



TABULAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

“O turista que a cidade tem, a cidade que o turista quer – Caracterização da Demanda Turística – Juiz de Fora/MG – 2016”

1. INTRODUÇÃO:

Juiz de Fora é um dos dezessete destinos indutores do turismo em Minas Gerais, segundo a secretaria de Turismo do Estado (SETUR-MG), o que obriga a implementação de uma série de ações em prol do aprimoramento da atividade turística no município¹. Em consonância com as diretrizes e políticas públicas estabelecidas em nível municipal (Conselho Municipal de Turismo – COMTUR-JF), estadual (SETUR-MG) e nacional (Ministério do Turismo – MTUR), há alguns anos vêm sendo discutidas uma série de estratégias para desenvolver a atividade turística na cidade. A criação do curso de turismo da UFJF (1999) reitera a importância do setor para o município e região, ao capacitar profissionais e abrir novos campos para a pesquisa científica. Para “mensurar, de forma objetiva, diversos aspectos – entre eles os econômicos,

¹ Disponível em: <http://www.turismo.mg.gov.br/noticias/932-noticias>. Acesso em 10/04/2015.

sociais e ambientais – que indicam o nível de competitividade dos destinos turísticos, a partir da identificação e do acompanhamento de indicadores objetivos, e da geração de um diagnóstico da realidade local”, o ESTUDO DE COMPETITIVIDADE DOS DESTINOS INDUTORES DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO REGIONAL DE MINAS GERAIS - 2013² informa que “eventos e negócios” são as principais motivações dos turistas que visitam a cidade. Porém, mesmo ocupando a terceira posição (atrás de “lazer” e “visita a amigos e parentes”), o “turismo de eventos” tem sido a “vocação turística” que lidera as a o es de gestão e estratégias de marketing das entidades que administram a atividade turística local. Faz-se importante ressaltar que nunca houve, de maneira sistemática, a aplica o de pesquisa destinada a traçar as principais características dos turistas que visitam a cidade. Em contrapartida, nos principais destinos turísticos do mundo, as críticas, elogios e considera o es dos turistas são fundamentais para a (re)estrutura o do setor.

Esse projeto de pesquisa visa apresentar novas possibilidades para as reflexo es e a o es relacionadas ao turismo na cidade de Juiz de Fora, ao colocar em discussão aspectos culturais, identitários que povoam o imaginário dos turistas que visitam a cidade. Trata-se de avalia o quanti-qualitativa, fruto de entrevistas realizadas exclusivamente com turistas, onde será priorizada a qualidade dos discurso do entrevistado, em contraposi o às abordagens que habitualmente caracterizam a pesquisa social em turismo no Brasil. A pesquisa social em Turismo objetiva resultados no campo da preserva o da memória e das identidades. A metodologia interpretativa, o estudo das identidades e do imaginário turístico são fundamentais para a preserva o da história local, ao permitirem inserir os sujeitos como coparticipantes do processo de conhecimento e preserva o, dando-lhes a oportunidade de se tornarem “turistas-cidadãos”.

²Estudo realizado pela Funda o Getúlio Vargas (FGV) e pela SETUR-MG em 2013, nos municípios indutores do turismo em Minas Gerais (Araxá, Belo Horizonte, Brumadinho, Caeté, Camanducaia (Monte Verde), Capitólio, Caxambu, Diamantina, Governador Valadares, Ipatinga, Juiz de Fora, Maria da F , Montes Claros, Ouro Preto, Poços de Caldas, Santana do Riacho, São João Del-Rei, São Lourenço, Sete Lagoas, Tiradentes e Uberlândia. Disponível em: <http://www.portaldoturismo.pjf.mg.gov.br/detalhe-noticias.php?not=42514>. Acesso em 02/04/2015.

Na direção oposta aos estudos sobre a atividade turística como “indústria”, o arcabouço teórico dessa pesquisa é baseado na escola francesa de turismo, onde a atividade turística não é percebida somente como atividade geradora de lucros financeiros, para se preocupar com a cultura, as identidades e a parte não visível do turismo, ou seja, o imaginário turístico. Em *L’imaginaire touristique* (2012), Rachid Amirou (1956-2011) sublinha que, além da atividade em crescimento é a emoção que determina o turismo. Segundo o autor francês, não nos deslocamos somente de um lugar a outro, mas de uma emoção à outra, em busca da autenticidade, do “nativo”, da simplicidade, de nossos opostos. O que se procura é contrapor o “discurso normativo dos manuais, para poder discutir/apresentar a riqueza, a atipicidade e a personalidade do cotidiano da pesquisa”.

