

RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA E SATISFAÇÃO TURÍSTICA
DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS SP

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. OBJETIVO GERAL.....	3
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
4. DELIMITAÇÃO: UNIVERSO/TEMPO.....	4
5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	4
6. COLETA DE DADOS.....	5
7. ANÁLISE DOS RESULTADOS GERAIS.....	5
7.1. PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES NACIONAIS E INTERNACIONAIS.....	6
7.2. PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES NACIONAIS.....	7
7.3. PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES NACIONAIS POR CIDADE.....	9
7.4. PERFIL DOS VISITANTES PARTICIPANTES DA PESQUISA.....	12
7.5. PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DA VIAGEM.....	13
7.6. PERMANÊNCIA NA CIDADE.....	14
7.7. ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS.....	14
7.7.1. GASTO MÉDIO DIÁRIO PREVISTO (R\$) POR PESSOA.....	14
7.7.2. GASTO MÉDIO DIÁRIO REALIZADO (R\$) POR PESSOA.....	15
8. VISITANTE VIAJOU SOZINHO OU ACOMPANHADO.....	16
9. MÉDIA DE ACOMPANHANTES.....	16
10. IDADE MÉDIA DOS ACOMPANHANTES.....	17

11. PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÕES SOBRE A CIDADE.....	18
12. MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO NA VIAGEM.....	19
13. MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO.....	20
14. AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS VISITADOS.....	21
15. AVALIAÇÃO DOS PONTOS TURÍSTICOS VISITADOS.....	24
16. AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA.....	27
17. AVALIAÇÃO GERAL DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS.....	30
18. VISITA A OUTRAS CIDADES DA REGIÃO.....	30
19. PROPENSÃO DE RETORNO.....	31
20. VOCÊ RECOMENDARIA SÃO JOSÉ DOS CAMPOS?.....	32
21. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
22. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34
23. ANEXO E GRÁFICOS.....	35
24. TABELAS.....	36

INTRODUÇÃO

A atividade turística na cidade de São José dos Campos vem despertando atenção especial, principalmente por seu crescimento gerar efeitos significativos na economia local, considerando os gastos efetuados pelo visitante e a geração de emprego e renda à população.

A Secretaria Municipal de Inovação e Desenvolvimento Econômico, por meio de seu Departamento de Turismo, visando ampliar o conhecimento sobre os fluxos turísticos receptivos e seus impactos sobre a atividade econômica da cidade, realizou um estudo de demanda e satisfação de seus visitantes.

A pesquisa da demanda e satisfação turística da cidade de São José dos Campos, realizada no período de 25 de outubro de 2023 a 25 de fevereiro de 2024 através de entrevistas diretas e indiretas com os turistas em eventos, atrativos, pontos e equipamentos turísticos da cidade foi aplicada e tabulada pela Dantas do Nascimento – Treinamento, Consultoria e Assessoria Ltda, sob a coordenação da consultora Roselaine Dantas do Nascimento e do turismólogo Rodrigo Ramos.

OBJETIVO GERAL

Conhecer o perfil dos turistas que visitaram a cidade de São José dos Campos, através de pesquisa direta e indireta aplicada em eventos, atrativos, pontos e equipamentos turísticos da cidade, identificando suas origens, motivações, gastos e suas avaliações quanto à oferta da localidade, além de suas expectativas, visando orientar ações adequadas de planejamento da atividade turística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Traçar o perfil socioeconômico do visitante, nacional e internacional, em trânsito na cidade de São José dos Campos;
- Identificar suas motivações de viagem e as avaliações da oferta turística utilizada durante sua permanência;
- Verificar sua percepção sobre a cidade e a intenção de retorno;
- Reunir subsídios e dados que contribuam nas decisões estratégicas de planejamento, promoção e gestão pública do turismo na cidade.

DELIMITAÇÃO: UNIVERSO/TEMPO

Turistas nacionais e internacionais, com 18 anos ou mais, presentes na cidade de São José dos Campos, durante o período de 25 de outubro de 2023 a 25 de fevereiro de 2024 (4 meses consecutivos).

É importante destacar que o acesso a pesquisa ficou disponível em ambiente digital e online e os visitantes foram estimulados a responder por meio de displays e tótems espalhados por vários pontos da cidade.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para obter as informações necessárias sobre a realidade estudada, foi utilizada a entrevista como instrumento de coleta de dados, orientada por um roteiro previamente estabelecido, com questões abertas e fechadas. Os questionários ficaram disponíveis em ambiente digital e online e o acesso aos visitantes se deu por meio de displays e tótems com QRCode espalhados por vários pontos da cidade. A cadeia produtiva turística local, também foi envolvida e esta participou ativamente estimulando seus clientes a participarem da referida pesquisa.

A amostra determinada para garantir a confiabilidade dos dados foi dimensionada em 400 (quatrocentas) entrevistas, considerando uma população de 100.000 (cem mil), garantindo assim uma margem de erro de 5% (cinco por cento) e um intervalo de confiança de 95% (noventa e cinco por cento), como orienta Arkin, H., & Colton, R.R.(1971).Tables for statisticians. Barnes and Noble.Exemplo figura abaixo.

Nesta tabela, você confere o tamanho da amostra para diferentes margens de erro, tamanhos de população, considerado um intervalo de confiança de 95%.

Margem de erro desejada				
População	1%	3%	5%	10%
< 1.000			222	83
1.000			286	91
3.000		1.364	353	97
4.000		1.538	364	98
5.000		1.667	370	98
7.000		1.842	378	99
10.000	5.000	2.000	383	99
20.000	6.667	2.222	392	100
50.000	8.333	2.381	397	100
100.000	9.091	2.439	398	100
>100.000	10.000	2.500	400	100

Fonte: Arkin, H., & Colton, R.R. (1971). Tables for statisticians. Barnes and Noble.

COLETA DE DADOS

A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas diretas e indiretas por meio de formulário digital disponível online.

O questionário utilizado foi elaborado com base no formulário de Pesquisas de Demanda e Satisfação da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo, estruturado com perguntas-filtro, de caracterização e de escala de avaliação. A participação dos visitantes se deu de forma aleatória, em eventos, atrativos, pontos e equipamentos turísticos da cidade de São José dos Campos.

ANÁLISE DOS RESULTADOS GERAIS

De acordo com a amostra definida, apresentamos abaixo os resultados gerais.

PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES NACIONAIS E INTERNACIONAIS EM (%)

De acordo com a amostra definida, os visitantes que se destinaram à cidade de São José dos Campos eram, majoritariamente, nacionais (78%); os demais (22%) vieram de outros países.

País	Percentual
Brasil	78%
Estados Unidos	4%
Bolívia	3%
Paraguai	3%
Colômbia	2%
Canadá	1,9%
Espanha	1%
Itália	1%
França	0,7%
Portugal	0,7%
Reino Unido	0,70%
Alemanha	0,5%
Austrália	0,5%
Bélgica	0,5%
Índia	0,5%
Nova Zelândia	0,5%
Argentina	0,2%
Chile	0,2%
China	0,2%
Irlanda	0,2%
Israel	0,2%
Japão	0,2%
México	0,2%
Escócia	0,2%
África do Sul	0,2%
Uruguai	0,2%

Tabela 1 – Procedência dos Visitantes Internacionais

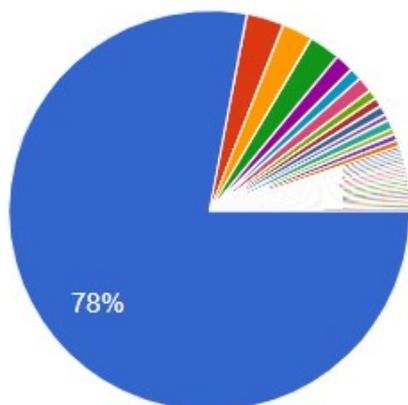


Gráfico 1 – Emissores Nacionais e Internacionais (%)

Entre os estrangeiros, os Estados Unidos foram o principal emissor, respondendo por 4%. Em segundo lugar, aparece a Bolívia e Paraguai (3% cada), em terceiro a Colômbia (2%) e em quarto lugar o Canadá (1,9%).

Constatou-se que o países norte americanos e sul-americanos aparecem como principais mercados emissores de visitantes estrangeiros para São José dos Campos. Além disso, é importante destacar a participação dos europeus.

PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES NACIONAIS (%)

Do total de visitantes residentes no país, 48,5% originaram-se da região Sudeste. O Nordeste vem em seguida, com 19,7% e, logo após, a região Sul, com 15,5% e na sequência o Centro Oeste com 11,6% e por último a região Norte com 4,7%.

