

PESQUISA EM TURISMO: COSTA DOCE E LITORAL NORTE DO RIO GRANDE DO SUL

E. F. S. BRASIL¹

C.R.P. PORTO²

K. RIZZON³

Resumo

Neste artigo, trataremos dos resultados da pesquisa sobre a identificação do perfil da demanda e satisfação do usuário do Litoral Gaúcho. Foram objeto deste estudo as regiões turísticas da Costa Doce e do Litoral Norte Gaúcho, em oito municípios em que a SETUR RS administra atendimento aos turistas através de seus Centros de Atenção ao Turista. A coleta de dados, a leitura e o diagnóstico realizaram-se em 2012 e 2013. Entre os resultados, destaca-se a predominância de visitantes classificados como veranistas nos municípios do Litoral Norte e de turistas na Costa Doce. Outro fator relevante, destacado pelos entrevistados, são os períodos em que se deslocam para os destinos, com ênfase para as temporadas de veraneio coincidentes com os meses de férias escolares, preferencialmente no verão, o que indica a necessidade de gerar atratividades nos balneários para além do turismo de sol e praia. Quando abordamos o poder aquisitivo dos pesquisados observa-se que se destacam rendas entre 2.000 e 5.400 reais. Quanto ao estado civil, predominam casados, com percentuais entre 44% e 76% dos entrevistados. Quanto ao hábito de viajar, entre 60 e 83%, viajam com familiares. Estes indicadores reforçam o perfil veranistas em viagens de férias com a família.

Palavras-chave: Perfil da demanda. Satisfação do usuário. Litoral Gaúcho.

Abstract

Research in tourism: "Costa Doce" (Sweet Coast) and the North Coast of Rio Grande do Sul

In this article, we deal with the results of the survey about identification of demand profile and *Gaúcho* Coast user satisfaction. The object of this study was the touristic regions of *Costa Doce* and *Gaúcho* North Coast, in eight towns, where the SETUR RS manages service to tourists through its Care Centers to Tourist. The data compilation, reading and diagnosis were conducted from 2012 to 2013. Among the results, it must be highlighted the predominance of visitors classified as vacationer in municipalities of North Coast and tourists in *Costa Doce*. Another relevant issue, pointed by the respondents, is the periods when they travel to destinations, with emphasis on summer seasons, which coincide with the months of school holidays, preferably in the summer, which indicates the need to generate attractiveness on the beaches, apart from sun and beach tourism. When we approach the purchasing power of respondents, it is noticeable that the incomes are between 2.000 and 5.400 *reais*. Regarding marital status, it predominates married people, with percentages between 44% and 76% of respondents. Regarding the habit of traveling, between 60 and 83%, travel with family. These indicators reinforce the profile of vacationers who travel with family.

Key words: Demand profile. User satisfaction. "Gaúcho" Coast.

¹ Estácio Fargs - Campus Porto Alegre, Docente - Rua Marechal Floriano Peixoto, 628 - Centro CEP 90020-061 - Fone (51) 3214.1111. E-mail: eneidasb@gmail.com

² Universidade Federal do Rio Grande - Campus São Lourenço do Sul, Docente - Rua Marechal Floriano Peixoto, 2236 Centro CEP 96170-000 - Fone (53) 3251. 3933. E-mail: carmem.porto@furg.br

³ Estácio Fargs - Campus Porto Alegre, Docente - Rua Marechal Floriano Peixoto, 628 - Centro CEP 90020-061 - Fone (51) 3214.1111. E-mail: katarizzonmat@gmail.com

INTRODUÇÃO

O turismo é um setor dinâmico e viável no Brasil. Entretanto, ainda necessita de muitos estudos e pesquisas fundamentados na análise do potencial turístico dos lugares e na possibilidade de uso sustentável destes. As pesquisas em parceria entre as Instituições de Ensino Superior e as Organizações Governamentais são iniciativas importantes para dar suporte ao planejamento do turismo; com a definição das atividades a serem desenvolvidas e a sua compatibilidade com a realidade local. As pesquisas de demanda e satisfação são fundamentais para compor o conjunto de dados de um diagnóstico da realidade dos espaços turísticos. Adquirem importância na medida em que possibilitam a previsão de medidas para evitar ou minimizar impactos, quando o objetivo é superar questões que possam limitar a sustentabilidade da atividade.

