ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA
Ano - 2016

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE
CAMPOS DO JORDÃO - SP

Secretaria de Turismo

São Paulo – 2018

REALIZAÇÃO

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE CAMPOS DO JORDÃO

Prefeito
Frederico Guidoni Scaranello

Secretária de Turismo
Maria da Gloria Alvarez Bravin

Secretário de Turismo Adjunto
Andre Luiz Elbis Barbedo

Chefe de divisão de Promoções do Turismo
Lucia Maria Frozino

Chefe de departamento de eventos
Grasiele Aparecida Pereira

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO

Presidente
Alexandre Gonçalves da Silva

Comissão de Elaboração do Plano Diretor de Turismo 2018-2020
(Decreto nº7880/18)

Marina Sandoval Jacintho - Onde dormir
Juliana da Camara Abitante - Mobilidade
Udo Alexandre Wagner - Atração turística
Sidnei Martin Brain Dib - Agência receptiva
Anderson Cesar Oliveira - Onde comer
Kleber de Oliveira da Silva - Eventos
Maria da Gloria Alvarez Bravin - Poder público
Lélio Gomes - Comércio em geral
Juliana Müller Bastos - Produção associada ao turismo
Tibério Cabral Cordeiro - Comunidade
Sidney Pereira de Siqueira - Guia
Dener Fonseca - Coordenador (ABET)

ABET PROJETOS TURÍSTICOS

Coordenador Geral
Dener Henrique de Queiroz Fonseca

Coordenadora de campo
Kassia Monteiro da Silva

RESPONSÁVEL TÉCNICO

Dener Henrique de Queiroz Fonseca

Sumário

1. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS JUNTO AOS VISITANTES DE CAMPOS DO JORDÃO 5

1.1. Objetivo da pesquisa 5

1.2. Metodologia à priori 5

1.3. Descrição da pesquisa 6

1.4. Metodologia a posteriori 6

1.5. Análise descritiva 6

1.6. Resultados 7

1.7. Conclusão 19

2. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS PELA PESQUISA COM PROPRIETÁRIOS DE MEIOS DE HOSPEDAGEM 20

2.1. Descrição da pesquisa 20

2.2. Resultados 21

2.3. Conclusão 21

3. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS NA PLATAFORMA TRIPADVISOR 22

3.1 Descrição da pesquisa 22

3.2 Contexto e metodologia 23

3.3 Resultados 24

3.4 Centros emissores de turistas 31

3.5 Conclusão 34

4 CONCLUSÃO GERAL 35

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 36

1. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS JUNTO AOS VISITANTES DE CAMPOS DO JORDÃO

1.1. Objetivo da pesquisa

Levantar informações sobre as motivações e o perfil do visitante de Campos do Jordão no que diz respeito ao comportamento, origem, fonte de informações, perfil profissional, faixa etária e período de visitação, dentre outros dados levantados.

1.2. Metodologia à priori

Os dados utilizados foram obtidos por meio de uma planilha disponibilizada pela Secretaria de Turismo. Essa planilha é o banco de dados onde às informações coletadas no Portal de Campos do Jordão e no Posto de Informações Turísticas por meio da ficha de visitantes (Figura 1) são armazenadas. O visitante ao adentrar os espaços em busca de informações turísticas era convidado a responder a ficha de visitantes.

PREFEITURA DE CAMPOS DO JORDÃO

FICHA DE VISITANTES

NOME COMPLETO - FULL NAME

PROCEDÊNCIA/FROM
CIDADE - CITY

ESTADO /STATE

PAÍS - COUNTRY

PROFISSÃO/OCCUPATION

SEXO – SEX ○ M ○ F

IDADE/AGE

DATA/DATE

HOSPEDAGEM
○ HOTEL ○ POUSADA ○ COLONIA DE FÉRIAS ○ CASA ○ OUTR0S/OTHER(ESPECIFICAR/DESCRIBE)

PERMANÊNCIA
[ ] DIAS

MOTIVO DA VIAGEM – PURPOSE OF TRIP
○ LAZER/LEISURE ○ NEGÓCIO – BUSINESS ○ CONVENÇÃO - CONVENTION ○ OUTRO/OTHER (ESPECIFICAR/DESCRIBE)

MEIO DE TRANSPORTE/ ARRIVING BY
○ AUTOMÓVEL - CAR ○ ÔNIBUS/BUS ○ MOTO/MOTORCYCLE ○ OUTROS/OTHER(ESPECIFICAR/DESCRIBE)

○ 1ª VEZ/1st TIME ○ 2ªVEZ/2nd TIME ○ 3ª VEZ/3rd TIME ○ 4ª ou +/ 4th or +

PROGRAMOU/RESERVOU VIAGEM? PLANNING/RESERVATION? S [ ] **N** [ ]
○ INTERNET ○ AGENCIA DE VIAGENS ○ GUIA DE VIAGEM ○ OUTROS/OTHER (ESPECIFICAR/DESCRIBE)

ACOMPANHANTES

CRIANÇAS Nº [ ]

ADULTOS Nº [ ]

Figura 01 – Ficha de Visitantes aplicada pela Secretaria de Turismo

A população deste estudo quantitativo foram pessoas que visitaram Campos do Jordão e preencheram a ficha de visitantes no Portal de Campos do Jordão ou no Posto de Informações Turísticas que funciona na sede da Secretaria de Turismo, ou seja, desejou-se coletar informações e fazer inferências desse elemento.

A amostra em questão, fichas respondidas no ano de 2016, somam 3.185. Apenas respondentes acima de 16 anos fizeram parte da amostra.

Nesse contexto o estudo em questão usou uma abordagem quantitativa, de objetivo descritivo, por meio de procedimento documental e de análise de dados já existentes.

1.3. Descrição da pesquisa

A planilha foi coletada junto a Secretaria de Turismo de Campos do Jordão em 27/02/2018 em um total de 3.185 fichas tabuladas. As análises foram realizadas nos *softwares* SPSS versão 18 e *Microsoft Excel* 2010.

1.4. Metodologia a posteriori

A metodologia proposta a priori não sofreu alteração.

1.5. Análise descritiva

Todas as características em estudo foram descritas. Estes resultados foram obtidos utilizando frequências e porcentagens para as características das diversas variáveis categóricas e da obtenção de medidas de tendência central (média) e medidas de dispersão (desvio-padrão e coeficiente de variação) para as quantitativas.

As respostas das variáveis foram apresentadas em forma de gráficos e tabelas (fonte própria). Além disso, todas as figuras e tabelas serão apresentadas com

a base de respostas de cada questão, ou seja, do total de entrevistados que responderam a questão analisada.

1.6. Resultados

1.6.1. Tipo de visitante

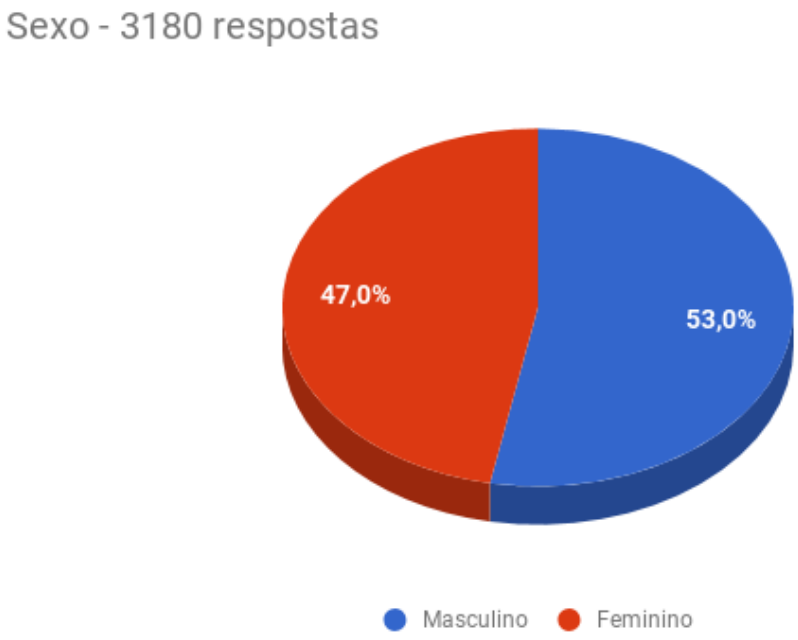
Dos 3.185 respondentes, 79,2% eram turistas, pois pernoitaram ao menos uma noite no município e 20,8% praticavam o excursionismo conforme gráfico 01.