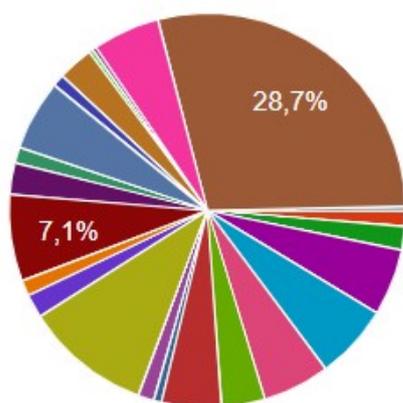


Gráfico 2 – Emissores Nacionais (%)

Dentre os estados brasileiros, São Paulo foi o principal emissor, contribuindo com 28,7% de visitantes. Minas Gerais (10,3%), Paraná (7,1%), Ceará e Rio de Janeiro (ambos com 6,1%) e Bahia, Distrito Federal e Santa Catarina aparecem na sequência com (5,5% cada).

Estado	Percentual
São Paulo	28,7%
Minas Gerais	10,3%
Paraná	7,1%
Ceará	6,1%
Rio de Janeiro	6,1%
Bahia	5,5%
Distrito Federal	5,5%
Santa Catarina	5,5%
Goiás	4,8%
Espírito Santo	3,4%
Rio Grande do Sul	2,9%
Pernambuco	2,6%
Amazonas	1,9%
Pará	1,9%
Alagoas	1,3%
Mato Grosso	1,3%
Paraíba	1,3%
Piauí	1,3%
Rio Grande do Norte	1%
Maranhão	0,6%
Rondônia	0,3%
Roraima	0,3%
Tocantins	0,3%

Tabela 2 – Procedência dos Visitantes Nacionais por Estado

PROCEDÊNCIA DOS VISITANTES NACIONAIS POR CIDADE

Quando se analisa os mercados nacionais por cidade, nota-se que a maior parcela dos entrevistados nacionais, vieram da cidade de São Paulo (6%), Brasília (5%), Campinas e Fortaleza (ambas com 4%) e na sequência aparecem Recife, Belo Horizonte e Goiânia com (3% cada).

Cidade	Qtde	Percentual
São Paulo	16	6%
Brasília	14	5%
Campinas	12	4%
Fortaleza	12	4%
Recife	8	3%
Belo Horizonte	7	3%
Goiânia	7	3%
Manaus	6	2%
Aparecida de Goiânia	5	2%
Curitiba	5	2%
Juiz de Fora	5	2%
Petrópolis	5	2%
Porto Alegre	5	2%
Rio de Janeiro	5	2%
Vitória	5	2%
Florianópolis	5	2%
Joinville	4	1%
Londrina	4	1%
Lorena	4	1%
Maringá	4	1%
Pouso Alegre	4	1%
Salvador	4	1%
Aquiraz	3	1%
Campos do Jordão	3	1%
Cruzeiro	3	1%
Cuiabá	3	1%

Tabela 3 – (1) Procedência dos Visitantes Nacionais por Cidade

Cidade	Qtde	Percentual
Feira de Santana	3	1%
João Pessoa	3	1%
Natal	3	1%
Ribeirão Preto	3	1%
São Carlos	3	1%
Três Corações	3	1%
Águas de Lindóia	2	1%
Americana	2	1%
Balneário Camboriu	2	1%
Blumenau	2	1%
Borda da Mata	2	1%
Guarapari	2	1%
Guaratinguetá	2	1%
Ilhéus	2	1%
Itajubá	2	1%
Itu	2	1%
Jaguariúna	2	1%
Limeira	2	1%
Maceió	2	1%
Pato de minas	2	1%
Porto Seguro	2	1%
Resende	2	1%
Santa Branca	2	1%
Sobral	2	1%
Uberaba	2	1%
Vitória da Conquista	2	1%
Araucária	2	1%
Apucarana	2	1%
Bagé	1	0,36%
Barra Mansa	1	0,36%
Bauru	1	0,36%
Botucatu	1	0,36%
Bragança Paulista	1	0,36%
Búzios	1	0,36%
Cabo Frio	1	0,36%
Caçapava	1	0,36%
Camanducaia	1	0,36%
Campo Bom	1	0,36%
Cascavel	1	0,36%
Ceilândia	1	0,36%
Conde	1	0,36%
Duque de Caxias	1	0,36%

Tabela 3 – (2) Procedência dos Visitantes Nacionais

Cidade	Qtde	Percentual
Gramado	1	0,36%
Ibiuna	1	0,36%
Ilhabela	1	0,36%
Indaiatuba	1	0,36%
Ipojuca	1	0,36%
Itabuna	1	0,36%
Itajaí	1	0,36%
Itupeva	1	0,36%
Jacareí	1	0,36%
Lambari	1	0,36%
Leopoldina	1	0,36%
Mairiporã	1	0,36%
Mariana	1	0,36%
Morro da Fumaça	1	0,36%
Palmas	1	0,36%
Paraibuna	1	0,36%
Paulínia	1	0,36%
Peruíbe	1	0,36%
Piedade	1	0,36%
Piquete	1	0,36%
Piracicaba	1	0,36%
Ponta Grossa	1	0,36%
Porto Velho	1	0,36%
Rancharia	1	0,36%
Rolândia	1	0,36%
Rondonópolis	1	0,36%
Santa Marta	1	0,36%
Santo André	1	0,36%
Santo Antônio do Pinhal	1	0,36%
Santos	1	0,36%
São José do Rio Preto	1	0,36%
São Luís	1	0,36%
São Raimundo Nonato	1	0,36%
Serra	1	0,36%
Teresina	1	0,36%
Uberlândia	1	0,36%

Tabela 3 – (3) Procedência dos Visitantes Nacionais por Cidade

PERFIL DOS VISITANTES PARTICIPANTES DA PESQUISA

Observa-se que o público pesquisado foi predominantemente sendo (60,7%) do gênero masculino e (39,3%) feminino.

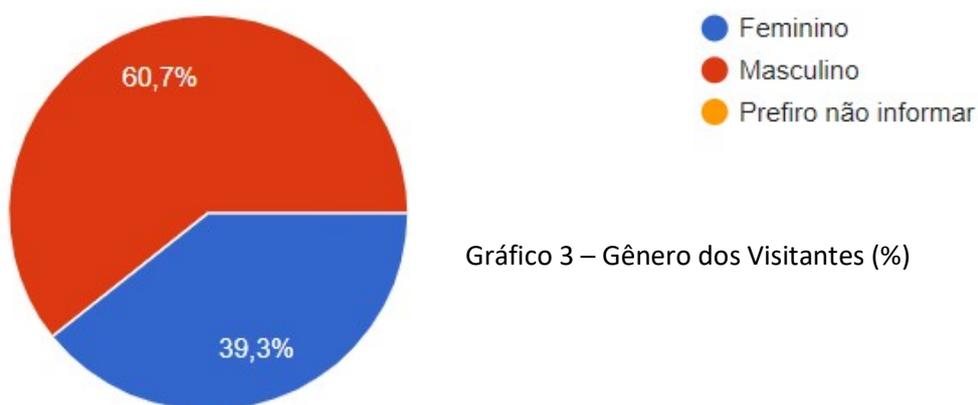


Gráfico 3 – Gênero dos Visitantes (%)

A pesquisa apontou que a maior parcela dos visitantes está na faixa de 30 a 45 anos de idade (49,3%), seguidos da faixa etária de 46 a 64 anos com (41,3%), na sequência os visitantes entre 19 a 29 anos representam (5,9%) e os com mais de 64 de idade (3,5%).

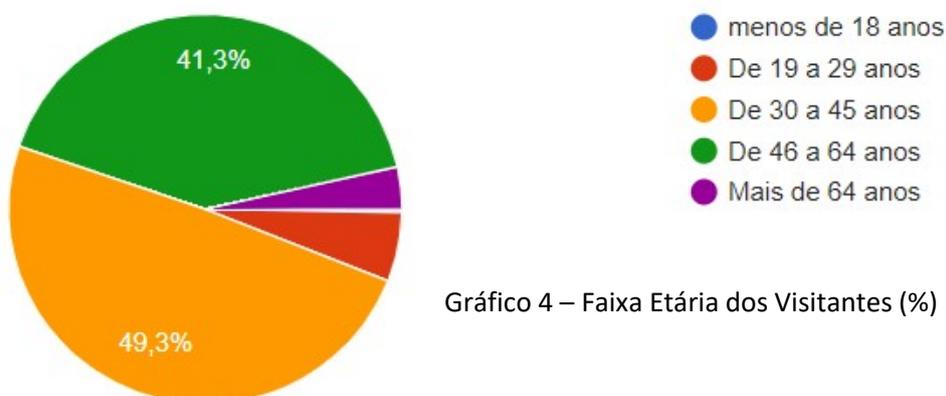


Gráfico 4 – Faixa Etária dos Visitantes (%)

PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DA VIAGEM

Dentre os motivos principais da viagem apontados, fica evidente o negócios (33,8%), seguido por eventos (30,1%). Estes são os dois fatores prioritários para o público visitante participante da pesquisa, representando um total de 63,9%. Importante ressaltar que estudo/conhecimento(12,2%), também é representativo.

