



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
Coordenadoria de Gestão em Turismo

Renata Sobrinho de Souza

Perfil da Demanda Turística do Município de Carmópolis/SE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para conclusão do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe (IFS).

Aluna: Renata Sobrinho de Souza

Orientador: Prof. Dr. Lício Valério Lima Vieira

Aracaju/SE

2023

RESUMO

O turismo surge da necessidade que as pessoas têm de obter lazer, conhecer lugares e sair do seu cotidiano. No entanto, o destino precisa implementar o seu planejamento para uma boa gestão. Conhecer melhor o perfil do visitante (turista ou excursionista) nas localidades, contribui para a elaboração do planejamento, condizente com as expectativas de consumidores de bens e serviços. Portanto, o destino turístico deve possuir elementos essenciais em serviços e estruturas urbanas (acessos, informações, agência bancária, postos de saúde e de combustíveis, conveniências, dentre outros), bem como os elementos fundamentais para desfrutar dos atrativos, em serviços e equipamentos (restaurante, hospedagem, espaços para entretenimentos, transportes para lazer turístico e outros) devem estar preparados para as diferentes exigências de suas demandas. Uma localidade que almeja acrescentar à sua economia a atividade turística, como mais uma opção ou ainda como a única para o deslanchar, deve priorizar um planejamento estratégico a partir de estudos, análises que retratam o desenho de transeuntes que circulam na cidade e seus potenciais para injetar economia e impactos positivos. Portanto, o conhecimento da demanda turística é de suma importância, uma vez que, distinguindo suas diferenciações e especificidades, permitindo segmentar e planejar o destino turístico. Esta pesquisa pretendeu como objetivo geral caracterizar a demanda turística do município de Carmópolis-SE, a fim de identificar o perfil de visitantes, para auxiliar em futuros planejamentos. Como objetivos específicos, foram estabelecidos: a) Caracterizar a oferta turística do município; b) Identificar os principais períodos de fluxos de visitação turística; c) Conhecer as expectativas da demanda pesquisada, quanto a equipamentos, infraestrutura e serviços disponibilizados. Quanto a metodologia foi adotado um formulário eletrônico disponibilizado para possíveis visitantes do município, além de ser disponibilizado no principal meio de hospedagem. Foram realizadas também visitas em campo para reconhecimento da oferta turística. Com ajuda do inventário do município foi possível destacar os principais elementos do turismo local. Identificou-se, ainda, que o principal período de visitação corresponde às datas comemorativas dos festejos culturais e religiosos. Após a pesquisa foi possível identificar que existe uma demanda no município no qual é mais voltada para os negócios ou familiares de residentes que já têm vinculação com o município.

Palavras Chave: Demanda turística, Inventário Turístico, Planejamento, Política Pública de Turismo.

1. INTRODUÇÃO

O turismo surge da necessidade que as pessoas têm de obter lazer, conhecer lugares e sair do seu cotidiano. Para melhor atender essas necessidades é preciso conhecer melhor o perfil do turista e/ou visitante nas localidades, saber a real demanda que chega ao destino para melhor elaborar um planejamento na localidade, condizente com as expectativas de consumidores de bens e serviços.

Porém para acolher os consumidores, sejam visitantes, excursionistas, turistas, dentre outros, faz-se necessário analisar as diferenciações que possuem e que os motivam no uso da infraestrutura municipal, seja a básica ou de apoio ao turismo. Ou seja, elementos essenciais em serviços e estruturas urbanas (acessos, agência bancária, postos de saúde e de combustíveis, conveniências, dentre outros), bem como os elementos fundamentais para desfrutar dos atrativos, em serviços e equipamentos (restaurante, hospedagem, espaços para entretenimentos, transportes para lazer turístico e outros) devem estar preparados para as diferentes exigências de suas demandas.

Uma localidade que almeja acrescentar à sua economia a atividade turística como mais uma opção ou ainda como a única para o deslancar, deve priorizar um planejamento estratégico a partir de estudos, análises que retratam o desenho de transeuntes que circulam na cidade e seus potenciais para injetar economia e impactos positivos.

Assim, motivada pela aproximação com o município de Carmópolis, em Sergipe, tanto por relações familiares, quanto pela visitação constante, e ainda, pela situação econômica que passa a localidade, a autora desta pesquisa despertou o em debruçar na pesquisa de conclusão de curso para possível contribuição para conhecimento de uma possível demanda turística, bem como, para as ações de planejamento.

Carmópolis, cidade do estado de Sergipe, localiza-se no leste do Estado, tem seu acesso a partir da BR 101, está distante 59 km da capital, Aracaju. O município é fortemente conhecido pela atividade econômica de exploração do petróleo, além de destacar pelos festejos de Nossa Senhora do Carmo, padroeira da cidade e por grupo cultural “Bacamarteiros”, que se apresenta em maior destaque em época junina como São João e São Pedro, entre os meses de junho e julho.

Algumas indagações iniciais surgiram para delimitar a problemática central da pesquisa, como: a) Qual o perfil da demanda dos visitantes no município de Carmópolis-SE? b) Quais as motivações que induzem ao deslocamento para a cidade de Carmópolis? c) existem políticas públicas turísticas que correspondam às necessidades dos consumidores visitantes à cidade?