A pesquisa que originou este artigo buscou sanar a necessidade de levantar um conjunto de informações confiáveis sobre o visitante do litoral gaúcho, gerando subsídios que norteiam o planejamento turístico regional do Litoral Norte Gaúcho e da Costa Doce, tanto no âmbito estadual quanto municipal. A atualização das informações garante maior segurança na elaboração de estratégias que demandem investimentos dos setores públicos e privado. Importante também é o compromisso com as comunidades locais dos municípios objeto desse estudo, e com a comunidade acadêmica pelo incentivo ao desenvolvimento de pesquisa. Considera-se que o método participativo, com a inclusão da comunidade local durante o processo de planejamento e desenvolvimento da prática social do turismo, contribui para o envolvimento da comunidade e para valorização do lugar turístico. Esses elementos são fundamentais para definição de mudanças na inserção dos destinos turísticos.

Diante da relevância das pesquisas de demanda e satisfação é que se buscou neste estudo identificar o perfil do turista e veranista no litoral gaúcho, bem como o nível de satisfação em relação ao destino visitado e à composição da oferta turística na sua complexidade, a fim de contribuir com o desenvolvimento da atividade turística no estado. Os municípios contemplados com a pesquisa foram: Balneário Pinhal, Capão da Canoa, Pelotas (Laranjal), Rio Grande (Cassino), São Lourenço do Sul, Santa Vitória do Palmar, Tramandaí e Torres. Os municípios de Santa Vitória do Palmar, Torres, Tramandaí, Capão da Canoa e São Lourenço do Sul possuem uma população residente estimada entre 30 e 43 mil habitantes, Censo/2010 IBGE. Já as populações residentes dos municípios de Pelotas, Rio Grande e Balneário Pinhal se destacam entre as demais, apresentam respectivamente 328.775, 196.337 e 10.856 habitantes, Censo/2010 IBGE. A sazonalidade e as temporadas de veraneio promovem um aumento significativo da população dos municípios que, de acordo com o fluxo de usuários, chega a ser até 10 vezes superior à população fixa estimada pelo IBGE.

PESQUISA DE DEMANDA E SATISFAÇÃO: UMA IMPORTANTE REFERÊNCIA NO PLANEJAMENTO TURÍSTICO

O turismo é uma atividade que inclui basicamente: o comportamento dos indivíduos, com motivações, necessidades e restrições; a utilização de recursos, equipamentos e serviços; a interação entre indivíduos e efeitos econômicos, sociais e ambientais; o deslocamento dos indivíduos da sua residência habitual. O termo turismo tem sua origem no radical *tour* do latim, oriundo do substantivo *tornus* do verbo

tornare, cujo significado é de giro e volta. A Organização Mundial do Turismo (OMT), órgão da Organização das Nações Unidas (ONU), adota a definição de Turismo como: "o deslocamento para fora do local de residência, por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias, motivado por razões não econômicas" (OMT, 1992, p.19). De outra forma Andrade (1997, p. 38) nos diz que "Turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes e alojamentos, alimentação e circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, lazer e entretenimento".

Considerando a complexidade do turismo e do objeto de estudo, esta pesquisa assume um caráter interdisciplinar, possibilitando estabelecer um diálogo entre as diferentes ciências: a geográfica, a estatística e o fenômeno do turismo. A interdisciplinaridade pode ser definida como um processo de intercâmbio entre diferentes campos e ramos do conhecimento científico, nos quais uns transferem métodos, conceitos e inclusive corpos teóricos para outros e, ao serem incorporados e assimilados no âmbito de uma pesquisa, esta procura dar conta da totalidade do objeto ora estudado.

