73), entretanto compras de souvenir (37), pijamas e flores (35 cada) e acessórios (32) também são bem citadas, seguidas do vestuário (19), alimentação e cama/mesa/banho com 18 respostas cada e lembranças com 16. Nesta questão 95 pessoas não responderam. Provavelmente o índice de “não respondeu” se refere as pessoas que não compras em Barra Bonita.

s) Gasto Médio por dia

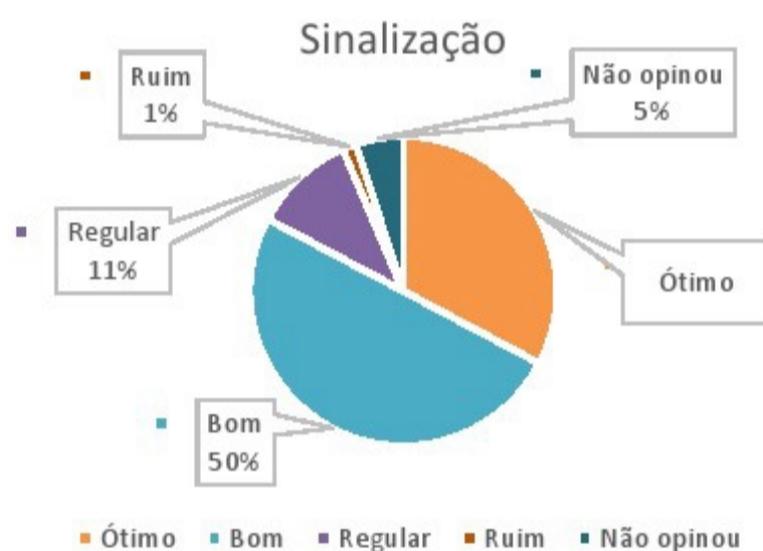


Analisando-se o gasto médio dos turistas durante sua estadia, percebe-se que a maior parte dos entrevistados (44%) gasta entre R\$ 0,00 a R\$ 100,00, o que se deve ao baixo índice de permanência e à baixa renda familiar dos visitantes, dados estes já analisados nos gráficos anteriores. Verifica-se que a faixa de R\$ 201 a 300 aparece com 21%, seguida da faixa de 101 a 200 com 20% das respostas. Em níveis menores, aparecem os gastos médios na faixa de 301 a 400 (6%) e acima de 401 com 4% das opções. À esta questão obteve-se um índice de 5% de turistas que não responderam.