Sendo assim, algumas hipóteses são construídas para balizar os objetivos propostos e posterior caminhos de análises de dados, a saber: a) Os visitantes de Carmópolis são na sua maioria excursionistas, trabalhadores de empresas vinculadas a exploração do petróleo; b) Em Carmópolis não existe a elaboração de planejamento turístico alinhado ao perfil de visitação existente; c) As necessidades dos visitantes em épocas de festejos da cidade e/ou em períodos de férias, feriados prolongados não são atendidas por ausência de recursos e equipamentos de apoio ao turista.

Portanto, apresentam-se objetivos que permitiram a sistematização do percurso metodológico deste estudo. Esta pesquisa teve como objetivo geral caracterizar a demanda turística do município de Carmópolis-SE, a fim de identificar o perfil de visitantes, para auxiliar em futuros planejamentos. Como objetivos específicos, foram estabelecidos: a) Caracterizar a oferta turística do município; b) Identificar os principais períodos de fluxos de visitação turística; c) Conhecer as expectativas da demanda pesquisada, quanto a equipamentos, infraestrutura e serviços disponibilizados.

Após esta introdução, segue-se para a fundamentação teórica que irá embasar todo o contexto de estudo do artigo, seguida pela metodologia adotada para o levantamento de dados e informações. Após a metodologia seguem os resultados e a discussão, seguidos pelas considerações finais do estudo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica deste artigo se baseia em dois tópicos que sustentam toda a pesquisa do ponto de vista de respaldo acadêmico: Turismo, políticas públicas e desenvolvimento local e Demanda Turística: Instrumento para o Planejamento Estratégico Municipal.

2.1 Turismo, políticas públicas e desenvolvimento local

A origem da palavra turismo vem do vocábulo *tour* que é de origem francesa e significa “volta” (BARRETO, 1995). Outra afirmação diz que “a matriz do radical *tour* é do latim, através do seu substantivo *turnus*, do verbo *tornare*, cujo significado é “giro, volta, viagem ou movimento de sair e retornar ao local de partida” (ANDRADE, 1992).

Mota (2007) destaca que a expansão do fenômeno do Turismo está diretamente ligada ao progresso econômico, à concentração urbana, às facilidades de comunicação e ao desenvolvimento dos transportes, dando um posicionamento de destaque à atividade, que passou a ser objeto de atenção pública e privada devido a sua importância ecológica, cultural,

política e socioeconômica. Passou-se a tratar o turismo de forma mais profissional e científica. Várias ciências fizeram da atividade turística um objeto de estudo e agora o próprio turismo vem se desenvolvendo no meio acadêmico, com cursos, estudos e pesquisas científicas, o que contribui para o seu desenvolvimento de forma mais planejada e sustentável.

Devido ao seu processo de crescimento, o setor vem sendo acompanhado com maior atenção pelos poderes públicos que passam a se preocupar em fomentar políticas de regulamentação e incentivos à atividade turística. Em consequência da importância dada pelo poder público, passa-se a inserir o turismo nas políticas públicas, trabalhando-o de maneira planejada, com metas e ações pré-estabelecidas, ratificando a necessidade do planejamento das ações para o fortalecimento das políticas públicas (BENI, 2004).

O turismo é de tal importância hoje, que é um dos principais fatores de desenvolvimento de localidades, regiões e países. Agora para que haja um desenvolvimento correto e sem atropelos é importante se planejar.

O planejamento é um processo que analisa a atividade turística, diagnosticando o seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação para impulsionar ou integrar o turismo por meio de planos e programas. As políticas de turismo vêm ocupando espaço no âmbito do planejamento e gestão pública, dada a importância da atividade para as economias locais.

Para Beni (2004, p. 105),

O lugar do Turismo na estrutura administrativa pública dependerá, em definitivo, da orientação que o governo de cada país lhe der (...) quando muda o governo de um país a orientação do turismo pode mudar e, por conseguinte, também sua posição hierárquica e subordinação administrativa.

No Brasil a institucionalização da política pública de turismo e seu planejamento, tem seus marcos regulatórios com algumas ações:

Segundo Brusadin (2022), os benefícios do Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT, criado em 1994, correspondem ao fortalecimento dos municípios e à sensibilização das comunidades locais para o turismo, por meio de Conselhos e outros mecanismos de gestão participativa. Os organismos municipais de turismo e as empresas que formam o trade turístico local, são a base indispensável para o fomento do turismo. É no município que o consumidor entra em contato com o produto turístico e realiza o ato de consumo. A preparação e mobilização da comunidade para o desenvolvimento do turismo leva ao seu envolvimento e à sua responsabilização diante da oportunidade de desenvolvimento socioeconômico que o setor proporciona.

O turismo passa a ser visto como política pública específica, independente, ainda que integrada, das políticas de esporte, lazer e cultura, sendo importante para a geração de emprego e renda. Com a criação do Ministério do Turismo - MTur, em janeiro de 2003,

entraram em pauta as prioridades do governo federal propondo uma nova postura para a atividade turística no Brasil.