O turismo é um fenômeno que envolve o deslocamento de pessoas no espaço geográfico. Este, ao ser apropriado e reorganizado pela atividade turística, se torna um espaço turístico, entendido como uma invenção e criação da sociedade. Para o poder público, o grande desafio é prover oportunidade de acesso às experiências relacionadas ao turismo para o maior número de pessoas, o que inclui visitantes e visitados. No entanto, para oportunizar espaços turísticos é necessário planejar. E o planejamento só é possível por meio da interpretação de um conjunto de informações existentes sobre o turismo, que resulta no apoio correto para a tomada de decisões.

De acordo com Ritchie e Crouch (2003, p. 1-7), "destino turístico é um espaço geográfico em que o turismo acontece, no qual há suprimentos, ou seja, atrativos, infraestrutura, empreendimentos e no qual se dá o encontro entre aquilo que é visitado e o visitante". Já Valls (2006, p.18) o define como sendo "um espaço geográfico determinado, com características próprias de clima, raízes culturais, infraestrutura e serviços; e com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planejamento".

O destino turístico adquire centralidade atraindo turistas mediante produtos perfeitamente estruturados e adaptados às satisfações procuradas, graças ao valor dos atrativos disponíveis; dotado de uma marca e que se comercializa de forma mais ou menos específica.

Para o Ministério do Turismo Brasileiro (MTur) a estruturação de destinos turísticos é uma forma de **apoiar o desenvolvimento das regiões turísticas e, a regionalização** é uma estratégia para a gestão e o desenvolvimento do turismo. Neste sentido, aborda o conceito de região turística como o espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território.

A região turística ultrapassa os limites geopolíticos preestabelecidos no País, isto é, pode ser constituída por municípios de um ou mais estados ou de um ou mais países. Ressalta-se também que uma região turística pode contar com uma ou várias rotas e/ou roteiros turísticos. (MTUR, 2006).

A organização por regiões reforça a importância da integração local e regional, no caso do turismo, em que o conjunto de municípios pode constituir-se como potencial para emissão de turistas ou parceiros para o seu desenvolvimento; destacando-se a atratividade e a infraestrutura de cada município de forma complementar na identificação do produto turístico regional, onde municípios deixam de agir como com-

petidores entre si para tornarem-se parceiros. Ainda, de acordo com o que consta no Programa de Regionalização do Turismo, através desta organização

definem-se os padrões de qualidade dos produtos e serviços, promovem-se a qualificação e requalificação dos profissionais e dos prestadores de serviços turísticos, ampliam-se os vínculos de relações entre as pessoas, criando-se redes capazes de articular mudanças nos modelos econômicos, sociais em curso.(MTUR/2006).

Se o conhecimento e a interpretação de informações são fundamentais para estruturação ou reestruturação dos destinos turísticos. Com relação à pesquisa Dencher (2007, p.14) nos ensina que esta "[...] é uma ferramenta fundamental para a gestão de qualquer atividade, pois permite identificar os impactos tanto positivos quanto negativos, norteando as ações e otimizando os investimentos, o que permite confiabilidade no ato de planejar".

Desta forma, a pesquisa de demanda representa um importante instrumento de estruturação e desenvolvimento integrado do turismo, uma vez que, permite conhecer o perfil dos visitantes.

A demanda turística é bastante heterogênea. No momento atual, o aumento do acesso à informação e aos meios que possibilitam o deslocamento, associado à disponibilidade das pessoas para viajar, por diferentes motivações, desejos e necessidades tem gerado um significativo incremento nos interesses da sociedade para a prática do turismo. Se a demanda é diversa, os produtos e serviços oferecidos também acompanham essa tendência. Neste contexto de heterogeneidade, procura-se identificar grupos que compartilham motivações e preferências, e que, de uma forma geral, apresentam um perfil relativamente homogêneo.