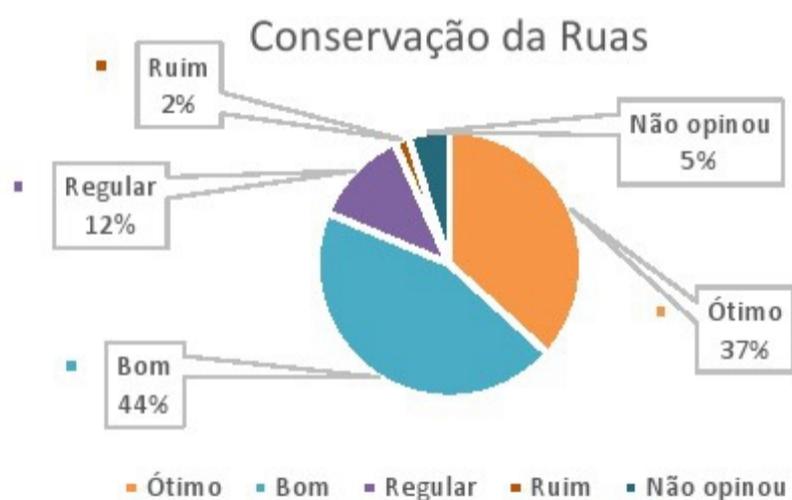
t) Avaliação da Infraestrutura Urbana



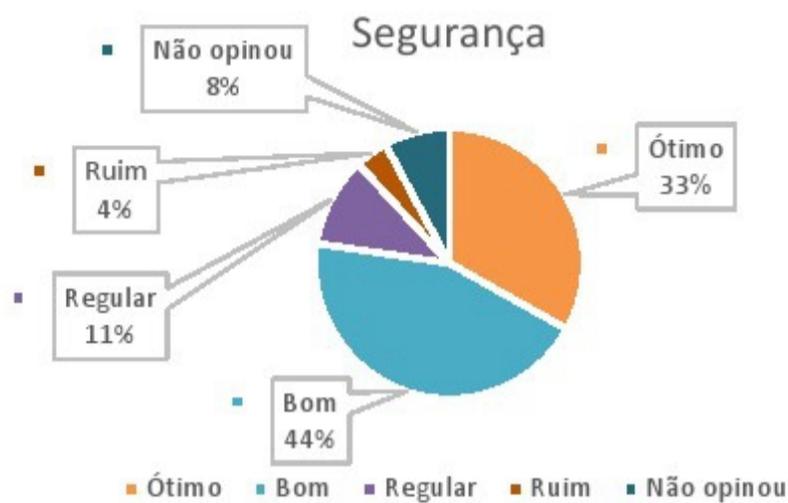
Quanto limpeza urbana a maioria 48% dos entrevistados consideram boa, seguidos 36% que acham ótima. Encontramos 10% que acham regular e 4% consideraram ruim. 2% dos entrevistados não opinaram.



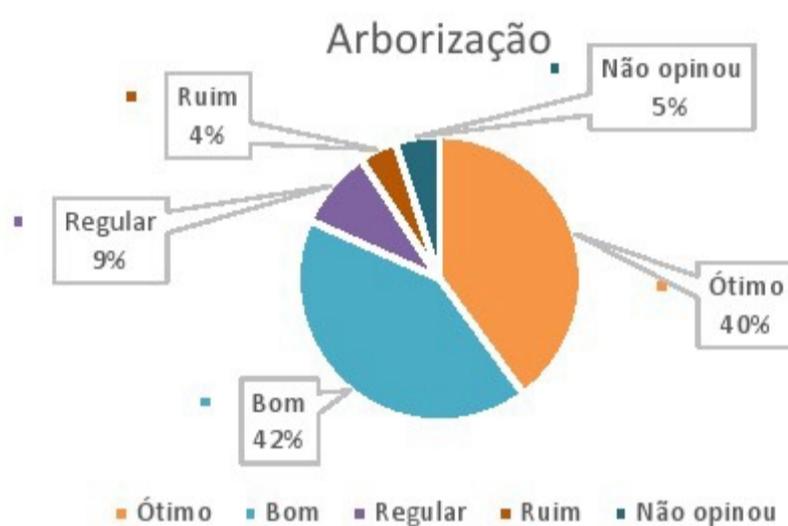
Segundo os respondentes, 50% consideraram boa a sinalização de rua, 36% ótima, 11% regular e 1% ruim, sendo que 5% não responderam à questão.



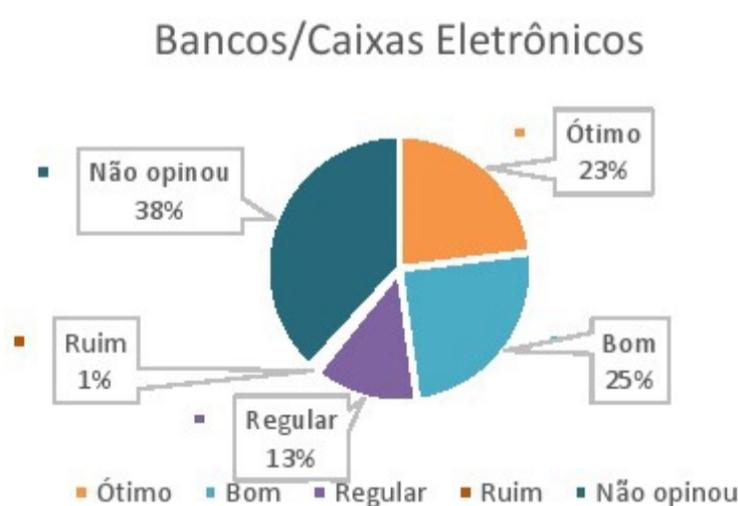
Em relação a conservação das ruas, percebemos que um índice de 44%, para a opção boa e ótima com 37%, 12% acham regular e 2% ruim. Neste quesito, 5% não opinaram.



