



Observatório do Turismo
e Eventos de Barueri

O PERFIL DO TURISTA QUE SE HOSPEDA EM BARUERI

2014

O perfil do turista que se hospeda em Barueri e sua percepção em relação aos principais atrativos e serviços ofertados pelo município no ano de 2014

Membros da equipe de pesquisadores

Coordenação Geral

Vilma Moreira Ferreira

Gabrielle Cifelli

Coordenação de equipe

Antonio Carlos Colli

Elsa De Toni Fonseca

Coordenação de Comunicação

Antonio Carlos Colli

Equipe de pesquisadores responsáveis pela coleta dos dados

Amanda Cristina de Almeida

Fabiana dos S. Passos

Antonio Carlos Colli

Hayssa Cristina Giusti

Bianca Macedo Freitas

Heloisa Honório de Jesus

Bruna Murback

Igor Jovaneli Chebl

Camila Montanari

Marcella Peres Braum

Carolina Miranda

Melina de Toni Fonseca

Cintia pereira Barbosa

Natalia Barbosa

Danilo Sestario

Rosilda José Rodrigues

Daniel Ganen

Thays Carolina do Carmo

Edileusa Xavier Ishimoto

Thiago de Souza Teixeira

Elsa De Toni Fonseca

Apresentação

O desenvolvimento do Observatório de Turismo e Eventos de Barueri como um núcleo de estudos e pesquisas sobre a dinâmica do turismo na cidade tem como intuito nortear as ações e planejamento, gestão e promoção do turismo no município, visando a conquista de melhorias qualitativas em sua oferta turística e nos serviços oferecidos pelo *trade* turístico.

As pesquisas realizadas pelo Observatório são fontes importantes para a avaliação do desempenho da atividade turística em Barueri, se constituindo em uma importante base de dados, informações e análise do turismo que servem de referência tanto ao setor público como aos agentes de mercado para a organização e a promoção da atividade.

A busca pela concretização destes propósitos resultou na realização da pesquisa “O perfil do turista que se hospeda em Barueri e sua percepção em relação aos principais atrativos e serviços ofertados pelo município no ano de 2014”, efetuadas pelos alunos-pesquisadores do curso de Eventos da FATEC- Barueri, sob a supervisão e coordenação dos docentes vinculados ao Observatório de Turismo e Eventos da cidade no sentido de dimensionar a relevância econômica da atividade, o perfil socioeconômico dos turistas que se hospedam em seus hotéis e as motivações que o levaram a permanecer por mais de um dia em Barueri.

Finalizada esta etapa, que envolveu a coleta e interpretação de dados quantitativos e qualitativos a partir da aplicação de questionários aplicados a mais de 270 turistas entrevistados em toda a rede hoteleira de Barueri ao longo do ano de 2014, pretende-se divulgar os resultados obtidos para que tais análises viabilizem a promoção de melhorias qualitativas no setor, reforçando as suas potencialidades e identificando e minimizando as suas fragilidades. Tais medidas visam promover a ampliação da oferta turística do município e a gestão participativa do turismo, resultando em benefícios econômicos e sociais aos munícipes e na projeção da cidade como um destino receptor de excelência no Estado de São Paulo.

Introdução

O município de Barueri localiza-se na região metropolitana de São Paulo, considerada o maior pólo de geração de riqueza do país por concentrar a sede e parte considerável das unidades produtivas das principais corporações nacionais e multinacionais que operam no Brasil. Esta região também se configura como um grande centro financeiro de relevância internacional, sendo, portanto, o principal lócus de concentração de riqueza e de geração de empregos do país, concentrando grande parte de suas atividades produtivas, principalmente no setor industrial, comercial e de serviços.

Barueri, por distar apenas 25 Km da cidade de São Paulo, se tornou, desde meados dos anos setenta, um dos principais pólos de concentração industrial e de serviços do Estado de São Paulo . A construção do complexo residencial de Alphaville, em meados dos anos setenta e a sua transformação mais recente em um parque empresarial, provocou um grande dinamismo econômico no município, resultando na atração de empresas de portes variados e de atividades comerciais e de serviços que atendem as demandas dos munícipes e da população residente nos municípios vizinhos. Nas duas últimas décadas o município se transformou em um dos mais importantes centros de geração de emprego e renda do Estado de São Paulo e do Brasil, possuindo o PIB de R\$ 31,93 bilhões, segundo estimativas do IBGE (2013) que faz com que este seja considerado um dos mais importantes centros de geração de riqueza do país, mantendo a “16ª posição no ranking nacional e a 5ª do estado”¹.

A proximidade de Barueri com a cidade de São Paulo, interligadas pela Rodovia Castelo Branco, que liga São Paulo ao interior do Estado e pelo Rodoanel, que promove a interligação do município com os demais centros urbanos da região metropolitana são um dos fatores de atração de investimentos em atividades produtivas diversas e de empreendimentos imobiliários voltados para a atração da população residente que possui vínculos empregatícios em Barueri, São Paulo e nos

¹ Informações extraídas de: FERREIRA, Renato. PIB: Osasco e Barueri estão entre as 20 cidades mais ricas do país. In: **Quintal da notícia**, 18 de dezembro de 2013. Disponível em: <http://quintaldanoticia.com.br/2013/12/18/pib-osasco-e-barueri-estao-entre-as-20-cidades-mais-ricas-do-pais/>, acessado em : 5 de fevereiro de 2015.

municípios vizinhos. A política de incentivos fiscais promovida pelo poder público municipal e a oferta de infraestrutura, estabelecimentos comerciais e de serviços públicos e privados diversos na área de educação, saúde, alimentação, finanças, transportes entre outros, amplia as vantagens competitivas do município na atração de empresas e pessoas e na geração de emprego e renda, resultando em melhorias das condições socioeconômicas de seus habitantes.

A concentração geográfica de unidades produtivas e administrativas de empresas de porte e ramos de atividade variados tem impulsionado a atração de unidades hoteleiras de bandeiras internacionais para ampliar a capacidade do município de atender a um público crescente de turistas que se hospedam em Barueri para participar de reuniões de negócios, eventos corporativos, cursos, entre outras atividades organizadas, principalmente, pelas corporações sediadas no município ou nas cidades vizinhas.

A proximidade de São Paulo e a facilidade de acesso à Barueri por diversos meios e vias de transporte viabiliza os investimentos no setor de hotelaria, atualmente em expansão no município e, ao mesmo tempo, suscita uma série de atividades acessórias que dinamizam o fluxo turístico em Barueri e em suas adjacências, como em equipamentos de restauração, transporte, cultura e lazer, eventos de tipologias variadas e estabelecimentos comerciais que atendam às necessidades de consumo desta população flutuante. Por outro lado, o crescimento do fluxo de turistas que se hospedam na cidade demanda uma série de desafios ao poder público com o sentido de promover os atrativos turísticos do município e oferecer melhorias qualitativas na infraestrutura e nos serviços destinados ao atendimento deste público, de forma a oferecer uma estada agradável ao turista, promover e valorizar as referências históricas e culturais do município e ampliar a geração de emprego e renda para os profissionais que atuam no *trade* turístico e nas atividades que dão suporte à atividade, por meio da ampliação dos gastos dos turistas na rede comercial e nos serviços ofertados localmente, no aumento do tempo de permanência deste no município e na atração de um número cada vez mais significativo de turistas que explorem as mais diversas potencialidades econômicas, culturais e naturais de Barueri e da região metropolitana de São Paulo, como um todo.

Diante deste desafio, esta pesquisa teve como objetivo efetuar um levantamento do perfil do turista que se hospeda em Barueri, procurando compreender o seu perfil socioedemográfico, as motivações que o levaram a visitar a cidade, os meios de transporte utilizados para chegar em Barueri, bem como a divisão de gastos efetuados no município ao longo de sua estada. Por fim, avaliou-se as percepções do público em sua estada em Barueri em relação aos atrativos turísticos visitados e à infraestrutura, serviços e equipamentos culturais e de lazer existentes. Este levantamento foi efetuado pelos alunos do curso de Eventos da Fatec –Barueri vinculados ao Observatório do Turismo e Eventos de Barueri, por meio da aplicação de questionários aplicados nas unidades hoteleiras do município aos turistas que se hospedaram na cidade. A tabulação dos resultados obtidos a partir da aplicação de 270 questionários possibilitou efetivar uma análise dos aspectos qualitativos do município que ampliam seu teor de atratividade, bem como dos aspectos negativos apontados pelos turistas que geram entraves ao desenvolvimento turístico do município.

O período de coleta ocorreu durante os meses de maio, junho, setembro, outubro e novembro nos hotéis de Barueri nos seguintes hotéis: Ibis Tamboré, Ibis Budget, Comfort, Radisson Alphaville, Sequoia, Lummina hotel e Quality Suítes Alphaville, por serem responsáveis pela oferta hoteleira que atende a demanda do município e das cidades vizinhas. Nos meses de dezembro e janeiro os dados coletados foram devidamente tabulados e analisados, embasando o relatório final desta pesquisa que contribuirá para a promoção de melhorias do planejamento e gestão do turismo no município de Barueri.

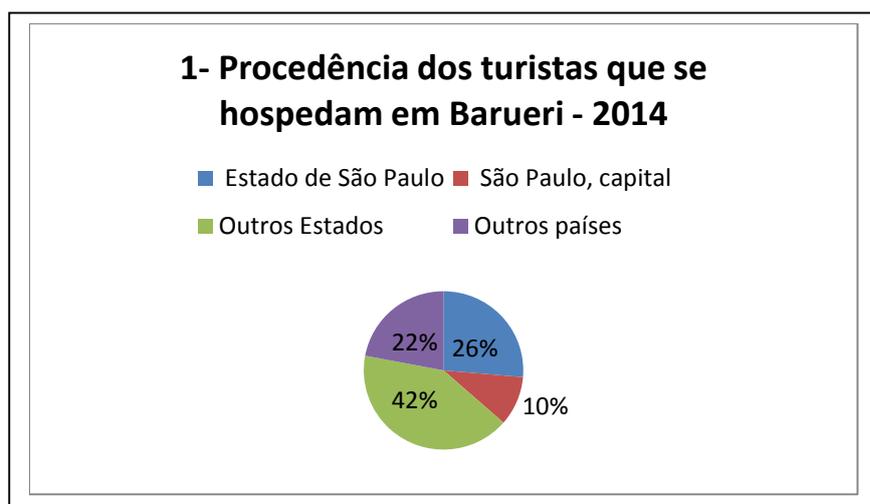
Perfil sociodemográfico do turista e hábitos de viagem

Segundo a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001), o conceito de turismo envolve “as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras²”. Em geral, durante a sua estada no local visitado o turista pernoita no local e se utiliza de algum meio de hospedagem

² Organização Mundial do Turismo. *Introdução ao Turismo*. Madrid, 2001

disponível no destino. Portanto, a existência destes meios de hospedagem que atendam a demanda turística local constituem-se em um dos fundamentos que asseguram a viabilidade do turismo e a permanência do turista no destino selecionado por mais tempo. Neste sentido, Barueri atende a demanda local, porém, a oferta hoteleira envolve diárias a médio e alto custo, que se enquadram em uma estimativa de gastos que variam em média de R\$ 150,00 a R\$ 700,00³ a diária, não havendo praticamente opções de hospedagens econômicas como pousadas, *hostels*, *bed and breakfast*, pensões entre outras, o que limita a permanência na cidade de turistas com poder aquisitivo mais baixo.

