

ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA
Ano - 2017



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	21
2. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS PELA PESQUISA COM PROPRIETÁRIOS DE MEIOS DE HOSPEDAGEM	22
2.1. Descrição da pesquisa.....	22
2.2. Resultados	23
2.3. Conclusão	23
3. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS NA PLATAFORMA TRIPADVISOR .	24
3.1 Descrição da pesquisa.....	24
3.2 Contexto e Metodologia	25
3.3 Resultados	26
3.4 Centros emissores de turistas	33
3.5 Conclusão	35
4 CONCLUSÃO GERAL	36
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38

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.

 FICHA DE VISITANTES			
NOME COMPLETO - FULL NAME			
PROCEDÊNCIA/FROM CIDADE - CITY		ESTADO /STATE	PAÍS - COUNTRY
PROFISSÃO/OCCUPATION	SEXO - SEX <input type="radio"/> M <input type="radio"/> F	IDADE/AGE	DATA/DATE
HOSPEDAGEM <input type="radio"/> HOTEL <input type="radio"/> POUSADA <input type="radio"/> COLONIA DE FÉRIAS <input type="radio"/> CASA <input type="radio"/> OUTROS/OTHER(ESPECIFICAR/DESCRIBE)			PERMANÊNCIA <input type="text"/> DIAS
MOTIVO DA VIAGEM - PURPOSE OF TRIP <input type="radio"/> LAZER/LEISURE <input type="radio"/> NEGÓCIO - BUSINESS <input type="radio"/> CONVENÇÃO - CONVENTION <input type="radio"/> OUTRO/OTHER (ESPECIFICAR/DESCRIBE)			
MEIO DE TRANSPORTE/ ARRIVING BY <input type="radio"/> AUTOMÓVEL - CAR <input type="radio"/> ÔNIBUS/BUS <input type="radio"/> MOTO/MOTORCYCLE <input type="radio"/> OUTROS/OTHER(ESPECIFICAR/DESCRIBE)			
<input type="radio"/> 1ª VEZ/1 st TIME <input type="radio"/> 2ª VEZ/2 nd TIME <input type="radio"/> 3ª VEZ/3 rd TIME <input type="radio"/> 4ª ou +/ 4 th or +			
PROGRAMOU/RESERVOU VIAGEM? PLANNING/RESERVATION? S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>			
<input type="radio"/> INTERNET <input type="radio"/> AGENCIA DE VIAGENS <input type="radio"/> GUIA DE VIAGEM <input type="radio"/> OUTROS/OTHER (ESPECIFICAR/DESCRIBE)			
ACOMPANHANTES			
CRIANÇAS	Nº	<input type="text"/>	
ADULTOS	Nº	<input type="text"/>	

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 2017, somam 2.316. 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 2.316 fichas tabuladas. As análises foram realizadas nos *softwares* SPSS versão 18, *Microsoft Excel* 2010 e Google formulários.

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 2.316 respondentes, 73,6% eram turistas, pois pernoitaram ao menos uma noite no município e 26,4% praticavam o excursionismo conforme gráfico 01.

Gráfico 01

Turista x Excursionista - 2316 respostas

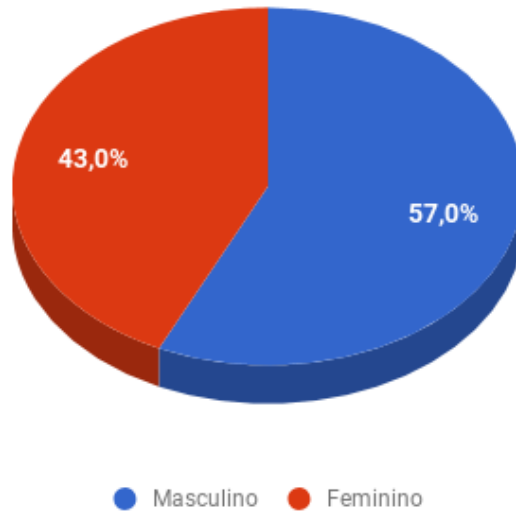


1.6.2. Perfil Socioeconômico

O gráfico 02 apresenta a distribuição dos visitantes por sexo, que se mostrou bem dividido, onde 57% eram do sexo masculino e 43% eram do sexo feminino.