Quanto segurança percebe-se 44% acharam boa e 33% ótima. com índices menores aparecem as opções regular com 11% e ruim com 4%, sendo que 8% dos entrevistados não responderam à questão.



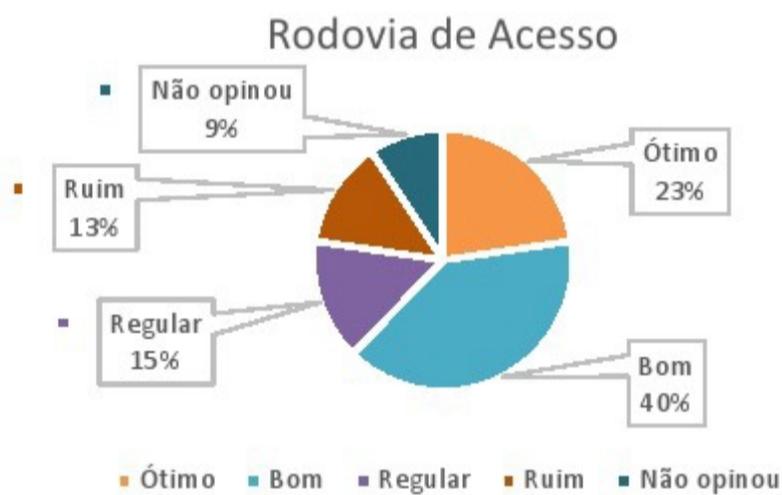
Quando à pergunta diz respeito à arborização da cidades encontramos uma equiparidade entre as opções boa (42%) e ótima (40%). Em menor índice aparecem regular com 9% e ruim com 4%. Nesta questão aparece um índice de 5% sem resposta.



Ao serem questionados sobre os bancos e caixas eletrônicos, 38% não opinaram. 23% consideraram bom, seguidos de 23% ótimo. Com 13% encontramos a opção regular e bem abaixo com 1% consideram ruim.

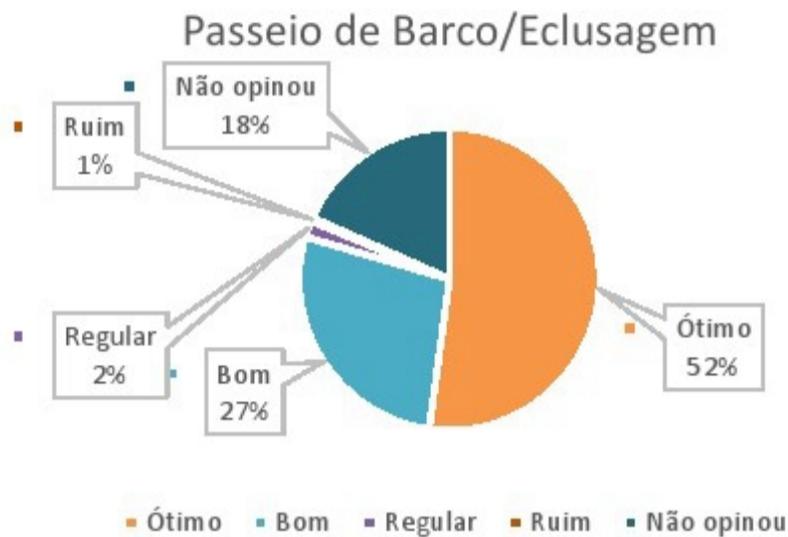


Averigando a questão do estacionamento, o gráfico nos mostra que 32% dos turistas acham bom, 25% ótimo, uma porcentagem de 15% regular e 8% consideram que o estacionamento está ruim. Neste quesito 20% não opinaram.