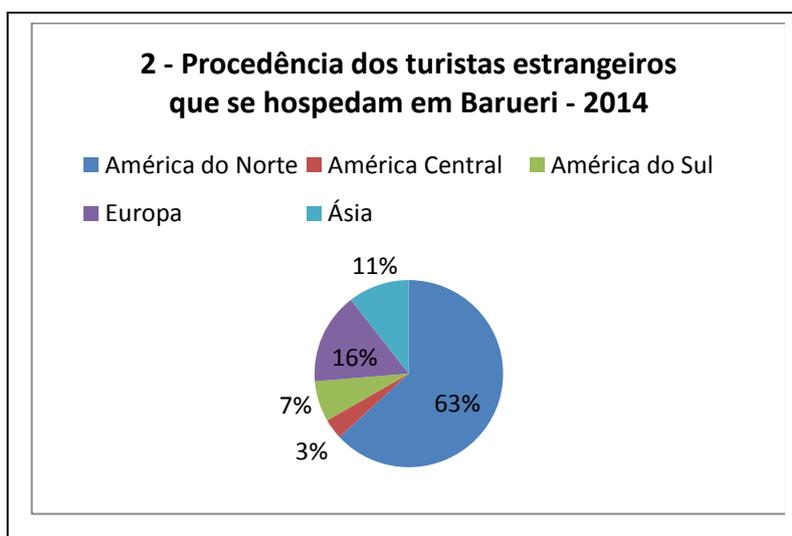
Diante da oferta hoteleira disponível no município cabe analisar a procedência do turista que se hospeda em Barueri e o perfil socioeconômico deste. De acordo com os dados apresentados pelos turistas, constata-se que a maior parte dos hóspedes (42%) provém de outros estados brasileiros, com maior expressão de Minas Gerais e Rio de Janeiro, estados vizinhos a São Paulo, mas também, nota-se um número expressivo de turistas estrangeiros (22%) e de turistas procedentes de cidades do Estado de São Paulo (26%). Mesmo estando geograficamente próxima ao município de São Paulo, 10% dos hóspedes provém da capital paulista. Esta opção pode estar relacionada ao tempo gasto com deslocamento entre algumas regiões da cidade em Barueri, que pode levar horas, de acordo com o horário de partida e chegada do local de origem ao de destino.



³ Os dados apresentados envolvem uma estimativa média de valores de diárias que podem variar de acordo com as datas e tipos de quartos selecionados pelos clientes. Esta média de valores se baseia em uma pesquisa de opções e preços de hospedagem em Barueri disponível no site: WWW.booking.com e por meio de pesquisas realizadas nos sites oficiais das unidades hoteleiras analisadas.

É válido ressaltar que mesmo não dispondo de atrativos turísticos de relevância nacional, o número de turistas provenientes de outros Estados brasileiros é o mais expressivo, portanto, atesta-se que o turismo de negócios e eventos seja o principal fator de atração destes a Barueri, como ocorre com a cidade de São Paulo e as demais cidades do Estado que possuem uma relevância econômica nacional.

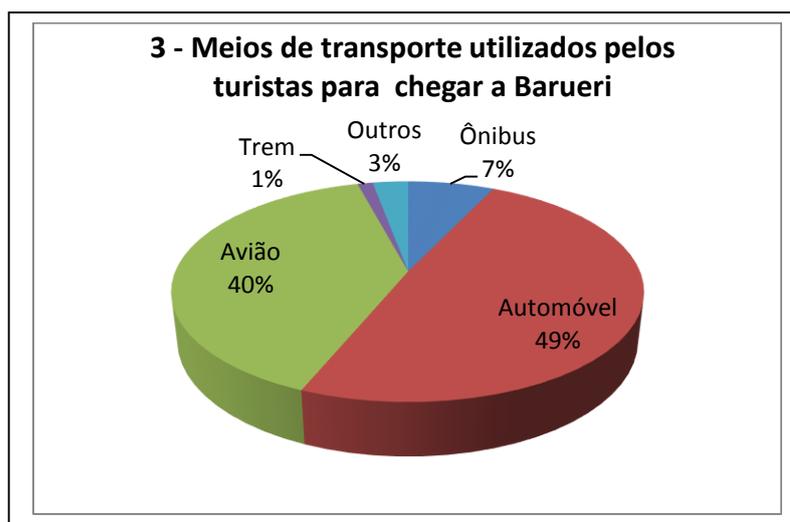
Dos 270 entrevistados, 60 eram provenientes de outros países, sendo que a metade destes turistas procedia dos Estados Unidos. A América do Norte configura-se como a região de maior fluxo emissor de turistas para Barueri (63%), principalmente, por conta do número expressivo de estadunidenses. Na figura a seguir é possível observar melhor os principais destinos emissores:



Os países europeus se encontram em segundo lugar, com a emissão de 16% dos turistas estrangeiros. Tanto os Estados Unidos quanto os países da Europa Ocidental já figuram como os principais destinos emissores de turistas no mundo. Este dado apenas reforça a relevância de Barueri como um importante destino de estrangeiros que se hospedam na cidade para participar de reuniões e eventos corporativos promovidos por empresas nacionais ou estrangeiras de relevância nacional e internacional que possuem unidades produtivas ou administrativas em Barueri, principalmente, nos polos empresariais de Alphaville e Tamboré. O número expressivo de turistas estrangeiros demanda uma série de iniciativas por parte do poder público em adaptar o município para recepcionar este público com sinalização e materiais de divulgação do município em língua estrangeira, além da contratação de mão de obra

capacitada ao atendimento deste público, com fluência em inglês e outras línguas. Apesar da baixa expressividade do número de turistas provenientes da América do Sul, é importante salientar o potencial de países como o Chile e a Argentina como emissores de turistas ao Brasil. O intercâmbio comercial, cada vez mais significativo, entre ambos pode vir a demandar o fortalecimento dos negócios envolvendo empresas sediadas nestes países e elevar o potencial de atratividade de Barueri para a sua concretização.

Em relação aos meios de transportes utilizados pelos turistas para chegar a Barueri, observa-se o predomínio do uso do automóvel (figura 3), nos deslocamentos para a cidade, principalmente, daqueles que procedem da capital, do interior paulista e dos Estados vizinhos. A facilidade de vias de acesso explica, em grande parte este predomínio, já que a cidade se desenvolve às margens da rodovia Castelo Branco e do Rodoanel, facilitando a circulação destes turistas.



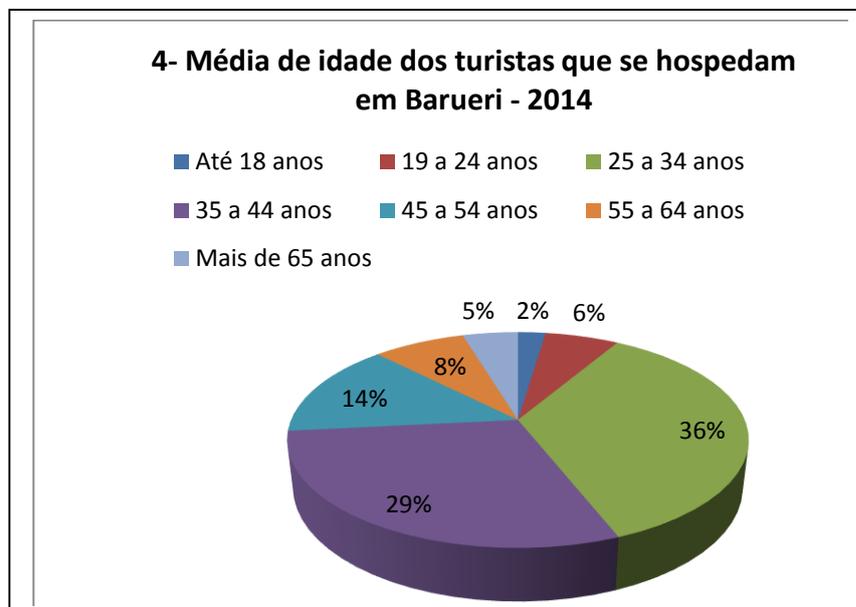
Por outro lado, é também expressivo o número de turistas que utilizam o avião e o automóvel para chegar à cidade, como os turistas estrangeiros, que correspondem a quase um terço dos entrevistados e daqueles provenientes de municípios geograficamente mais distantes. Em geral, ao chegarem aos aeroportos mais próximos a Barueri, estes turistas se utilizam do transporte fretado pelas empresas, do serviço de taxis ou da locação de veículos para se deslocarem ao município. A dificuldade em chegar à cidade a partir do uso do transporte coletivo devido à falta de integração dos meios de transporte público, como o trem metrô e ônibus, a falta de vias de acesso destes meios de transporte aos aeroportos e o déficit de linhas de

ônibus intermunicipais que promovem a interligação entre os principais terminais de acesso rodoviário, aviários e ferroviários e a cidade explicam, configuram-se como um dos fatores que justificam o uso predominante do automóvel neste deslocamento, acarretando em um tempo maior de deslocamento ao município em função dos congestionamentos freqüentes nas principais vias de acesso a Barueri. É válido ressaltar que apesar do município possuir um ramal ferroviário que interliga o centro da cidade aos municípios vizinhos e a diversas regiões de São Paulo, este meio de transporte ainda é muito subutilizado para o deslocamento dos turistas que visitam a cidade.