A demanda turística está intrinsecamente relacionada ao processo de decisão das pessoas visitarem um destino e ao desejo de que suas necessidades sejam satisfeitas. Braga (2003, p. 43-60) chama a atenção que a demanda turística corresponde à quantidade de pessoas que viajam ou desejam viajar e que consomem ou têm disposição de consumir bens e serviços turísticos a determinado preço e em certo período de tempo. Sendo assim, a autora dá ênfase ao conceito da demanda relacionada ao consumidor. Entretanto, para o turismo ser uma prática humanizante, faz-se necessário investigar e compreender as diferentes leituras sobre o local aos olhos dos diferentes sujeitos que compõem esta rede de relações e dos interesses que se estabelecem na efetivação do turismo. Sobretudo, porque se considera nessa rede, que os vários sujeitos sociais são ativos na apropriação do espaço pelo turismo.

Dito isso, acredita-se, que a percepção dos cidadãos que planejam, dos que visitam, e daqueles que vivem, desfrutam e conhecem o lugar, que durante décadas tem se constituído como referência mutante, no sentido de proporcionar espaços de cultura, lazer e trabalho, é indispensável para promover o desenvolvimento turístico sustentável.

O desenvolvimento do turismo como uma prática humanizante proporciona a participação dos cidadãos que vivem cotidianamente no lugar, seja este o seu espaço de trabalho, de lazer ou de residência. Mesmo com o reconhecimento da importância da inserção do habitante local no desenvolvimento do turismo, na pesquisa que originou este artigo focamos na opinião do visitante, seja ele veranista ou turista.

Diante da necessidade de compreender o perfil do usuário do litoral gaúcho, optamos em conceituar veranista como: toda a pessoa que passa férias ou temporadas, geralmente durante o verão, em lugar - praia, campo, cidade interiorana, estação termal - diferente daquele onde vive habitualmente, utilizando-se da estrutura de casa própria, de aluguel ou de amigos.

Já para conceituar turista e possibilitar a diferenciação entre os dois perfis, elegemos o conceito da OMT, o qual considera turista todo o “visitante que se desloca voluntariamente por período de tempo igual ou superior a vinte e quatro horas para local diferente de sua residência e do seu trabalho sem este ter por motivação a obtenção de lucro.” (BENI, 2001, p. 269).

A prática vivenciada entre a Faculdade Estácio do Rio Grande do Sul – Estácio Fargs, a SETUR RS e os usuários da Costa Doce e do Litoral Norte estruturaram-se a partir de duas formas de pesquisa em turismo identificadas como: pesquisa de demanda e pesquisa de satisfação.

A pesquisa de demanda busca identificar o perfil da demanda quanto ao mercado turístico, seu nível de satisfação; quanto aos produtos e serviços turísticos ofertados, além de identificar o desejo e capacidade de compra dos produtos turísticos por parte dos usuários. Busca ainda, identificar os usuários atuais e potenciais tanto nacionais como os fronteiriços, que se constituem como uma demanda já constituída. A discussão sobre demanda turística encontra eco nas reflexões de Petrocchi (2002, p. 98) que nos permite perceber que a demanda pode ser identificada através de pesquisa no núcleo receptor, uma vez que estas metodologias tratam de demanda real para oferta real. Ela determina o perfil e a satisfação da demanda real, e traz números e inclusive, através de seus resultados, pode-se ter objetivos para o planejamento, no que concerne à (in) satisfação do visitante.

A pesquisa de satisfação contribui na quantificação da experiência turística através da análise do nível satisfação do usuário diante da oferta existente e serve de referência para o planejamento e/ou redirecionamento dos objetivos do planejamento ou de empreendimentos, serviços e equipamentos turísticos.

ÁREA DE ESTUDO: LOCALIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS

A área de estudo abrange os municípios, localizados nas regiões turísticas da Costa Doce e Litoral Norte do estado do Rio Grande do Sul. Participaram desta pesquisa os municípios de Balneário Pinhal, Capão da Canoa, Pelotas (Laranjal), Rio Grande (Cassino), São Lourenço do Sul, Santa Vitória do Palmar, Tramandaí e Torres, conforme figura 1.