Gráfico 01

1.6.2. Perfil Socioeconômico

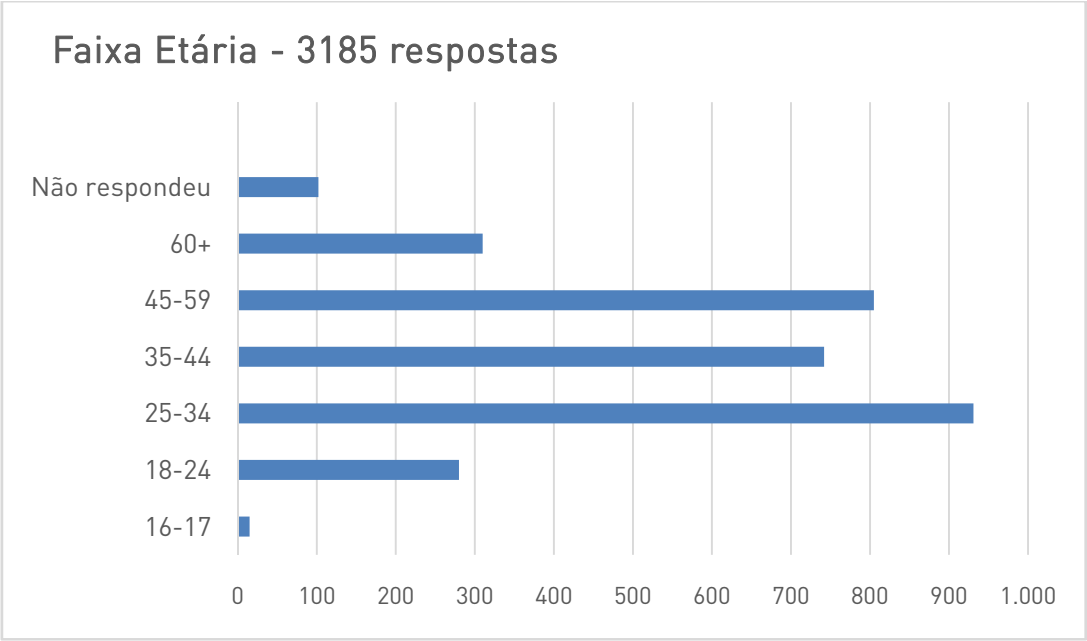
O gráfico 02 apresenta a distribuição dos visitantes por sexo onde 53% eram do sexo masculino e 47% eram do sexo feminino. 5 respondentes não deram informações sobre seu gênero.

Gráfico 02



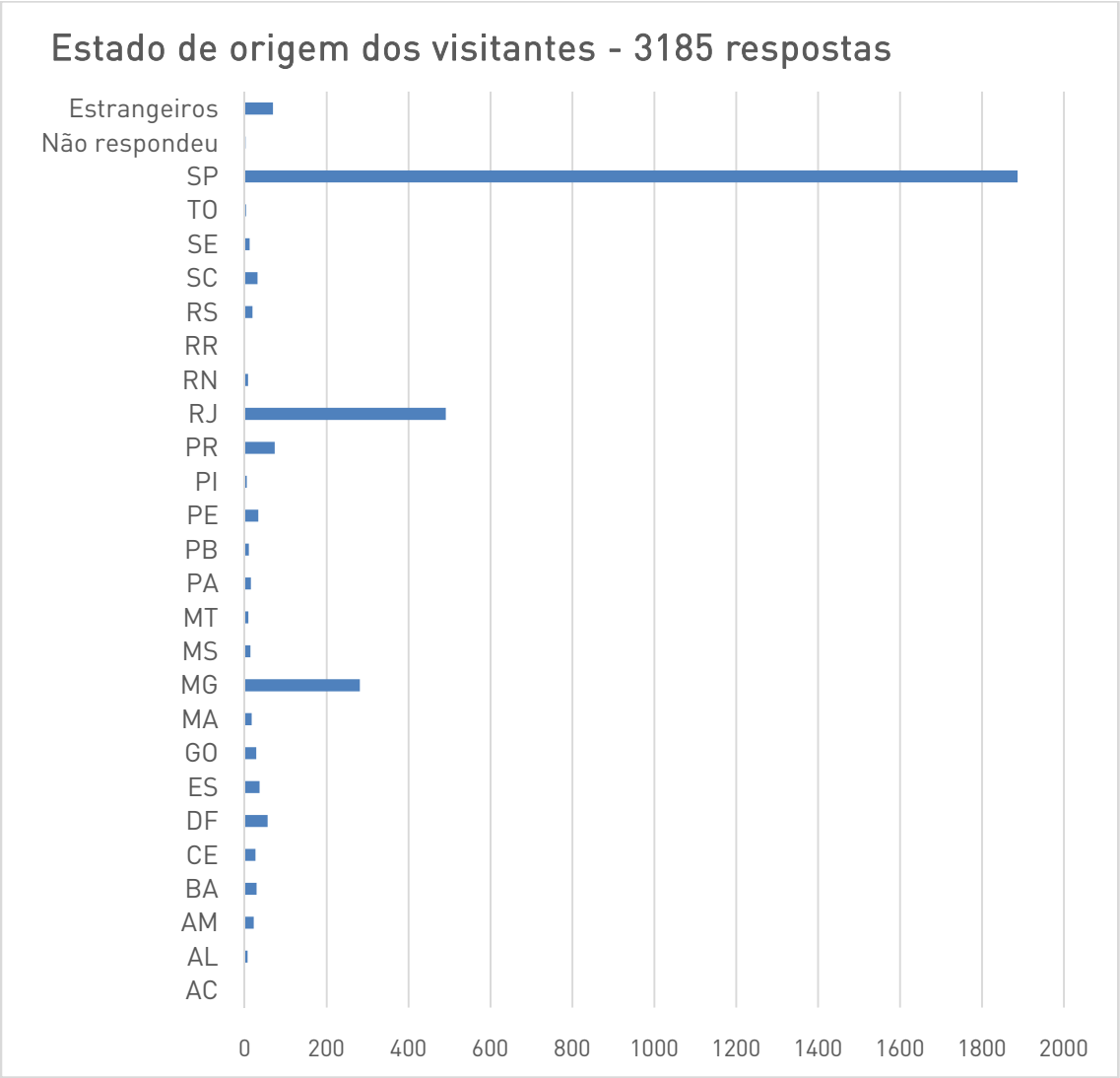
A faixa etária dos visitantes de Campos do Jordão é heterogênea conforme mostra o gráfico 03.

Gráfico 03



Ao analisar a cidade e estado de origem dos respondentes, a grande maioria é do Estado de São Paulo (59%) conforme gráfico 04.

Gráfico 04



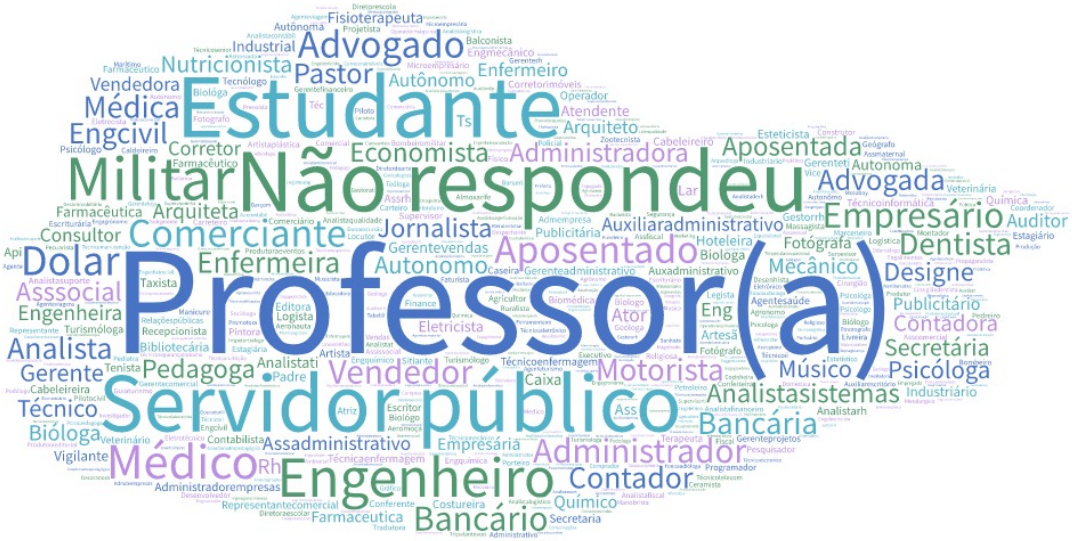
Como os resultados referentes às cidades de origem são bastante dispersos, optou-se por apresentá-los em uma nuvem de palavras onde o tamanho indica a frequência de respostas (fig.02). A cidade de São Paulo foi o maior emissor de visitantes no ano de 2016, correspondendo a 25% do montante de visitantes. Em segundo lugar ficou a capital do Rio de Janeiro, com 9% do total de visitantes e em terceiro lugar ficou a Região Metropolitana de Belo Horizonte, com 4% do total.