Em relação aos aeroportos utilizados para partidas e chegadas de turistas procedentes de outros países ou de Estados e cidades mais distantes, observa-se que mesmo estando geograficamente mais longe de Barueri, 58% dos turistas entrevistados que utilizaram o transporte aéreo desembarcaram no aeroporto de Guarulhos, frente a 32% de desembarques no aeroporto de Congonhas e 10% em Viracopos. O número de turistas estrangeiros e o maior número de voos e destinos interligados pelo aeroporto de Guarulhos aos demais aeroportos do país e do mundo explica a expressividade deste no número de partidas e chegadas. Estima-se que o aumento do número de voos e destinos ofertados com a ampliação do aeroporto de Viracopos possa reverter, em partes, esta tendência, facilitando o deslocamento dos turistas da cidade a este aeroporto.

Dos 14 turistas que utilizaram o ônibus para chegar à cidade, 5 chegaram pelo terminal Barra Funda, 5 o terminal Tietê e 4 o terminal de Barueri, demonstrando um certo equilíbrio destes no atendimento da demanda destes passageiros. Porém, este meio de transporte ainda é muito pouco utilizado pelos turistas que se hospedam nos hotéis do município.

Em relação ao perfil socioeconômico destes turistas, constata-se o predomínio de indivíduos do sexo masculino, correspondendo a 68% da demanda contra 32% de indivíduos do sexo feminino. Entre estes, 65% possuem de 25 a 44 anos, conforme demonstrado na figura 4.



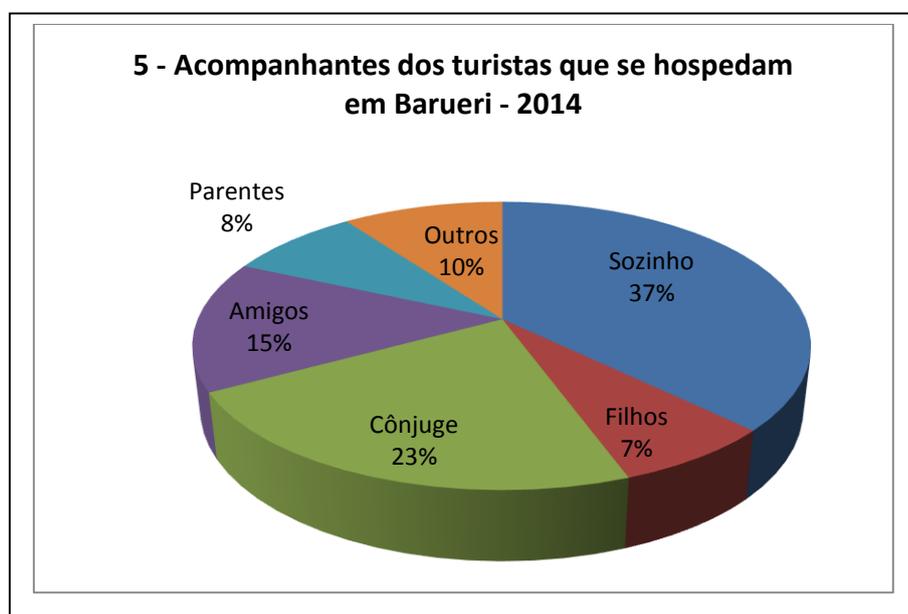
Considera-se, portanto, que a cidade atende a um público relativamente jovem, já que, em termos proporcionais, a maior parte dos entrevistados se enquadra na faixa-etária dos 25 aos 34 anos. Diante deste perfil, é importante que a cidade atenda aos interesses e expectativas deste público com a oferta diversificada de atrações de lazer e entretenimento, atividades culturais e possibilidades de consumo. Em termos gerais, os shoppings do município atendem parcialmente a esta demanda, mas é interessante que o poder público amplie o leque de opções e, principalmente, aprimore as estratégias de divulgação de eventos, locais de visitação e atividades que atendam aos interesses destes turistas.

Conforme constatado nas entrevistas, muitos hóspedes v o a São Paulo no período da noite e aos finais de semana para a utiliza o de seus equipamentos culturais, de lazer e entretenimento. Esta   uma dificuldade que não apenas Barueri, mas toda cidade localizada próxima a uma grande metrópole enfrenta. A dificuldade de competir com um leque mais amplo e diversificado de atra oes, locais de interesse e centros de consumo aumenta o desafio da gestão pública municipal em promover as atra oes e os atrativos da cidade e ampliar o número de op oes de lazer, cultura e entretenimento não são aos turistas, mas também aos municípios.

Em rela o   ocupa o, constata-se que a maior parte dos turistas   formada por assalariados (34%) e empresários (22%), seguido por profissionais aut nomos que correspondem a 15% do público. Este número significativo de empresários e assalariados correlaciona-se a uma das principais motiva oes das estadas em

Barueri, relacionada aos negócios, ao trabalho e à participação em eventos do que ao lazer, estudos e outros fatores.

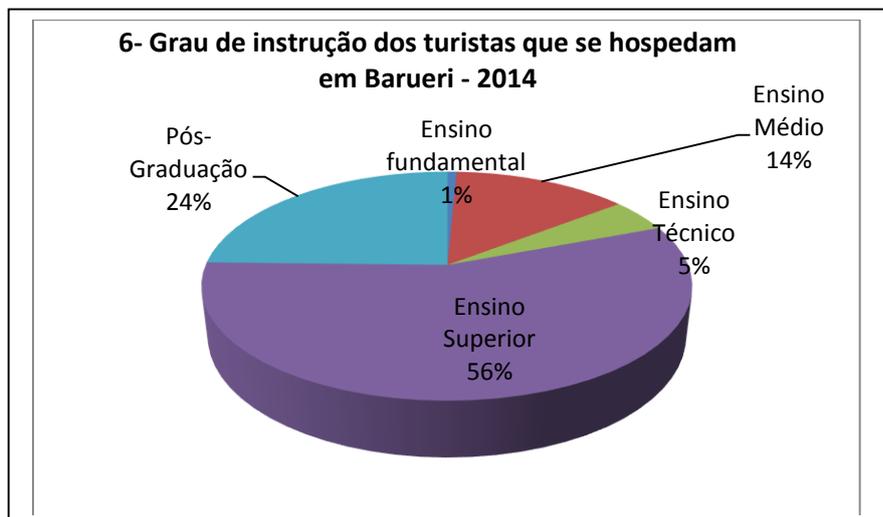
Os dados relativos ao estado civil destes turistas apontam que a maioria (52%) é composta de casados, mas também há um número expressivo de solteiros (41%). O número de divorciados e de viúvos é pouco expressivo correspondendo a 6% e 1% respectivamente. Ao estabelecer a correlação destes dados com aqueles relativos aos acompanhantes na viagem, constata-se que a maior parte dos turistas (37%) vêm sozinhos à cidade, porém, o número de pessoas acompanhados pelos cônjuges e filhos também é expressivo, correspondendo a 23% e 7% respectivamente, conforme observado na figura 5.



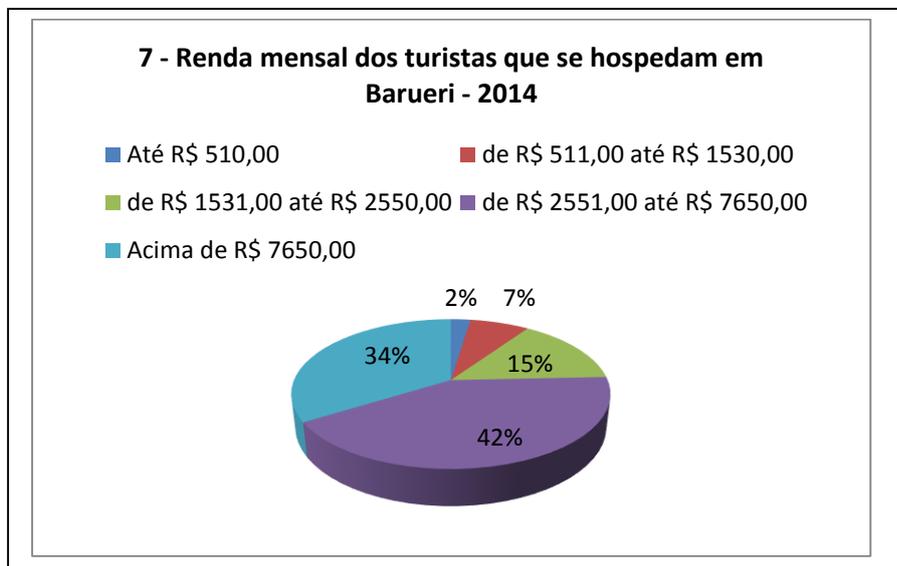
A partir da análise dos dados constata-se que 63% dos turistas que se hospedam em Barueri vêm acompanhados, o que leva a considerar que parte destes acompanhantes possui um tempo livre mais significativo que pode ser aproveitado no município. O desenvolvimento de estratégias para a captação deste público, composto, em parte, por mulheres que acompanham seus maridos nas viagens de negócios pode dinamizar o turismo no município e ampliar o percentual de gastos diários efetuados por estas pessoas nos estabelecimentos comerciais e de serviços existentes na cidade e a taxa de visitação aos seus atrativos turísticos. O maior conhecimento sobre a cidade e a ampliação das possibilidades de uso do tempo livre

in loco pode ampliar o desejo de retorno a este em ocasiões futuras e a captação de novos turistas por meio da divulgação boca a boca de suas potencialidades.

Com relação ao grau de instrução observa-se que mais da metade destes turistas (56%) possuem formação em nível superior, sendo que destes, 24% são pós-graduados, conforme constatado na gráfico 6.