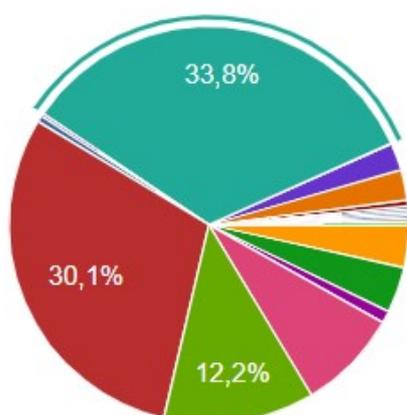


Gráfico 5 – Principal Motivação da Viagem (%)

Motivação	Percentual
Negócios	33,8%
Eventos	30,1%
Estudo/Conhecimento	12,2%
Esportes	8,2%
Cuidados com a Saúde	3,7%
Compras	3,5%
Passeio	2,5%
Visita a parentes ou amigos	2,2%
Cultura/Patrimônio Histórico	1%
Gastronomia	0,9%
Pacote de Viagem	0,7%
Excursão	0,2%
Cinema	0,2%
Expositor	0,2%
Conhecer a cidade para morar	0,2%
Programa de Estudo	0,2%
Natureza	0,2%

Tabela 4 – Principal Motivação da Viagem

PERMANÊNCIA NA CIDADE

A média de 4 a 7 dias na cidade representa 48,3% o tempo de permanência do público visitante pesquisado. Já aqueles que permaneceram 3 dias são 30,6%. Já o público visitante com permanência acima de 7 dias, também é representativo (12,7%). Na sequência a permanência de 1 (um) dia com (4,7%), seguida da de 2 (dois) dias com (3,7%).

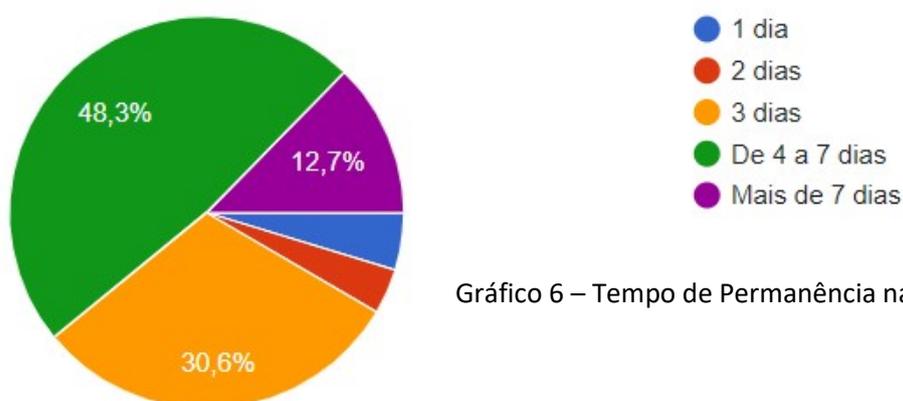


Gráfico 6 – Tempo de Permanência na Cidade (%)

ASPECTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS

GASTO MÉDIO DIÁRIO PREVISTO (R\$) POR PESSOA

A amostragem da pesquisa apontou que o gasto médio diário PREVISTO (R\$) por pessoa foi entre R\$300,00 e R\$600,00 para (51%) dos visitantes pesquisados, seguidos de (41%) com previsão de despesas acima de R\$600,00 por dia, na sequência (6,7%) tinham uma previsão abaixo de R\$300,00 ao dia. Apenas (0,5%) dos visitantes participantes da pesquisa, optaram por não declarar sua previsão de gastos diários.



Gráfico 7 – Previsão de Gasto (R\$) Médio Diário por Pessoa (%)

GASTO MÉDIO DIÁRIO REALIZADO (R\$) POR PESSOA

A pesquisa mostrou que (51,2%) dos visitantes respondentes realizaram gastaram diários entre R\$300,00 e R\$600,00, já os que realizaram despesas acima de R\$600,00 por dia, representaram (42%), seguidos de (6,2%) com gastos abaixo de R\$300,00 ao dia e apenas (0,5%) dos visitantes participantes da pesquisa, optaram por não declarar seus gastos diários realizados.

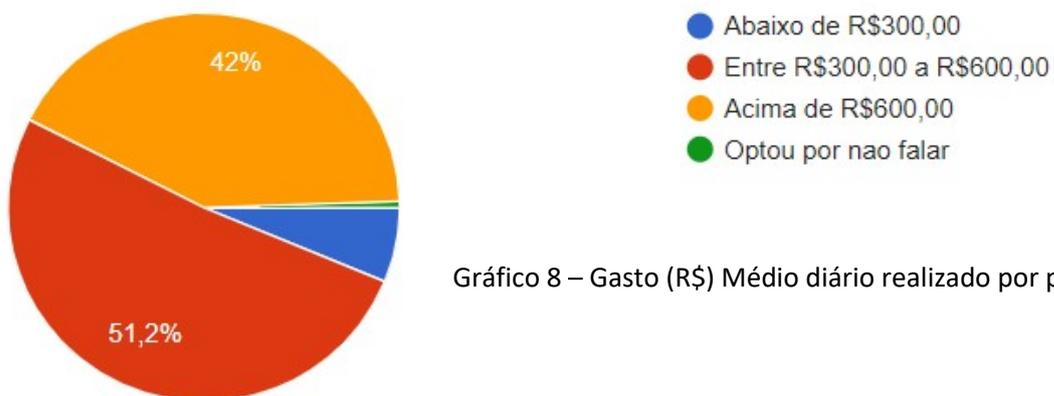


Gráfico 8 – Gasto (R\$) Médio diário realizado por pessoa (%)

VISITANTE VIAJOU SOZINHO OU ACOMPANHADO

Do total de visitantes participantes da pesquisa, 56,5% viajou sozinho, 15,7% viajou com amigos, 14,4% viajou com colegas de trabalho, 6% viajou acompanhado do cônjuge, noivo(a) ou namorado(a), (4,7%) em família, (1,5%) viajou em grupo, (0,7%) em casal com filhos. Na sequência com (0,2% cada), acompanhado pelo irmão(ã) e pacote de viagem.

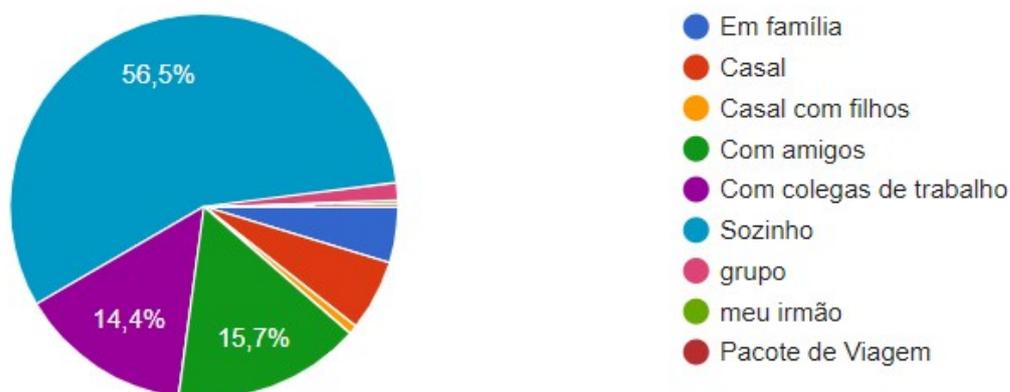


Gráfico 9 – Viajou Sozinho ou Acompanhado (%)

MÉDIA DE ACOMPANHANTES

166 visitantes pesquisados viajaram acompanhados, sendo 35,5% com mais 2 (dois) acompanhantes, 26,5% com mais 3 (três) acompanhantes, 21,1% com mais 1 (um) acompanhante, 7,2% com mais 4 (quatro) acompanhantes. Na sequência, visitantes acompanhados de mais 5 (cinco) e mais 32 (trinta e dois) representando 3% cada, seguidos de 1,8% com 6 (seis) acompanhantes, 1,2% com 30 (trinta) acompanhantes e 0,6% com 8 (oito) acompanhantes.