Diante do exposto, o objetivo é realizar uma pesquisa de caráter exploratório para delinear o perfil da demanda turística na cidade de Juiz de Fora. Ao longo de 2016, questionários foram aplicados entre os meses de maio e julho (primeira etapa) e serão novamente aplicados entre outubro a dezembro (segunda etapa). Se historicamente os estudos relacionados ao turismo em Juiz de Fora priorizaram a abordagem quantitativa, o referido projeto propõe-se a valorizar a pesquisa social, através da utilização de questionário semiestruturado, para – finalmente – ouvir o turista e desvelar questões mais difíceis de serem detectadas em análises exclusivamente quantitativas.

A tabulação dos resultados será dividida em duas etapas: para as questões quantitativas será utilizado o software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences* – Pacote Estatístico para as Ciências Sociais), bastante utilizado em trabalhos científicos brasileiros. A abordagem qualitativa, composta por questões abertas, apresentada na terceira – e última - parte do questionário será somente apresentada nesse relatório, sendo que resultados mais aprofundados serão disponibilizados futuramente, através de artigo científico.

Quanto aos dispositivos metodológicos, deve-se ressaltar que o projeto irá utilizar-se da sociologia do cotidiano que, segundo um dos seus principais representantes, o sociólogo francês, Michel Maffesoli, defende que o imaginário supera a razão e marca a transição entre estudos “formistas” (mecanicista, racional, cartesiano) e a “empatia” (orgânica, sistêmica, em rede). A fenomenologia está nessas minúsculas situações do dia a dia, e elas devem ser consideradas como índices (indica, mostra) para o caminho adotado nas novas formas de vida na sociedade pós-moderna e, por consequência, na pesquisa social.

É papel da universidade pública desenvolver canais e ferramentas que auxiliem o desenvolvimento da cidade e regional, além de incentivar novos campos de pesquisa. Em função disso, deve-se ressaltar que o presente projeto de pesquisa está registrado na Pró-Reitoria de Pesquisa da UFJF (PROPESQ/UFJF), tendo sido contemplado com duas bolsas de iniciação científica no programa interno denominado PROVOQUE. O objetivo principal de ações como essa é contribuir para o avanço da pesquisa científica, cujos resultados subsidiem a elaboração do planejamento estratégico, de políticas públicas e de novos questionamentos.

A importância dessa pesquisa reside no fato de representar a continuação de trabalhos científicos desenvolvidos anteriormente e por permitir avanços na pesquisa social em turismo – ainda incipiente – na UFJF. O referido projeto atenderá a uma demanda da comunidade e do curso de turismo, além de reafirmar o papel central que a universidade exerce na ampliação da pesquisa social, que busca respostas para questões diretamente ligadas ao homem e suas relações socioculturais.

2. METODOLOGIA DE PESQUISA:

O método de aplicação da pesquisa foi a abordagem de um percentual dos turistas (*survey*) que visitaram Juiz de Fora – entre 15 de maio a 15 de julho de 2016 – para que eles avaliassem a infraestrutura, os atrativos, os equipamentos turísticos e os serviços em Juiz de Fora, através de aplicação de pressupostos metodológico-científicos.

Definiu- que a pesquisa somente poderia ser aplicada ao “turista”. A definição do *survey* foi resultado de inúmeras reuniões, onde também foram discutidos os locais de aplicação, o momento/forma de abordagem, o tempo de entrevista, entre outros pontos.

Optou-se por seguir a definição da OMT (Organização Mundial de Turismo) que considera como “turista”: pessoa que se desloca da sua residência habitual, com objetivo de lazer, negócios, saúde, religião – entre outras motivações – permanecendo por mais de 24 horas no destino visitado, utilizando sua estrutura turística, com pernoite.

Os oito os alunos-pesquisadores, egressos dos cursos de Turismo e Ciências Sociais da UFJF, são os responsáveis por conduzir as entrevistas, conforme calendário de trabalho, contemplando os locais definidos para a aplicação dos questionários. Eles não são remunerados, recebendo somente vale-transporte e lanche. Para o currículo escolar, são validadas 120 horas de estágio obrigatório, além do aprendizado que a iniciação científica promove.