Figura 02 – Cidade de origem dos visitantes (3.185 respostas)

São Paulo
Rio de Janeiro
Belo Horizonte
Brasília
Curitiba
Fortaleza
Campinas
Niterói
Recife
Salvador
Goiânia
Guarulhos
Cotia
Santos
Limeira
Sorocaba
Manaus
Taubaté
São José dos Campos
Jundiaí
Itú
Osasco
Santoandré
Guarujá
Jacareí
Bauru
Belém
Londrina
Atibaia
Suzano
Indaiatuba
Ribeirãopreto
São Bernardo do Campo
Vitória
Mogidascruzes
Piracicaba
Americana
Praiagrande
Diadema
Resende
Maceió
Uberlândia
Sãocarlos
Maringá
Brasilia
Valinhos
Barueri
Natal
Aracaju
Voltaredonda
Araraquara
Uberaba
Sumaré
Cubatão
Sãovicente
Florianópolis
Juizdefora
Jundiai
Contagem
Petrópolis
Sãogonçalo
Mauá
Jaú
Sãoluís
Rioclaro
Portoalegre
Niteroi
Barramansa
Buenosaires
Teresina
Macaé
Arujá
Paulo
Santo
Campo
Serra
Lins
Bastos
Poá
Cuiabá
Sidney
Quito
Peru
Lima
Bogotá
Chile
Lyon
Paraty
Itatiba
Itajaí
Itajubá
Itaúna
Maricá
Salto
Itaborai
Bragançapaulista
Ipatinga
Araras
Betim
Boituva
Novaiguaçu
Riobonito
Da
Avaré
Pindamonhangaba
Josébonifácio
Lagarto
Sãojoãodel
Petrolina
Matão
Amparo
Assis
Araxá
Camposdosgoytacazes
Caraguatatuba
Penha
Ibirá
Aracaju
Sinop
Nova
Araçatuba
Santabarbaradoeste
Oeste
Tupã
Caçapava
Frutal
Portoferreira
Lavras
Maceió
Pousoalegre
Santo
Jundiai
Divinópolis
Alegre
Cascavel
Francisco
Barbacena
Barbacena
Barbacena

O respondente era convidado a preencher a sua profissão (fig.03), sendo a maioria professor (9%).

Figura 03 – Formação profissional dos visitantes - 3.185 respostas


Professor(a)
Não respondeu
Estudante
Servidor público
Engenheiro
Militar
Médico
Advogado
Comerciante
Aposentado
Empresário
Dentista
Dolar
Bancário
Administrador
Vendedor
Motorista
Contador
Economista
Administradora
Aposentada
Advogada
Enfermeira
Autonomo
Jornalista
Pastor
Nutricionista
Fisioterapeuta
Industrial
Médica
Engcivil
Corretor
Arquiteta
Consultor
Farmacêutica
Engenheira
Analista
Gerente
Técnico
Bióloga
Pedagoga
Assadministrativo
Farmaceutica
Representantecomercial
Administradorempresas
Vigilante
Vendedora
Autônomo
Enfermeiro
Atendente
Arquiteto
Auxiliaradministrativo
Mecânico
Designe
Publicitário
Contadora
Secretária
Psicóloga
Músico
Analistasistemas
Empresária
Químico
Secretaria
Eletricista
Caixa
Ator
Eng
Artesã
Fotógrafa
Hoteleira
Biologa
Gerentevendas
Gerenteadministrativo
Auxadministrativo
Caseira
Taxista
Asssocial
Cabeleireira
Tenista
Vigilante
Veterinário
Contabilista
Técnicaenfermagem
Costureira
Secretaria
Industriário
Auditor
Estagiário
Automa
Autonoma
Cabeleireiro
Esteticista
Geógrafo
Assmaterna
Gerente
Veterinária
Técnicoinformática
Química
Coordenador
Escriturária
Massagista
Gestorrh
Publicitária
Locutor
Supervisor
Carteiro
Almoxarife
Admempresa
Analistaqualidade
Comerciário
Analistafiscal
Administrativo
Programador
Pesquisador
Gerenteprojetos
Terapeuta
Analistarh
Ceramista
Técnicoeleetrom
Conferente
Diretorpescola
Diretorpescolar
Tradutora
Tradutor
Escritor
Atriz
Artista
Engquímico
Sitiante
Turismólogo
Executivo
Petroleiro
Petroleiro
Porteiro
Fiscal
Biólogo
Aeromoça
Engcivil
Eletrotécnico
Produtorcultural
Produtorcultural
Produtorcultural

1.6.4. Comportamento

Dentre os respondentes, 63,6% afirmaram ser a primeira vez que visitam Campos do Jordão, conforme gráfico 06. 23,6% afirmaram não ser a primeira vez que visitam o município, sendo a segunda ou terceira vez que o fazem. 12,8% afirmaram ser a quarta vez ou mais que visitam a cidade.

Gráfico 06

Dos excursionistas (gráfico 07) que visitaram Campos do Jordão 60,4% afirmaram ser a primeira vez, 24,7% visitaram a cidade pela segunda ou terceira vez e 15% afirmaram ser a quarta vez ou mais que visitaram o município.

Gráfico 07

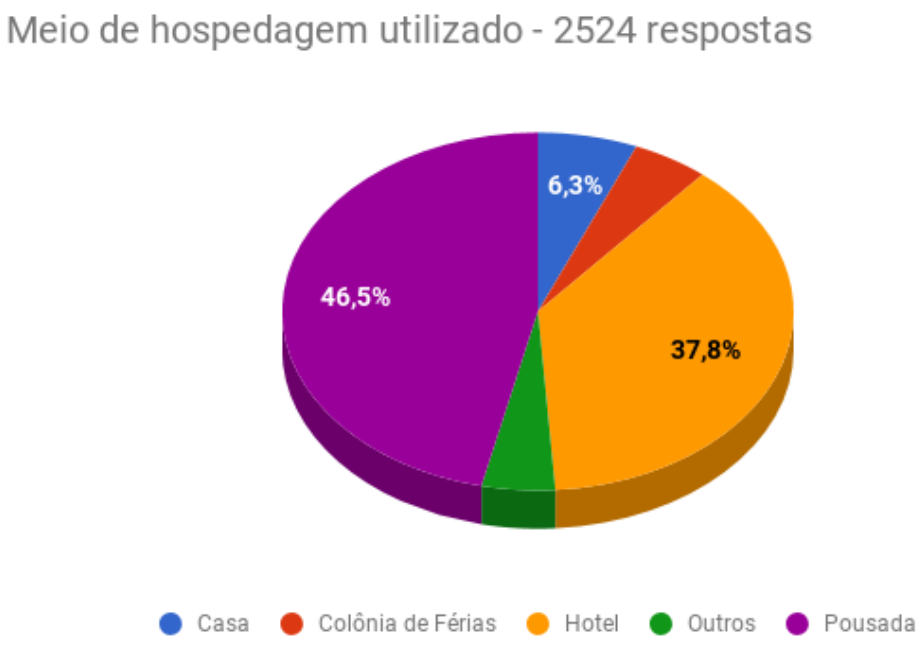
Quanto aos turistas (gráfico 08) que visitaram Campos do Jordão, 64,4% afirmaram ser a primeira vez, 23,3% pela segunda ou terceira vez e 12,2% afirmaram ser a quarta vez ou mais que visitam o município.

Gráfico 08

Foi perguntado aos turistas qual meio de hospedagem utilizado: Hotel, pousada, colônia de férias, casa e outros.

O principal meio de hospedagem utilizado em Campos do Jordão foi à pousada com 46,5%. O hotel foi escolhido por 37,8% e a Casa por 6,3%. Vale ressaltar que a opção "casa" não ofereceu uma subcategoria, ou seja, se foi uma casa de temporada alugada, casa própria ou casa de familiares, sendo uma distinção importante a se fazer para que o visitante aponte seu meio de hospedagem sem margem de dúvida. 4,8% hospedam-se em colônia de férias e 4,6 em outros lugares conforme gráfico 9.

Gráfico 09



Foi perguntando também o tempo de permanência (em dias). A tabela abaixo descreve a média de pernoites e o número de respondentes por tipo de meio de hospedagem. A média com base em 2524 respostas ficou em 2,15 noites. Lembrando que houve uma conversão de dias para pernoite da seguinte maneira: Número de dias – 1 = número de pernoites. Ex: Permanência de 3 dias = 2 pernoites.