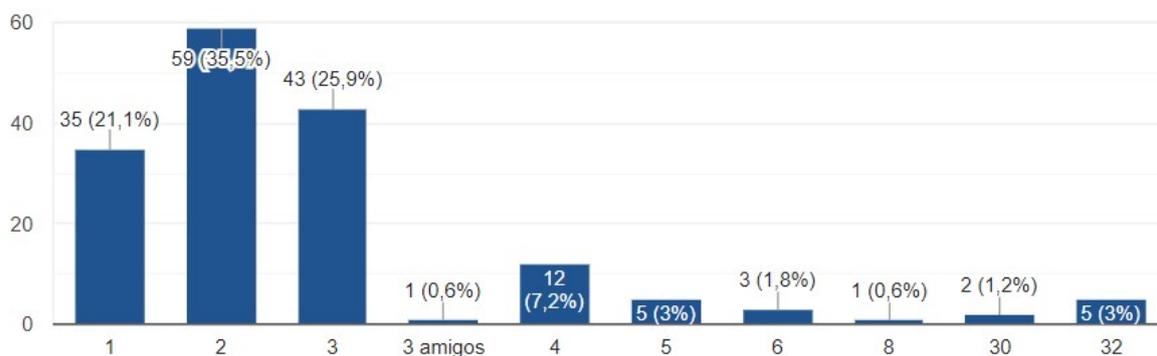


Gráfico 10 – Média de Acompanhantes (%)

IDADE MÉDIA DOS ACOMPANHANTES

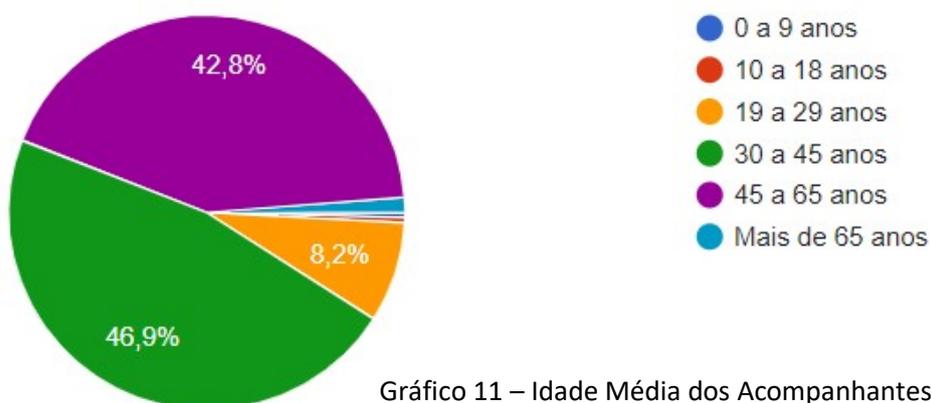


Gráfico 11 – Idade Média dos Acompanhantes (%)

Idade Média	Percentual
0 a 9	0,4%
10 a 18	0,4%
19 a 29	8,2%
30 a 45	46,9%
45 a 65	42,8%
Mais de 65	1,2%

Tabela 5 – Idade Média dos Acompanhantes

PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÕES SOBRE A CIDADE

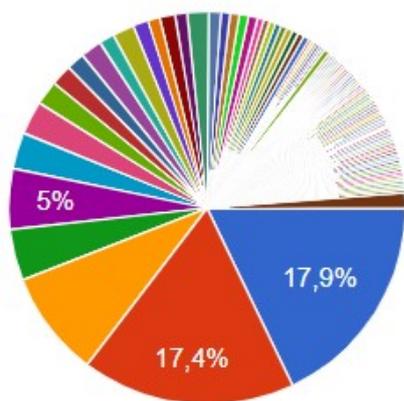


Gráfico 12 – Fonte de Informações sobre a Cidade (%)

Fonte de Informações	Percentual
Agência	2,3%
Amigos	17,4%
Clientes	1,3%
Clínica	1,5%
Consultório	1,5%
Empresa	2,7%
Evento	1,3%
Facebook	3%
FCCR	0,3%
Fornecedor	0,3%
Google	1,3%
Guia	1,3%
Hotel	0,5%

Tabela 6 – (1) Fonte de Informações sobre a Cidade

Fonte de Informações	Percentual
Hotsite do evento	1,5%
Ong indicou	5%
Ong que trabalha	0,8%
Instagram	19,2%
ITA	1,7%
Já conheço	1%
Já vim outras vezes	1,3%
Medicina preventiva	1,8%
Negócios do ramo	0,5%
Organização do evento	1%
Empresa que participa do evento	1,8%
Programa de Estudo	1,8%
Redes sociais do evento	1,3%
Site do evento	4,2%
Sites de viagem	2%
Indicação trabalho	2,5%
Trabalho	8%
TripAdvisor	8,7%
TV	0,5%
Outros	1%

Tabela 6 – (2) Fonte de Informações sobre a Cidade

MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO NA VIAGEM

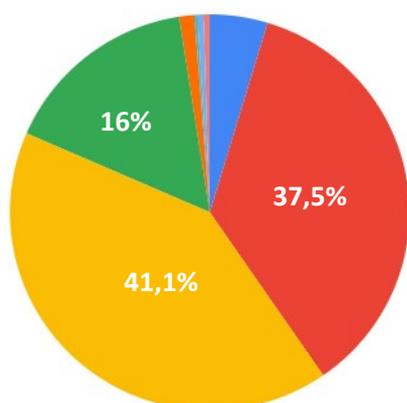


Gráfico 13 – Meio de Transporte Utilizado na Viagem (%)

A amostragem apontou que o meio de transporte utilizado pela maioria dos visitantes pesquisados foi o avião (41,1%), seguidos do carro (35,7%), na sequência (16%) na combinação avião e carro, seguidos de (4,7%) de ônibus de linha regular e (1,2%) da tríade avião, carro e ônibus.

Meio de Transporte	Percentual
Avião	41,1%
Avião e carro	16%
Avião, carro e ônibus	1,2%
Carro	35,7%
Ônibus de linha regular	4,7%
Ônibus fretado	0,5%
Avião e ônibus	0,5%
Ônibus	0,2%

Tabela 7 – Meio de Transporte Utilizado na Viagem

MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO

Conforme os dados levantados, percebe-se uma relativa predominância dos meios de hospedagens formais (hotel e Flat – Apart Hotel), utilizados pela maioria dos visitantes pesquisados. Ainda sobre o caráter formal do meio de hospedagem, os hotéis tiveram a preferência dos pesquisados (79,3%). E os Flat – Apart Hotel (10,3%). Por outro lado, a casa de parentes/amigos aparece como alternativa extra-hoteleira dos visitantes participantes da pesquisa, junto do Airbnb e similares, com (3,7% cada).

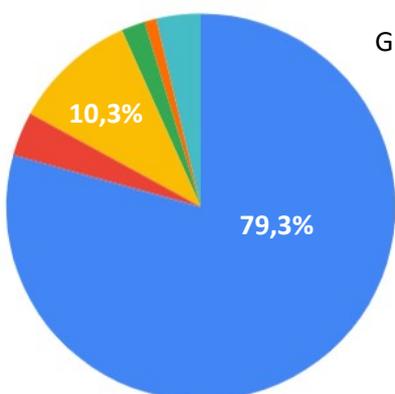


Gráfico 14 – Meio de Hospedagem Utilizado na Viagem (%)

Meios de Hospedagem	Percentual
Airbnb ou similares	2%
Casa de Parentes/ Amigos	3,7%
Flat/ Apart-Hotel	10,3%
Hotel	79,3%
Pousada	0,75%
Sem hospedagem	3,7%

Tabela 8 – Meio de Hospedagem Utilizado na Viagem

AVALIAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS VISITADOS

Dentre os principais atrativos turísticos da cidade visitados, predomina a opção pelo Parque Vicentina Aranha, que recebeu a visita de (41,6%) do público pesquisado, seguidos do Parque Santos Dumont (34,7%) e o Mobai Bike Land (31,8%). Mesmo diante da diversificada oferta turística da de São José dos Campos, Capital, (56,75%) dos participantes da pesquisa relataram que não visitaram nenhum atrativo.