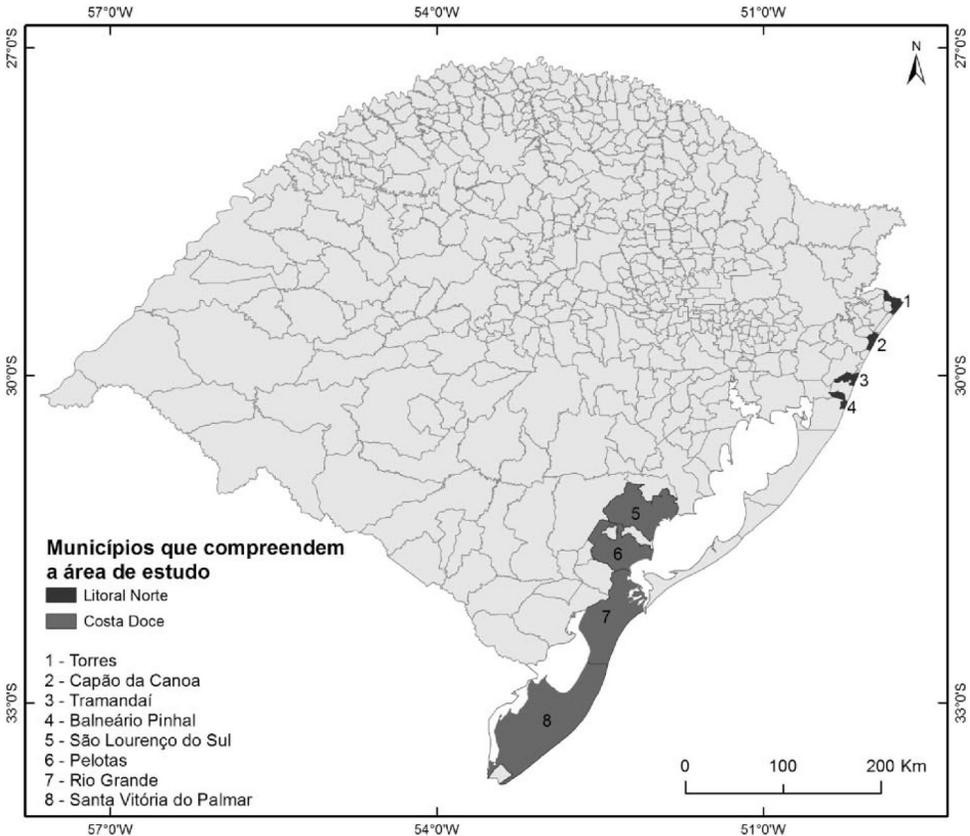


Figura 1 - Localização dos municípios pertencentes à área de estudo no Litoral Norte e Costa Doce do RS

METODOLOGIA PARA AQUISIÇÃO E ORGANIZAÇÃO DOS DADOS

A metodologia utilizada para a aquisição e organização dos dados está descrita nos itens de execução seguintes e pode ser dividida em três partes. A primeira diz respeito à elaboração do instrumento de pesquisa e sua aplicação, que visa à interrogação direta, por meio de questionário com perguntas fechadas e abertas e aspectos de repasse e capacitação da metodologia. A segunda parte se refere ao lançamento e tabulação dos dados. E a terceira parte se constitui da leitura, análise e avaliação dos resultados.

Neste sentido, para cada parte do desenvolvimento da pesquisa e coleta de dados foram utilizados vários procedimentos como a preparação de manual de orientação aos pesquisadores; testes e validação do instrumento de pesquisa no âmbito da instituição de Ensino Superior; recrutamento e seleção de estagiários nos CAT's (Centros de Atenção ao Turista) dos municípios objeto desta pesquisa; repasse e capacitação dos estagiários para aplicação do questionário; sistematização, armazenamento e tratamento estatístico dos dados; cruzamento, análise e avaliação dos resultados.

O principal instrumento para a coleta de dados da pesquisa foi o questionário, que permitiu a interrogação direta, com perguntas fechadas e abertas, totalizando 32 questões. Foi preparado um questionário dividido em quatro blocos distribuídos da seguinte forma: perfil do turista e veranista; aspectos acerca da viagem; aspectos acerca do destino (atrativos e serviços); e perguntas abertas que tratam, principalmente da satisfação.