A política pública de turismo deve abranger os aspectos culturais, ambientais e sociais, como afirma Vieira, (2011, p.21):

A política de turismo deve ser entendida em sua complexa totalidade, agregando todos os seus componentes, afinal a atividade apresenta uma grande diversidade de atuação e as políticas, vale ressaltar, apresentam-se inter setorializadas, cabendo ao Estado a obrigatoriedade de ações de proteção do meio ambiente, preservação do patrimônio e do bem estar social.

A valorização do turismo é reforçada com a aprovação da Lei nº. 11.771/2008, que trata da Política Nacional de Turismo, definindo as competências do governo federal dentro do planejamento e desenvolvimento turístico.

A estruturação da oferta turística pode ser potencializada, se considerada em sua dimensão regional, em que diversos municípios se integram e se complementam na prestação de serviços aos turistas, agregando valor aos territórios. Tendo este princípio como referência, o Ministério do Turismo criou e vem implementando o Programa de Regionalização do Turismo, pelo qual os municípios são incentivados a um trabalho conjunto de estruturação e promoção, em que cada peculiaridade local pode ser contemplada, valorizada e integrada num mercado mais abrangente.

Em âmbito local são vários instrumentos que podem ser criados para a concretização de objetivos e ações do turismo. Dentre eles, merece destaque o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano, que regula o uso do espaço urbano e rural, de forma a melhorar a qualidade de vida da população em geral. Para o desenvolvimento do turismo, merece destaque (MARTINS, ALVES e LIMA, 2019):

- O planejamento das ações da administração pública;
- O enfrentamento de problemas provocados pelo crescimento econômico;
- A análise das dimensões do desenvolvimento político, social, econômico, espacial, administrativo e financeiro;
- A garantia de bem estar da população local;
- A distribuição equitativa dos bens e serviços urbanos, propiciando a ocupação ecologicamente equilibrada do território municipal.

2.2 Demanda Turística: Instrumento para o Planejamento Estratégico Municipal

Segundo a Organização Mundial do Turismo a demanda turística é caracterizada pelo “número total de pessoas que viajam ou desejam viajar para desfrutar das comodidades

turísticas e dos serviços em lugares diferentes daquele de trabalho e de residência habitual” (OMT, 2001, p. 53).

O conceito de 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 (BRAGA, 2003). Na mesma linha de Braga e Montejano (2001, p.11) conceitua demanda como:

O conjunto de turistas que de forma individual ou coletiva, estão motivados por uma série de produtos e serviços turísticos com o objetivo de cobrir suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias.

Nota-se que os autores dão ênfase ao conceito da demanda relacionado ao consumidor. Neste conceito relacionado ao consumidor, mencionado anteriormente, o turista não se desloca de seu local de origem com foco maior nos fatores preço e tempo, e sim com a satisfação dos seus desejos e com a qualidade dos serviços que lhe serão prestados.

Demanda turística é o interesse que os turistas demonstram pelos atrativos e pelos locais de uma determinada região. Portanto, saber se há muita ou pouca procura pelos atrativos e pelos locais interessantes de uma região, ou seja, conhecer o perfil da demanda turística é essencial para se traçar, no futuro, o prognóstico para a região turística.

A demanda por um local ou um atrativo pode ser efetiva ou potencial. A demanda efetiva diz respeito à quantidade de bens e serviços efetivamente consumidos no local receptor. A demanda potencial refere-se à quantidade de bens e serviços que podem vir a ser consumidos.

Existem quatro combinações para relacionar os produtos com as demandas, buscando um melhor desempenho do setor (PETROCCHI, 1998). Para exemplificar as descrições destas combinações, segue uma proposição hipotética para aumento do turismo em uma localidade reconhecida pelos atrativos históricos e culturais.

Uma localidade pretende aumentar seu fluxo de turismo por meio de combinações de oferta e demanda, desta forma, esse território pode oferecer:

- Um produto atual para um segmento de demanda atual: aumentando o consumo do produto atual e por meio de maior atuação dentro do mesmo segmento de demanda; (ex: aumentar o fluxo de turistas moradores do Estado em sua região histórica).
- Um produto atual para um novo segmento de demanda: atraindo visitantes que antes não viajavam para este destino; (ex: programas de atração de moradores de outras regiões e estados do País para conhecer a região histórica de seu estado)

- Um produto novo para um segmento de demanda atual: conseguindo atrair maior diversidade de visitantes de uma localidade que já é emissora para sua região; (ex: aumentar o turismo interno do estado oferecendo produtos ligados ao turismo de aventura, evitando que estes turistas procurem a solução para estas motivações em outras localidades).
- Um produto novo para um novo segmento de demanda: atraindo visitantes que antes não viajavam para este destino, com produtos que atendem motivações que antes também não eram oferecidas; (ex: programas de atração de moradores de outras regiões do País com produtos que atraiam turistas com motivações diferentes da histórica e cultural – podem ser sugeridos, por exemplo, o turismo de aventura, ecoturismo, ou outra atividade que não estava antes sendo oferecida no destino).