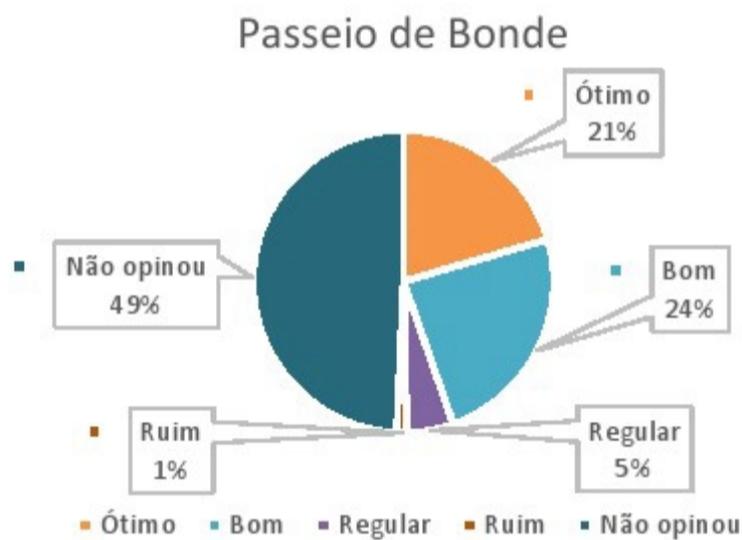


Quanto à rodovia de acesso, percebemos que 40% consideram boa, seguido de 23% que acham ótima. Com índices mais baixos porém equiparados temos 15% regular e 13% ruim. 9% dos entrevistados não responderam esta questão.

u) Apoio Turístico



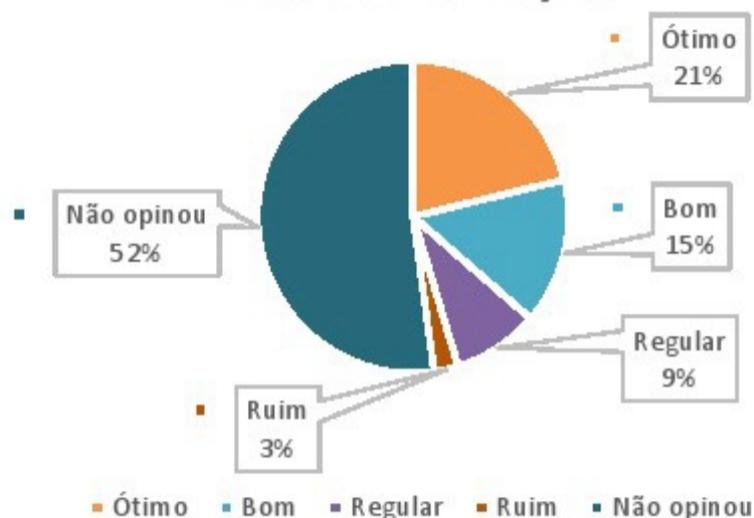
Neste gráfico verificamos que 52% consideram ótimo o apoio turístico no barco, seguido de 27% que acham bom. Um índice bem menor é verificado na opção regular (2%) e ruim (1%). Neste item 18% não opinaram.



Quanto ao passeio de bonde, 24% consideraram bom, 21% ótimo e em menor número obtivemos 5% regular e 1% ruim.

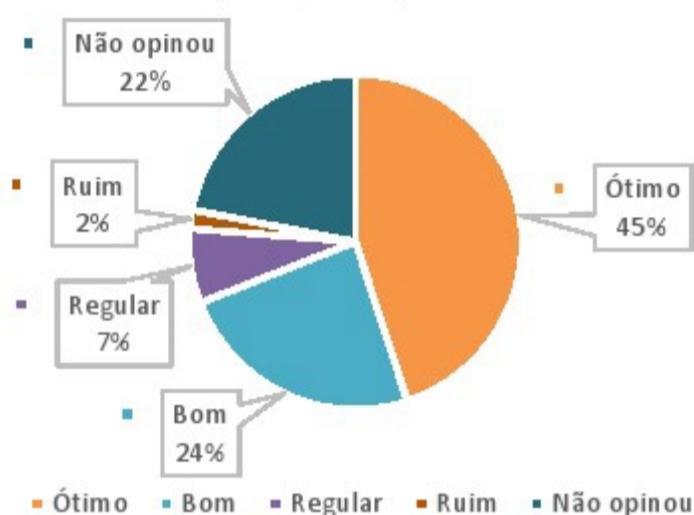
O índice de 49% que não opinaram se dá provavelmente por não terem realizado o passeio.