A pesquisa foi aplicada nos meses de janeiro e fevereiro de 2013, num total de cinco dias de aplicação em cada destino. Foram aplicados 2.875 questionários nos oito municípios, o que representou para cada município 1% da demanda conhecida.

A técnica utilizada foi a de Amostragem Acidental, que consiste na formação de amostras aleatórias em um dado momento do dia. Este método é utilizado, geralmente, em pesquisas de opinião, de satisfação e para definir perfil de habitantes de um determinado local, assim os entrevistados são escolhidos de modo acidental.

Foram utilizados como filtros, na aplicação da pesquisa, primeiramente a idade, somente igual ou maior de 16 anos, responderam a pesquisa e o segundo filtro, o local de residência do entrevistado, sendo aceito apenas visitantes e/ou veranistas.

PERFIL DO USUÁRIO: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA ESTRUTURAÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS

A pesquisa buscou sanar a falta de dados e informações sistematizadas acerca do visitante do litoral gaúcho, gerando subsídios que nortearão o planejamento turístico regional do Litoral Norte Gaúcho e da Costa Doce, tanto no âmbito estadual quanto municipal.

O processo de planejamento turístico compreende uma série de momentos diferenciados e complementares. Desde a definição do objeto de planejamento até a definição das ações do Plano Municipal. O planejador empreende uma série de métodos que passam pela inventariação da oferta turística, a observação participante que confronta e valida à realidade encontrada, a análise macroambiental, a construção do estudo diagnóstico que indica o olhar técnico sobre a realidade encontrada, o estudo prognóstico, o qual indica alternativas e possibilidades de intervenção, as pesquisas de perfil da demanda e nível de satisfação, que indicam o visitante atual e potencial nos destinos, a definição dos objetivos e metas que direcionam a política de turismo, a estruturação dos programas e projetos e do cronograma de execução que, juntos, organizam as ações necessárias.

Na fase de elaboração dos planos de desenvolvimento do turismo e de suas estratégias, o processo de gestão necessita de informações que auxiliam na tomada de decisão e, a partir deste pressuposto, a realização de pesquisas de demanda turística e satisfação, assim como a pesquisa da oferta turística, oferecem importantes subsídios para adequar os produtos turísticos às necessidades e preferências dos segmentos identificados.

Questões básicas identificadas na pesquisa de oferta, estruturada nos destinos brasileiros através da metodologia de Inventário da Oferta Turística, buscam identificar e hierarquizar os atrativos, os produtos, equipamentos e serviços turísticos existentes, bem como a infraestrutura de apoio ao turismo, respondendo desta forma, por parte das necessidades de informações acerca dos destinos. A complementariedade das informações passa pela identificação junto aos visitantes atuais e potenciais, acerca de seus desejos, sonhos, expectativas e satisfação no destino resultante da pesquisa de perfil da demanda e nível de satisfação.

A pesquisa em síntese representa toda a atividade voltada à solução de problemas, em se tratando de estruturação de destinos, as pesquisas visam resolver problemas conhecidos e identificar problemas desconhecidos, bem como identificar e fomentar potencialidades e possibilidades.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A estruturação de destinos turísticos passa necessariamente pelo reconhecimento e identificação de seu potencial turístico e de demanda turística existente ou potencial.

No questionário aplicado no Litoral Gaúcho, notou-se que se diferem os visitantes. Em sua maioria nos municípios do litoral norte são identificados como veranistas, variando entre 70 a 85% dos entrevistados e no âmbito dos municípios da Costa Doce variando entre 50 a 70% dos entrevistados que se identificaram como turistas, o que evidencia uma necessidade de entender melhor estes dois perfis a partir dos conceitos tratados neste ensaio.

A elevada participação de turista em casas de amigos ou parentes, ou até mesmo em imóveis alugados acarreta baixo uso dos meios de hospedagem.