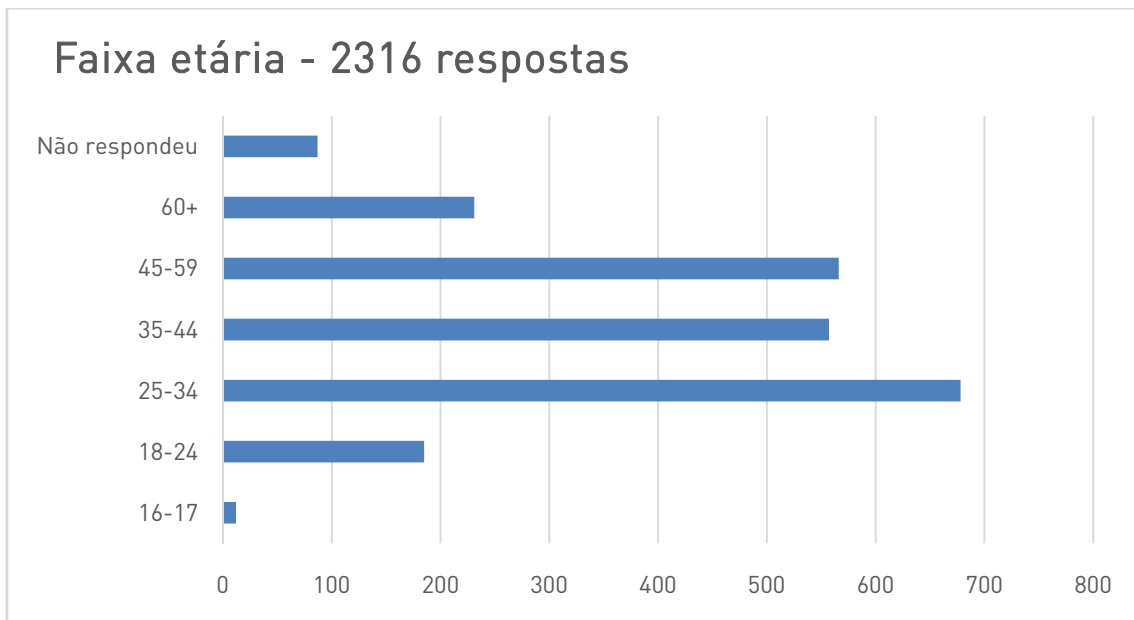
Gráfico 02

Sexo - 2316 respostas



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

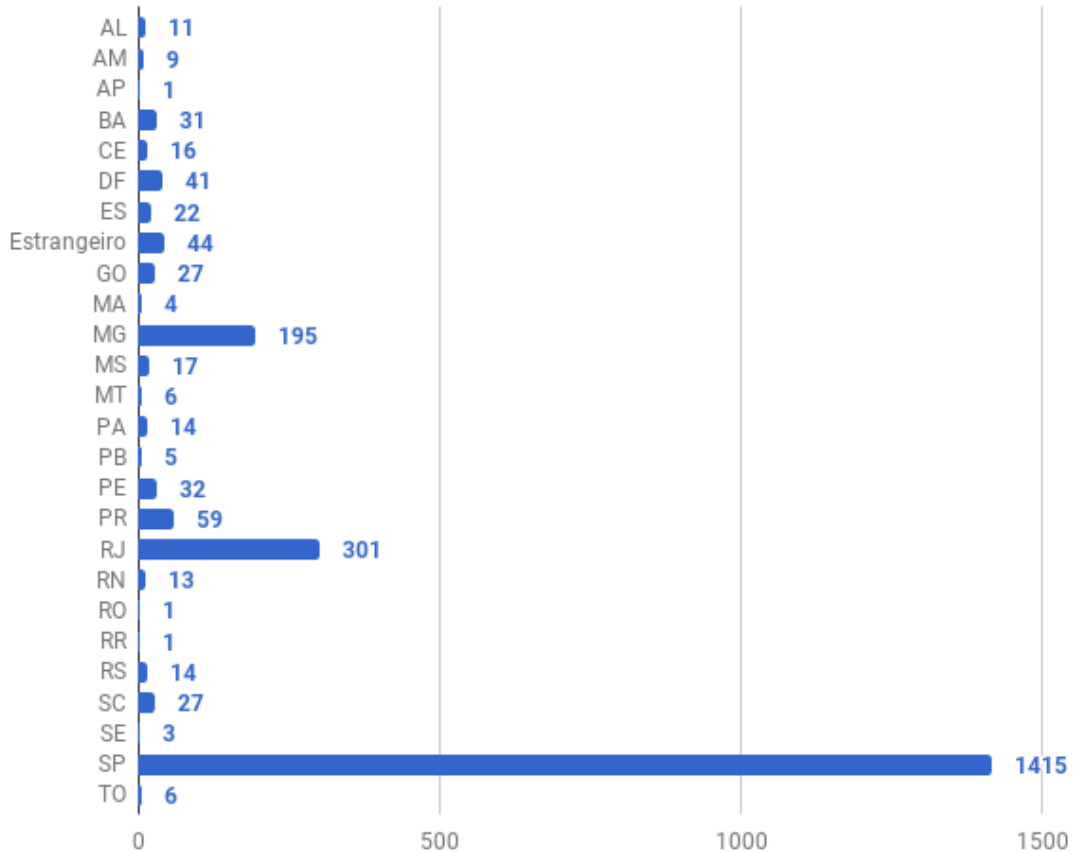
Gráfico 03 – Faixa etária (2.316 respostas)



Ao analisar a cidade e estado de origem dos respondentes, a grande maioria é do Estado de São Paulo (61,1%) conforme gráfico 04.

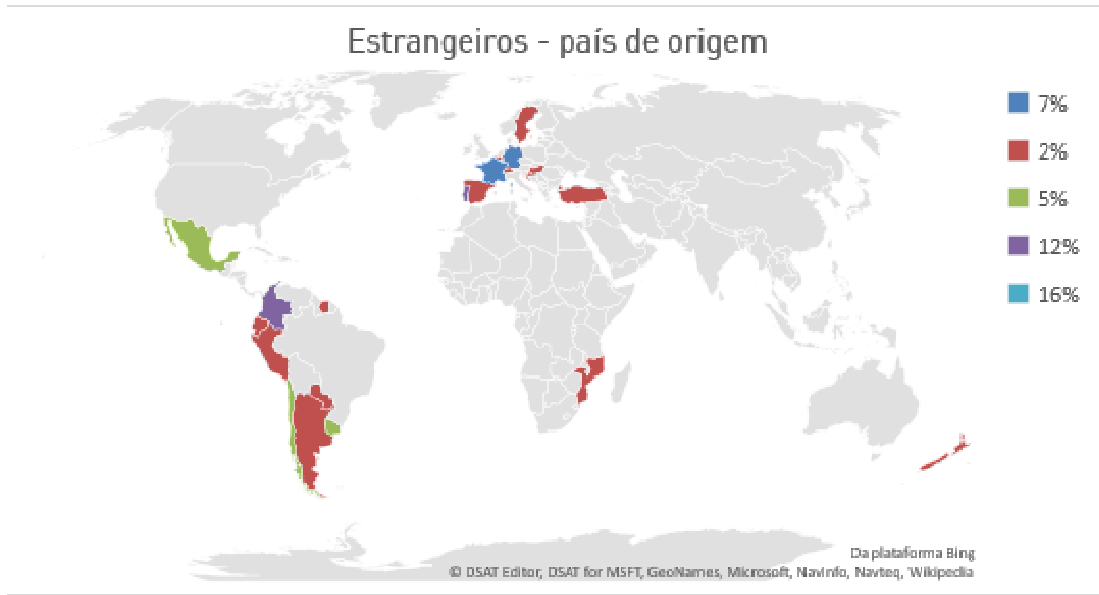
Gráfico 04

Estado de origem do visitante - 2315 respostas



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 2017, correspondendo a 27,6% do montante de visitantes. Em segundo lugar ficou a capital do Rio de Janeiro, com 7,9% do total de visitantes.

Mapa 01 – 43 respostas

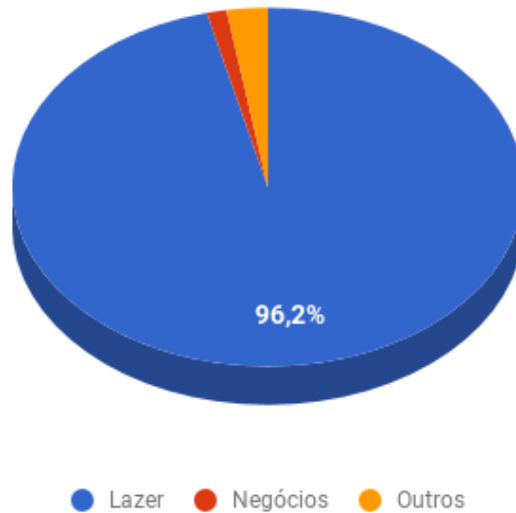


Origem Estrangeiro									
Alemanha	7%	Croácia	2%	Hungria	2%	Peru	2%	Turquia	2%
Argentina	2%	Equador	2%	México	5%	Portugal	12%	Uruguai	5%
Bélgica	2%	Espanha	2%	Moçambique	2%	Suécia	2%		
Chile	5%	EUA	16%	Nova Zelandia	2%	Suíça	2%		
Colômbia	12%	França	7%	Paraguai	2%	Suriname	2%		

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

Gráfico 05

Motivação da visita - 2316 respostas

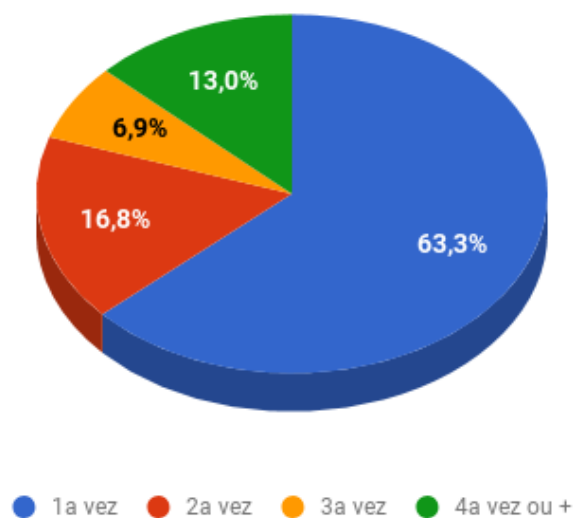


1.6.4. Comportamento

Dentre os respondentes, 63,3% afirmaram ser a primeira vez que visitam Campos do Jordão, conforme gráfico 06. 23,7% afirmaram não ser a primeira vez que visitam o município, sendo a segunda ou terceira vez que o fazem. 13% afirmaram ser a quarta vez ou mais que visitam a cidade.