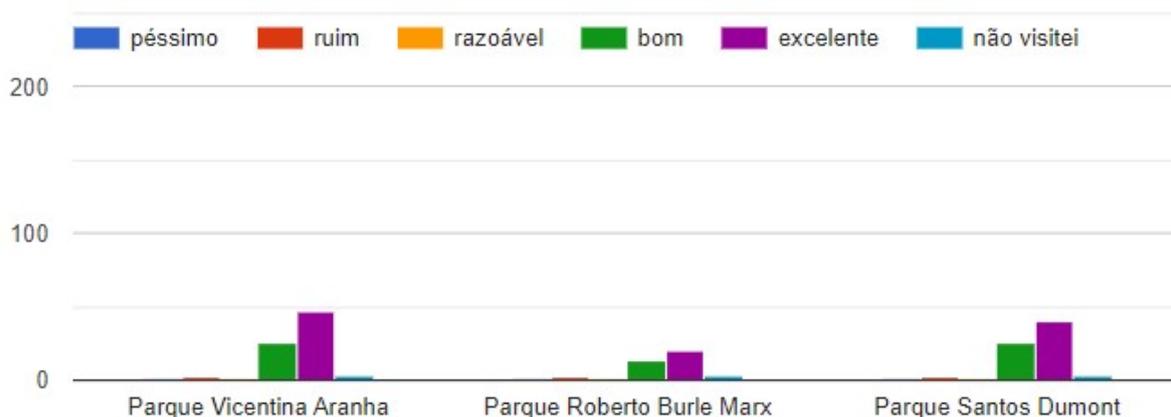


Gráfico 15 – (1) Avaliação dos Atrativos Turísticos

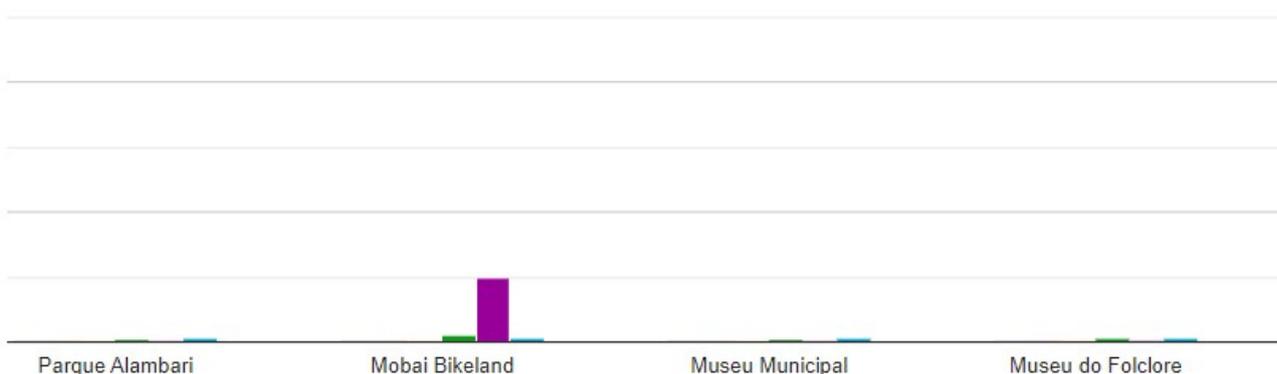


Gráfico 15 – (2) Avaliação dos Atrativos Turísticos



Gráfico 15 – (3) Avaliação dos Atrativos Turísticos



Gráfico 15 – (4) Avaliação dos Atrativos Turísticos

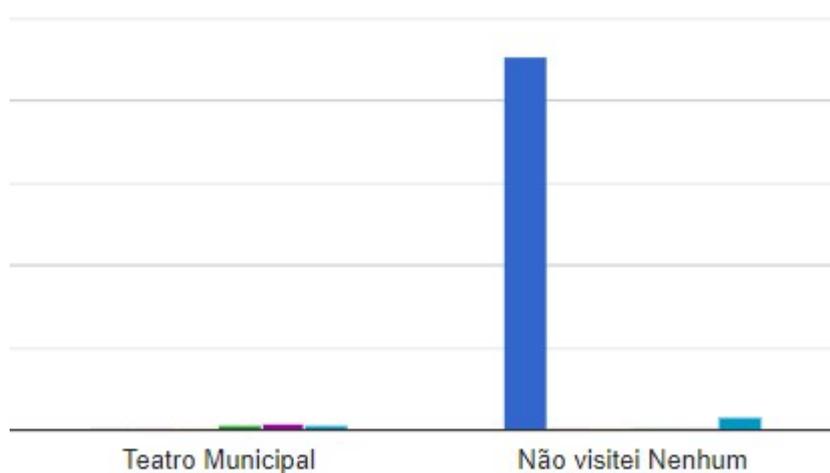


Gráfico 15 – (5) Avaliação dos Atrativos Turísticos

Atrativos Turísticos	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Excelente	Não Visitei
Parque Vicentina Aranha				25	47	3
Parque Roberto Burle Marx				13	20	3
Parque Santos Dumont				20	40	3
A Encantada Casa de Santos Dumont				3	8	3
Parque Alberto Simões				5	5	3
Parque Ribeirão Vermelho				3	8	2
Parque Caminho das Garças				2		3
Parque Alambari				2		3
Mobai Bike Land				5	50	3
Museu Municipal				2		3
Museu do Folclore				3		1
Museu de Arte Sacra				3		3
Museu Interativo de Ciências			3	26	7	3
Museu do Esporte				5		3
Teatro Municipal				3	4	3
Não Visitei Nenhum						227

Tabela 9 – Avaliação dos Atrativos Turísticos - Visitação

Atrativos Turísticos	Bom	Excelente	Total
Parque Vicentina Aranha	34,72%	65%	100,00%
Parque Roberto Burle Marx	39%	61%	100,00%
Parque Santos Dumont	33%	67%	100,00%
A Encantada Casa de Santos Dumont	27%	73%	100,00%
Parque Alberto Simões	50%	50%	100,00%
Parque Ribeirão Vermelho	27%	73%	100,00%
Parque Caminho das Garças	100%		100,00%
Parque Alambari	100%		100,00%
Mobai Bike Land	9%	91%	100,01%
Museu Municipal	100%		100,00%
Museu do Folclore	100%		100,00%
Museu de Arte Sacra	100%		100,00%
Museu Interativo de Ciências	72%	21%	93,21%
Museu do Esporte	100%		100,00%
Teatro Municipal	43%	57%	100,00%

Tabela 9.1 – Avaliação dos Atrativos Turísticos -Satisfação

AVALIAÇÃO DOS PONTOS TURÍSTICOS VISITADOS

Dentre os principais pontos turísticos da cidade visitados, o mais visitado pelo público pesquisado foi o PIT – Parque de Inovação Tecnológica de São José dos Campos com (63,4%), seguidos do Arco da Inovação (23,4%), e na sequência o ITA – Intituto de Tecnologia aeronáutica e o DCTA – Departamento de Ciências e Tecnologia Aeronáutica, ambos com (22,85). As pesquisas apontaram (24,3%) dos visitantes participantes da pesquisa não visitaram nenhum ponto turístico.