Tabela 2 – Tempo de permanência do turista no destino

Tipo de meio de hospedagem	Média de pernoites	Nº de respondentes
Casa	3,8	160
Colônia de férias	3,17	122
Hotel	1,99	953
Outros	1,62	117
Pousada	1,99	1172

Foi perguntado o número de acompanhantes dos respondentes, pedindo que descriminassem o número de crianças e adultos. Com a tabulação dos dados foi possível mensurar que 21,4% dos visitantes viajam com crianças e 78,6% viajam sem crianças.

Gráfico 10

Ainda foi possível mensurar o tamanho médio do grupo que visita Campos do Jordão. 37% viajam em dupla, 25,4% em trio, 13,4 em grupos de 4 pessoas e 10,3% em grupos de 5 pessoas, pessoas que viajam sozinhas somam 5,8% e os que viajam em grupos de 6 pessoas 4,5%. Os outros somam menos de 1% cada.

Gráfico 11

A ficha pergunta se o visitante programou/reservou a viagem e conforme gráfico 12, 62,4% informaram que usam a internet para programar/reservar a viagem, 23,5% usam outros meios, 10,2% não programam/reservam, 2,5% o fazem com auxilio da agencia de viagem e 1,4% usam guias de viagem.

Gráfico 12

Quanto ao tipo de transporte utilizado para a viagem, 89,2% usaram automóvel, 8,8% chegaram de ônibus, 0,8% apontaram que viajaram de moto e 1,2% mencionaram utilizar outros meios de transporte conforme gráfico 13. O gráfico 14 apresenta do tipo de transporte utilizado por excursionistas e o gráfico 15 por turistas.

Gráfico 13

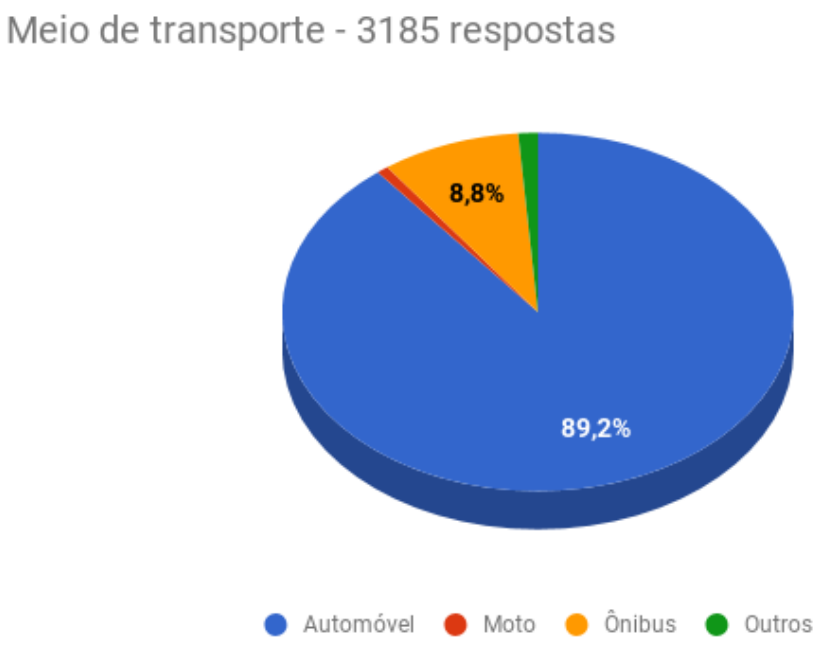


Gráfico 14

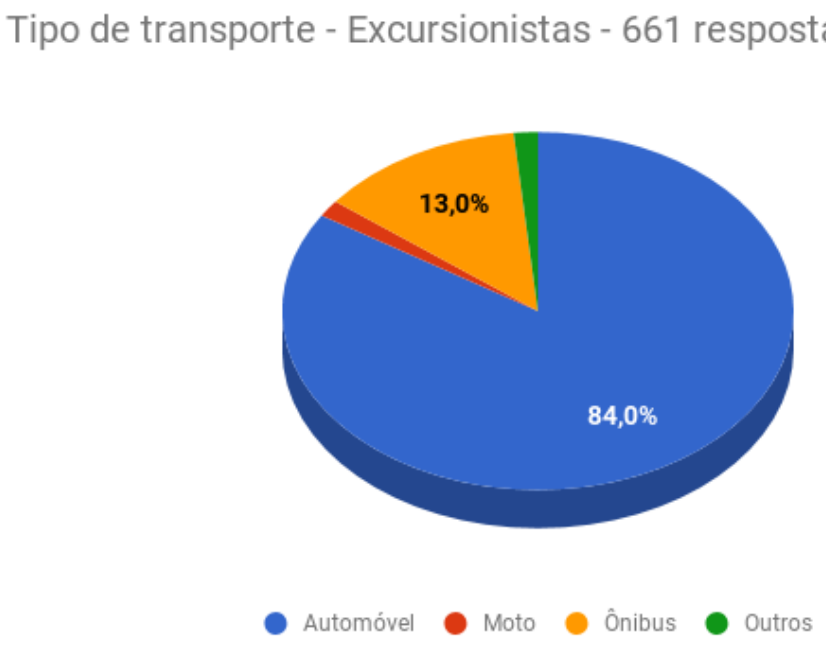
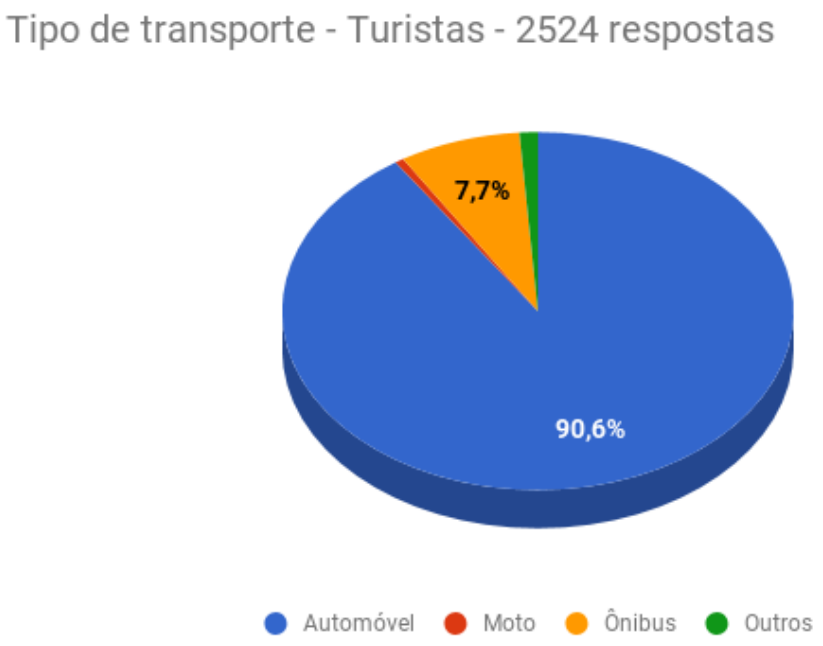


Gráfico 15



A ficha de visitação pede a data de preenchimento, com esse dado é possível inferir o mês de visitação. 28,2% visitaram Campos do Jordão em Julho e o mês de menor volume é junho com 2,7% conforme gráficos 16.

Gráfico 16

Foi possivel inferir também o dia da semana em que os excursionistas visitaram a cidade. Sábado é o dia de maior volume com 26,5% e terça o de menor volume com 8,8% conforme gráfico 17.

Gráfico 17

1.7. Conclusão

O objetivo do estudo foi levantar informações sobre as motivações e o perfil do visitante de Campos do Jordão no que diz respeito ao comportamento, origem, fonte de informações, perfil profissional, faixa etária, período de visitação, dentre outros dados levantados.

Os dados utilizados foram obtidos através da planilha disponibilizada pela Secretaria de Turismo, que continha informações sobre as fichas de visitantes aplicadas pela Secretaria de Turismo no Portal de Campos do Jordão e no Posto de Informações Turísticas.

A amostra em questão, fichas respondidas no ano de 2016, somam 3.185. Apenas respondentes acima de 16 anos fizeram parte da amostra.

O lazer é o objetivo da maioria dos visitantes, sendo grande parte turista de gêneros bem divididos, 53% masculino e 47% feminino. A faixa etária que predomina em primeiro e segundo lugar é de 24-34 anos (29%) e dos 45-59 anos (25%) respectivamente. Quanto aos centros emissores de visitantes para o destino, o Estado de São Paulo se destaca com 59% e dentre os paulistas 43% vêm da capital.

O automóvel é o meio de transporte utilizado por 89,2% dos visitantes. 21,4% viajam com crianças e 3,27 é o tamanho médio do grupo, sendo que 37% viajam em dupla e apenas 5,8% viajam sem companhia. 89,8% dos visitantes se programaram para a viagem utilizando alguma fonte de informação, sendo que 62,4% utilizaram a internet.