3. CARACTERÍSTICAS DO QUESTIONÁRIO:

O questionário foi desenvolvido com o intuito de fomentar discussões: os turistas que visitam Juiz de Fora são exclusivamente motivados por “negócios e eventos”? Há outras motivações que atraem esses turistas? Qual (ou quais) imagens remete(m) o turista à Juiz de Fora? Quais elementos compõem o imaginário coletivo dos turistas que visitam a cidade? Ele é composto de 26 questões, divididas em três grupos: perfil socioeconômico,

avaliação de equipamentos e infraestrutura turística e motivações para a atividade turística. Na primeira etapa, objetivou-se definir o perfil socioeconômico do entrevistado. A segunda parte discutiu a infraestrutura turística da cidade, com questões sobre hospedagem, transporte utilizado, alimentação, deslocamentos, etc. A última parte do questionário aborda questões mais amplas, de caráter subjetivo, procurando abarcar o dimensionamento turístico. Para os turistas entrevistados em eventos, o objetivo central era a avaliação desses eventos.

4. LOCAIS DE APLICAÇÃO DA PESQUISA:

Foi estabelecida uma proposta de trabalho que buscava ir ao encontro dos turistas em visita à cidade. Os pesquisadores atuaram em hotéis mantenedores do Juiz de Fora Convention & Visitors Bureau, escolhidos em função do interesse dessas empresas em aderir à pesquisa. Foram eles: Green Hill, Ibis, Independência Trade Hotel, Premier Parc Hotel, Ritz, Serrano Hotel, Victory Business e Victory Suites. Outros dois locais de aplicação do questionário foram os dois pontos de maior fluxo de turistas: Terminal Rodoviário Miguel Mansur e Aeroporto Regional da Zona da Mata. Por fim, duas vezes ao mês, a pesquisa foi aplicada em eventos.

Trabalhou-se com a meta de cinco questionários diários por entrevistador, aplicados no período da manhã (prioritariamente entre 8 e 10 hs da manhã), no hotel previamente estabelecido. O volume de questionários excedia a essa quantia quando a pesquisa era aplicada em eventos, na rodoviária e no aeroporto regional, devido ao grande volume de pessoas. Ao final do período de três meses de aplicação de questionário, a tabulação e análise de dados foram feitas a partir de **246** questionários válidos.

Os gastos com a pesquisa giraram em torno de R\$ 2.000,00, custeados por atividades desenvolvidas pelos alunos-pesquisadores e pelo patrocínio de R\$ 500,00 cedidos pelo Sindicato de Bares, Hotéis, Restaurantes e Similares de Juiz de Fora (SHRBSJF). Os custos foram essencialmente

relacionados ao pagamento das despesas com transporte urbano, passagens de ônibus (para o deslocamento até o aeroporto regional) e lanches (quando o local não o ofereceu).

5. RESULTADOS DA PESQUISA:

Entre os turistas entrevistados, 56,9% correspondem ao sexo masculino, enquanto o sexo feminino representou 39,8% e 2,8% não se declararam pertencente a nenhuma destas duas categorias. Entre os entrevistados, 62,1% possui ensino superior completo, somando um total de 153 pessoas. O percentual de turistas com pós-graduação atinge o patamar de 15%, enquanto os com ensino fundamental e médio (completo ou incompleto) representaram 18,2%, caracterizando o elevado nível educacional entre os turistas que visitam Juiz de Fora.

No período da pesquisa, a cidade recebeu turistas oriundos das mais diversas cidades do país. O destaque fica para Belo Horizonte, de onde vieram 44 pessoas, 17,9% do total. O Rio de Janeiro e São Paulo, são a residência de 30 pessoas, que correspondem a 12,2%. Outras cidades: Barbacena, 07 pessoas (2,8%); Porto Alegre, 6 pessoas (2,4%); Campinas, 05 pessoas (2%); Contagem e Viçosa, 04 pessoas (1,6%). As cidades de Carangola, Curitiba, Caxias do Sul e Bauru, 03 pessoas (1,2%). Por fim, as cidades de Brasília, Cachoeiro do Itapemirim e Johannesburgo enviaram, cada uma delas, 02 pessoas (0,8%).