Gráfico 06

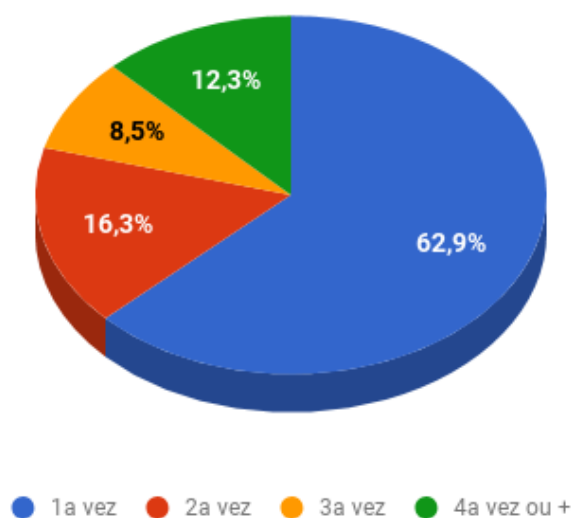
Nº de visitas - 2315 respostas



Dos excursionistas (gráfico 07) que visitaram Campos do Jordão 62,9% afirmaram ser a primeira vez, 28,6% visitaram a cidade pela segunda ou terceira vez e 12,3% afirmaram ser a quarta vez ou mais que visitaram o município.

Gráfico 07

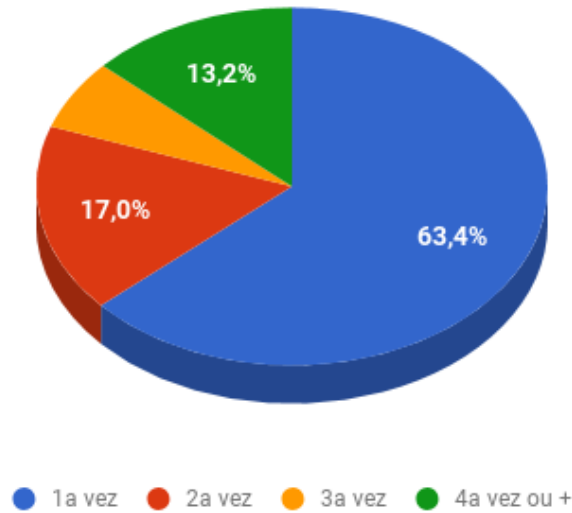
Nº de visitas - Excursionistas - 612 respostas



Quanto aos turistas (gráfico 08) que visitaram Campos do Jordão, 63,4% afirmaram ser a primeira vez, 23,3% pela segunda ou terceira vez e 13,2% afirmaram ser a quarta vez ou mais que visitam o município.

Gráfico 08

Nº de visitas - Turistas - 1704 respostas

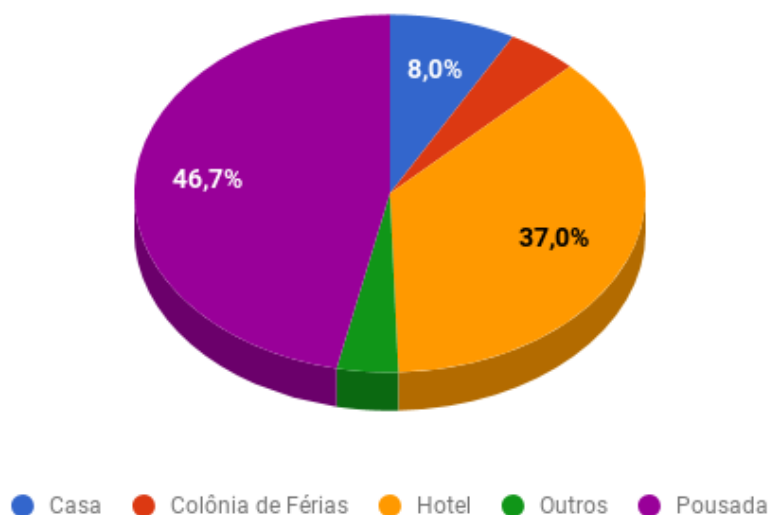


Foi perguntado aos turistas qual meio de hospedagem utilizado: Hotel, pousada, colônia de férias, casa e outros.

O principal meio de hospedagem utilizado em Campos do Jordão foi à pousada com 46,7%. O hotel foi escolhido por 37% e a Casa por 8%. 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. 4,5% hospedam-se em colônia de férias e ,09 em outros lugares conforme gráfico 9.

Gráfico 09

Meio de hospedagem utilizado - 1704 respostas



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 1691 respostas ficou em 2,86 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.

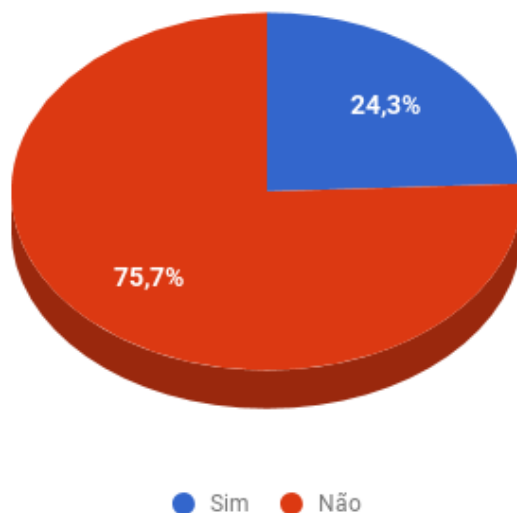
Tabela 2 – Tempo de permanência do turista no destino

Tipo de meio de hospedagem	Média de pernoites	Nº de respondentes
Casa	4,06	132
Colônia de férias	2,69	76
Hotel	1,93	628
Outros	5,39	61
Pousada	1,87	794

Foi perguntado o número de acompanhantes dos respondentes, pedindo que discriminassem o número de crianças e adultos. Com a tabulação dos dados foi possível mensurar que 24,3% dos visitantes viajam com crianças e 75,7% viajam sem crianças.