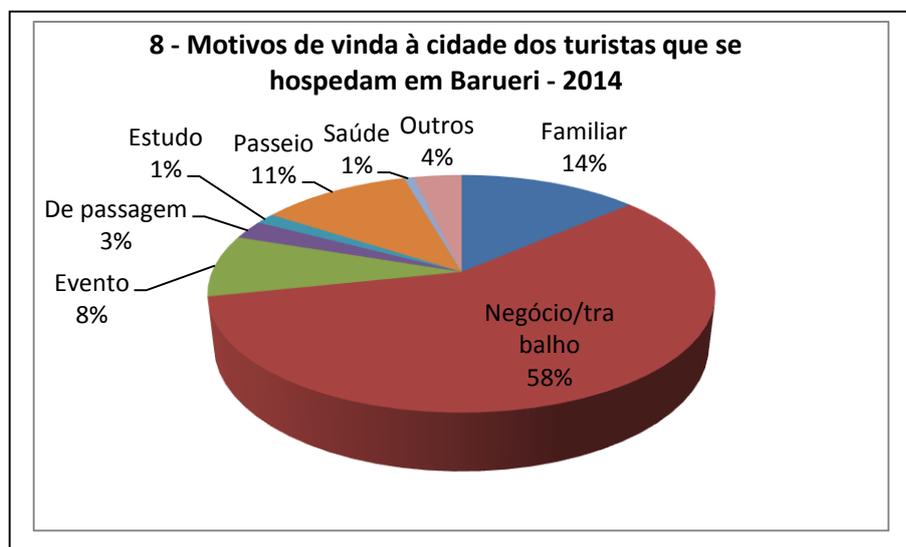
Neste sentido, constata-se que a maior parte dos turistas possui um grau de instrução elevado, resultando na maior possibilidade de possuírem um interesse mais significativo na visita aos atrativos e na participação em eventos culturais, ainda pouco conhecidos e visitados no município por este público. Considerando que o grau de instrução está, em grande parte, diretamente relacionado à sua renda mensal, pois, em geral, quanto maior é o grau de instrução, maior é a renda, constata-se por meio do resultado das entrevistas que o município recebe, principalmente, turistas de alta e média renda (figura 7), adequando-se ao perfil da oferta turística dos serviços oferecidos pelo município, principalmente, no setor de hospedagem e restauração que correspondem ao maior percentual de gastos efetuados durante a viagem.



Os resultados apresentados demonstram que a maior parte dos turistas que visitam Barueri possui um perfil que muitos municípios almejam para o fomento ao turismo, já que é formada por uma população flutuante instruída e detentora de um médio e alto poder aquisitivo, o que lhes permite valorizar as suas referências históricas e culturais e dinamizar o *trade* turístico local, constituído serviços e equipamentos destinados ao atendimento dos seus interesses e necessidades com potencial de gastos elevados em sua utilização. Por outro lado, cabe ressaltar que um público com este perfil é mais exigente no que concerne à qualidade do atendimento e dos serviços ofertados, levando a um maior desafio ao poder público e aos agentes de mercado na oferta qualitativa destes. Também é válido ressaltar a dificuldade de permanência em Barueri por um período mais longo de tempo dos turistas com renda mensal abaixo de R\$ 2550,00, que corresponde a 24% do público que se hospeda em Barueri, devido à falta de mais opções de hospedagem a preços econômicos, mais acessíveis a este perfil de público.

Entre os principais fatores motivacionais que levam o turista a se hospedar em Barueri, os dados apresentados reforçam a relevância do turismo de negócios como uma importante fonte de rendimentos para o município e para os agentes de mercado relacionados à dinamização e ao funcionamento e gestão deste segmento. Aproximadamente 58% deste público (figura 8) se hospeda na cidade por compromissos de negócios e trabalho, uma demanda decorrente da atuação das empresas localizadas no município. Isto não significa que este turista ocupe todo o seu tempo com o trabalho, podendo aproveitar o seu tempo livre com diversas outras atividades que podem ser realizadas no município ou até mesmo para conhecer os atrativos das cidades próximas utilizando-se dos equipamentos de hospedagem

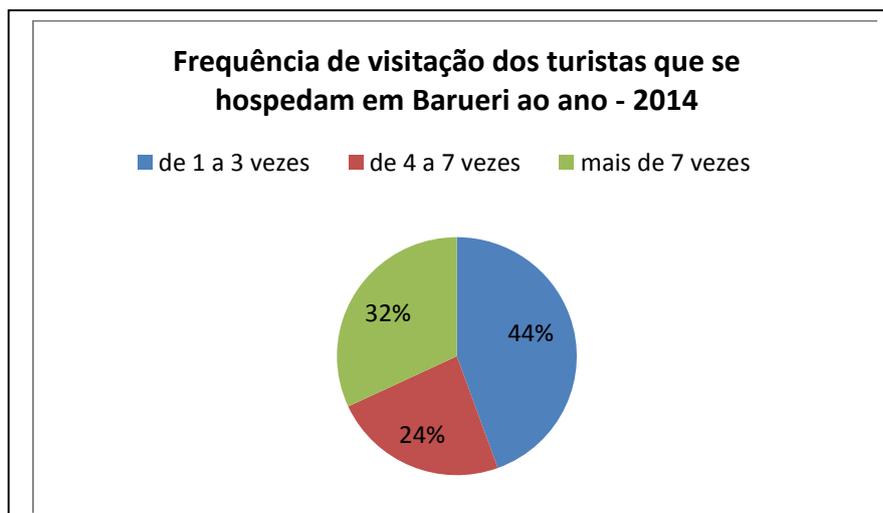
localizados no município. Quanto maior a oferta de atividades, equipamentos e serviços, maior tende a ser o tempo de permanência deste turista na cidade para além daquele dedicado aos compromissos de trabalho.



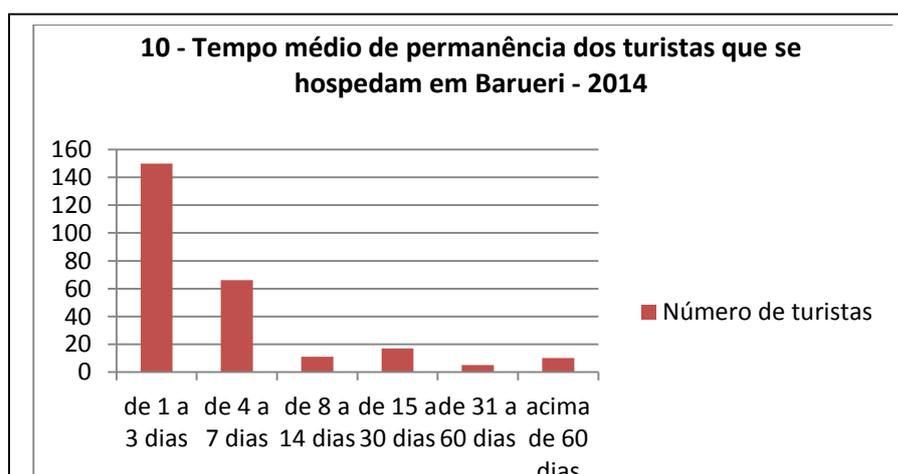
Cabe também considerar o número considerável de turistas que se hospedam em Barueri por motivos familiares e de passeio, ultrapassando a quantidade daqueles cuja motivação ocorre por conta da participação em eventos. Neste sentido, cabe uma ressalva, já que parte dos compromissos familiares, dos passeios e eventos ocorre não apenas na cidade de Barueri, mas também em São Paulo. Portanto, é relativamente comum a pessoa se hospedar em Barueri, mas passar o dia fora do município com estes outros compromissos. O potencial do município para a captação e organização de eventos pode ser dinamizado com a criação de uma maior oferta de espaços especializados para a realização de eventos corporativos, sociais, culturais, esportivos, entre outros, fato que podem elevar, de forma significativa, as taxas de visitação e pernoite em Barueri. Cabe ressaltar que a formação de profissionais especializados na área, por meio da oferta de cursos de Hotelaria e Eventos oferecidos por instituições de ensino técnico e superior ampliam as possibilidades de uma maior eficiência e dinamismo deste segmento em franca expansão não só no Brasil, mas também em nível mundial.

Aproximadamente 25% dos turistas entrevistados afirmaram ser a primeira vez que se hospedam em Barueri. Os 75% restantes já estiveram na cidade por mais de

uma vez, sendo significativa a porcentagem dos que se hospedam na cidade com certa frequência anual, conforme apresentado na figura 9.

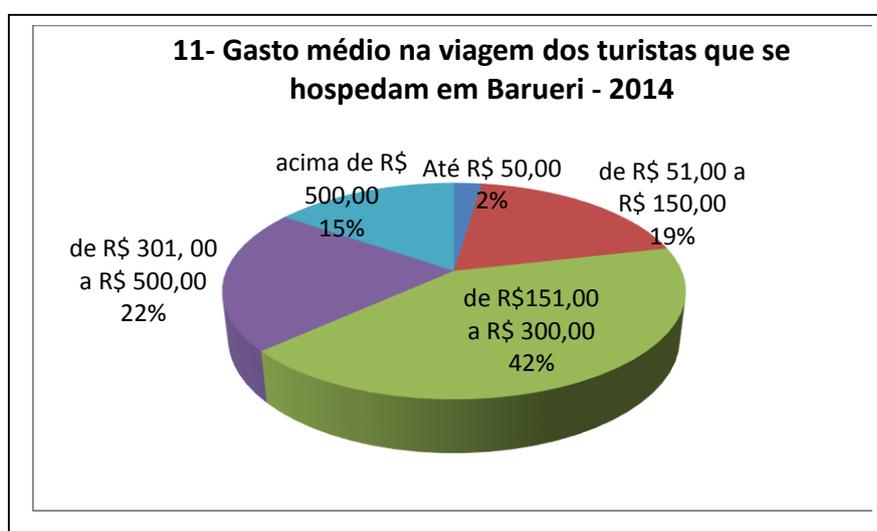


Por mais que o maior número de turistas que se hospedam na cidade anualmente seja de uma a três vezes, também é bastante expressivo o percentual daqueles que já vieram à cidade por mais de 7 vezes ao ano, correspondendo a 32% dos entrevistados que vêm frequentemente à cidade. Este dado é bastante significativo para refletir sobre a necessidade constante de diversificar o rol de ofertas de eventos, serviços e demais atividades que entretenham este turista durante sua estada no município, fazendo com que utilize o seu tempo livre conhecendo as diversas opções de atividades culturais, de lazer, de compras e entretenimento oferecidos tanto pelo poder público quanto pelos agentes de mercado, de forma a tornar a sua estada menos monótona, repetitiva e rotineira possível. A maior parte da estada dos turistas em geral que se hospedam na cidade é de curta duração. Dos 270 entrevistados, 150 afirmaram se hospedar na cidade de 1 a 3 dias, apenas, conforme apresentado na figura 10.