O conhecimento da demanda turística é de suma importância, uma vez que, distinguindo suas diferenciações e especificidades, é possível segmentar e planejar o destino turístico. Para Vignati (2008) o planejamento estimula o desenvolvimento do turismo, tendo como objetivo transformar recursos em produtos turísticos e produtos em ofertas competitivas.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente estudo tem como objetivo aprofundar o conhecimento científico sobre a verificação e análises de dados apresentados em instrumento de estudo de perfil de demanda. Sabe-se que a escolha do método para uma pesquisa influencia o instrumento que meça, demonstre, desenhe, e que pode ocasionar impactos que beneficiem e sintonizem com a proposta de inventariação da estrutura e serviços apresentados, bem como pode causar surpresas não tão aguardadas por gestores públicos. Assim, a definição de um método que possibilite a testagem de produto, como uma pesquisa de demanda de perfil, é imprescindível para a escolha definitiva (DENCKER, 1998).

Para tal, inicialmente o método de abordagem deste estudo foi dedutivo. Segundo Dencker (1998), o método dedutivo não dedica muita atenção à experiência, mas parte da formulação de um objetivo geral para chegar aos específicos por meio da descrição da realidade, pois “a questão fundamental da dedução está na relação lógica que deve ser estabelecida entre as proposições apresentadas, a fim de não comprometer a validade da conclusão” (MEZZAROBÀ; MONTEIRO, 2003, p. 65).

3.1 Procedimentos Metodológicos e Técnicas e Instrumentos de coleta de dados

Quanto aos fins esta pesquisa possui caráter exploratório e descritivo com o propósito de alcançar os objetivos propostos no estudo, na construção de identificação da demanda turística com o intuito de conhecer o perfil do turista que visita o município.

Já os meios de investigação direcionaram este trabalho através de pesquisa bibliográfica. Quanto à abordagem o presente estudo por meio de pesquisa de campo de abordagem qualitativa e quantitativa, através de questionário semiestruturado.

Para a realização deste trabalho foram realizadas visitas de campo e a aplicação de questionários com perguntas abertas e fechadas, contendo as seguintes variáveis: gênero, idade, residência, permanência no destino, hospedagem, meio de transporte até o município, motivos da viagem, qualidade da oferta turística, dos equipamentos de lazer, infraestrutura. Ressalta-se que por conta de diversas dificuldades, o questionário foi disponibilizado por meio eletrônico para diferentes perfis, na perspectiva de identificar pessoas que visitaram o destino.

Quanto à população de estudo não se sabe ao certo, pois se trata dos visitantes da localidade, fato difícil de ser identificado, já que o poder público local não dispõe de documentos ou estudos sobre demanda turística. Por conta disso, adotou uma amostragem não probabilística e prontamente acessível (GIL, 2005).

Como pesquisa documental foi analisado o inventário turístico do município disponibilizado pelo representante da prefeitura. Essa análise serviu para caracterizar a oferta turística local.

Vale destacar que houve tentativa de aplicação de questionário durante uma visita de campo, onde estava acontecendo o evento religioso “Cerco de Jericó” no dia 24 de novembro de 2022. Este evento que ocorreu durante sete quinta-feiras tendo início no dia 13/10/2022 até dia 24/11/2022), e ainda, aplicado também na recepção do hotel Star New com os próprios hóspedes. A partir do uso destas estratégias foram aplicados/colhidos 56 (cinquenta e seis) de forma eletrônica e 14 (quatorze) de forma presencial, totalizando 70 (setenta) questionários.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As análises dos resultados e discussão estão separadas em três tópicos, sendo eles: a Caracterização da área de estudo e da oferta turística, com base no inventário disponibilizado pelo município; O perfil da visitação de Carmópolis: fluxos e período, destacando períodos com uma maior visitação; A “demanda turística” de Carmópolis/SE com os resultados dos questionários aplicados.

4.1 Caracterização da área e da oferta turística: Carmópolis em pauta

Situada a 59 km da capital Aracaju e localizada na região Leste do território Sergipano (figura 01), Carmópolis abrange uma área de 46,395 km² com população estimada em 17.232 pessoas e densidade demográfica de 294,15 hab/km² (IBGE, 2021), com PIB per capita de R\$ 27.566,67 (IBGE, 2019).

Figura 1 – Localização do município de Carmópolis



Fonte: Prefeitura de Carmópolis. Fonte: <http://www.carmopolis.se.gov.br/> - 2023

Por muitos anos a agricultura e pecuária formaram a base da economia, o município chegou a ter uma grande produção de cana de açúcar, apesar de não possuir usinas. A partir da década de 50 a agricultura e pecuária tiveram uma queda significativa até a extinção da cana de açúcar. Em 1963 a Petrobras descobriu petróleo no campo de Carmópolis (campo esse que abrange outros municípios da região o que o torna um dos maiores do Brasil) que trouxe desenvolvimento, gerando emprego e renda para a cidade durante décadas. Acredita-se que agora é a vez do ciclo do Turismo, voltado para o turismo Religioso, Histórico, Cultural, Lazer, Aventura e Contemplativo.