Gráfico 10

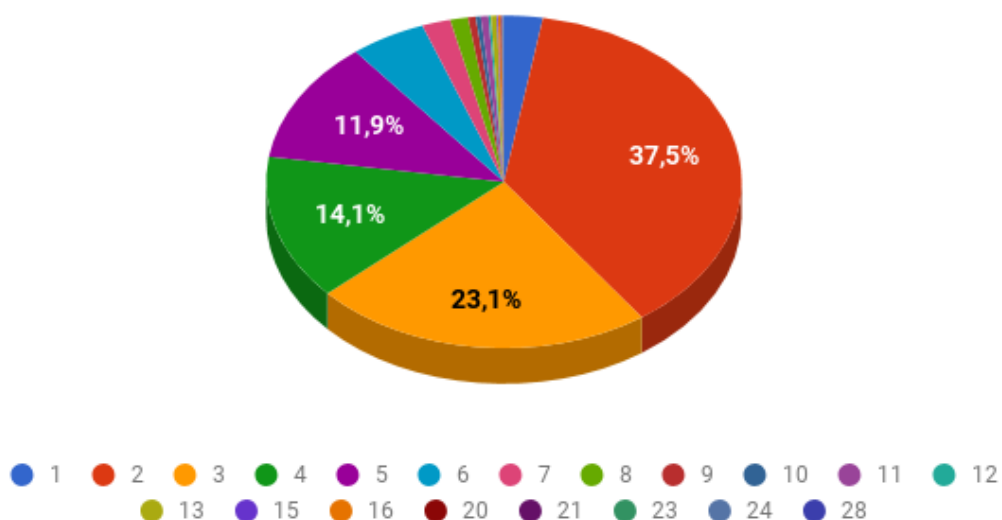
Viaja com crianças? - 2316 respostas



Ainda foi possível mensurar o tamanho médio do grupo que visita Campos do Jordão. 37,5% viajam em dupla, 23,1% em trio, 14,1 em grupos de 4 pessoas e 11,9% em grupos de 5 pessoas, pessoas que viajam sozinhas somam 2,6% e os que viajam em grupos de 6 pessoas 5,1%. Os outros somam menos de 2% cada.

Gráfico 11

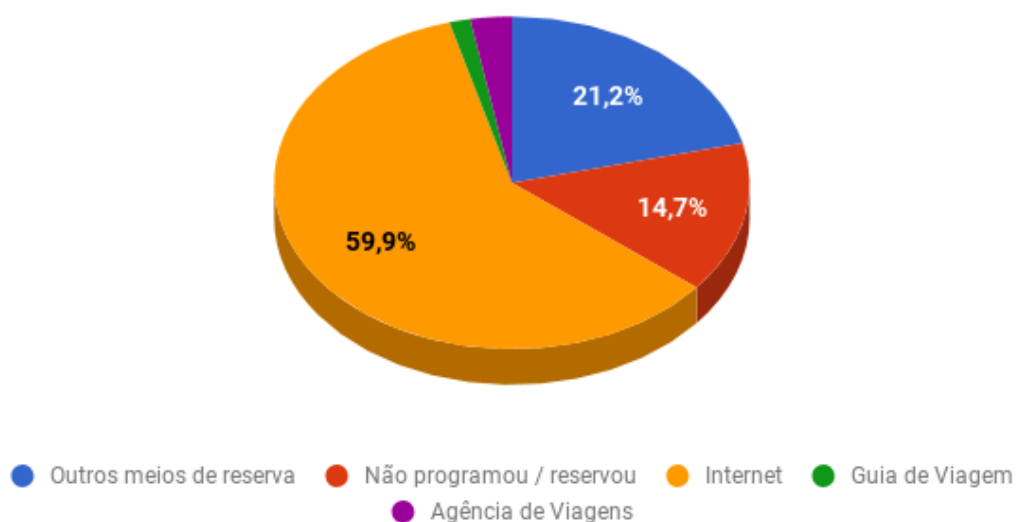
Total de pessoas por grupo - 2248 respostas



A ficha pergunta se o visitante programou/reservou a viagem e conforme gráfico 12, 59,9% informaram que usam a internet para programar/reservar a viagem, 21,2% usam outros meios, 14,7% não programam/reservam, 2,5% o fazem com auxílio da agencia de viagem e 2,8% usam guias de viagem.

Gráfico 12

Programou/reservou a viagem - 2316 respostas



Quanto ao tipo de transporte utilizado para a viagem, 87,9% usaram automóvel, 9,1% chegaram de ônibus, 1,4% apontaram que viajaram de moto e 1,6% 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

Meio de transporte - 2316 respostas

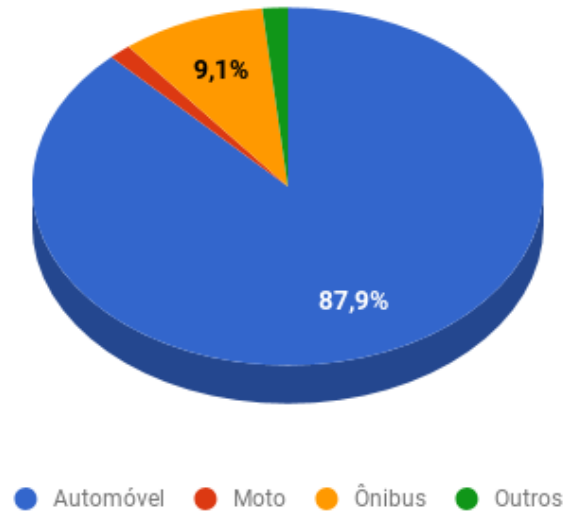


Gráfico 14

Meio de transporte - Excursionista - 612 respostas

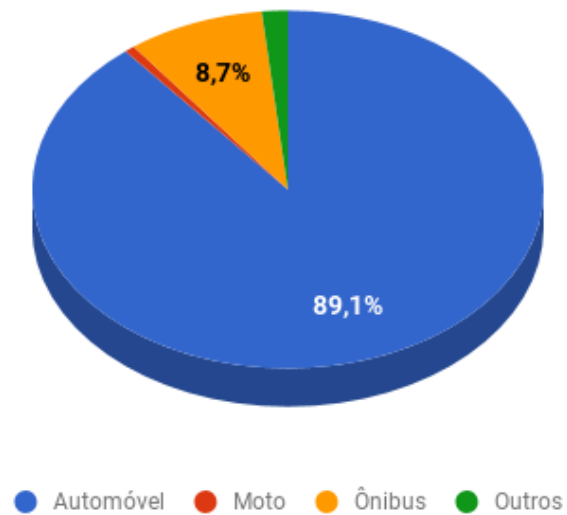
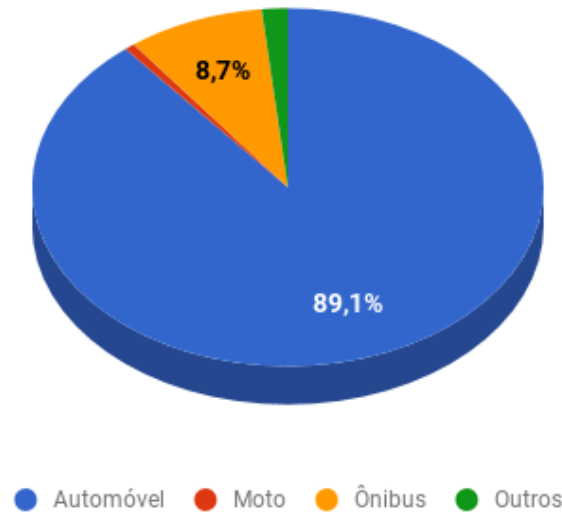