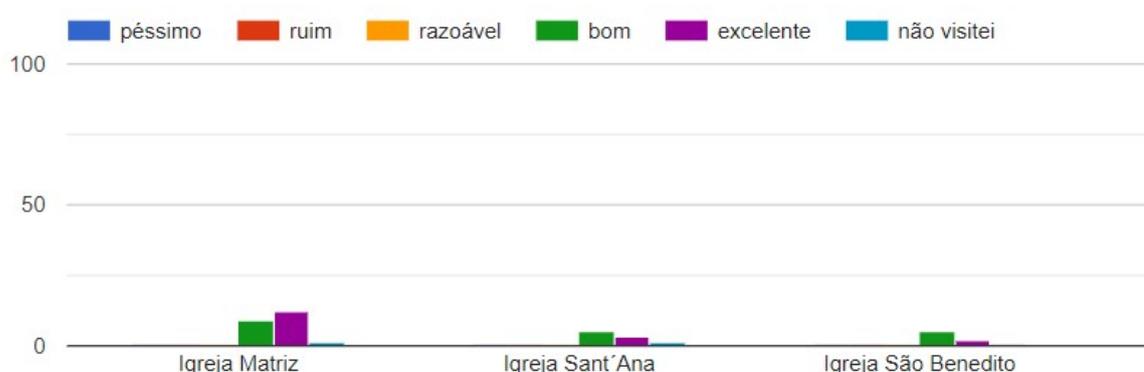


Gráfico 16 – (1) Avaliação dos Pontos Turísticos

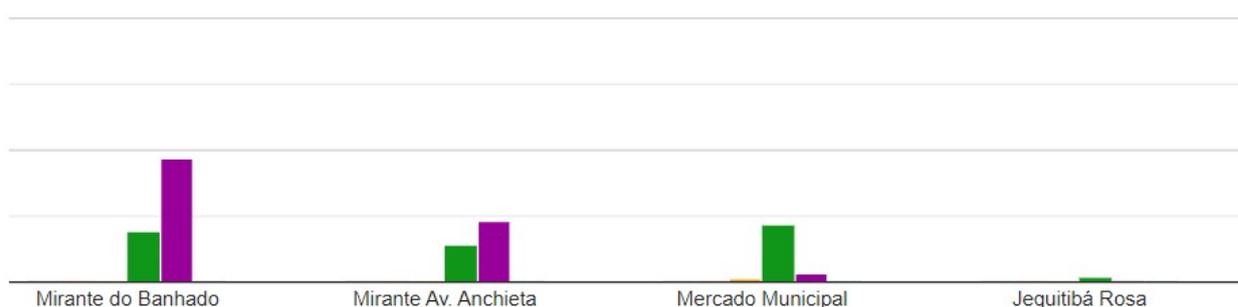


Gráfico 16 – (2) Avaliação dos Pontos Turísticos

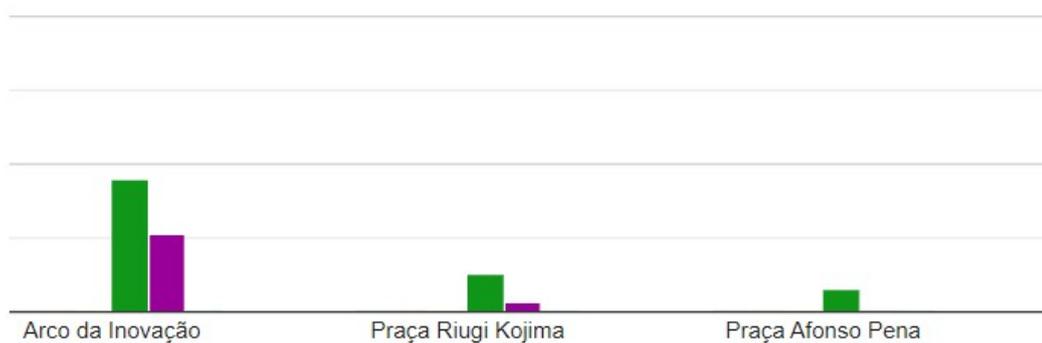


Gráfico 16 – (3) Avaliação dos Pontos Turísticos

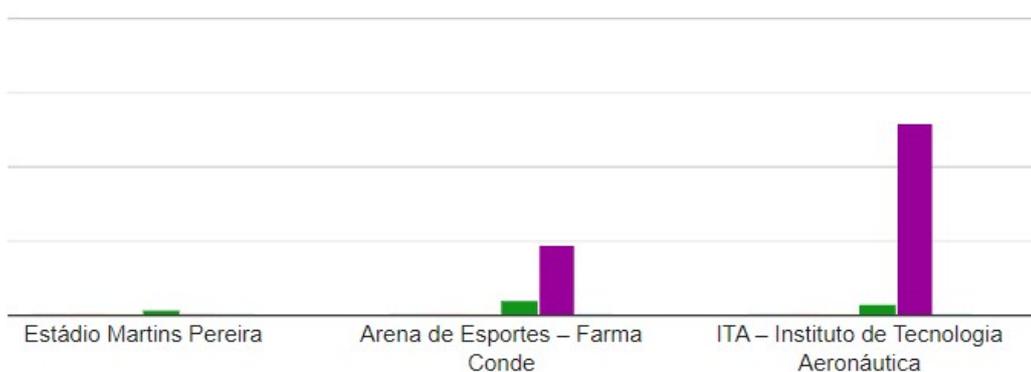


Gráfico 16 – (4) Avaliação dos Pontos Turísticos

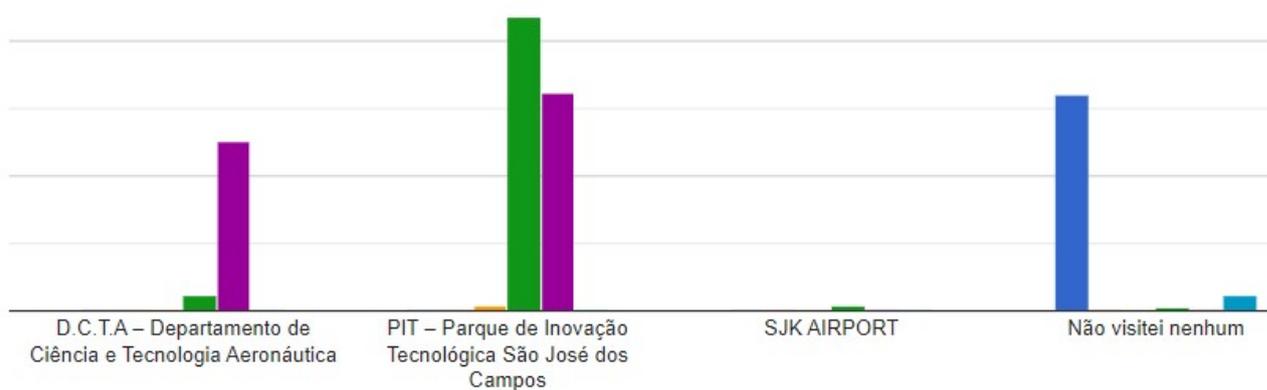


Gráfico 16 – (5) Avaliação dos Pontos Turísticos

Ponto Turístico	Péssimo	Ruim	Razoável	Bom	Excelente	Não Visitei
Igreja Matriz				9	12	1
Igreja Santana				5	3	1
Igreja São Benedito				5	2	
Mirante do Banhado				19	47	
Mirante Av. Anchieta				14	23	
Mercado Municipal				22	3	
Jequitibá Rosa				2		
Arco da Inovação				45	26	
Praça Riugi Kojima				13	3	
Praça Afonso Pena				8		
Estádio Martins Pereira				2		
Arena Farmaconde				2	24	
ITA				4	65	
DCTA				6	63	
PIT			2	109	81	
SJK Airport				2		
Não visitou nenhum						97

Tabela 10 – Avaliação dos Pontos Turísticos - Visitação

Ponto Turístico	Bom	Excelente	Total
Igreja Matriz	43%	57,14%	100%
Igreja Santana	63%	37,50%	100%
Igreja São Benedito	71%	28,57%	100%
Mirante do Banhado	29%	71,21%	100%
Mirante Av. Anchieta	38%	62,16%	100%
Mercado Municipal	88%	12%	100%
Jequitibá Rosa	100%		100%
Arco da Inovação	63%	36,62%	100%
Praça Riugi Kojima	81%	18,75%	100%
Praça Afonso Pena	100%		100%
Estádio Martins Pereira	100%		100%
Arena Farmaconde	8%	92,31%	100%
ITA	6%	94,20%	100%
DCTA	9%	91,30%	100%
PIT	57%	42,63%	100%
SJK Airport	100%		100%

Tabela 10.1 – Avaliação dos Pontos Turísticos - Satisfação

AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS E INFRAESTRUTURA

Para os visitantes pesquisados, dos 19 itens avaliados, os serviços que mais agradaram (ótimo+bom) foram cobertura de sinal de internet, sensação de segurança, limpeza urbana e acesso a cidade, com (100% cada), seguidos pelos serviços de gastronomia – restaurantes (99,3%), os preços praticados (97,3%) e a hospedagem (92,9%).