No que diz respeito ao estado civil dos entrevistados, 138 se declararam casados, o que equivale a 56,1% do total de entrevistados. Os solteiros e divorciados/separados, se considerados juntos, equivalem a 42,4% dos entrevistados, ou seja, 97 pessoas. Os menores valores considerados no conjunto, são aqueles que se declararam viúvos (as), 4,5% do total e são 11 pessoas.

Dos entrevistados, 133 pessoas, que representam 54,1% dos entrevistados, vieram a Juiz de Fora motivadas por negócios, sendo essa a categoria mais representativa. A visita a familiares, representada por 46 pessoas, ocupa a segunda posição, com 18,7% dos entrevistados. Os eventos, tanto sociais quanto técnico-científicos, trouxeram 2,8% dos entrevistados. O “turismo por motivo de saúde” motivou 10 pessoas, que equivalem a 4,1% do total de entrevistas. Entre outros motivos que impulsionaram a vinda dos turistas à cidade estão: lazer, com 26 pessoas, que representa 10,5% do total; e eventos ligados à Educação e ao Ensino que obteve 2,4% de marcações.

O tempo de permanência média é de dois dias, sendo que 32,1% dos entrevistados permaneceram esse período na cidade. Entretanto, houve pessoas que permaneceram três dias (15%), quatro dias (10,2%) e período de até 15 dias (2,0%). O que é necessário ressaltar é que deste total de entrevistas, a maior parcela dos resultados repousa sobre a permaneceram de até 5 dias que, se considerados com uma única categoria, equivalem a 89,8% das pessoas entrevistadas.

Do total entrevistado, 68,7% permaneceu em hotéis, o que equivale a 169 pessoas, enquanto 29,3% hospedou-se na casa de amigos-familiares (72 pessoas). Somente 1,6% dos turistas utilizaram outros meios de hospedagem, como pousadas e hospedagem solidária.

A intenção de gastos – incluídas as despesas com hospedagem ficou assim dividida: 12,6% pretendia gastar entre R\$1,00 a R\$ 50,00; 17,9% pretendia gastar entre R\$51,00 a R\$ 100,00; 16,7% orçou suas despesas diárias entre R\$ 101,00 e R\$ 200,00. Porém, para 24% dos entrevistados, as despesas variaram entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00. Essa foi a categoria com maior número de votos, com 59 pessoas. Deve-se observar que as despesas não são muito elevadas devido ao fato de um percentual considerável dos entrevistados ter suas despesas custeadas pela organização que representam.

Uma equivalência de 68,7% dos entrevistados hospedou-se nos hotéis pesquisados e fizeram considerações sobre os pontos fortes e fracos

dos respectivos meios de hospedagem. Entre os entrevistados, 29,2% consideraram o serviço do hotel ótimo, 45,1% avaliaram como bom, sendo esta categoria com maior número de declarantes, 111 pessoas. Para 4,1% dos entrevistados, os serviços hoteleiros foram considerados regulares e/ou ruins. Percebeu-se que a proximidade entre pesquisador-recepção pode ter afugentado o entrevistado, uma vez que 194 pessoas (21,1% dos entrevistados) optaram por não responder às questões relacionadas às características do hotel.

Os entrevistados elencaram os seguintes pontos fortes do hotel: recepção e atendimento foi a segunda maior categoria votada sendo responsável por 15,9% do total, seguido pelas instalações 13,4% e, em seguida, pela localização, 9,8%,

Todavia é necessário ressaltar que a expressiva maioria preferiu não se manifestar, sendo um total de 123 pessoas o que representa 50,0% das entrevistas. No que diz respeito aos pontos fracos, os entrevistados preferiram na grande maioria não avaliar, correspondendo a 83,3% dos entrevistados. Disperso no restante as categorias mais votadas foram as instalações do hotel com 4,5% dos votos, seguidas pela internet, que contou com 2,8% do total. Por último, o setor de alimentos e bebidas, com 1,6% dos questionários aplicados.

O percentual de 78,5% dos entrevistados utilizou os serviços de alimentação da cidade. Sem maiores esclarecimentos, 29,7% consideraram os serviços ótimo, 45,1% os consideraram bons e 4,1% os avaliaram como regular e/ou ruim.