Gráfico 15

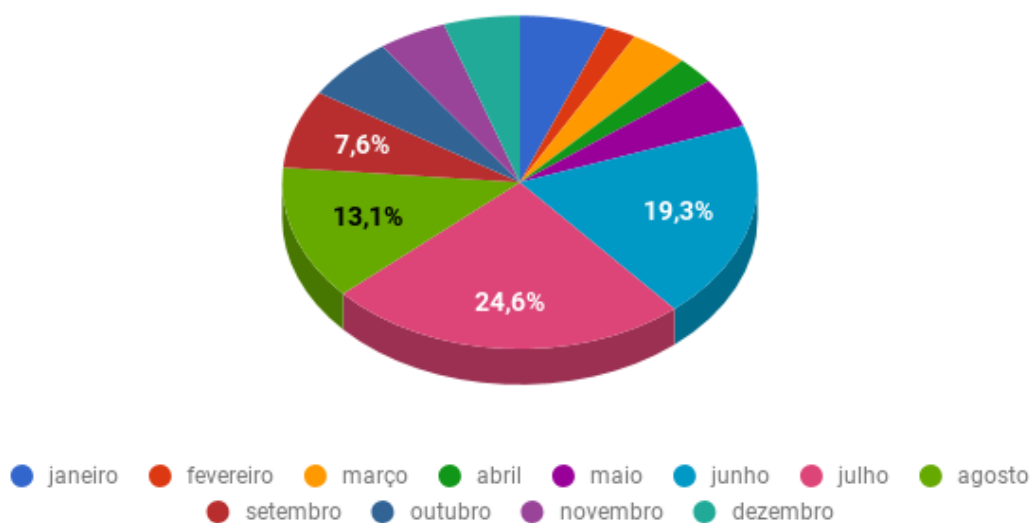
Meio de transporte - Excursionista - 612 respostas



A ficha de visitação pede a data de preenchimento, com esse dado é possível inferir o mês de visitação. 24,6% visitaram Campos do Jordão em Julho e o mês de menor volume é fevereiro com 2,1% conforme gráficos 16.

Gráfico 16

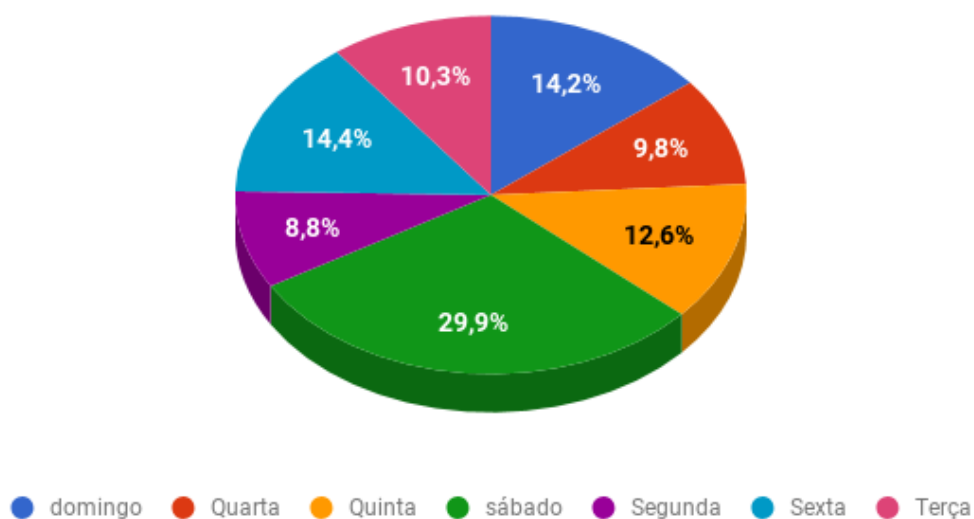
Mês da visitação - 2316 respostas



Foi possível inferir também o dia da semana em que os excursionistas visitaram a cidade. Sábado é o dia de maior volume com 29,9% e segunda o de menor volume com 8,8% conforme gráfico 17.

Gráfico 17

Dia da visita - Excursionistas - 612 respostas



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 visita, 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 2017, somam 2.316. 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, 57% masculino e 43% feminino. A faixa etária que predomina em primeiro e segundo lugar é de 25-34 anos. Quanto aos centros emissores de visitantes para o destino, o Estado de São Paulo se destaca com 61,1% e dentre os paulistas 27,6% vêm da capital.

O automóvel é o meio de transporte utilizado por 87,9% dos visitantes. 24,3% viajam com crianças e 3,47 é o tamanho médio do grupo, sendo que 37,5% viajam em dupla e apenas 2,6% viajam sem companhia. 85,3% dos visitantes se programaram para a viagem utilizando alguma fonte de informação, sendo que 59,9% utilizaram a internet.

Os turistas preferem hospedar-se em hotéis/pousadas. 46,7% hospedaram-se em pousadas e 37% em hotéis com uma média de 2,86 pernoites por estada.

Julho é o mês de maior movimento e fevereiro o de menor. Sábado é o dia preferido dos excursionistas (29,9%) e segunda é o dia de menor fluxo (8,8%). 36,6% dos visitantes já conheciam o destino Campos do Jordão sendo que 13,2% 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 ASSTUR² 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

² 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 2017.

2.2. Resultados

Conforme dados da ASSTUR, a taxa média de ocupação anual com base no número de leitos disponíveis dos associados em 2017 foi de:

Taxa média de ocupação: 35,75%

Conforme dados do Inventário da Oferta Turística o número de leitos disponíveis por dia em 2017 foi de:

Nº de leitos: 14.917

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:

2,63 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:

$14.917 \times 365 \text{ dias} = 5.444.705 \text{ leitos disponíveis por ano.}$

$5.444.705 \times 35,75\% = 1.946.482 \text{ leitos ocupados por ano (nº de pernoites).}$

$1.946.482 \text{ pernoites} / 2,63 = \mathbf{740.107 \text{ mil turistas por ano}}$

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 complementarará as informações existentes da demanda turística do município.

Os dados em questão se tratam das avaliações feitas por usuários durante o ano de 2017. Foi possível levantar 11.566 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 11.566 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, 99 avaliações foram feitas por pessoas que informaram sua origem como de Campos do Jordão, sendo, portanto retirada essas avaliações, restando 11.467 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 excluído 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 cadastrados³, sendo, portanto, um inegável e robusto banco de dados com informações relevantes para elaboração de estratégias de desenvolvimento do setor, principalmente do setor público.

³Informações do próprio site, www.tripadvisor.com.br.

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”⁴ 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.