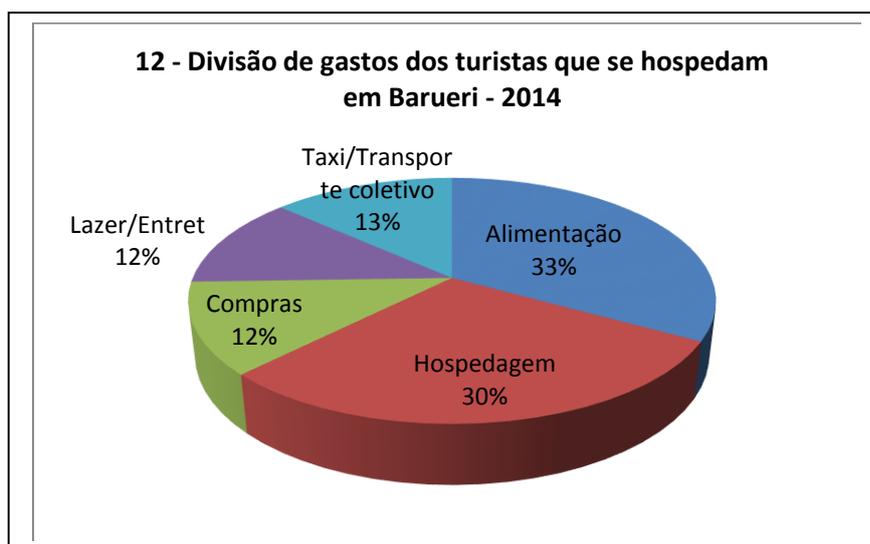
Também é considerável o número de turistas que permanecem na cidade de 4 a 7 dias. É válido considerar que, de acordo com o perfil do segmento de turismo de negócios, a maior parte dos turistas permanece no destino, em geral, durante a semana apenas no período de duração dos seus compromissos de trabalho. Poucos usufruem deste destino nos finais de semana, resultando em uma redução significativa do número de hóspedes neste período. Dessa forma, quanto maior é a quantidade de opções de usufruto do destino e da região em que se localiza maior é a possibilidade de permanência destes durante um período de tempo maior, englobando os finais de semana.

Com relação a estimativa média de gastos efetuados durante a estada deste público, os dados demonstram que 42% dos entrevistados gastam de R\$ 150,00 a R\$ 300,00 por dia e por pessoa, conforme se observa na figura 11, considerando que a maior parte das despesas efetuadas envolvem os serviços de hospedagem e alimentação (figura 12), considerados por muitos entrevistados como serviços caros, cujos preços se assemelham ao das grandes capitais brasileiras como São Paulo e Rio de Janeiro.



Outro dado relevante se refere ao alto percentual de turistas com gastos que variam de R\$ 300,00 a R\$ 500,00, (22%), considerado um valor elevado para um município de médio porte como Barueri, cujo custo de vida para os seus próprios habitantes se assemelha ao das cidades de grande porte. Tais dados demonstram que o turismo no município já possui uma grande capacidade de fomento a diversas atividades econômicas interligadas a este segmento da economia em franca

expansão no Brasil elevando a sua capacidade de geração de emprego e renda nos segmentos diretamente relacionados ao setor e nas atividades acessórias. Cabe avaliar, porém, se estes gastos são distribuídos ou não de forma equitativa no sentido de avaliar quais são os segmentos que estão lucrando mais com a dinamização do turismo no município. Os dados sobre a distribuição dos gastos efetuados pelos turistas oferecem maiores esclarecimentos a esta indagação.



A partir dos resultados apresentados, observa-se que o setor de hotelaria e restauração são responsáveis pela maior parte dos gastos efetuados no município, correspondendo a 66% do total. Os demais gastos com lazer e entretenimento, transporte coletivo/ taxis e compras correspondem a um percentual de gastos semelhantes, com estimativas de 12 a 13% do total. Mesmo que os gastos com hospedagem e alimentação sejam altos, cabe considerar que a sua má distribuição dificulta a capacidade de ganhos econômicos mais significativos em outras atividades econômicas que poderiam ser mais dinamizadas com o incremento do turismo, como o comércio em geral, por exemplo. Por meio das entrevistas efetuadas constatou-se que uma grande parte dos turistas desconhece o centro de Barueri que oferece uma grande diversidade de opções de compras e serviços.

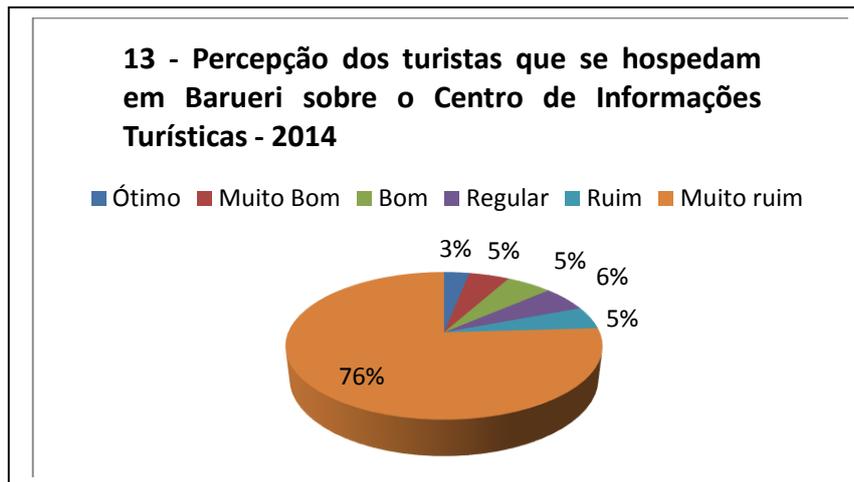
Os gastos efetuados com compras se restringem, basicamente, aos shoppings da cidade e os de São Paulo. A circulação dos turistas em Barueri, em grande parte dos casos, restringe-se a Alphaville onde ocorre a concentração dos meios de hospedagem, restaurantes, bares e casas noturnas, restringindo, portanto a possibilidade de ganhos econômicos mais equitativos provenientes da atividade para

a rede de estabelecimentos comerciais e de serviços localizados nos demais bairros do município. A amenização deste processo se configura como uma das mais importantes estratégias de conciliação entre turismo e desenvolvimento local, que consiste na captação dos ganhos econômicos provenientes da atividade para a melhoria das condições de vida da população local.

Percepções do público em relação aos atrativos turísticos, serviços e hospitalidade

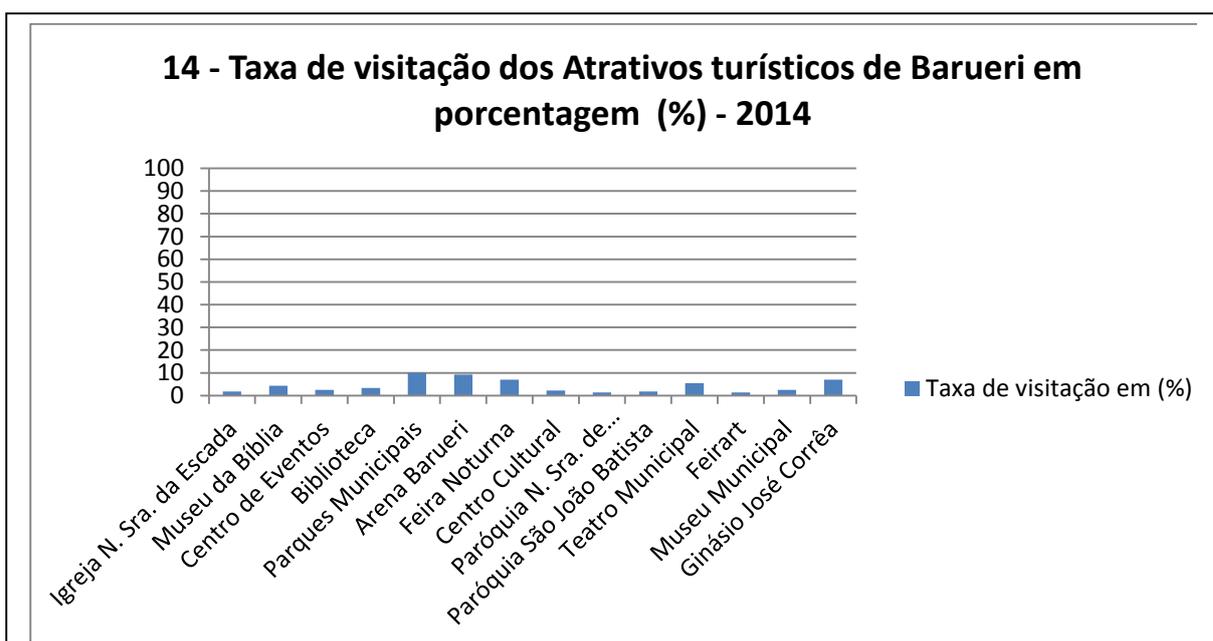
Por mais que o município de Barueri não figure na região como um dos principais centros de grande expressividade histórica e cultural, nem atraia a atenção de turistas e visitantes por suas paisagens naturais detentoras de relevância estética, cabe ressaltar que este dispõe de um número significativo de atrativos turísticos elencados pela prefeitura municipal que poderiam elevar as taxas de visitação e o tempo de permanência neste. Entre tais atrativos destacam-se as referências materiais da história e da cultura do município, como a Igreja de Nossa Senhora da Escada, o Museu da Bíblia, a biblioteca municipal, a feira noturna, o centro cultural, a Paróquia de Nossa Senhora de Lourdes e a de São João Batista, o Teatro Municipal e suas atrações, a Feirart e o Museu Municipal. Além destes, também são referências importantes para a cidade os locais destinados ao esporte, ao lazer e ao entretenimento, como os parques municipais, a Arena Barueri e o Ginásio José Correa, além do Centro de Eventos, considerado um espaço projetado para a realização de eventos na cidade. Diante desta oferta de opções, buscou-se com esta pesquisa avaliar se os turistas que se hospedam em Barueri têm conhecimento destes atrativos e o índice de visitação a estes.

Uma das principais formas de divulgação destes atrativos ocorre pela atuação do Centro de Informações Turísticas da cidade, responsável pela divulgação de informações sobre os atrativos, serviços, eventos e demais atividades que poderiam ampliar o interesse dos turistas em visitar a cidade. Porém, os resultados obtidos demonstram que 91% dos 170 entrevistados não têm conhecimento deste. Ao realizarem uma avaliação qualitativa deste serviço oferecido pelo poder público municipal, 76% dos entrevistados o consideraram como muito ruim e apenas 5% como muito bom, conforme demonstrado na figura 13.