Os turistas preferem hospedar-se em hotéis/pousadas. 46,5% hospedaram-se em pousadas e 37,8% em hotéis com uma média de 2,15 pernoites por estada.

Julho é o mês de maior movimento e junho o de menor. Sábado é o dia preferido dos excursionistas (26,5%) e terça é o dia de menor fluxo (8,8%). 36,4% dos visitantes já conheciam o destino Campos do Jordão sendo que 12,8% afirmaram ser a quarta vez ou mais que visitam a cidade.

2. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS PELA PESQUISA COM PROPRIETÁRIOS DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

2.1. Descrição da pesquisa

Com base nas informações fornecidas sobre a taxa de ocupação anual dos associados da ASSTUR[1] ao Observatório de Turismo de Campos do Jordão, nas informações fornecidas sobre o número de leitos disponíveis por ano dispostas no documento Inventário da Oferta Turística de 2017 e na taxa de permanência média do turista no destino fornecida pela pesquisa junto a visitantes realizada

1 ASSTUR- Campos do Jordão Associação da Hotelaria e Gastronomia.

pela Secretaria de Turismo pretende-se estimar o volume de visitantes no município no ano de 2016.

2.2. Resultados

Conforme dados da ASSTUR, a taxa média de ocupação anual com base no número de leitos disponíveis dos associados em 2016 foi de:

Taxa média de ocupação: 34,82%

Conforme dados do Observatório do Turismo o número de leitos disponíveis por dia em 2016 foi de:

Nº de leitos: 14.318

De acordo com as pesquisas realizadas junto a visitantes de campos do Jordão, realizadas pela Secretaria de Turismo a taxa média de permanência do turista na cidade é:

2,15 pernoites por estada

2.3. Conclusão

Com base na taxa de ocupação média informada pelos proprietários de meios de hospedagem associados à ASSTUR, o número de leitos disponíveis no destino e a taxa de permanência desse turista por estada é possível estimar o volume de turistas anual conforme cálculo abaixo:

14.318 x 365 dias = 5.226.070 leitos disponíveis por ano.

5.226.070 x 35% = 1.819.717 leitos ocupados por ano (nº de pernoites).

1.819.717 pernoites / 2,15 = **846.380 mil turistas por ano**

3. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS NA PLATAFORMA TRIPADVISOR

3.1 Descrição da pesquisa

Diante do potencial de análise da demanda turística em redes sociais, laçou-se mão aqui dos dados coletados no site do *TripAdvisor* no dia 10 de março de 2018 da página de Campos do Jordão sobre "o que fazer".

Esses dados possuem um interesse em especial porque foi identificado em pesquisa de campo que solicitar aos visitantes que avaliem o atrativo/atividade turística no site do *TripAdvisor* se trata de uma ação comum entre os empresários, sendo verificado que existe até mesmo uma disputa entre alguns segmentos pela melhor colocação no site. Sendo assim, trata-se de dados pertinentes, seguros e legítimos (tendo em vista a atuação ativa do mercado de turismo) que favorecerá e complementará as informações existentes da demanda turística do município.

Os dados em questão são oriundos das avaliações feitas por usuários durante o ano de 2016. Foi possível levantar 19.220 avaliações que permitiram os resultados e análises a seguir. Vale mencionar que ao longo dos últimos sete anos, ou seja, desde 2009, o destino vem recebendo avaliações no site, sendo as 19.220 avaliações coletadas e analisadas aqui uma amostragem pertencente a um universo de 57.309 mil avaliações realizadas nos 7 anos mencionados apenas no assunto "o que fazer" do site. Das 19.220 avaliações, 193 avaliações foram feitas por pessoas que informaram sua origem como de Campos do Jordão, sendo, portanto, retiradas, restando 19.027 mil.

O relatório gerado é um consolidado feito na base de dados de coleta do software, onde o mesmo realiza argumentos dos campos: cidade, atração, segmento, época, avaliação, ano da publicação, mês da publicação, origem, sendo o campo quantidade o somatório do agrupamento dos campos já citados.

Vale ressaltar que o software possui comandos específicos para coletar apenas opiniões válidas, ou seja, sendo excluídas postagens repedidas. É devido a esses comandos que o universo de pesquisa foi de 57.309 mil avaliações, enquanto o site fornece um universo de 67.865 mil avaliações no segmento "o que fazer".

3.2 Contexto e metodologia

A evolução dos meios digitais permitiu a captura de informação para monitoramento da atividade turística com objetivo de compreender o comportamento dos consumidores e os níveis de satisfação do turista que o visitou. Com o intuito de utilizar esses novos métodos de coleta de dados, devidamente assentados em indicadores que contribuam para a análise da demanda e posterior planejamento turístico, os dados preliminares analisados aqui foram coletados no site *TripAdvisor*.

A plataforma é considerada a maior rede social para troca de informações sobre destinos turísticos no mundo e a mais confiável perante os usuários na internet. O conteúdo do site é feito pelos próprios usuários a partir da avaliação quantitativa e qualitativa de destinos e serviços turísticos. A interação desses usuários dentro da plataforma cria um grande banco de dados sobre os atrativos e destinos turísticos, fazendo com que o site se torne referência em informações na web (OLIVEIRA, 2017).

As páginas de viagens do *TripAdvisor* atingiram no 1º trimestre de 2017, 390 milhões de visitantes únicos por mês, com 500 milhões de avaliações e opiniões sobre a maior seleção de perfis de viagem no mundo todo. São mais de 7 milhões de acomodações, companhias aéreas, atrações e restaurantes cadastrados[2], sendo, portanto, um inegável e robusto banco de dados com

[2]Informações do próprio site, www.tripadvisor.com.br.

informações relevantes para elaboração de estratégias de desenvolvimento do setor, principalmente do setor público.

Para a extração das informações, foi utilizado um software instalado em um computador, que usa o conceito de *Web Crawler* (coletor de informações na web), que possibilita extrair informações de uma ou mais páginas que se conheça a URL de extração e que possuem a mesma padronização de *layout* e organização das informações exigida pelo software. Assim, foi apenas copiar o URL referente a página sobre "o que fazer"[3] de Campos do Jordão no site *TripAdvisor*, colar no campo correspondente no software e os dados foram extraídos e disponibilizados em uma planilha para posterior tratamento e análise. O tempo gasto pelo software para extração desses dados foi de 2h43 min.

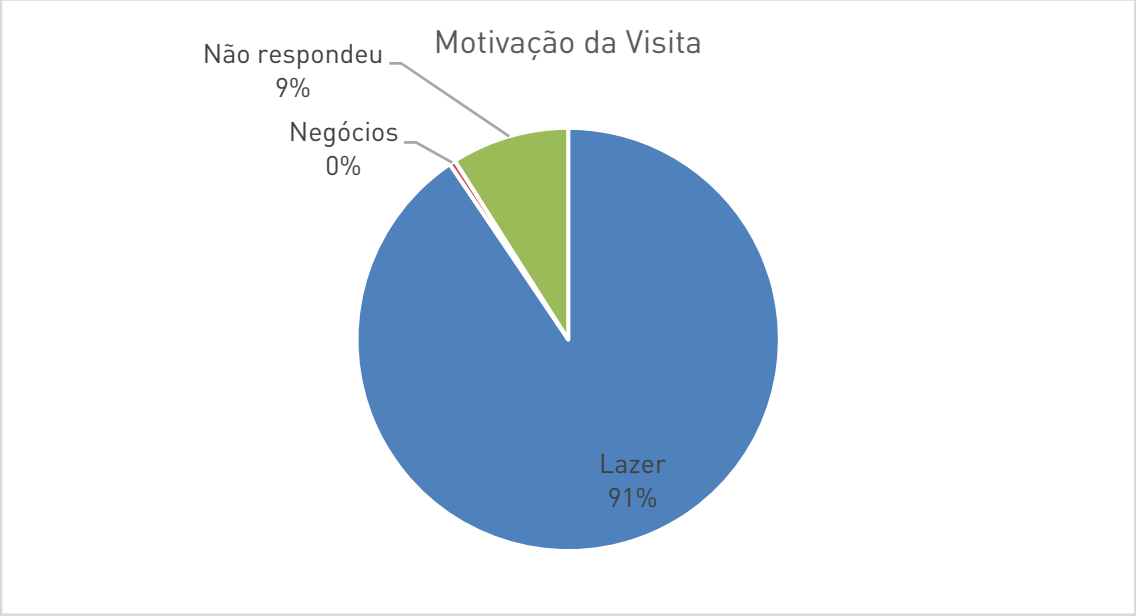
3.3 Resultados

No site, o perfil do visitante é analisado em função de como ele viaja. Os usuários do *TripAdvisor* ao postarem suas avaliações e comentários devem assinalar que tipo de viajante ele é (como viaja), entrando na categoria de viajante em família, romântico (para caracterizar o casal), negócios, amigos (para caracterizar se viagem em grupo de amigos) e sozinho. Nesse sentido, a motivação da visita foi apontada conforme a categoria de viagem que o usuário indicou (gráfico 21).