O efeito da sazonalidade é bastante intenso e característico nos municípios pesquisados, sendo os meses de férias escolares (janeiro, fevereiro e julho) os de maior fluxo turístico, além dos períodos de *réveillon*, carnaval e finais de semana prolongados. A sazonalidade é reforçada, de acordo com a indicação da maioria dos entrevistados, pela falta de uma programação permanente no litoral fora da temporada, ficando esta sintetizada apenas na realização de eventos e feiras.

A principal motivação turística registrada foi a busca por lazer e férias. Constatou-se que mais de 60% dos entrevistados viajam com a família e que em média 80% deles indicariam o destino visitado para amigos e parentes.

Destaca-se que, a falta de atividades fora da temporada, reforçam a sazonalidade, e que, nos municípios que mantêm uma agenda de eventos e feiras fora da temporada foram observadas as maiores motivações de retorno ao destino visitado em outros períodos do ano que não somente os da temporada.

A região da Costa Doce, pela proximidade com a fronteira, apresenta forte presença de estrangeiros, o que reforça o atendimento bilíngue. Exemplo disto é a Praia do Hermenegildo, em Santa Vitória do Palmar, onde 90% dos visitantes são uruguaios, os demais municípios contam com a forte presença de turistas do interior do estado, caracterizando-se como um turismo de origem regional e local. O balneário de São Lourenço do Sul, segundo os resultados da pesquisa é o que recebe turistas do maior número de municípios do Rio Grande do Sul.

Índices que oscilam entre 80 e 93% indicam que os visitantes se deslocam de automóvel próprio. Aspectos como segurança, limpeza urbana, água e saneamento apresentam maior índice de insatisfação. Questões como sinalização e sinalização turística também aparecem como merecedoras de atenção.

Os principais aspectos negativos apontados pelo estudo referem-se à infraestrutura básica e de apoio ao turismo, e não aos atrativos locais. Isso reforça a necessidade de ações de planejamento articuladas entre o destino e ações básicas no âmbito municipal. Destaca-se uma importante dicotomia no perfil e no fluxo turístico das cidades, evidenciando a presença de veranistas e turistas.

O turismo de lazer e férias é predominante, com maiores fluxos nos períodos de férias escolares e finais de semana. Os entrevistados que viajam para os destinos são influenciados principalmente por recomendação de amigos e pela existência de imóvel próprio ou de familiares e amigos no destino.

O uso de pacotes turísticos não foi identificado. Predominam casais e famílias, sendo atraídos adultos de diversas faixas etárias, com maior frequência de visitantes com grau de instrução médio. A renda média individual dos visitantes é baixa, inferior a três (3) salários mínimos/mês para a maior parte dos que viajam de ônibus e, inferior a cinco (5) salários mínimos/mês para a maior parte dos que viajam de carro.

Os turistas que utilizam os serviços de hospedagem permanecem poucos dias nos destinos. Já os turistas que utilizam imóvel próprio ou de familiares e amigos ou alugado são os mais frequentes nos municípios, muitos desses utilizam-se de tais imóveis todos os finais de semana da temporada para retornar ao destino.

Os entrevistados em sua maioria mostram-se satisfeitos com os serviços turísticos e públicos utilizados. Tal satisfação pode ser explicada pelo baixo grau de exigência destes visitantes, predominantemente de níveis de renda modestos, e pelo elevado número de visitantes que são naturais dos municípios da região e visitam parentes e amigos. Questões básicas como: limpeza e urbanização dos acessos à orla, seja ela marítima ou de lagoa, a falta de banheiros públicos e chuveiros, condições precárias nas vias de acesso e também do interior dos destinos, esgoto a céu aberto, insegurança, fornecimento ineficaz de energia elétrica e água, carência de atrativos, espaços de lazer e entretenimento e a ausência de um artesanato típico da região, associadas à inexistência de uma agenda de eventos, durante e após a temporada, fortalecem o diagnóstico e o prognóstico acerca das estratégias prioritárias de planejamento a serem implementadas.