O Brasão das Armas de Carmópolis possui um escudo Português, com uma “coroa mural” de quatro torres em “ouro”. Sob um fundo dourado de bordas azuis, na parte superior, a “Igreja de Nossa Senhora Santana”, símbolo da religiosidade de Carmópolis, retratando a história através das cores e das imagens. Em seguida a figura 02, que representa o Brasão das Armas do município.

Figura 2 - Brasão das Armas de Carmópolis



Fonte: História de Sergipe. (2018)

Dispondo de vários potenciais atrativos turísticos que vale a pena serem conhecidos o município de Carmópolis/SE é belo pelas suas exuberantes riquezas históricas, seu acervo cultural, natural e religioso. Um cenário atraente aos olhares dos visitantes, conforme exposto na figura mosaico 3:

Figura 3 - Complexo Turístico Monte Carmelo



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2022).

Complexo Turístico Monte Carmelo (figura 3) composto por vários equipamentos e serviços de apoio, os quais são oferecido aos visitantes: um restaurante, um velário, uma capela ao ar livre para realizar celebrações, um parque infantil, projeto paisagístico, iluminação temática e uma imagem de Nossa Senhora do Carmo, que potencializa o turismo

religioso;

Dentre outros atrativos, têm-se ainda o balneário Parque da Mangueira e o Parque Ecológico da Mangueira (Figura 4); além do Porto de Aguada (Figura 5).

Figura 4 - O Parque Ecológico da Mangueira



Figura 5 - O Porto de Aguada (Rio



Japaratuba)

Fonte: Arquivo pessoal da autora, (2022).

Fonte: Arquivo pessoal da autora, (2022).

O Parque Ecológico da Mangueira (figura 4), nesse local é possível desenvolver atividades de lazer e recreação, pois é onde fica localizado o balneário composto por piscinas de adulto e infantil, também uma pequena trilha que passa por um resquício de Mata Atlântica e outros equipamentos de apoio;

O Porto de Aguada (figura 5) localizado no povoado às margens do Rio Japaratuba e dispõe de área de lazer, churrasqueira e uma quadra de esporte;

O folclore com manifestos culturais como:

O Batalhão de Bacamarteiros (figura 6) configura-se como a maior manifestação cultural do município e uma das principais expressões culturais de Sergipe, tornou-se patrimônio do estado pelo Decreto nº 30.281, de 29 de julho de 2016.

O Samba de Aboio (figura 7) é outro ato folclórico, acontece no povoado Aguada anualmente, na semana santa, no sábado de aleluia e no domingo da ressurreição.

Figura 6 - Grupo Folclórico Batalhão de Bacamarteiros. Figura 7 - Samba de Aboio (Festa de Santa Bárbara)



Fonte: Secult/SE, 2023.



Fonte: infonet, abr. 2019.

O Marco Zero (figura 8) o primeiro poço petrolífero em solo carmopolense, está localizado na Fazenda Oiteirinhos. A partir de 2013 o CP1, tornou-se patrimônio histórico e artístico do município de Carmópolis, tombado pelo IPHAN.

A Igreja Santana do Massacará (figura 9) é uma das primeiras Igrejas construídas na cidade. Foi tombada pelo governo do Estado em setembro de 1994, passando por uma reforma, mantendo o grande valor histórico e conservando suas características inalteradas.

Figura 8 - Marco Zero - CP1

Figura 9 - Igreja Santana do Massacará



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2022).

Fonte: Arquivo pessoal da autora, (2022).

4.2 A visitação de Carmópolis: fluxos e período

De acordo com os dados levantados em campo, o município conta com um maior fluxo de visitação em datas comemorativas como, nos manifestos culturais ou em festas religiosas.

- 1º de janeiro - Festa do Bom Jesus dos Navegantes (Pov. Aguada);
- 16 de julho - Festa de Nossa Senhora do Carmo (Padroeira do município)
- 24 de junho - São João (Pov. Aguada) – Batalhão de Bacamarteiros;
- 29 de junho - São Pedro - Batalhão de Bacamarteiros;
- Samba de Aboio – os festejos ocorrem na semana santa (sábado de aleluia e domingo da ressurreição).
- Última semana de julho – festa de Nossa Senhora Santana, na igreja Santana do Massacará
- 16 de outubro - Emancipação Política de Carmópolis;

Vale destacar que a Festa do Bom Jesus dos Navegantes (Pov.Aguada) consiste em uma procissão fluvial realizada em vários municípios do Estado de Sergipe e acontece sempre no mês de janeiro. Já o Samba de Aboio é uma cantiga criada para homenagear a Princesa Isabel e Santa Bárbara. Esse ato folclórico, acontece no povoado Aguada anualmente, na

semana santa; no sábado de aleluia e no domingo da ressurreição (Páscoa). Dessa maneira, no sábado de aleluia os moradores do povoado são atraídos pelo som do tambor, o ronco da onça, a chocalhada dos ganzás e os cânticos que contam a história do povo negro. Já no domingo da ressurreição, reúnem pessoas de todo o estado e também turistas que se encantam com o saber fazer de um povo rico na cultura popular.