Posto de Informações



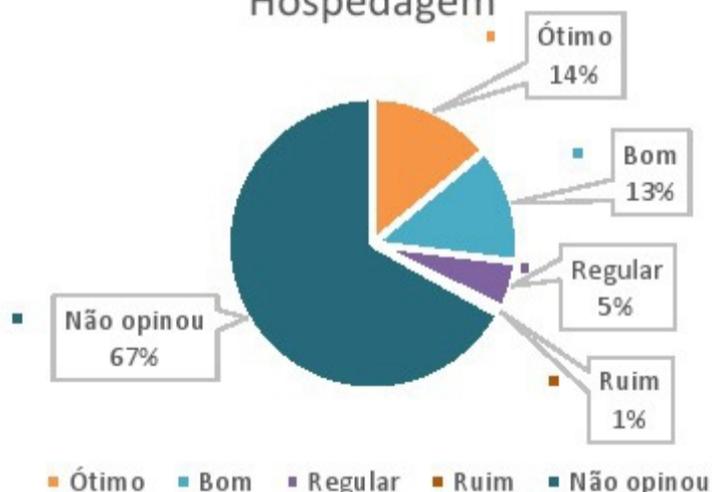
Analisando o gráfico do apoio no posto de informações, 52% dos entrevistados não responderam. Sendo que dos respondentes, 21% acharam ótimo, 15% bom, 9% regular e 3% consideraram ruim.

Receptivo/Hospitalidade

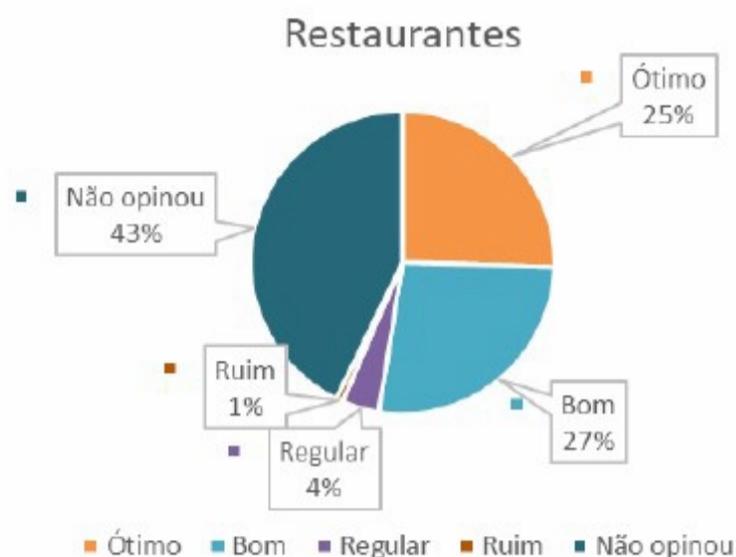


Quanto ao receptivo/hospitalidade, a maioria (45%) considerou ótimo. Na sequência temos 24% que acharam bom, 7% regular e apenas 2% ruim. O índice dos entrevistados que não opinaram foi de 22%.