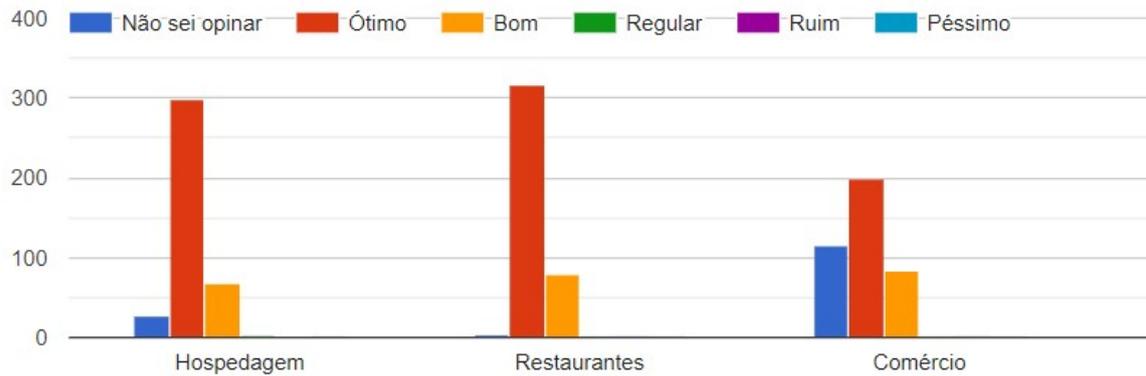


Gráfico 17 – (1) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura

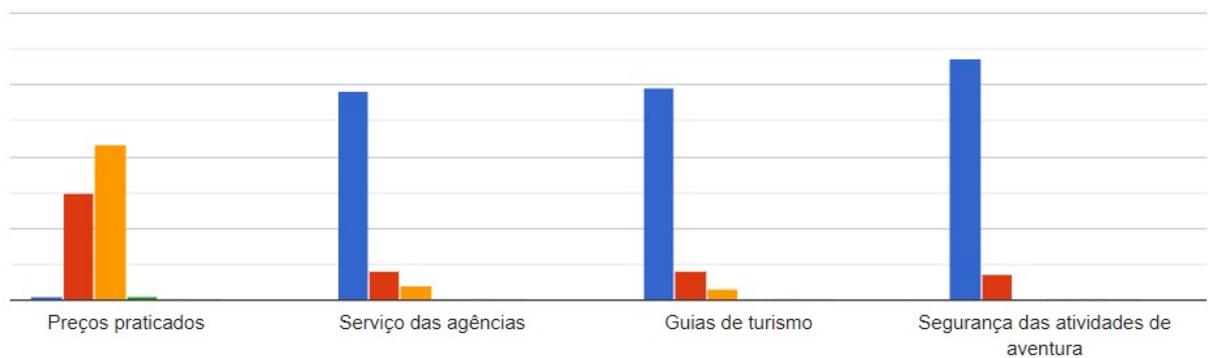


Gráfico 17 – (2) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura

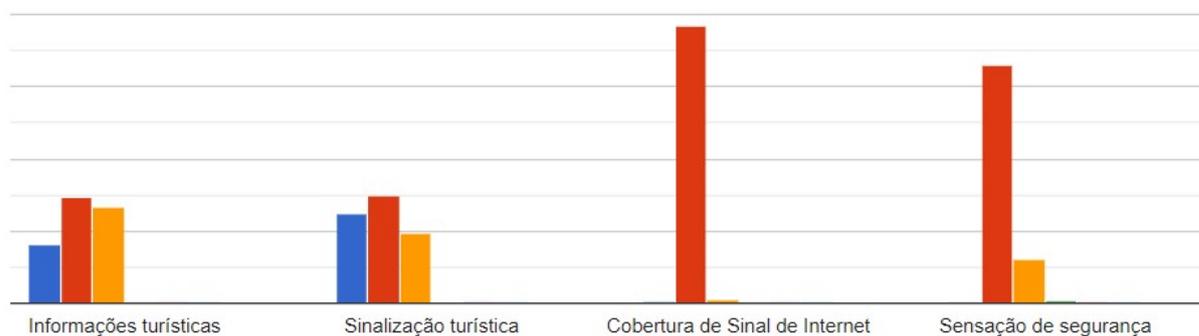


Gráfico 17 – (3) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura

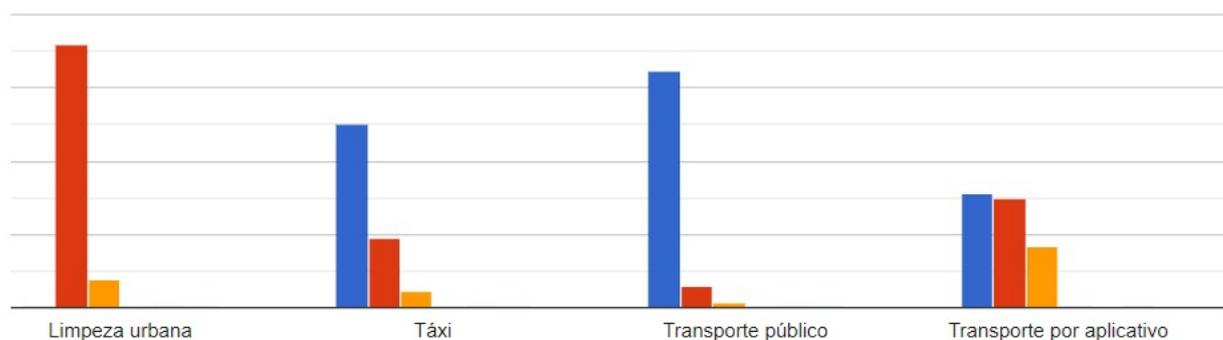


Gráfico 17 – (4) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura

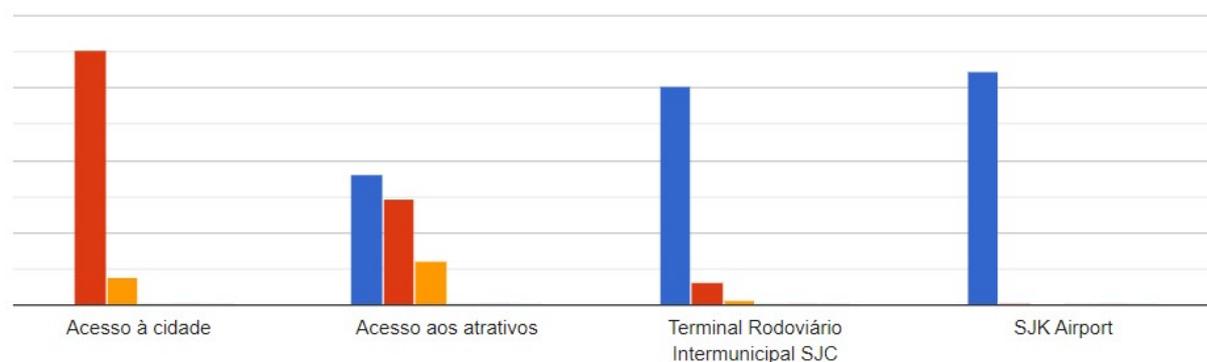


Gráfico 17 – (5) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura

Ítems	Não Sei Opinar	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Hospedagem	28	299	68			
Restaurante	3	318	80			
Comércio	115	199	84			
Preços Praticados	5	150	217	5		
Serviços das Agências	291	42	20			
Guias de Turismo	298	40	16			
Segurança das Atividades de Aventura	337	36				
Informações Turísticas	82	148	134			
Sinalização Turística	125	151	97			
Cobertura de Sinal de Internet		384	5			
Sensação de Segurança		332	62			
Limpeza Urbana		360	39			
Táxi	250	94	24			
Transporte Público	323	30	7			
Transporte por Aplicativo	155	150	84			
Acesso a Cidade		353	39			
Acesso aos Atrativos	180	148	61			
Terminal Rodoviário Intermunicipal	303	31	7			
SJK Airport	324					

Tabela 11 – (1) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura

Tabela 11 – (2) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura Detalhada. ANEXA

AVALIAÇÃO GERAL DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

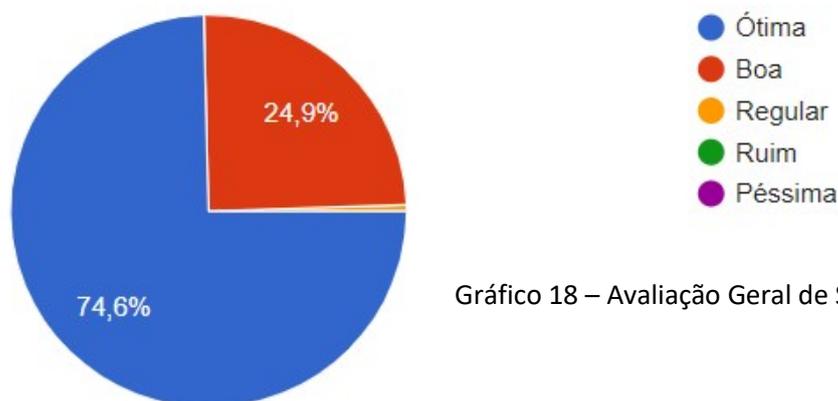


Gráfico 18 – Avaliação Geral de São José dos Campos

Para os visitantes participantes da pesquisa (74,6%) tiveram uma percepção muito positiva e avaliaram a cidade de São José dos Campos como Ótima, seguidos de (24,9%) que avaliaram como Boa. E apenas (0,5%), ou seja apenas 2 visitantes, consideraram regular.