A coleta de dados do software forneceu avaliações de 40 atrativos e atividades turísticas. Foi decidido usar uma amostragem com atrativos e atividades turísticas com um volume de avaliações significativas, sendo a amostragem composta por atrativos e atividades turística com um volume superior a 100 avaliações. Sendo assim, a amostragem em questão se trata de 23 pontos de interesse turístico com um total geral de 18.718 mil avaliações.

[3]"O que fazer": https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303607-Activities-Campos_Do_Jordao_State_of_Sao_Paulo.html

Gráfico 21 – Motivação da visita (18.718 usuários)



Abaixo segue lista dos pontos de interesse turístico avaliados espontaneamente pelos usuários sobre "o que fazer" em Campos do Jordão e a porcentagem de cada do total geral de avaliações (Tabela 01). A tabela 02 aponta o total de cada perfil de visitante (amigos, família, etc) e a porcentagem dos mesmos em cada ponto de interesse turístico:

O que fazer	Total	
	AVALIAÇÕES	
TOTAL GERAL	18.718	%
Morro do Elefante	2.915	15,6
Amantikir	2.845	15,2
Horto Florestal	1.818	9,7
Ducha de Prata	1.803	9,6
Palácio Boa Vista	1.419	7,6
Teleférico	1.277	6,8
Museu Felícia Leirner	1.201	6,4
Portal Campos do Jordão	1.169	6,2
Mosteiro São João	565	3,0
Vila Capivari	533	2,8
Borboletário	488	2,6
Vista Chinesa	380	2,0
Bondinho	359	1,9
Parque Floresta Encantada	329	1,8
Chocolates Araucária	323	1,7

Praça São Benedito	223	1,2
Igreja São Benedito	195	1,0
Cachoeira Véu da Noiva	181	1,0
Museu Casa da Xilogravura	171	0,9
LenZoo (fechado)	143	0,8
Mirante do Lajeado	138	0,7
Auditório Claudio Santoro	123	0,7
Shopping Center Capivari	111	0,6

Tabela 1: Amostragem: 18.718 com avaliações no montante superior a 100 pax, totalizando 23 pontos de interesse turístico. Valores percentuais de cada ponto de interesse turístico com relação ao montante geral. Fonte www.tripadvisor.com.br. Coleta de dados realizada no dia 10/03/2018. 19.027 avaliações realizadas no ano de 2016.Elaboração própria.

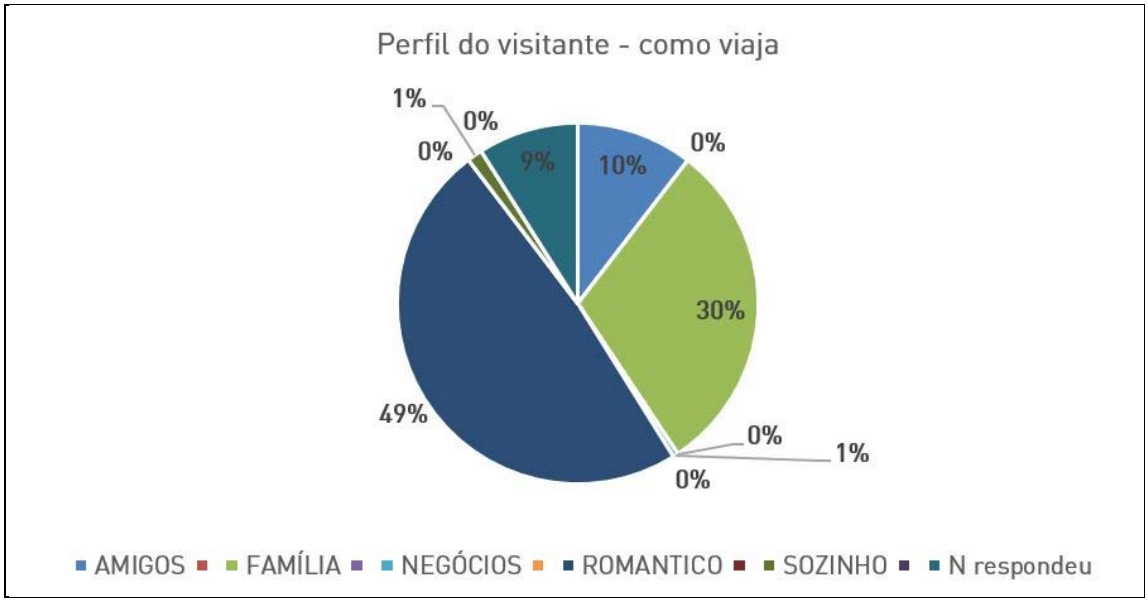
O que fazer	Total		Perfil do visitante				
	AVALIAÇÕES	AMIGOS	FAMÍLIA	NEGÓCIOS	ROMANTICO	SOZINHO	NÃO RESPONDEU
TOTAL GERAL	18.718	1.953	5.657	88	9.082	255	1.683
		%	%	%	%	%	%
Morro do Elefante	2915	11,8	27,1	0,3	51,3	1,2	8,2
Amantikir	2845	9,0	27,7	0,4	54,0	1,1	7,9
Horto Florestal	1818	9,5	31,2	0,3	49,4	0,9	8,6
Ducha de Prata	1803	11,0	33,0	0,2	46,7	1,0	8,1
Palácio Boa Vista	1419	10,5	27,9	0,5	49,3	1,3	10,4
Teleférico	1277	11,3	26,1	0,3	49,4	2,3	10,6
Museu Felícia Leirner	1201	11,2	28,9	0,9	49,9	1,5	7,6
Portal Campos do Jordão	1169	11,6	31,9	0,9	47,1	1,1	7,3
Mosteiro São João	565	11,0	31,5	0,5	46,4	3,0	7,6
Vila Capivari	533	10,7	32,5	0,4	50,1	1,5	4,9
Borboletário	488	6,8	41,0	0,2	41,0	0,6	10,5
Vista Chinesa	380	10,5	25,5	0,0	53,2	1,1	9,7
Bondinho	359	8,6	38,7	0,0	37,0	2,2	13,4
Parque Floresta Encantada	329	4,3	64,7	0,3	17,6	0,9	12,2
Chocolates Araucária	323	9,9	19,5	0,6	44,6	0,9	24,5
Praça São Benedito	223	12,6	33,6	1,3	44,8	1,8	5,8
Igreja São Benedito	195	12,3	27,0	3,4	44,6	4,9	7,8
Cachoeira Véu da Noiva	181	10,5	24,3	0,0	49,7	1,7	13,8
Museu Casa da Xilogravura	171	12,3	28,1	1,8	48,0	2,9	7,0
LenZoo (fechado)	143	6,3	59,4	0,0	27,3	0,7	6,3
Mirante do Lajeado	138	8,7	31,2	0,0	51,4	1,4	7,2
Auditório Claudio Santoro	123	15,4	26,0	0,8	37,4	0,0	20,3
Shopping Center Capivari	111	12,6	20,7	1,8	40,5	3,6	20,7

Tabela 02: Amostragem: 18.718 com avaliações no montante superior a 100 pax. Valores percentuais de cada perfil do visitante em relação ao total de avaliações em cada ponto de interesse turístico. Fonte www.tripadvisor.com.br. Coleta de dados realizada no dia 10/03/2018. 19.027 avaliações realizadas no ano de 2016.Elaboração própria.

As tabelas indicam os pontos de interesse turístico que receberam um maior número de avaliações, o Morro do Elefante e Amantikir com 15% das avaliações cada, dos visitantes que visitaram o destino em 2016. Em segundo lugar, com quase 10% cada, das avaliações, o Parque Estadual Campos do Jordão (Horto Florestal) e a Ducha de Prata foram os mais avaliados.

Quanto ao perfil do visitante, ou seja, como ele viaja, ganhou destaque os visitantes que se enquadraram fazendo viagem romântica (ou casal) que chegaram à marca de 49% do público total (gráfico 22). Dos viajantes que visitaram o Morro do Elefante, o Amantikir e o Parque Estadual de Campos do Jordão (Horto Florestal), 52,7%, 54% e 49%, respectivamente, viajavam como casal. Os demais pontos de interesse turístico que receberam quase metade do seu volume de avaliações de quem viajava na forma de casal foram: Palácio Boa Vista (49%), Teleférico (49%), Museu Felícia Leirner (49,6%), Mosteiro São João (46%), Portal de Campos do Jordão (47%), Vista Chinesa (53%), Mirante do Lajeado (51%), Museu Casa da Xilogravura (48%), Cachoeira Véu da Noiva (49,7%) e Vila Capivari (50%).