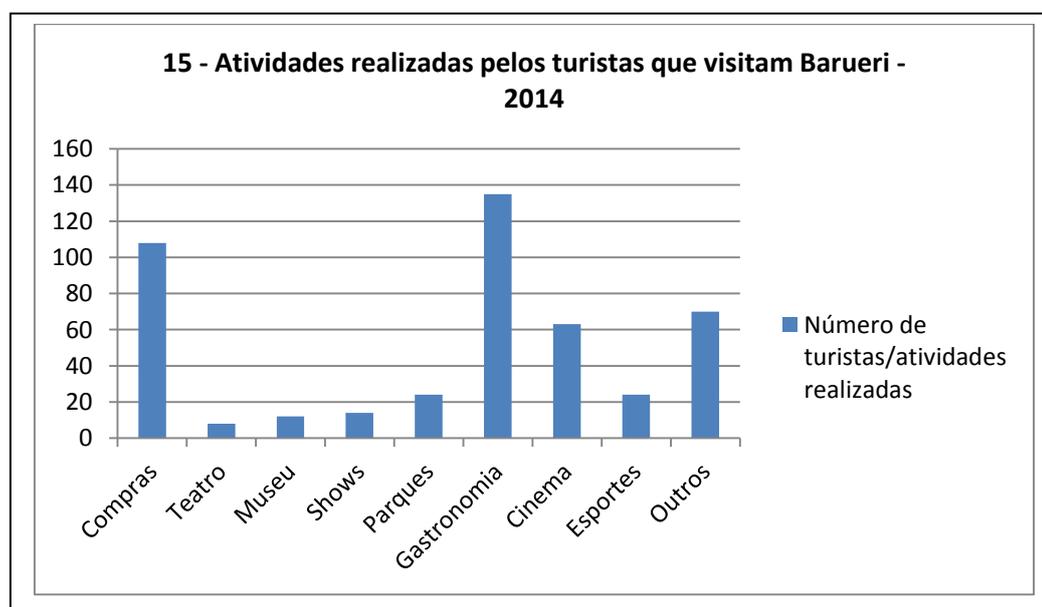
Diante destas informações constata-se que o Centro de Informações Turísticas de Barueri não está funcionando como deveria, cabendo avaliar os motivos deste desconhecimento do público e a baixa frequência dos turistas a este local que deveria funcionar como um centro de referência a esta parcela da população. Os entraves relacionados à divulgação estão diretamente relacionados com os baixos índices de visitação dos atrativos de muitos municípios. Conforme demonstrado pela pesquisa, tal problema também ocorre em Barueri, de acordo com o resultado das entrevistas.

Em relação à taxa de visitação dos atrativos elencados observa-se que a maioria dos turistas desconhece grande parte dos locais considerados de relevância turística, conforme apresentado na figura 14.



De acordo com os resultados obtidos, constata-se que menos de 10% dos turistas já visitou algum atrativo de Barueri, sendo os mais visitados aqueles relacionados ao esporte, lazer e entretenimento, como os parques municipais, com 10% de taxa de visitação, a Arena Barueri, com 9,5% e o Ginásio de Esportes, com 7%. Os demais atrativos receberam a visita de menos de 5% dos turistas que se hospedaram em Barueri e os menos visitados foram os atrativos culturais, como as igrejas e museus. A feira noturna que ocorre na região central da cidade todas às terças-feiras também figura como um dos atrativos mais visitados, também com 7%. É válido ressaltar que o número de visitantes aos atrativos culturais da cidade é praticamente inexpressivo frente ao perfil dos turistas, cuja maioria possui formação em nível superior sendo que muitos são pós-graduados. Neste sentido, cabe indagar sobre os motivos que levam a estes baixos índices de visitação, entre os quais figuram a falta de interesse dos turistas, de tempo, de divulgação, da oferta de serviços de guias e de roteiros elaborados por agências de turismo, a amplitude de oferta de atrativos na capital paulista que atraem parte deste público, entre outros fatores. Apesar de a prefeitura municipal oferecer roteiros destinados à visitação de grande parte destes atrativos, com a disponibilidade de transporte e monitoria gratuita, poucos são aqueles que usufruem deste serviço.

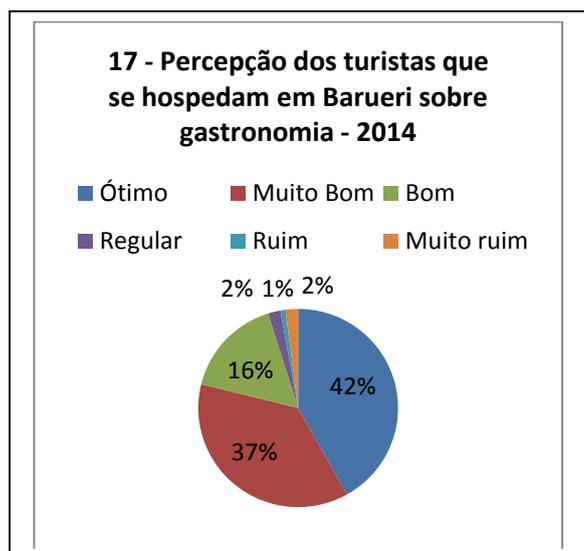
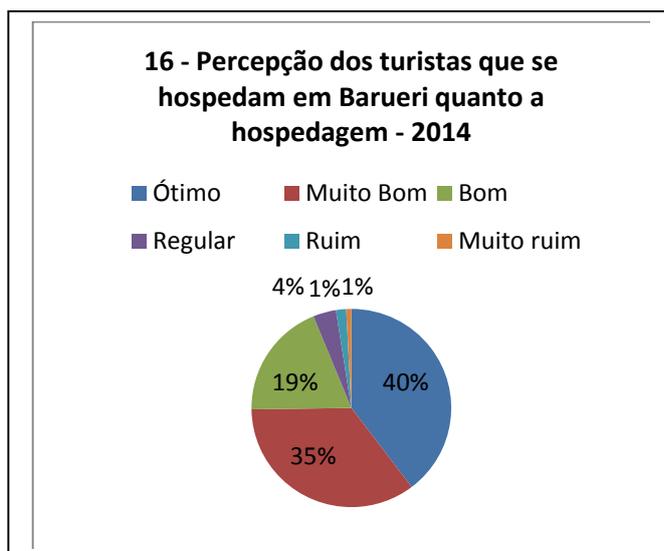
Quando indagados sobre as atividades que realizam durante o tempo livre em que permanecem na cidade, observou-se que a maior parte dos turistas ocupa este tempo com gastronomia e compras, seguido de atividades de lazer e entretenimento como cinema e a visitação a parques, em seguida com atividades esportivas e por último com atividades culturais, relacionadas a frequência de teatros, museus e shows, conforme observado na figura 15.



É importante considerar que a maioria dos hóspedes que vêm a Barueri para negócios e trabalho possui apenas o período noturno para usufruir o seu tempo livre, fato que explica o predomínio de atividades relacionadas à gastronomia e às compras, efetuadas, principalmente, nos shoppings da cidade, abertos até mais tarde, onde podem também aproveitar o tempo disponível para frequentar os cinemas destes centros de consumo, lazer e entretenimento. Por outro lado, apesar dos equipamentos culturais permanecerem fechados no período noturno, a prefeitura realiza periodicamente eventos culturais ocorridos nestes e em outros espaços públicos da cidade. Mesmo assim, a frequência do público a estes eventos também fica muito abaixo do esperado. Apesar do tempo destinado às compras ser o segundo mais significativo, o gasto financeiro com este tipo de atividade é um dos menos relevantes, conforme constatado na figura 12.

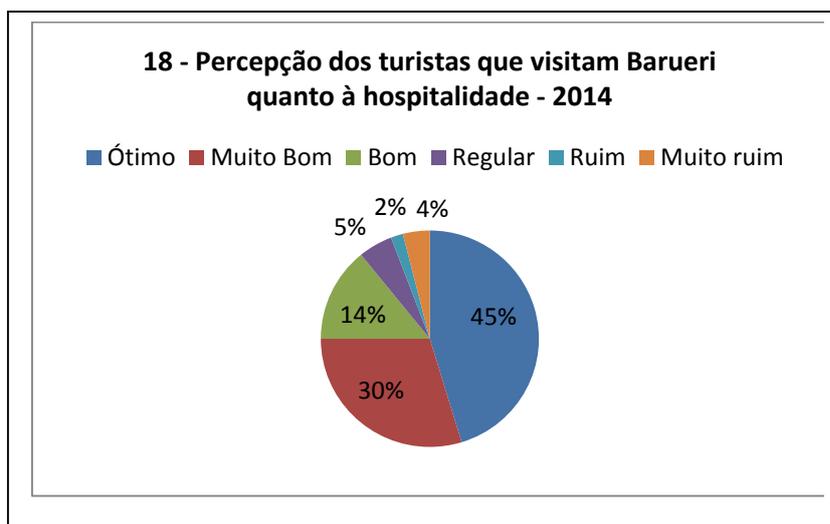
Uma análise com viés qualitativo sobre a percepção dos turistas durante a sua estada em Barueri avaliou doze quesitos relevantes para o atendimento das necessidades deste público durante a sua estada no município, bem como da adequação da cidade ao atendimento de suas demandas e a hospitalidade de seus habitantes, fatores que influenciam na avaliação geral do destino escolhido.

Os quesitos mais bem avaliados pelos turistas foram a hospedagem e a gastronomia, ambos avaliados como “ótimo” e “muito bons” por mais de 70% dos turistas entrevistados conforme retratado nas figuras 16 e 17.