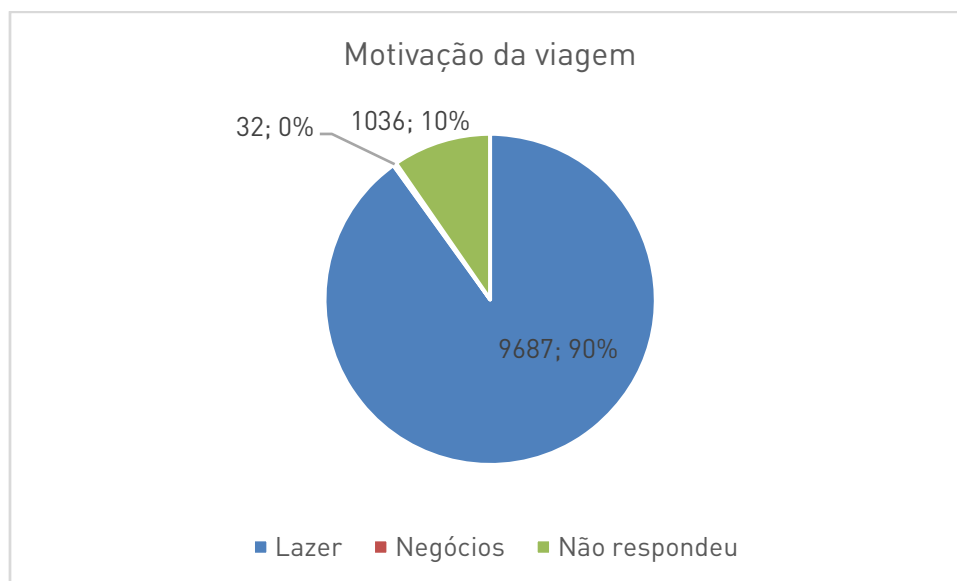
3.3 Resultados

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 45 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 18 pontos de interesse turístico com um total geral de 10.755 mil avaliações.

⁴“O que fazer”: https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303607-Activities-Campos_Do_Jordao_State_of_Sao_Paulo.html

Gráfico 21 – Motivação da visita (10.755 usuários)



Abaixo segue lista dos pontos de interesse turísticos 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 mesmo sem cada ponto de interesse turístico:

O que fazer	Total	
	AVALIAÇÕES	
TOTAL GERAL	10.755	%
Amantikir	2041	19,0
Morro do Elefante	1490	13,9
Ducha de Prata	1002	9,3
Horto Florestal	968	9,0
Teleférico	925	8,6
Vila Capivari	763	7,1
Museu Felícia Leirner	684	6,4
Portal Campos do Jordão	663	6,2
Palácio Boa Vista	659	6,1
Mosteiro São João	309	2,9
Borboletário	245	2,3
Bondinho	229	2,1
Chocolates Araucária	156	1,5
Parque Floresta Encantada	147	1,4
Vista Chinesa	144	1,3
Caras de Malte	115	1,1

Praça São Benedito	112	1,0
Igreja São Benedito	103	1,0

Tabela 01: Amostragem: 10.755 com avaliações no montante superior a 100 pax, totalizando 18 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. 11.467 avaliações realizadas no ano de 2017. Elaboração própria.

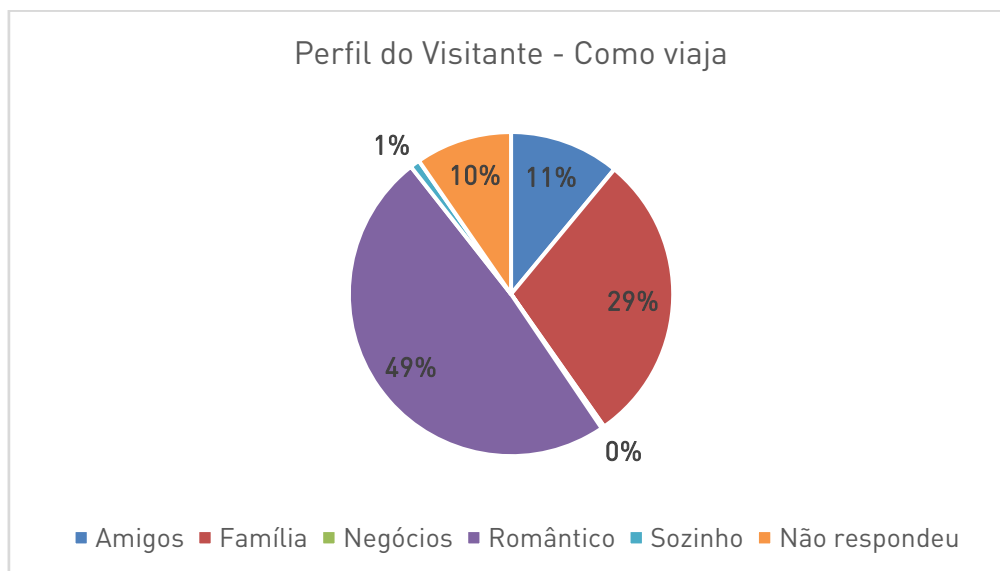
O que fazer	Total	Perfil do Visitante					
		AVALIAÇÕES	AMIGOS	FAMÍLIA	NEGÓCIOS	ROMANTICO	SOZINHO
TOTAL GERAL	10755	%	%	%	%	%	%
Amantikir	2041	9,3	26,5	0,3	54,5	0,7	8,7
Morro do Elefante	1490	12,1	28,5	0,1	49,3	1,0	9,1
Ducha de Prata	1002	10,2	31,2	0,4	46,8	0,9	10,5
Horto Florestal	968	9,8	31,1	0,4	49,2	0,8	8,7
Teleférico	925	12,2	25,2	0,2	51,6	1,1	9,7
Vila Capivari	763	11,9	31,2	0,3	47,7	0,9	8,0
Museu Felícia Leirner	684	11,3	27,0	0,3	52,2	0,6	8,6
Portal Campos do Jordão	663	13,4	25,9	0,5	48,7	0,9	10,6
Palácio Boa Vista	659	12,1	28,4	0,6	48,6	1,2	9,9
Mosteiro São João	309	12,3	27,2	0,3	43,4	2,6	14,2
Borboletário	245	9,0	42,0	0,4	38,4	0,4	9,8
Bondinho	229	11,8	33,6	0,0	40,6	1,7	12,2
Chocolates Araucária	156	9,0	29,5	0,6	46,2	1,3	13,5
Parque Floresta Encantada	147	4,1	75,5	0,0	10,9	0,0	9,5
Vista Chinesa	144	12,5	23,6	0,0	52,1	2,1	9,7
Caras de Malte	115	16,5	21,7	0,0	43,5	0,9	17,4
Praça São Benedito	112	7,1	36,6	0,9	39,3	3,6	12,5
Igreja São Benedito	103	12,6	30,1	0,0	40,8	1,0	10,7

Tabela 02: Amostragem: 10.755 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. 11.566 avaliações realizadas no ano de 2017. Elaboração própria.

As tabelas indicam os pontos de interesse turístico que receberam um maior número de avaliações, o Amantikir com 19% e o Morro do Elefante com 13% das avaliações dos visitantes que visitaram o destino em 2017. Em terceiro lugar, com 9% 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 a marca de 49% do público total (gráfico 22). Dos viajantes que visitaram o Amantikir, o Morro do Elefante e o Parque Estadual Campos do Jordão (Horto Florestal), 55%, 49% e 49%, respectivamente, viajavam como casal. Os demais pontos de interesse turístico que receberam quase metade do seu volume de avaliações de quem viajava em casal foram: Teleférico (51,6%), Museu Felícia Leirner (52,2%), Mosteiro São João (43,4%), Portal de Campos do Jordão (48,7%), Vista Chinesa (52,1%), Palácio Boa Vista (48,6%).