Gráfico 22 – Como viajam os avaliadores (18.718 usuários)



Pontos de Interesse Turístico	Excelente	Muito Bom	Razoável	Ruim	Horrível	TOTAL
Amantikir	1802	747	232	46	18	2845
Horto Florestal	1064	558	159	25	12	1818
Morro do Elefante	774	923	878	233	107	2915
Museu Felícia Leirner	692	396	107	3	3	1201
Palácio Boa Vista	592	548	234	32	13	1419
Teleférico	520	479	210	48	20	1277
Portal Campos do Jordão	483	430	229	19	8	1169
Vila Capivari	335	171	25	1	1	533
Ducha de Prata	308	464	660	250	121	1803
Mosteiro São João	282	191	84	5	3	565
Borboletário	184	134	108	41	21	488
Vista Chinesa	156	119	86	15	4	380
Praça São Benedito	107	89	24	3	0	223
Parque Floresta Encantada	99	112	85	24	9	329
Bondinho	84	90	122	40	23	359
Auditório Claudio Santoro	83	34	4	1	1	123
Igreja São Benedito	79	79	30	1	0	189
Museu Casa da Xilogravura	76	58	13	2	2	151
Mirante do Lajeado	69	42	19	6	2	138
LenZoo (fechado)	54	46	31	9	3	143
Chocolates Araucária	49	78	134	32	12	305
Cachoeira Véu da Noiva	42	27	68	28	16	181
Shopping Center Capivari	34	43	29	3	1	110

Tabela 03: Amostragem: 18.718 com avaliações no montante superior a 100 pax. Volume de avaliações quando a satisfação com a visita realizada em cada ponto de interesse turístico. Fonte www.tripadvisor.com.br. Coleta de dados realizada no dia 10/03/2018. 19.027 avaliações realizadas no ano de 2016.Elaboração própria.

Dos pontos de interesse turístico avaliados espontaneamente pelos usuários do *TripAdvisor*, o Amantikir recebeu a maior número de avaliações de satisfação excelente (63%) do total de visitantes (2.845 avaliações) que opinaram sobre o atrativo no site e 10% do total geral de visitantes (18.718 avaliações); o Parque Estadual Campos do Jordão (Horto Florestal) foi o segundo mais pontuado (59%) nesse quesito (dos 1.818 avaliadores).

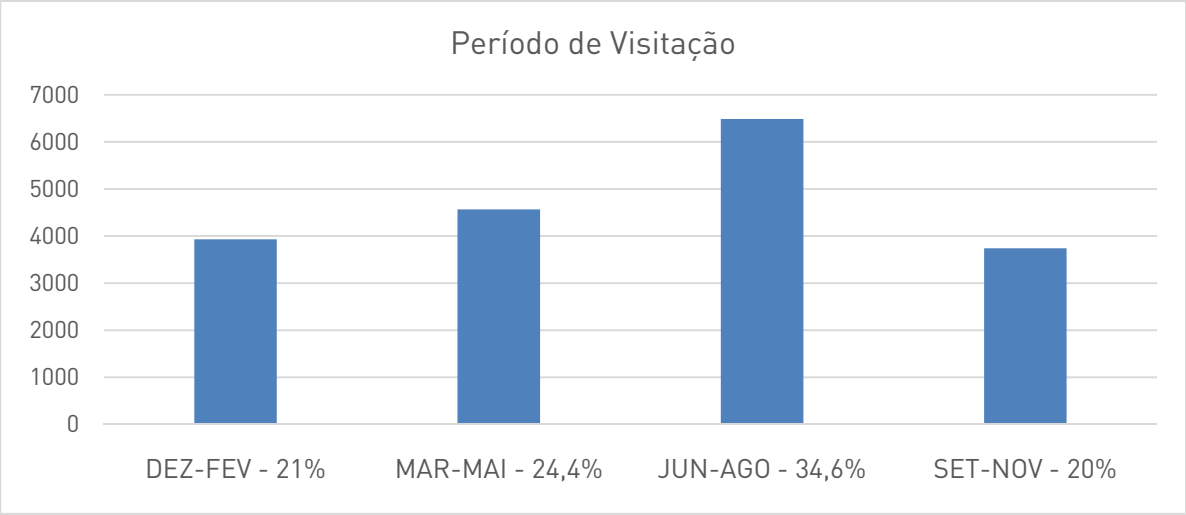
Quanto às avaliações que demonstraram insatisfação do visitante, do total de avaliações recebidas, 12% indicaram ruim ou horrível Morro do Elefante. Em segundo lugar, a Ducha de Prata recebeu avaliação negativa (ruim ou horrível) de 21% dos avaliadores.

Vale ressaltar que esses pontos de interesse turísticos atendem aos anseios de viagem de jovens e adultos, sejam eles viajando em família, grupo de amigos ou casal, sendo, portanto, esperado que tenha uma proporção maior de viajantes nessas condições avaliando esses lugares turísticos[4] na plataforma do *TripAdvisor*.

Quanto a época do ano que visitou a cidade, os dados coletados possibilitaram as seguintes informações:

[4]Lugar turístico: a expressão é utilizada tanto para se referir a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo como também a lugares considerados potencialmente turísticos". Assim, o que se caracteriza um lugar turístico é a presença do viajante, seja ele turista ou excursionista, e não de uma infraestrutura típica de uso turístico como os meios de hospedagem, restaurantes, etc. (CRUZ, 2001, p.7),

Gráfico 23 – Época do ano que visitou Campos do Jordão (18.718 usuários)



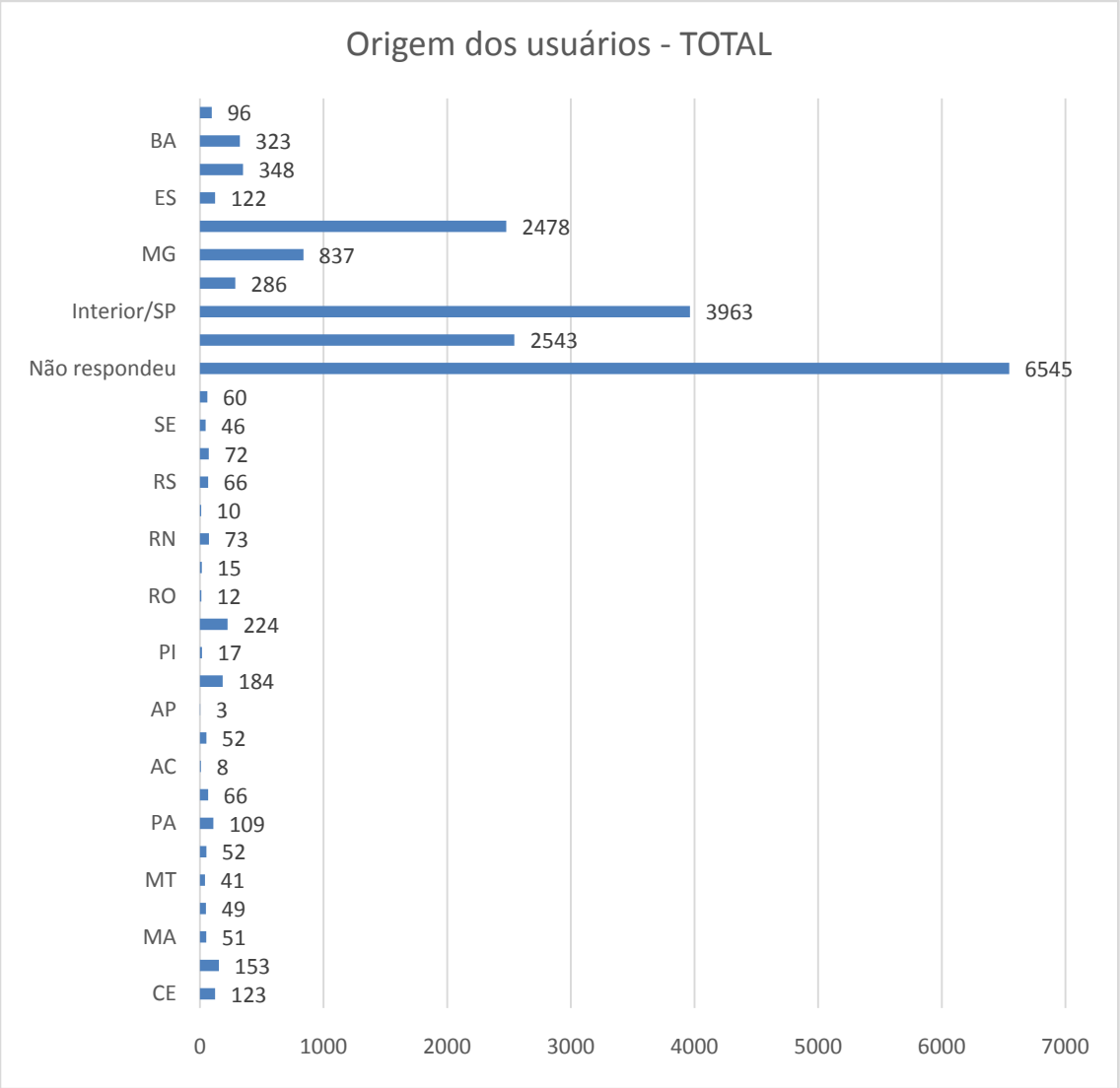
Essas informações sobre a época de visita dos avaliadores do *TripAdvisor* confirmam a percepção dos agentes do turismo de que Campos do Jordão é um destino que a alta temporada acontece nas férias do meio do ano[5].