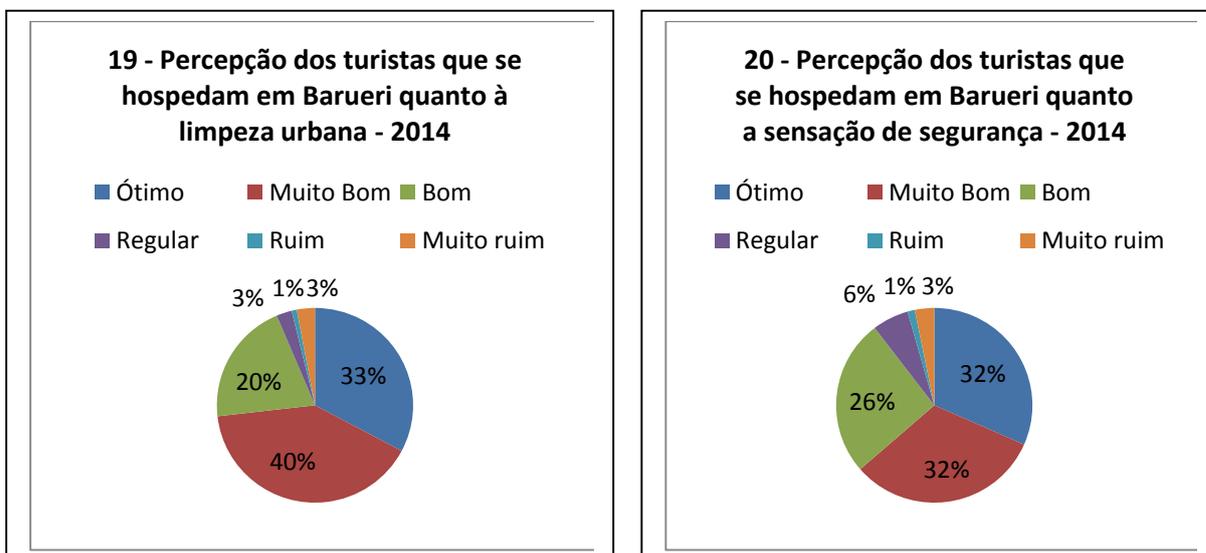
Como observado nos dados apresentados, apenas 6% dos entrevistados avaliaram os serviços de hospedagem como regular, ruim e muito ruim e 4% avaliaram da mesma forma os serviços de alimentação, indicando que estes possuem um alto padrão de qualidade que atende e chega a superar a expectativa dos clientes. Por outro lado, são estes os serviços que dão mais despesas aos turistas em Barueri por serem considerados caros em sua grande maioria. Tais quesitos influenciam de forma significativa o processo de escolha dos turistas em relação aos destinos ofertados e levam tais visitantes a formarem uma boa imagem da cidade.

A hospitalidade, que está relacionada ao ato de receber bem o turista e de oferecer uma boa acolhida durante a sua estada no destino escolhido (MINISTÉRIO DO TURISMO; SEBRAE, 2007), também foi muito bem avaliada pelos entrevistados como demonstrado na figura 18.



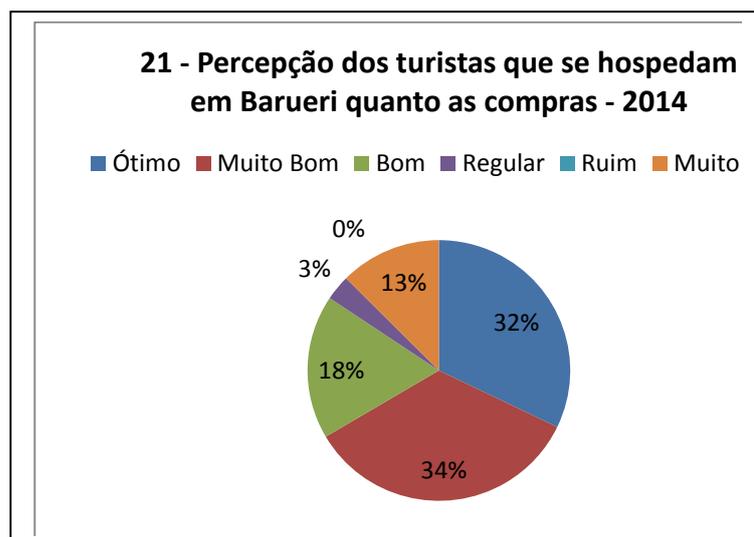
Observa-se que neste quesito 89% dos entrevistados avaliaram a hospitalidade como boa (14%), muito boa (30%) e ótima (45%), o que leva a considerar que a população de Barueri é considerada como muito acolhedora e hospitaleira. Estes dados refletem também a qualidade do atendimento a este público pelos profissionais vinculados ao turismo e às atividades correlatas que possuem um contato mais próximo com os turistas, indicando que são bem preparados para o seu atendimento. Gastronomia, hotelaria e hospitalidade são os principais pontos fortes do município segundo a avaliação dos turistas.

A limpeza urbana e a sensação de segurança foram os outros dois quesitos que receberam uma boa avaliação por parte dos turistas entrevistados, conforme demonstrado na figura 19 e 20.



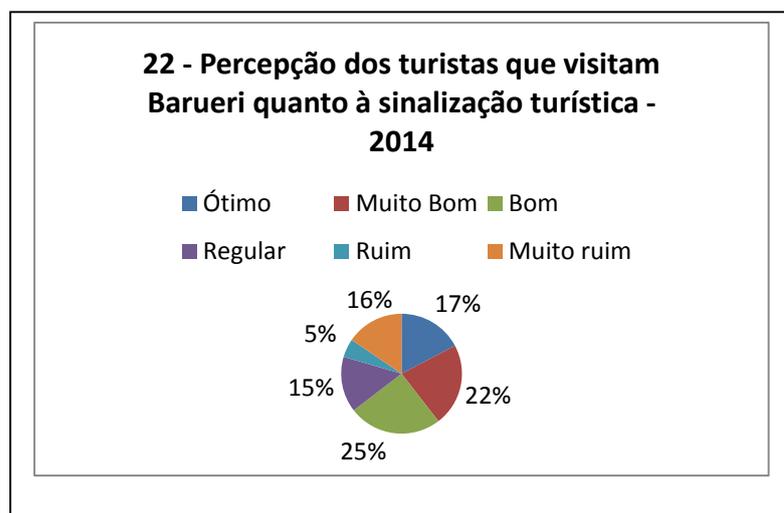
Os dados apresentados mostram que 73% dos entrevistados avaliaram a limpeza urbana como ótima e muito boa enquanto que esta mesma avaliação foi feita em relação à sensação de segurança por 64% dos turistas. As avaliações negativas sobre estes aspectos foram pouco expressivas, somando 4% dos inquiridos que avaliaram a limpeza e a sensação de segurança como ruim e muito ruim. Estes resultados levam a constatação de que Barueri é considerada uma cidade limpa e segura para a grande maioria dos entrevistados, reforçando uma imagem positiva ao seu respeito. Por outro lado, a observação de que a maior parte dos turistas restringe o seu raio de circulação aos bairros de Alphaville e Tamboré, onde se localizam quase todos os hotéis da cidade, uma maior diversidade de restaurantes e dois dos três shoppings da cidade, oferece ponderações a este tipo de apreciação do público que conhece apenas a parte mais rica e desenvolvida do município.

A avaliação sobre as opções de compras na cidade também foi bastante positiva, já que 84% dos entrevistados avaliaram este quesito como ótimo, muito bom e bom, porém, 13% avaliaram tais opções como muito ruins. Este índice pode evidenciar certo descontentamento relacionado ao custo elevado das mercadorias ofertadas, ao desconhecimento de outros centros comerciais fora dos *shopping centers*, voltados ao comércio popular, a falta de diversificação das mercadorias entre outros fatores.



Em termos gerais, os turistas avaliam que a cidade possui boas opções de compras, porém, não chegam a efetuar gastos elevados com este tipo de atividade, apesar de destinarem parte do seu tempo livre à sua realização, como ocorre frequentemente com os turistas na maior parte dos centros urbanos visitados.

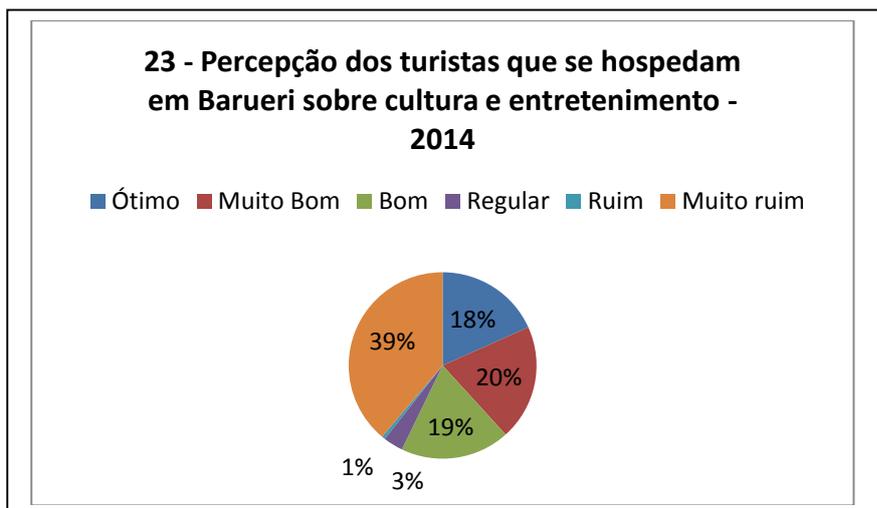
Em relação à sinalização turística, a avaliação dos turistas também é positiva, pois 65% dos entrevistados a considera como ótima, muito boa e boa contra 35% que a considera regular, ruim e muito ruim, conforme apresentado na figura 22.



Ao efetuarem sugestões para a melhoria da cidade, alguns turistas evidenciaram a necessidade de melhoria na sinalização em geral, não apenas a turística. Evidenciaram a necessidade de ampliar a sinalização com a indicação dos hotéis, os atrativos, em português e inglês, com placas informativas sobre estes, além

da sinalização voltada para a indicação dos acessos às estradas. Quanto melhor for a sinalização, maior é a sensação de orientação dos turistas, facilitando o seu deslocamento e ampliando a possibilidade de visitação de uma parcela mais significativa dos atrativos.

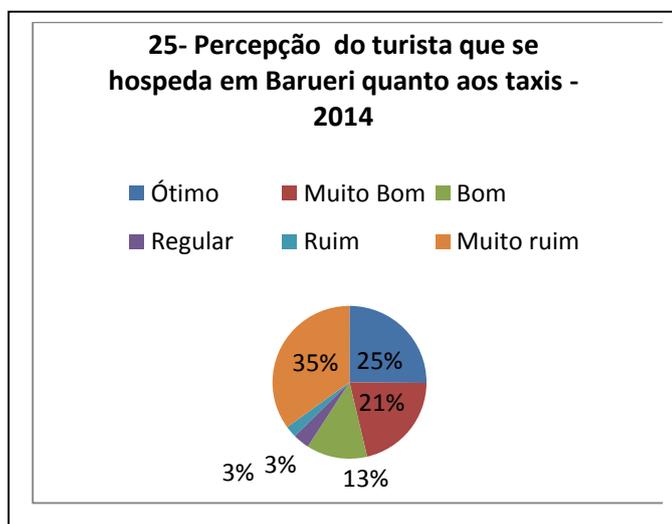
O quesito cultura e entretenimento foi avaliado de forma mediana pelos entrevistados, como esboçado na figura 23.