A necessária sinergia entre o setor público e privado, em especial os empreendedores da atividade turística, deve ser considerada, especialmente quando as diretrizes de qualificação da oferta, do receptivo e das ações de divulgação, promoção e comercialização dos destinos são estabelecidas.

A estrutura turística do litoral é refém da sazonalidade da atividade em feriados e períodos de férias de verão. A identificação do perfil deste visitante representa para os gestores do turismo dos municípios e do Estado uma importante ferramenta para a definição de segmentos e planos de desenvolvimento voltados para a demanda.

Por outro lado, considera-se que investimentos são feitos na infraestrutura dos municípios para o receptivo, estruturas estas que atendem unicamente, na maioria dos casos, no período de veraneio.

Assim, observamos que a identificação de maior frequência nos municípios analisados é a do veranista, com exceção de Pelotas, Rio Grande e Santa Vitória do Palmar, nos quais predominam o percentual que envolve turistas.

As faixas de renda que mais se destacam na amostra pesquisada, no momento da aplicação da pesquisa, são as entre R\$ 3800 a R\$ 5400 e R\$ 2000 a R\$ 3800. Quanto ao estado civil dos entrevistados, em todos os municípios pesquisados, revela-se a maior frequência do estado civil casados e destes, destaca-se ainda, maior evidência de preferir viajar com a família.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira geral, a identificação da satisfação do turista diante da oferta existente servirá de referência para o planejamento e/ou redirecionamento dos objetivos do planejamento ou de empreendimentos, serviços e equipamentos turísticos.

Os resultados representam importantes indicadores para ações de planejamento integrado do turismo, seja em nível local ou regional.

Conclui-se que o potencial turístico do Litoral Gaúcho deve ser melhor explorado, partindo do melhor aproveitamento dos seus principais atrativos naturais, relativos as áreas costeiras do Oceano Atlântico e da Laguna dos Patos.

Ações devem ser tomadas no sentido de atrair maiores fluxos de turistas de outros Estados e sem vínculos locais, com níveis de renda mais elevados e dispostos a permanecer nos municípios por períodos mais longos, atraídos principalmente por uma infraestrutura adequada e uma agenda permanente de eventos e feiras, na intenção de minimizar os efeitos da sazonalidade.

A forte repercussão acerca dos resultados desta pesquisa inédita, levou os municípios analisados a realização de vários debates e reuniões, as quais visavam estabelecer a relação entre os indicadores apontados e o planejamento necessário.

Cumpra assim a Estácio Fargas seu papel na construção do conhecimento e a SETUR RS no apoio a estruturação de destinos turísticos no Estado do Rio Grande do Sul. Os resultados obtidos, a partir da pesquisa concreta realizada nos oito (8) municípios do Litoral Gaúcho, oferecem condições para a estruturação de destinos turísticos. E desta forma, contribuem, por meio do método de pesquisa aplicada, com o poder público, em diferentes escalas, para o planejamento da atividade turística.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, J. V. de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1997.
- BENI, M. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2001, p.178.
- BRAGA, D. Investigação da Demanda Turística como Fator Fundamental para o Planejamento e o Desenvolvimento do Turismo. In: REJOWSKI, M.; COSTA, B. (Org.) **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003. Cap. 2, p. 43-60.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Elaboração de planos Estratégicos de desenvolvimento do turismo. Programa de Regionalização do Turismo: Diretrizes Políticas – Roteiros do Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo. 2006.
- DENCKER, A. F. M de. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. Ed.9. São Paulo: Futura, 2007.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico**. 2010. Disponível em <[http:// http://cod.ibge.gov.br/232DX](http://cod.ibge.gov.br/232DX) />. Acesso em 05 de maio de 2015.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- PETROCCHI, Mário. **Planejamento e gestão do turismo**. São Paulo: Futura, 2002.

RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. The Competitive Destination: a sustainability perspective. **Tourism Management**, Hamilton, v. 21, p. 1-7, 2000.

TORRE, De La. **El turismo: fenómeno social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

VALLS, Josep-Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

Recebido em março de 2015

Revisado em agosto de 2015

Aceito em outubro de 2015