3.4 Centros emissores de turistas

Segundo os dados coletados no *TripAdvisor*, o Estado de São Paulo foi o maior emissor de visitantes para Campos do Jordão em 2016 e os que mais visitaram a cidade residiam em São Paulo, São José dos Campos, Campinas e São Bernardo do Campo, conforme gráfico a seguir:

Gráfico 24 - Origem dos usuários/avaliadores – total (19.027 usuários)

[5]Pesquisa com os agentes de turismo



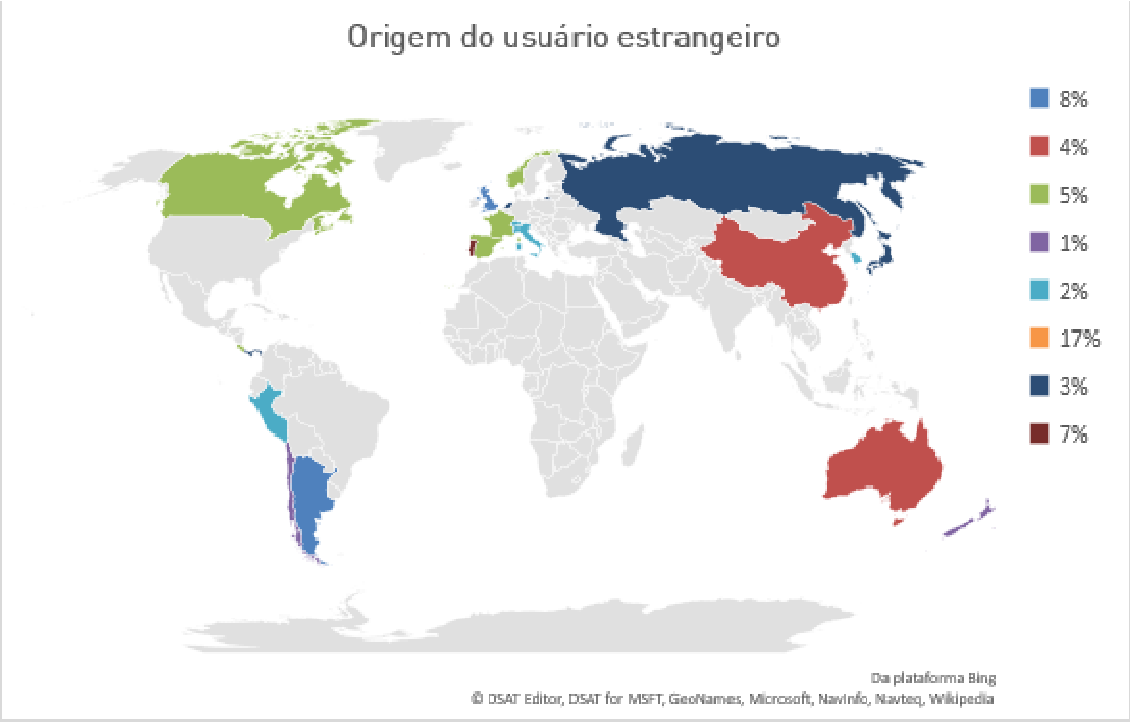
Fonte: Dados analisados da rede social TripAdvisor, ano de 2016, conforme descrição dos próprios usuários. Elaboração própria.

Em cada estado listado no gráfico 24 houve uma cidade que se destacou como emissora de visitantes para Campos do Jordão em 2016, majoritariamente a capital de cada Estado. Devido ao número de cidades listadas, optou-se por apresentá-los em uma nuvem de palavras onde o tamanho indica a frequência de respostas (fig.04).

Figura 04 – Cidade de origem dos visitantes (18.620 respostas[6])

[6]18.718 – 98 usuários estrangeiros

Mapa 02 - Origem dos usuários estrangeiros – distribuição (98 usuários)



Origem dos Estrangeiros									
Argentina	8%	Coréia do Sul	2%	Itália	2%	Panamá	3%	Suíça	2%
Austrália	4%	Costa Rica	5%	Japão	3%	Peru	2%	Uruguai	1%
Canadá	5%	Reino Unido	8%	Noruega	5%	Portugal	7%		
Chile	1%	Nova Zelândia	1%	EUA	17%	Espanha	5%		
China	4%	Países Baixos	3%	França	5%	Rússia	3%		

3.5 Conclusão

Pode-se afirmar que os dados obtidos na plataforma em questão e os respectivos resultados são sustentados pela amostragem levantada nas fichas de visitantes aplicados pela Secretaria de Turismo ao longo do ano 2016.

As avaliações dos usuários não só reforçam a vocação turística do município, mas consiste em informações que possibilitam elaborar propostas de roteiros ou divulgações do destino para públicos específicos, garantindo uma maior eficiência nas promoções realizadas pelo município.

Um dado importante obtido foi a ampliação da informação referente a origem dos visitantes, cidades e estados.

4 CONCLUSÃO GERAL

De acordo com as informações das 3.185 fichas de visitantes aplicadas pela Secretaria de Turismo no Portal de Campos do Jordão e no Posto de Informações Turísticas no ano de 2016 e sustentados pelos dados coletados na plataforma do *TripAdvisor* o lazer é o objetivo da maioria dos visitantes que são em brande parte adulto-jovem e adulto-maduro.

O Estado de São Paulo se destaca na emissão de visitantes (59%) e a capital dentre as cidades do estado (46%). O automóvel é o principal meio de transporte utilizado (89,2%), 21,4% viajam com crianças e 3,27 é o tamanho médio do grupo, sendo que 37% viajam em dupla e apenas 5,8% viajam sem companhia. 89,8% dos visitantes se programaram para a viagem utilizando alguma fonte de informação, sendo que 62,4% utilizaram a internet.

Os turistas preferem hospedar-se em hotéis/pousadas. 46,5% hospedaram-se em pousadas e 37,8% em hotéis com uma média de 2,15 pernoites por estada.

O Morro do Elefante e o Amantikir se descartam entre os pontos de interesse turístico em quantidade de avaliações no *TripAdvisor.* Já no quesito qualidade é o Amantikir que detém o maior número de avaliações na categoria "excelente" seguido do Horto Florestal (Parque Estadual de Campos do Jordão).

Julho é o mês de maior movimento e junho o de menor. Sábado é o dia preferido dos excursionistas (26,5%) e terça é o dia de menor fluxo (8,8%). 36,4% dos visitantes já conheciam o destino Campos do Jordão sendo que 12,8% afirmaram ser a quarta vez ou mais que visitam a cidade.

Com base na taxa de ocupação média, o número de leitos disponíveis no destino e a taxa de permanência média do turista por estada é possível estimar o volume de turistas anual em **936.496 mil turistas por ano** que dormem **2.013.468 noites no destino**.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABET Projetos Turísticos. **Inventário da Oferta Turística de Campos do Jordão**. Março, 2018.

BRASIL. **IBGE**. São Paulo >>Campos do Jordão. Disponível em: http://cod.ibge.gov.br. Acesso em janeiro de 2018.

CRUZ, Rita de Cássia Arizada. **Introdução a geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

OLIVEIRA, Rafael Almeida de. **Extração de dados web como suporte na elaboração de indicadores do turismo de Minas Gerais** [manuscrito]: uma iniciativa em big data / Rafael Almeida de Oliveira. 2017.

Secretaria de Turismo de Campos do Jordão. **Observatório de Turismo anual**, ano de 2016.

Sites visitados:

https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303607-Activities-Campos_Do_Jordao_State_of_Sao_Paulo.html

http://camposdojordao.sp.gov.br/