Por sua vez, o Batalhão de Bacamarteiros é a maior manifestação cultural do município de Carmópolis. No São João, dia 24 junho, o grupo sai pelas ruas do povoado Aguada visitando as residências de moradores, comendo, bebendo, cantando e disparando seus bacamartes. Na sede do município não é diferente; o grupo atrai uma multidão no dia 29 de junho para cultuar os santos que são homenageados durante esse mês e mantendo viva uma tradição que atravessa diversas gerações, encantando a comunidade e os turistas que visitam Carmópolis nesse período. Outra data que se destaca é o dia 16 de Julho, Festa de Nossa Senhora do Carmo (Padroeira do município), um manifesto religioso, que reúne fiéis de todo o Estado no mês de Julho e proporciona dias de adoração e louvor, com realização de missas no Monte Carmelo, procissão e shows.

4.3 A “demanda turística” de Carmópolis/SE

Seguem, portanto, as análises dos dados coletados, os quais caracterizam a demanda turística do município.

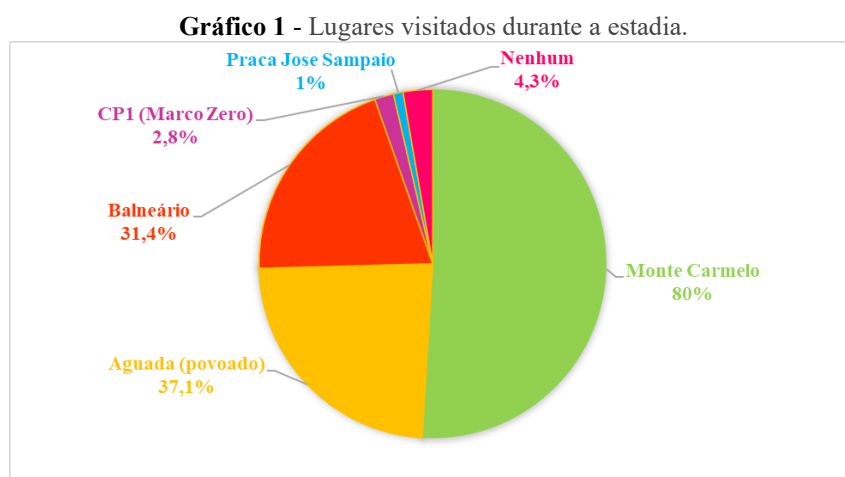
A partir dos dados levantados foi possível identificar que 67,1% correspondem a pessoas do gênero masculino e 32,9% feminino, sendo assim a sua maioria masculino. Em relação à faixa etária, 10% das pessoas disseram ter até 19 anos, 18,6% têm entre 20 e 30 anos, 52,8% informaram ter entre 31 a 40 anos, 18,6% afirmaram ter mais de 50 anos. Quanto ao estado civil, na sua maioria sendo 51,4% casados, seguido de 41,4% de solteiros, 5,8% dos divorciados e 1,4% viúvos.

No que diz respeito à origem dos visitantes, o destaque maior é para o estado de Sergipe com 72,9% das pessoas (sendo que 28,6% são de Aracaju e cerca de 44,3% são dos interiores). No entanto 27,1%, são pessoas oriundas de outros estados como por exemplo a Bahia, Alagoas, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Acre, Ceará e Minas Gerais.

Quanto à motivação da viagem em uma pergunta de múltiplas escolhas 55,7% responderam que foram a trabalho/negócios e 40% visitaram parentes e amigos; 30% viajaram para lazer e 27,2% responderam outros como estudo ou participação em eventos. Quando

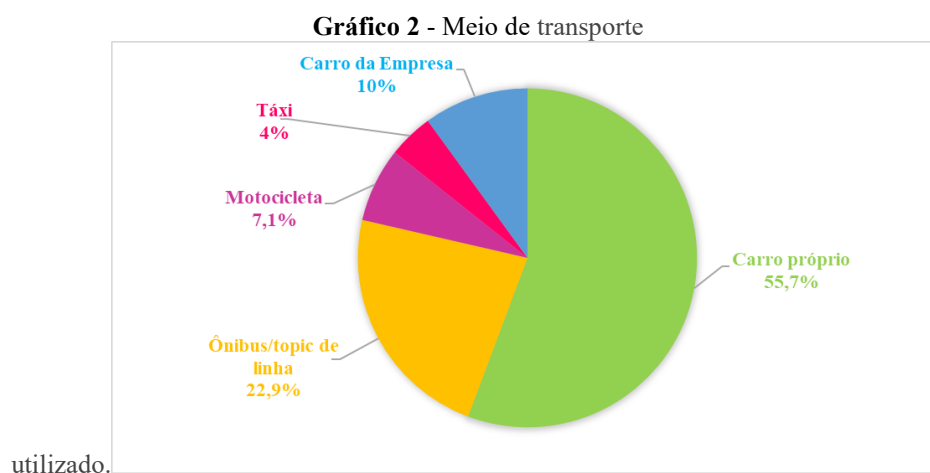
perguntado sobre a escolha do destino em pergunta de múltiplas escolhas, 57,1% pelo trabalho, 38,6% pela festa local/cultura/religiosa, 28,5% por outros motivos.