Sobre os serviços de táxi, 37,8% os utilizaram. No que diz respeito às avaliações, elas ficaram assim: nenhum voto foi registrado na categoria que considerou os serviços ótimos, 2,0% os consideraram bons e 1,6% os avaliaram como regular e/ou ruim. Entre as sugestões, o serviço UBER foi citado por 1,2% dos entrevistados (03 pessoas).

Um dado chamou a atenção: apenas 0,4% dos entrevistados utilizaram serviços de turismo receptivo na cidade, o que representa apenas

uma pessoa do total. Entende-se por “receptivo turístico” o conjunto de produtos/serviços oferecidos para o turista que chega ao destino. Segundo o SEBRAE, “turismo receptivo” é o conjunto de serviços destinados a atender as expectativas das pessoas que adquiriram o produto turístico ou que viajam e precisam de apoio em seus deslocamentos.

Entre os atrativos e equipamentos turísticos, o fato de o maior percentual de entrevistados não ter visitado nenhum atrativo turístico deve ser motivo de preocupação. No que diz respeito a esse dado: 138 pessoas não conheceram nenhum atrativo. Entre as 77 pessoas que visitaram atrativos e/ou equipamentos turísticos do município, 37 pessoas foram a 1 atrativo, 19 visitaram 2, 18 visitaram 3 e, finalmente, 2 pessoas estiveram em mais de 3 atrativos. Para maior elucidação desse ponto da pesquisa, foram esses os locais que despertaram maior interesse: “Bar do bigode”, em primeiro lugar, Museu Mariano Procópio, Morro do Cristo, Parque da Lajinha, campus da UFJF, Independência Shopping e centro da cidade. Os bares e restaurantes da região do Alto dos Passos, além das casas noturnas, também foram considerados como “atrativos”.

6. PERFIL DO TURISTA DE NEGÓCIOS:

Das 246 pessoas entrevistadas, 133 vieram a Juiz de Fora a negócios. Entre elas, 93 são do sexo masculino, 35 do sexo feminino e 5 não responderam à questão. 43 são solteiros, 80 casados, 5 são divorciados ou separados e 5 não responderam à questão.

No que diz respeito à duração da estadia, o maior percentual ficou entre 1 e 3 dias: 42 pessoas permaneceram apenas 1 dia; 54, 2 dias; e 20 ficaram três dias na cidade. Houve ainda entrevistados que ficaram 4 dias (8 pessoas), 5 dias (6 pessoas) e as três restantes esticaram a permanência até 05 dias. Sobre gastos pretendidos na cidade, a maior parte dos entrevistados optou por não responder à questão, talvez em função da maior parte ter suas despesas custeadas pela organização que estavam representando.

Sobre gastos pretendidos, 27 pessoas responderam que pretendiam gastar mais que R\$ 410,00. Aqueles que responderam a essa questão, pretendiam gastar valores inferiores ao apresentado anteriormente, sendo que a categoria mais votada englobava de R\$ 101,00 a R\$ 200,00 – com 27 votantes.

A maior parte dos turistas de negócio exerce alguma função remunerada. A maior parte é empregada com carteira assinada: 86 entrevistados. Além deles há 21 autônomos, 3 pessoas trabalhando sem carteira assinada, 4 funcionários públicos, 1 militar e 7 pessoas que não se enquadram em nenhuma dessas categorias. Entre eles havia também 11 proprietários de empresas.

Quanto ao transporte, 87 pessoas utilizaram veículo próprio para chegar a Juiz de Fora, 30 pessoas vieram de avião e 16 chegaram à cidade por ônibus.

O grau de instrução desses turistas ficou assim disposto: 131 pessoas responderam a essa questão, que ficou assim tabulada: ensino fundamental (1), ensino médio (12), ensino técnico (2), superior completo (75), incompleto (10), pós-graduados (29). Pode-se observar que o maior percentual desses turistas esteve ou está frequentando a universidade.

7. PERFIL DO TURISTA DE LAZER – E VISITA FAMILIAR:

Dos entrevistados, 72 pessoas vieram a Juiz de Fora por lazer ou, principalmente, por visita familiar. A maior parte desses turistas foi abordada em eventos que aconteceram na cidade nos fins de semana. Entre esses turistas, 30 são do sexo masculino e 40 são do sexo feminino. O estado civil desse percentual dos turistas é composto por 23 pessoas solteiras, 33 pessoas casadas e apenas 1 pessoa separada.

