

Karla Cristina Rodrigues Maynard

karlamaynard@yahoo.com.br

RESUMO

O projeto de iniciação científica "O perfil da demanda turística de Diamantina e sua relação com a Segmentação de Mercados" buscou identificar quais os principais segmentos de mercado que consomem o destino turístico Diamantina, a partir dos dados apresentados pelas edições da Pesquisa de Demanda Real de Diamantina e Região, realizada por professores e alunos do Departamento de Turismo da UFVJM, além de outras pesquisas de diferentes órgãos ligados ao turismo. Outro objetivo proposto foi levantar as próximas ações a serem realizadas sobre segmentação de mercados em Diamantina nos próximos meses. Para esses fins, foi criado um referencial teórico abrangendo temas e conceitos como: demanda turística, pesquisa em turismo, marketing turístico, e as estratégias de marketing turístico com ênfase na estratégia de segmentação de mercados, cujo foco é com base em critérios específicos dividir a demanda turística em grupos homogêneos de turistas, e assim, proporcionar a oportunidade de criação da interface entre a teoria estudada e os dados da pesquisa. Como resultado final, identificou-se que o segmento turístico que visita Diamantina é motivado pelo Turismo Cultural, buscando atrativos, produtos e serviços relacionados a esse; com demanda composta em sua maioria por homens e mulheres adultos com idade entre 43 e 60 anos, oriunda de Estado de Minas Gerais em especial da capital, Belo Horizonte. Esses turistas podem ser considerados exigentes, levando-se em conta a sua alta escolaridade e renda familiar acima da média nacional e os gastos razoáveis; são turistas fiéis ao destino, pois, grande parte visita a cidade esporadicamente, e permanece na cidade só nos finais de semana; viajando em grupos pequenos (familiar), independentes, sendo que a maioria organiza a viagem por conta própria. Ao concluir a pesquisa, esse trabalho buscou também informações sobre a atividade turística diamantinense e as políticas públicas relacionadas ao turismo que atendem Diamantina, no que tange à Segmentação de Mercados. Também foram realizadas entrevistas com os membros do COGETUR – Conselho Gestor do Turismo vinculado ao Programa do Governo Federal 65 Destinos Indutores do Turismo no Brasil, nas quais concluiu-se que o entendimento a respeito do tema é superficial e que a única ação significativa que está sendo realizada é um Plano de Marketing, estruturado pelo SEBRAE local, junto de alguns empresários ligados ao turismo. Dessa forma, acredita-se ter sido possível estabelecer também, caminhos para novas

pesquisas e estudos relacionados ao turismo diamantinense.

Palavras-chave: Marketing turístico, Segmentação de Mercados, Demanda turística, Diamantina/MG.