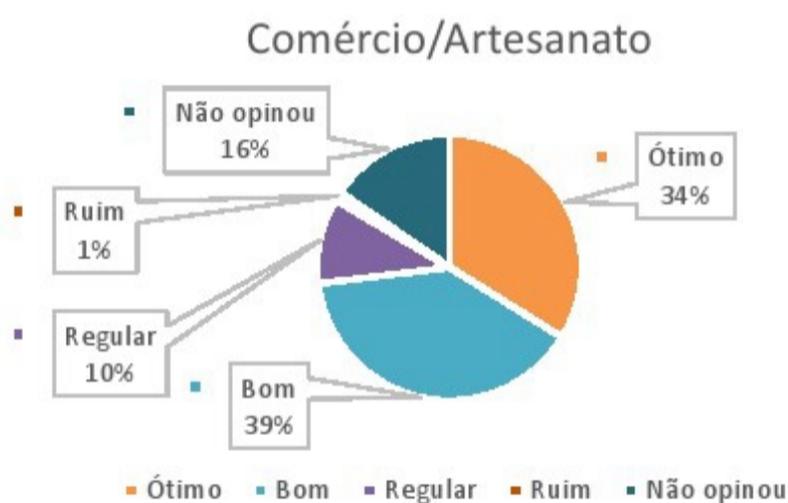
Hospedagem



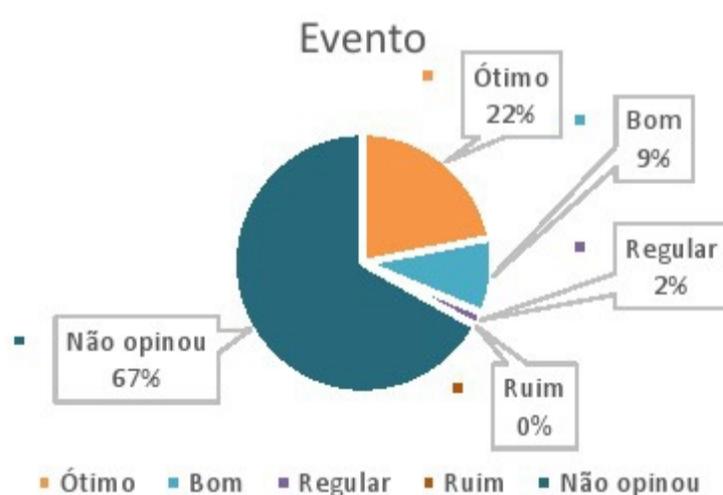
No gráfico da hospedagem, verificamos um índice praticamente igual entre os turistas que opinaram por ótimo (14%) e bom (13%) em relação ao apoio turístico nesta área. Verificamos um índice bem menor nas opções regular (5%) e ruim (1%). Nesta questão 67% não opinaram, pois como verificado anteriormente o número de turistas que se hospedam é baixo.



Quanto ao apoio turístico nos restaurantes, 43% não opinaram, 27% consideraram bom, 25% ótimo, 4% regular e apenas 1% ruim.



No comércio, os turistas consideraram o apoio turístico na grande maioria como bom (39%) e ótimo (34%). Em menor índice (10%) regular e (1%) ruim. Neste quesito 16% não opinaram.



Quanto aos eventos realizados no mês de setembro, 67% dos entrevistados não responderam a questão, provavelmente porque não participaram dos eventos. Dos respondentes, 22% consideraram ótimo, 9% bom e 2% regular.



Bibliografia

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NB 1350** – Normas para elaboração de plano diretor. Rio de Janeiro, 1991.

PREFEITURA DE BARRA BONITA. Disponível em: <<http://barrabonita.sp.gov.br>>. Acesso em: 20 nov. 2017

NAVEGAÇÃO FLUVIAL MÉDIO TIETÊ - NOSSA HISTÓRIA. Disponível em: <<http://www.barrabonitasp.com.br>>. Acesso em 10 nov. 2017

PRIMAR NAVEGAÇÃO. Disponível em: <<http://www.primarnavegacao.com.br>>. Acesso em: 15 nov. 2017

O SITE OFICIAL DO TURISTA 2018. Disponível em: <<http://barrabonitatur.com.br>>. Acesso em: 05 jan. 2018

LIVRO - 100 ANOS DE HISTÓRIA. BARRA BONITA. Disponível em: <<https://barrabonita.sp.gov.br/?page=livro-100-anos-de-historia>>. Acesso em: 01 nov. 2017

ACERVO DE DADOS EM SEGURANÇA PÚBLICA. Disponível em: <http://produtos.seade.gov.br/produtos/perfil/notas_acervo.php>. Acesso em: 05 nov. 2017

INFOGRÁFICOS: DESPESAS E RECEITAS ORÇAMENTÁRIAS E PIB. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/barra-bonita/panorama>>. Acesso em: 05 nov. 2017

ÁREA DA UNIDADE TERRITORIAL: ÁREA TERRITORIAL BRASILEIRA. Rio de Janeiro: IBGE, 2017

ÁREA DA UNIDADE TERRITORIAL. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/cartografia/default_territ_area.shtm>. Acesso em: 20 jun. 2017

Xumbury. Disponível em: <<http://www.xumbury.com.br>> Acesso em: ago. 2017



Cerâmica Barra Bonita. Disponível em:
<www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/americadosul/brasil-barra_bonita-artesanato.shtml>. Acesso em: 15 ago. 2017