Sobre o tempo que permaneceram na cidade 62,8% disseram ficar mais de cinco dias, seguido de 17,9% que ficar apenas um dia, 10,7% ficar de três a cinco e 8,6% dois dias. Diante dos dados coletados foi constatado que 80% das pessoas conhecem Monte Carmelo e algumas pessoas visitaram também outras localidades do município, como mostra o gráfico 1. Um outro ponto que se destacou foi 4,3% disseram não conhecer nenhum lugar.



Fonte: Pesquisa de Campo (2022).

Através da coleta de dados foi possível identificar então que os visitantes do município são pessoas que vão a trabalho ou visita seus parentes e por isso tomam conhecimento do município. Na sua maioria 42,9% ficam hospedados em casas de parentes/amigos, 25,7% em hotéis/pousadas, 20% não se hospedam na cidade, 8,6% em casas alugadas (às vezes pelas empresas, como alojamento). Tendo como meio de transporte 55,7% o carro próprio e outras disseram utilizar outros meios de transporte de acordo com o gráfico 2.



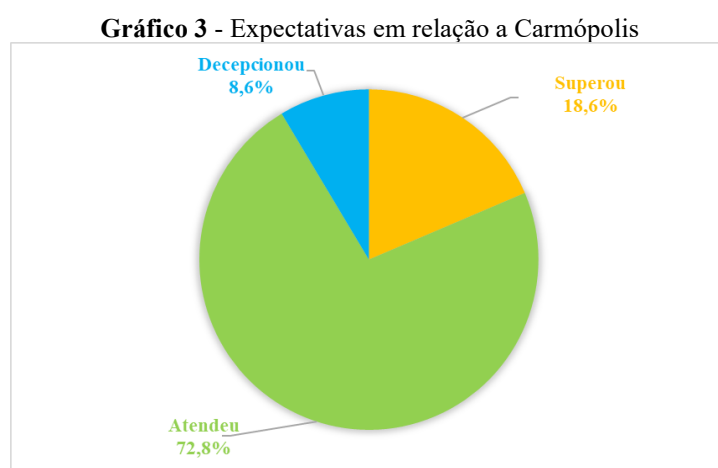
Fonte: Pesquisa de Campo (2022).

Durante a pesquisa, foi perguntado com relação à viagem ao município 38,6% disseram que viajaram sozinhos, 32,8% com a família, 25,7% com colegas de trabalho e 2,8% em grupo

(excursão). E quanto aos custos de sua viagem 47,1% disseram gastar até R\$ 300,00, 27,1% entre R\$ 300,00 a R\$ 500,00 e 25,7% acima de R\$ 500,00.

Sobre o que mais gostaram na cidade, 64,3% disseram ter gostado das pessoas do lugar, 57,1% dizem ter gostado da paisagem, 17,1% da limpeza, 5,7% outros e 1,4% diz que a cidade não tem o que oferecer.

Com a coleta dos dados foi possível saber se as expectativas com relação ao município foram superadas, atendidas ou decepcionadas (Gráfico 3).



Fonte: Pesquisa de Campo (2022).

Diante disso buscou-se saber se as pessoas retornariam ao município e 90% afirmaram que sim, 4,3% talvez e 2,8% disseram que não. E se recomendariam o destino para outras pessoas 90% afirmaram que sim, 5,8% não e 4,3% disseram que talvez.

Através então da aplicabilidade do questionário, foi possível o cruzamento dos dados, onde se pode assim identificar o perfil da demanda turística ou de uma possível demanda.

5. CONCLUSÃO

Este artigo mostra como é de suma importância a identificação do perfil da demanda para o município de Carmópolis/SE, uma vez que a cidade possui um potencial turístico e se faz necessário um planejamento para que assim seja melhor desenvolvida na atividade turística, visando assim o desenvolvimento do município.

Com ajuda do inventário do município foi feito um apanhado histórico, obtendo assim um melhor conhecimento local, sendo possível destacar então as principais ofertas turísticas, onde seu maior período de visitação são em datas comemorativas com os festejos culturais e religiosos.

Antes desta pesquisa, não se sabia exatamente quem visitava de fato o município e

depois a realização da mesma, sabe que existe uma demanda no município no qual é mais voltada para os negócios (empresas de exploração de petróleo e outras, que muitas vezes não se tem conhecimento do que de fato a cidade tem a oferecer), ou até mesmo familiares de residentes que conhecem o município. Além de identificar que o município quanto a equipamentos, infraestrutura e serviços disponibilizados, podem ter melhorias para melhor atender essa demanda. Para finalização deste artigo, espera-se que esta pesquisa contribua para futuros estudos e planejamentos na localidade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Adailton. **História de Carmópolis: Sociedade e Cultura Sergipana**. Disponível em: <https://fontesdahistoriadesergipe.blogspot.com/search?q=carmopolis> Acesso em: 01 agosto 2022.

ALVES, Alessandra C. M. **O planejamento turístico a partir da avaliação do potencial do município de São João da Barra (RJ)**. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<https://www.bdt.d.uerj.br:8443/handle/1/13317>> acesso em 12/12/2022.

BRAGA, D. C. **Investigação da demanda turística como fator fundamental para o planejamento e o desenvolvimento do turismo**. In: REJOWSKI, M; COSTA, B. K. (org). Turismo Contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003.