Gráfico 22 – Como viajam os avaliadores (10.755 usuários)



Ponto de Interesse Turístico	Excelente	Muito Bom	Razoável	Ruim	Horrível	TOTAL
Amantikir	1423	458	120	22	18	2041
Morro do Elefante	330	432	491	150	87	1490
Ducha de Prata	193	261	380	119	49	1002
Horto Florestal	543	303	101	14	7	968
Teleférico	374	307	169	38	37	925
Vila Capivari	479	233	41	4	6	763
Museu Felícia Leirner	363	223	80	13	5	684
Portal Campos do Jordão	299	215	132	10	7	663
Palácio Boa Vista	313	242	86	8	10	659
Mosteiro São João	147	92	54	14	1	309
Borboletário	81	84	45	21	14	245
Bondinho	53	55	80	25	16	229
Chocolates Araucária	24	31	62	30	9	156
Parque Floresta Encantada	38	55	41	11	2	147
Vista Chinesa	60	47	33	4	0	144
Caras de Malte	63	37	12	0	3	115
Praça São Benedito	44	49	18	0	1	112
Igreja São Benedito	47	40	15	0	1	103

Tabela 03: Amostragem: 10.755 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. 11.566 avaliações realizadas no ano de 2017. Elaboração própria.

Dos pontos de interesse turístico avaliados espontaneamente pelos usuários do *TripAdvisor*, o Amantikir recebeu a maior número de avaliações de satisfação excelente (70%) do total de visitantes (2.041 avaliações) que opinaram sobre o atrativo no site e 13% do total geral de visitantes (10.755 avaliações); o Parque Estadual Campos do Jordão (Horto Florestal) foi o segundo mais pontuado (56%) nesse quesito (de 968 avaliações).

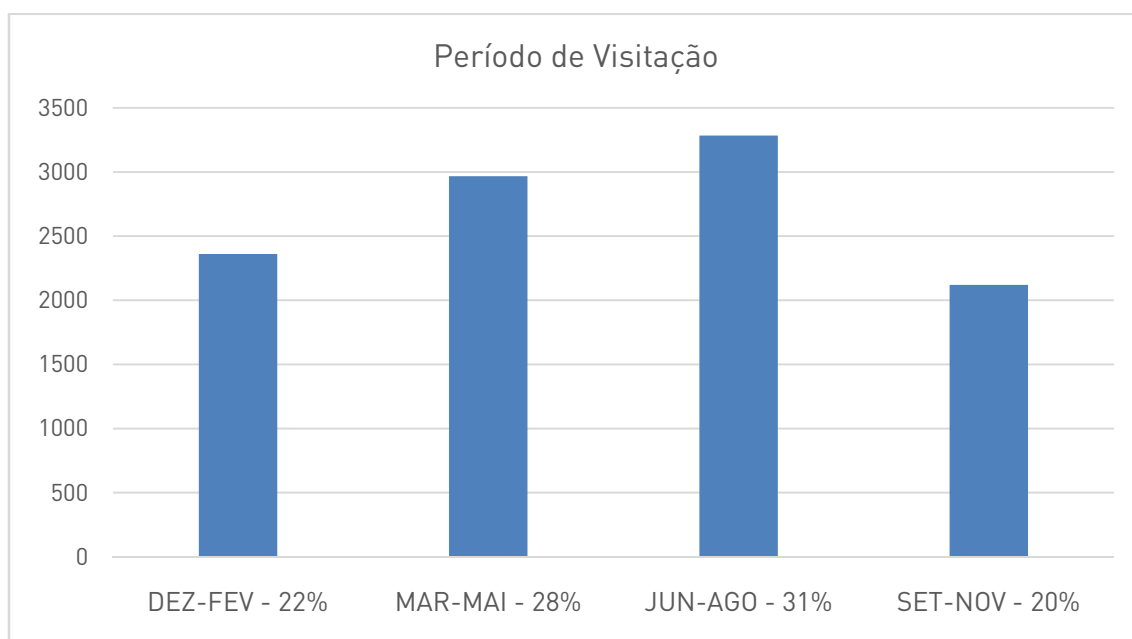
Quanto às avaliações que demonstraram insatisfação do visitante, do total de avaliações recebidas, 16% indicaram ruim ou horrível Morro do Elefante. Em segundo lugar, a Ducha de Prata recebeu avaliação negativa (ruim ou horrível) de 17% dos avaliadores que visitaram esses pontos de interesse turístico.

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 turísticos⁵ na plataforma do *TripAdvisor*.

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

Gráfico 23 – Época do ano que visitou Campos do Jordão (10.755 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 ano⁶.

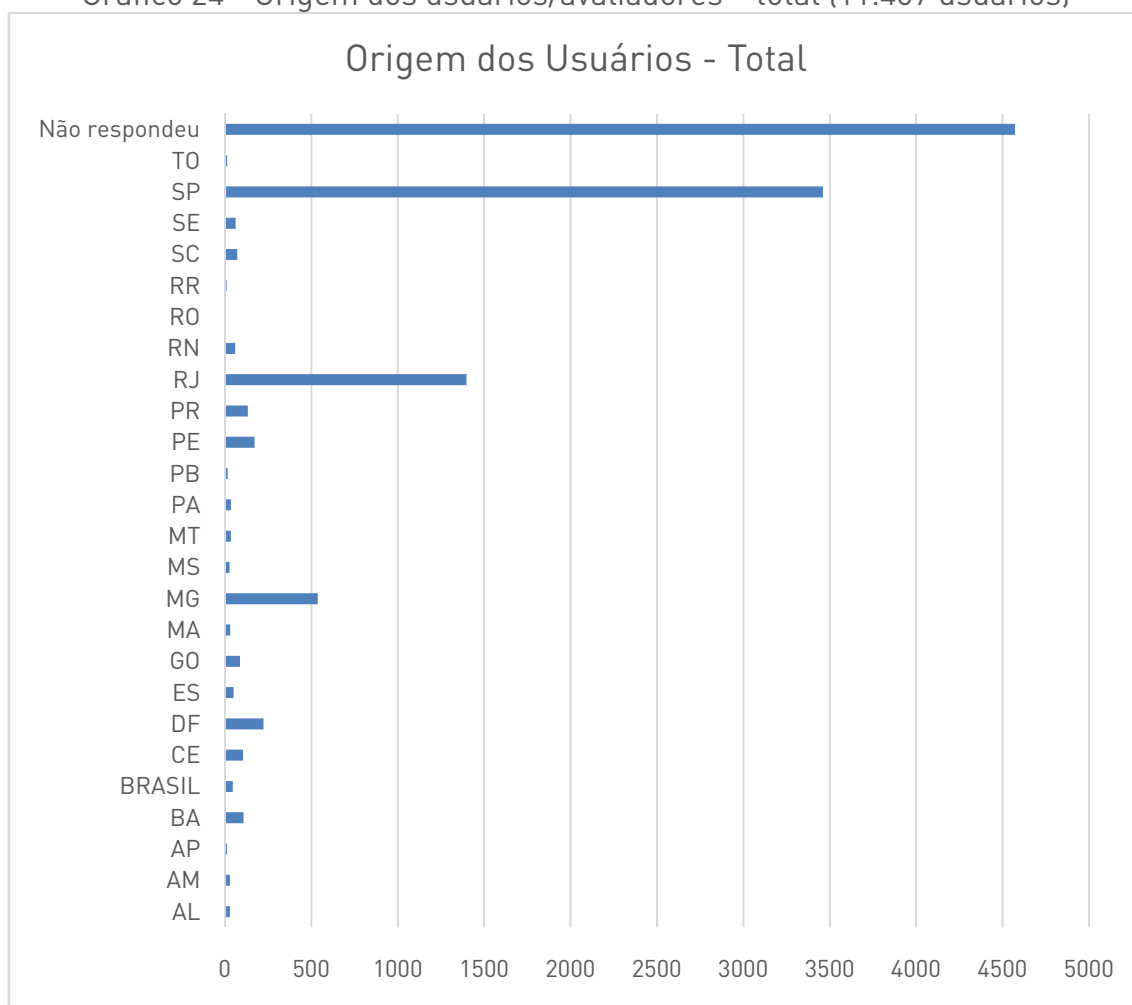
⁵Lugar turístico: a expressão é utilizada tanto para se referir a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo como também a lugares considerados potencialmente turísticos”. Assim, o que se caracteriza um lugar turístico é a presença do viajante, seja ele turista ou excursionista, e não de uma infraestrutura típica de uso turístico como os meios de hospedagem, restaurantes, etc. (CRUZ, 2001, p.7).