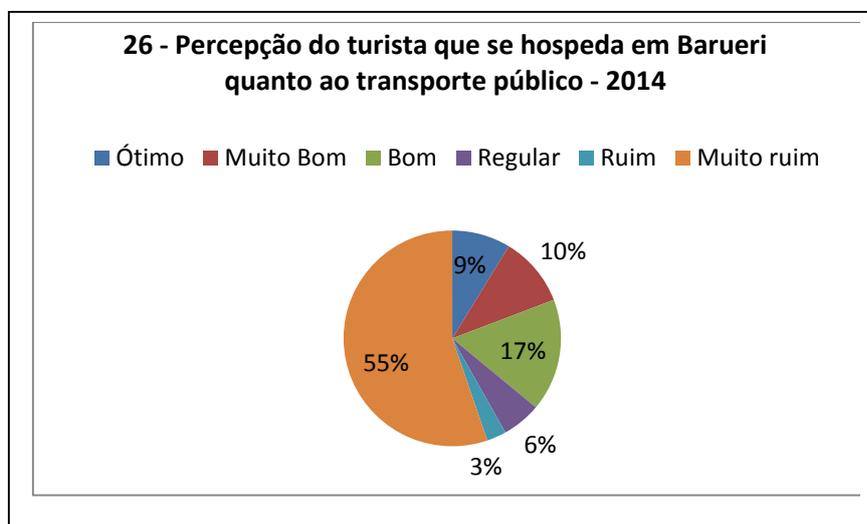
Apesar de ser avaliada como um quesito bom e muito bom e ótimo por 57% dos entrevistados, o número de pessoas que a considerou como muito ruim também é bastante significativo, atingindo 39%. Uma das hipóteses plausíveis para este alto índice de avaliações negativas se deve ao desconhecimento dos turistas sobre os atrativos culturais, que são os de menor índice de visitação no município, e dos eventos culturais, ocorridos com certa frequência na cidade, mas pouco frequentados por este público. O desconhecimento leva ao aumento da avaliação negativa deste aspecto tão importante para uma boa apreciação da história e das características culturais locais e regionais. Melhoria nas formas de divulgação destes podem levar a uma visitação mais expressiva destes atrativos e melhorar os índices de avaliação destes.

O serviço de taxis também recebeu avaliações positivas pela maioria dos entrevistados, somando 59% de aprovação com índices bom, muito bom e ótimo, porém, 35% das pessoas consideraram tais serviços como muito ruins e 6% como ruins e regular, conforme a figura 25. De acordo com o relato deste público que avaliou

o serviço negativamente, os taxis que circulam pelo município são caros e, em muitos casos, demoram para atender as chamadas, principalmente nos horários mais requisitados, como no início da manhã e final da tarde. A utilização dos taxis é muito frequente em Barueri, já que existe uma dificuldade em utilizar o transporte público por parte dos turistas e por conta de dificuldades de orientação destes nos trajetos efetuados em uma cidade que possuem pouca familiaridade. A falta de utilização do transporte público sobrecarrega o serviço de taxi que não tem condições de atender a demanda nos horários de pico. O trânsito excessivo nestes horários dificulta é um outro fator complicador que dificulta a circulação dos taxis e o rápido atendimento das chamadas.



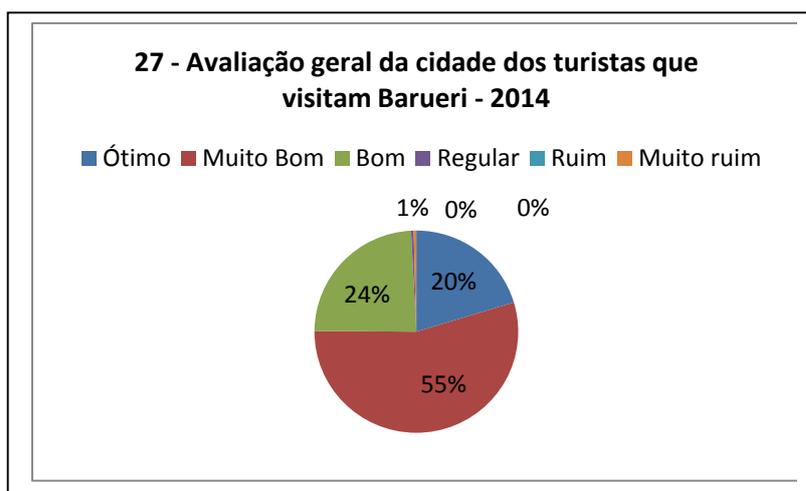
Por fim, o transporte público foi o pior quesito avaliado pelos turistas, já que 55% dos entrevistados o avaliam como muito ruim e apenas 36% como ótimo, bom e muito bom, conforme consta na figura 26.



Esta avaliação demonstra o grau de insatisfação da maior parte dos turistas quanto ao uso deste serviço e também porque simplesmente não o utilizam. Alguns aspectos podem ser elencados para analisar esta subutilização do transporte coletivo, como a falta de orientação e informação sobre linhas, trajetos e horários dos ônibus, superlotação em horários de pico, tempo excessivo gasto com a sua utilização, falta de orientação em língua estrangeira entre outros aspectos que podem levar a uma apreciação negativa deste. Por mais que muitos turistas cheguem em Barueri de carro, muitos que não utilizam este meio de transporte têm o taxi e os fretamentos como única opção diante das dificuldades de utilização do transporte coletivo, onerando a viagem e elevando o clima de insatisfação a respeito da mobilidade urbana no município, também avaliada de forma negativa devido ao excesso de congestionamentos ocorridos, principalmente, nos horários de pico.

Melhorias nas formas de divulgação de linhas, trajetos, horários previstos e tempos de deslocamento podem ampliar a utilização do transporte público e reduzir o alto índice de satisfação de turistas que o utilizariam caso tivessem mais informações a seu respeito.

Levando em considerações os 11 quesitos avaliados pelos turistas entrevistados, cabe considerar que os aspectos positivos sobre o turismo em Barueri superam os negativos, levando a um índice alto de aprovação e satisfação destes pela cidade, conforme demonstrado na figura 27.



De acordo com os resultados obtidos, 55% dos turistas avaliaram a cidade no parâmetro muito bom, 20% ótimo e 24% bom, inexistindo, praticamente, avaliações ruins ou muito ruins a seu respeito, dado que demonstra que a cidade está bem preparada e adequada para o atendimento e acolhimento dos interesses e necessidades dos turistas que se hospedam em Barueri.

Considerações finais

A partir das avaliações efetuadas foi possível traçar um diagnóstico mais preciso sobre a dinâmica territorial do turismo em Barueri e os aspectos positivos e negativos da atividade.

A análise do perfil socioeconômico dos turistas, os fatores motivadores da viagem, as atividades que realizam na cidade durante a sua estada e a divisão de gastos efetuados oferecem parâmetros analíticos para a promoção de melhorias qualitativas no município com o sentido de ampliar o tempo de estada na cidade, aumentar e diversificar os gastos dispendidos e aumentar a oferta de atividades efetuadas durante o seu tempo livre, levando em consideração o perfil deste turista e o seu leque de interesses. Por se tratar de um perfil de público mais instruído, escolarizado, caracterizado como de alta e média renda que vêm a Barueri, principalmente para negócios e trabalho, os desafios de preparar a cidade para a sua acolhida e para o atendimento de suas necessidades é relativamente alto. Mesmo assim, de acordo com as avaliações, em geral, estes objetivos são alcançados. Porém, observa-se que o ponto fraco do turismo no município se refere ao baixíssimo índice de visitação aos seus atrativos turísticos, o que leva o turista a ter uma visão mais reducionista a respeito da cultura e da história local, fatores que poderiam elevar o seu grau de interesse sobre a cidade e seus habitantes. Por mais que a relevância destes atrativos se dê mais em nível local do que regional e nacional, estes deveriam ser mais divulgados, valorizados e freqüentados não apenas pelos turistas, mas também pela própria população local que ainda desconhece e dá pouco valor a parte destes atrativos, principalmente aqueles relacionados à cultura material e imaterial.

A avaliação qualitativa sobre alguns dos principais serviços oferecidos, sobre a hospitalidade de seus habitantes e a adequação da cidade ao atendimento dos interesses e necessidades dos turistas foi de grande valia para compreender os pontos positivos e negativos da cidade e da dinâmica turística, levando a conclusão

que grande parte destes quesitos são muito bem avaliados pelos turistas, principalmente no que se refere à qualidade da hospedagem e gastronomia e pela ótima apreciação da hospitalidade da população para com estes turistas.

Os pontos que demandam mais atenção e melhorias se referem ao transporte público, aos serviços de taxis e aos aspectos que dificultam a mobilidade urbana, como o trânsito, a falta de sinalização e de planejamento do fluxo viário.

A análise destes resultados pelo poder público e pelos agentes de mercado relacionados ao *trade* turístico podem subsidiar as estratégias de gestão e as ações conjuntas de planejamento da atividade a médio e longo prazo com o intuito de melhorar a qualidade dos serviços oferecidos e ampliar o teor de atratividade dos seus pontos turísticos, com o intuito de aproveitar a atividade turística como forma de geração de emprego e renda para a população e de promoção de melhorias das suas condições de vida.

Referências bibliográficas

FERREIRA, Renato. PIB: Osasco e Barueri estão entre as 20 cidades mais ricas do país. In: *Quintal da notícia*, 18 de dezembro de 2013. Disponível em: <<http://quintaldanoticia.com.br/2013/12/18/pib-osasco-e-barueri-estao-entre-as-20-cidades-mais-ricas-do-pais/>>.

MINISTÉRIO DO TURISMO; SEBRAE. *Hospitalidade: guia para profissionais operacionais*. Instituto de Hospitalidade/Brasil: Ministério do Turismo, Salvador, 2007

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Introdução ao Turismo*. Madrid, 2001.