Brasil. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. Ministério do Turismo; Esplanada dos Ministérios, Bloco U, 2o andar; Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BENI, Mário Carlos. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Alepha, 2006. (Série Turismo).

BRUSADIN, Leandro B. Avaliação do programa nacional de municipalização do turismo: diferentes visões. Disponível em <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/2/Artigo_10.pdf> acesso em 12/12/2022.

CARMÓPOLIS. **Inventário da oferta turística do município de Carmópolis/Brasil**. Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo, 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. População Carmópolis SE, 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/se/carmopolis.html>>. Acesso em: 01 agosto de 2022.

IBGE - <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/carmopolis/panorama> - Biblioteca Municipal José Amado Alves – Carmópolis, pesquisa em 2022.

LIBERATO, Mônica M.; VIEIRA, Lício V. L. (Orgs). **Cenários Planejamento e Gestão do Turismo**. Aracaju: Backup Books Editora, 2020.

MARTINS, Raquel R. de O.; ALVES, F.; LIMA, Josiane P. Gestão do uso do solo no entorno do Rio Sapucaí em Itajubá (MG). **Rev. Brasileira de Gestão Urbana**, no. 11, 2019. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/urbe/a/MkxjYDNnmBwCkX3YZRw8zVM/?lang=pt>> Acesso em 01/03/2023.

MEZZAROBBA, Orides; MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual de metodologia da pesquisa em direito**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Cadernos de Turismo. **Introdução à Regionalização do Turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

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

VIEIRA, A. R. M. **Planejamento e políticas públicas de turismo**: análise dos módulos operacionais do Programa de Regionalização do Turismo no Polo São Luís-MA. Brasília: Universidade de Brasília, 2011. (Dissertação Mestrado).

SANTOS, Maria José. **Influência da Petrobras na Organização do Espaço de Carmópolis**. Dissertação: Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2006 Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/5551/1/MARIA_JOSE_SANTO> Acesso em: mar. 2021

SERGIPE. **Polo dos Tabuleiros, Carmópolis**. Disponível em: <https://www.sergipetradetour.com.br/cidade/18>. Acesso em: mar.2022.

APÊNDICE

Estudo de demanda turística do município de Carmópolis/SE

Questionário de estudo de demanda, para nortear pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso de Renata Sobrinho de Souza aluna do curso de Gestão de Turismo do Instituto Federal de Sergipe.

1 - Sexo

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Outro

2 - Qual sua idade?

- ☐ Até 19 anos
- ☐ De 20 a 30 anos
- ☐ De 31 a 40 anos
- ☐ Mais de 50 anos

3 - Qual seu estado civil

- ☐ Solteiro
- ☐ Casado
- ☐ Divorciado
- ☐ Viúvo

4 - Qual seu local de origem?

Cidade

Estado

5 - Qual a motivação da sua viagem? Pode assinalar mais de 1 (uma) alternativa.

- ☐ Viagem de lazer
- ☐ Viagem de Negócios
- ☐ Viagem de estudo
- ☐ Participação em eventos

- ☐ Visita a parentes/ amigos

☐ Outra:

6 - Por que você escolheu Carmópolis para visitar? Pode assinalar mais de 1 (uma) alternativa.

- ☐ Descanso
- ☐ Conhecer novos lugares
- ☐ Festa local ☐ cultural
- ☐ religiosa
- ☐ Trabalho
- ☐ Outros

7 - Tempo de permanência em Carmópolis?

- ☐ 1 dia
- ☐ 2 dias
- ☐ 3 a 5 dias
- ☐ Mais de 5 dias

8 - Quais os lugares visitados durante a sua estadia?

- ☐ Balneário
- ☐ Monte Carmelo
- ☐ Povoado - Aguada
- ☐ Outro

9 - Qual o tipo de hospedagem?

- ☐ Hotel
- ☐ Pousada
- ☐ Casa de amigos/parentes
- ☐ Não me alojei na cidade

10 - Qual tipo de transporte utilizado?

- ☐ Carro próprio
- ☐ ônibus de excursão
- ☐ ônibus/topic de linha
- ☐ Motocicleta
- ☐ Outro:

11 - Como tomou conhecimento do município de Carmópolis?

- ☐ Rádio/Jornal/TV
- ☐ Agência de viagem
- ☐ Recomendação de amigos/parentes
- ☐ Eventos
- ☐ Internet/ Redes Sociais

12 - Você viajou:

- ☐ Sozinho
- ☐ Em grupo (excursão)
- ☐ Colegas de trabalho
- ☐ Família

() Outros:

13 - Qual o nível de gastos de sua viagem?

() Até R\$ 300,00

() De R\$ 300,00 a R\$ 500,00

() Acima de R\$ 500,00

14 - O que você mais gostou? (assinalar mais de uma opção)

() Da paisagem

() Da limpeza

() Das pessoas do lugar

() Outro:

15 - Quais as expectativas em relação a Carmópolis?

() Superou

() Atendeu

() Decepcionou

16 - Pretende retornar?

() Sim

() Não

17 - Recomendaria o

destino a outras pessoas?

() Sim

() Não