Os gastos pretendidos por esses turistas é inferior, com baixo índice de resposta à questão. 21 pessoas pretendiam gastar menos que R\$ 401,00,

enquanto apenas 11 pessoas planejaram quantia superior aos valores anteriormente apresentados.

Em meio aos turistas de lazer, 53 pessoas exercem função remunerada, enquanto 19 não trabalham. O tipo/local de ocupação desses turistas é: empregado de carteira assinada (22), sem carteira assinada (5), militar (1), autônomo (5), funcionário público (13), outro ramo de atividade (12).

O modal de transporte utilizado por esses turistas para chegar à Juiz de Fora, apresenta percentuais bem próximos: 21 pessoas vieram em veículo próprio, 28 vieram de ônibus e 22 utilizaram o avião para chegar à cidade.

O grau de instrução desses turistas é bastante variado: 59 pessoas responderam a essa questão, que ficou assim tabulada: ensino fundamental (06), ensino médio (20), ensino técnico (01), superior completo (20), superior incompleto (16), pós-graduados (06). Pode-se observar que o maior percentual desses turistas esteve ou está frequentando a universidade.

8. PERFIL DO TURISTA DE EVENTOS – SOCIAIS E TÉCNICO-CIENTÍFICOS:

Os turistas que vieram em função de eventos realizados na cidade representaram percentual pouco significativo. Entre os 246 questionários válidos, apenas 7 pessoas vieram para eventos sociais ou técnico-científicos. Entre eles, 5 são do sexo masculino, 2 do sexo feminino, 2 são solteiros, 4 casados e 1 separado. A expectativa de gastos da maior parcela desse público é inferior a R\$ 401,00 (3 respostas), enquanto apenas 1 pessoa disse ter a intenção de gastar mais do que esse valor apresentado. Entre eles é grande o percentual de pessoas que exercem função remunerada (6 pessoas), enquanto apenas 1 informa não trabalhar. Esses turistas chegaram à cidade utilizando os seguintes tipos de transportes: 3 vieram em veículo próprio, 2 de ônibus e 2 de avião. O grau de instrução desses turistas é bastante variado, contando com pessoas em todos os níveis pesquisados, do ensino básico à pós-graduação. O

tempo de permanência desses turistas é bastante flexível, pois havia pessoas que pretendiam ficar apenas 1 dia, assim como havia turistas que estavam gozando de férias com familiares e, por isso, pretendiam permanecer por até 21 dias.

9. PERFIL DO TURISTA “POR MOTIVO DE SAÚDE”:

O fato de Juiz de Fora possuir boa rede de atendimento médico fez que com que a cidade se transformasse em polo regional de saúde, atraindo pacientes e acompanhantes de diversos municípios da região. Foram entrevistadas 10 pessoas que vieram à cidade para acompanhar pacientes (em tratamento). Entre elas, 3 são do sexo masculino e 7 são do sexo feminino. A maior parte delas é casada (6 pessoas), 3 pessoas são solteiras e 1 pessoa é divorciada. A estimativa de gastos é inferior a R\$ 401,00 para 6 pessoas entrevistadas. A maior parte deles (6 pessoas) exerce função remunerada, que ficaram assim divididas: 5 trabalham com carteira assinada, 3 são autônomos, 1 é empregador e 1 exerce outro tipo de função remunerada.

10. DEMAIS PERFIS:

Entre os entrevistados, houve ainda turistas que vieram à cidade para compromissos relacionados à educação e ao ensino (total de 6 pessoas) e 17 pessoas que vieram à cidade por motivos não revelados.

No que diz respeito aos turistas cujo objetivo era educação e ensino, 2 são do sexo masculino e 4 são do sexo feminino. O total de solteiros é de 3 pessoas, número igual ao de casados. A estimativa de gastos não foi revelada pela grande maioria, sendo que somente 1 entrevistado informou que pretendia gastar valor superior a R\$ 401,00. Entre eles, 5 exercem função remunerada, enquanto 1 informou ainda não trabalhar. As funções ficaram assim especificadas: 1 trabalha com carteira assinada, 1 é autônomo, 3 são funcionários públicos e 1 exerce outro tipo de função. O grau de instrução

desse segmento pesquisado é: ensino fundamental (01), superior completo (02) e pós-graduação e doutorado (01). O restante preferiu não declarar. O transporte utilizado pela maioria (5 pessoas) foi o veículo próprio, ao passo que apenas 1 pessoa utilizou o transporte aéreo. Entre os entrevistados que vieram à cidade motivados pela educação e/ou ensino, ninguém utilizou ônibus.