⁶Pesquisa com os agentes de turismo.

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 (11.467 usuários)



Fonte: Dados analisados da rede social TripAdvisor, ano de 2017, conforme descrição dos próprios usuários. Elaboração própria.

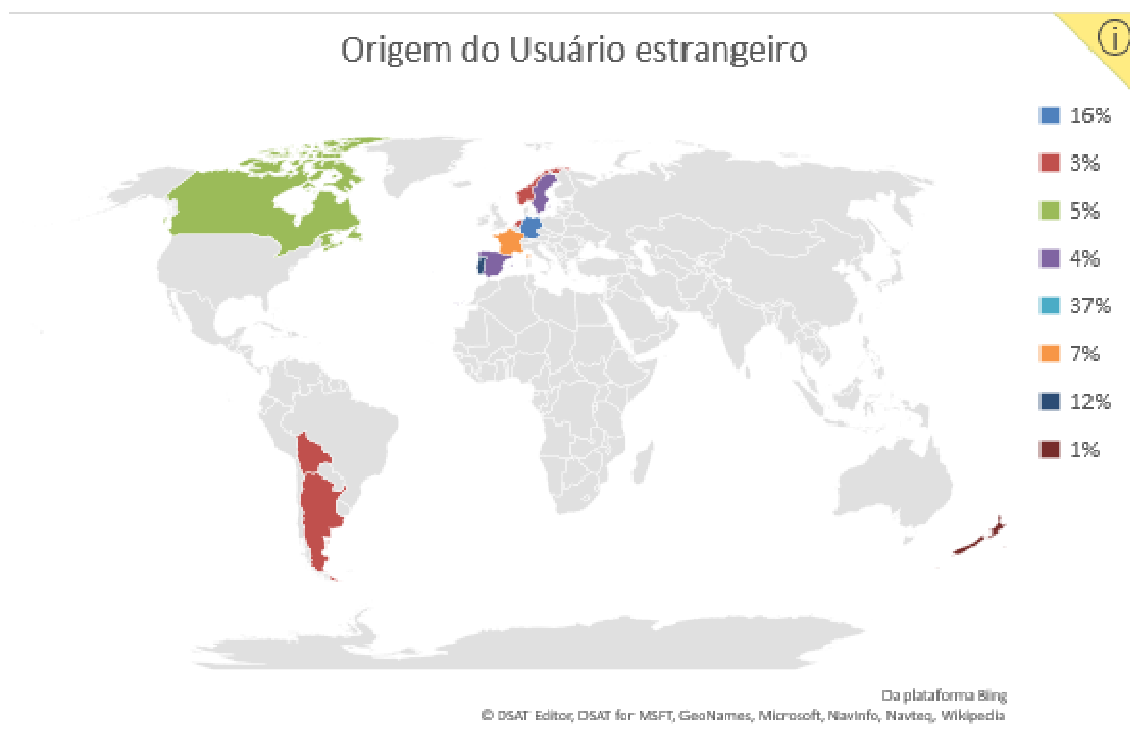
Em cada estado listado no gráfico 24 houve uma cidade que se destacou como emissora de visitantes para Campos do Jordão em 2017, majoritariamente a capital de cada Estado. Devido ao número de cidades listadas, optou-se por

apresentá-los em uma nuvem de palavras onde o tamanho indica a frequência de respostas (fig.04).

Figura 04 – Cidade de origem dos usuários (10.371 respostas?)



Mapa 02 - Origem dos usuários estrangeiros – distribuição (96 usuários)



Origem dos Estrangeiros			
Alemanha	16%	França	7%
Argentina	3%	Holanda	3%
Bolívia	3%	Suécia	4%
Canadá	5%	Noruega	3%
Espanha	4%	Portugal	12%
EUA	37%	Nova Zelândia	1%
		Reuno Unido	5%

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 2017. As informações sobre o período do ano que os usuários do *TripAdvisor* estiveram no município são validadas pela amostragem levantada nas fichas de visitantes, além dos apontamentos dos agentes de turismo local.

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 na coleta de dados na plataforma do *TripAdvisor* (ano de 2017) foi a ampliação da informação referente a origem dos visitantes, cidades e estados, conforme pode ser comparado por meio das figuras 2 e 4.

4 CONCLUSÃO GERAL

De acordo com as informações das 2.316 fichas de visitantes aplicadas pela Secretaria de Turismo no Portal de Campos do Jordão e no Posto de Informações Turísticas no ano de 2017 e sustentados pelos dados coletados na plataforma do *TripAdvisor* o lazer é o objetivo da maioria dos visitantes que são em grande parte adulto-jovem e adulto-maduro.

O Estado de São Paulo se destaca na emissão de visitantes (61,1%) e a capital dentre as cidades do estado (27,6%). O automóvel é o principal meio de transporte utilizado (87,9%), 24,3% viajam com crianças e 3,47 é o tamanho médio do grupo, sendo que 37,5% viajam em dupla e apenas 2,6% viajam sem companhia. 85,3% dos visitantes se programaram para a viagem utilizando alguma fonte de informação, sendo que 59,9% utilizaram a internet.

Os turistas preferem hospedar-se em hotéis/pousadas. 46,7% hospedaram-se em pousadas e 37% em hotéis com uma média de 2,86 pernoites por estada.

O Amantikir e o Morro do Elefante 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 fevereiro o de menor. Sábado é o dia preferido dos excursionistas (29,9%) e segunda é o dia de menor fluxo (8,8%). 36,6% dos visitantes já conheciam o destino Campos do Jordão sendo que 13,2% 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 **740.107 mil turistas por ano** que dormem **1.946.482 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 2017.

Sites visitados:

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

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