11. DADOS QUALITATIVOS – ANÁLISE PRELIMINAR:

A última parte do questionário foi composta por questões de cunho qualitativo que objetivavam compreender a percepção do turista sobre o “imaginário turístico” que circunda Juiz de Fora e suas percepções sobre o “ato de fazer turismo”. Nessa etapa da pesquisa, o essencial não era o total de respostas, mas as categorias de análise que elas permitem organizar.

Por hora, nesse relatório, serão apresentadas somente as principais categorias de análise. O detalhamento dessas respostas, seus desdobramentos e percentuais serão objeto de artigo científico futuro.

A primeira pergunta visa apresentar as diversas dimensões através das quais a atividade turística pode ser percebida. As respostas foram extremamente variadas, pois foi dada a possibilidade ao entrevistado de responder livremente. De acordo com a pesquisa, os fatores que determinam o turismo são – em ordem decrescente, dos mais ao menos citados: custo, infraestrutura da cidade, atrativos, tempo, conhecer novos locais, hospedagem, relaxar, condições de acesso (transporte), cultura, história e tradições. O leque de respostas foi bem mais amplo mas, optou-se por elencar somente as categorias mais citadas.

Entre os produtos e serviços que os turistas sentiram falta em Juiz de Fora, deve-se destacar: qualidade dos serviços nos hotéis e restaurantes (ausência de restaurante típico regional e/ou étnico, ampliação dos horários de funcionamento); farmácias, livraria, serviços de mecânica, postos de informação, transporte público (falta de ônibus no período noturno, escassez do

serviço de táxi, inexistência de mototáxi e UBER). Os turistas também relataram o pequeno número de cinemas e teatros.

No que diz respeito à percepção dos turistas sobre Juiz de Fora antes de chegarem à cidade, ela é bastante diversificada e positiva. Entre as categorias que mais foram elencadas pelos turistas, ouviu-se que eles consideram a cidade: acolhedora, boa para negócios, boa para viver, “interiorana, menor e pacata”.

Por fim, perguntou-se aos turistas se eles retornariam à cidade. A resposta foi unânime para 98% dos entrevistados: “sim, voltaria”. Os motivos que impulsionam esse retorno são – em ordem decrescente: trabalho, gastronomia, negócios, turismo, tranquilidade e hospitalidade, bons serviços, família, amigos e eventos sociais. O retorno à cidade em função de estudo e saúde foi pouco citado.

12. DESAFIOS PARA A PESQUISA:

- Aplicar questionários de 03 de outubro a 23 de dezembro
- Conseguir financiamento e/ou patrocínio
- Aumentar a equipe de bolsistas
- Ampliar os locais de aplicação da pesquisa
- Informatizar o processo
- Questionário em inglês/espanhol
- Bolsistas que falam inglês/espanhol
- Estar presente em mais eventos
- Averiguar a qualidade dos atrativos
- Transferir “perfil socioeconômico” para fim do questionário

13. EQUIPE:

- **Bolsista PROVOQUE:**
 - Caroline Sobral de Mello

- **Bolsistas GET:**
 - Raphael Rompinelli
 - Sarah Ovídio

- **Pesquisadores:**
 - Anna Clara Marotti
 - Bernardo Tesch
 - Grasiela Werneck
 - Lucas Maia
 - Roseli Paiva
 - Wanderley Freitas

- **Revisão do texto:** Prof. Ms. Alice Arcuri (Departamento de Turismo – UFJF)

- **Entidades parceiras:**
 - JF Convention & Visitors Bureau
 - Turma do Ghetto
 - Catur

- **Patrocinador:** Sindicato de Bares, Hotéis, Restaurantes e Similares de Juiz de Fora (SHRBSJF)

- **Coordenação:** Prof. Dr. Marcelo Carmo Rodrigues (Departamento de Turismo – UFJF)