VISITA A OUTRAS CIDADES DA REGIÃO

Entre os visitantes pesquisados (81,8%) não visitou outra cidade da região. Apenas (3,5%) visitou Campos do Jordão, seguidos de (2,5%) que visitaram juntamente com Campos do Jordão, também Aparecida. O distrito de São Francisco Xavier vem em terceiro lugar, recebendo (2,3%) dos visitantes pesquisados.

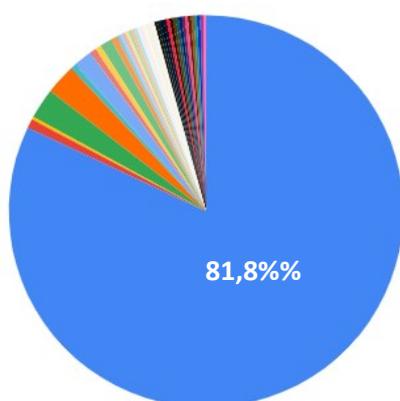


Gráfico 19 – Visita a outras Cidades da Região

Destinos Mencionados	Qtde de Menções	%
Aparecida	4	5,48
Campos do Jordão	12	16,44
Ilhabela	6	8,22
Ubatuba	3	4,11
Rio de Janeiro	14	19,18
Paraty	7	9,59
Ubatuba	4	5,48
São Francisco Xavier	9	12,33
Caraguatatuba	2	2,74
São Paulo	13	17,81
Foz do Iguaçu	1	1,37
Porto Seguro	1	1,37
Americana	2	2,74
Tatuí	1	1,37
São Sebastião - Itamambuca	1	1,37
Santos	2	2,74
Brasília	1	1,37
Taubaté	1	1,37
Caçapava	1	1,37
Guaratinguetá	2	2,74

Tabela 12 - Visita a Outras Cidades da Região

PROPENSÃO DE RETORNO

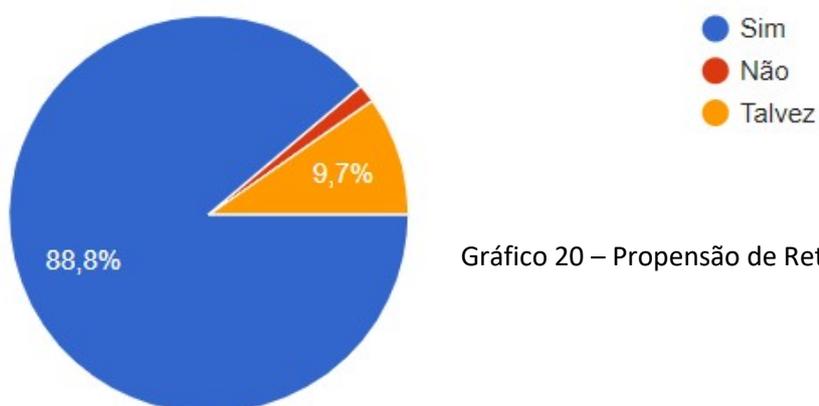
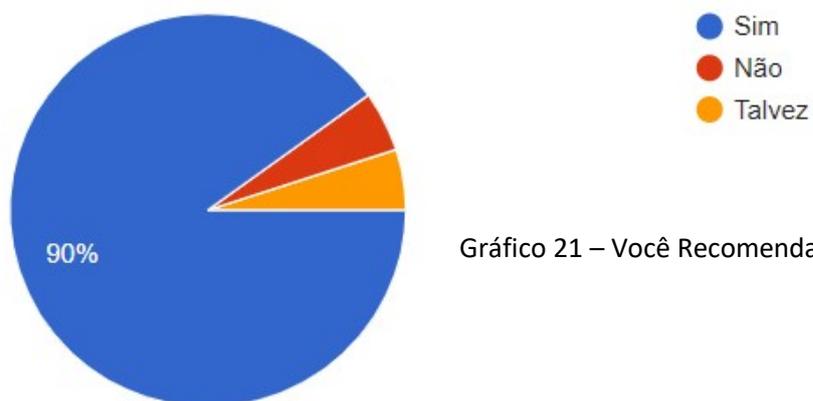


Gráfico 20 – Propensão de Retorno

A amostragem apontou que (88,8%) dos visitantes pesquisados tem interesse em retornar a São José dos Campos, (9,7%) respondeu talvez e apenas (1,5%) disse que não retornaria.

VOCÊ RECOMENDARIA SÃO JOSÉ DOS CAMPOS?



As pesquisas apontaram que (90%) dos visitantes participantes da pesquisa recomendariam a cidade para parentes, amigos e colegas, e não recomendariam ou talvez fizessem a recomendação representaram (5% cada).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa do perfil dos visitantes que vêm à São José dos Campos, ajuda-nos a conhecer algumas características da demanda turística da cidade. Com alto grau de confiabilidade amostral, revela características do fluxo receptivo.

Na maioria são adultos, com faixa etária de 30 a 45 anos, predominantemente do sexo masculino. A demanda é majoritariamente nacional, com grande parte procedente da região sudeste, especialmente por paulistas, seguida pelos mineiros, paranaenses, cearenses, cariocas e baianos. É o turista norte-americano que se destaca entre os estrangeiros que chegam à São José dos Campos. O principal meio de hospedagem escolhido pelos visitantes nacionais e internacionais é o hotel, seguido do Flat-Apart Hotel, e a permanência em casas de parentes e amigos também tenha seja bastante utilizada.

Dos fluxos receptivos de visitantes, a maioria é atraída pelos negócios, quase sempre viajando sozinha. Além desta motivação, a participação nos eventos, foi outra importante geradora de fluxo.

Reconhecem que o que a cidade tem de melhor é a cobertura de sinal de internet, sensação de segurança, limpeza urbana e acesso a cidade, seguidos pelos serviços de gastronomia – restaurantes, os preços praticados e a hospedagem.

Observa-se também que a média de gastos dos visitantes e o tempo de permanência no destino, revelam informações sobre o perfil dos visitantes, que é bastante qualificado.

Cuidadosamente organizada e aplicada, esta pesquisa traz resultados que ajudam os gestores, especialistas e interessados a interpretá-los no contexto global de seu mercado turístico.

Cabe a todos aproveitarem desse conhecimento, aplicando-os em ações de planejamento, estruturação e promoção da cidade, otimizando o trabalho da Secretaria Municipal de Inovação e Desenvolvimento Econômico – Departamento de Turismo. E, ainda, estimulando que novas iniciativas sejam efetivadas, em contínuo acompanhamento dos visitantes da cidade de São José dos Campos.

Roselaine Dantas – Consultora Técnica Responsável

Rodrigo Ramos – Turismólogo Responsável

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Secretaria de Viagens e Turismo do Estado de São Paulo.

<https://www.turismo.sp.gov.br/modelo-para-pesquisa-de-demanda>

- Braga, D. C., Guerra, G. R., & Rinaldi, T. S. (2020). Cadernos aplicados de turismo: Estudos de demanda turística. São Paulo: ECA-USP.

- Arkin, H., & Colton, R.R. (1971). Tables for statisticians. Barnes and Noble.

ANEXO

Tabela 11 – (2) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura Detalhada. ANEXA

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Emissores Nacionais e Internacionais (%)

Gráfico 2 – Emissores Nacionais (%)

Gráfico 3 – Gênero dos Visitantes (%)

Gráfico 4 – Faixa Etária dos Visitantes (%)

Gráfico 5 – Principal Motivação da Viagem (%)

Gráfico 6 – Tempo de Permanência na Cidade(%)

Gráfico 7 – Previsão de Gasto (R\$) Médio Diário por Pessoa (%)

Gráfico 8 – Gasto (R\$) Médio diário realizado por pessoa (%)

Gráfico 9 – Viajou Sozinho ou Acompanhado (%)

Gráfico 10 – Média de Acompanhantes (%)

Gráfico 11 – Idade Média dos Acompanhantes (%)

Gráfico 12 – Fonte de Informações sobre a Cidade (%)

Gráfico 13 – Meio de Transporte Utilizado na Viagem (%)

Gráfico 14 – Meio de Hospedagem Utilizado na Viagem (%)

Gráfico 15 – (1) Avaliação dos Atrativos Turísticos

Gráfico 16 – (1) Avaliação dos Pontos Turísticos

Gráfico 17 – (1) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura

Gráfico 18 – Avaliação Geral de São José dos Campos

Gráfico 19 – Visita a outras Cidades da Região

Gráfico 20 – Propensão de Retorno

Gráfico 21 – Você Recomendaria São José dos Campos?

TABELAS

Tabela 1 – Procedência dos Visitantes Internacionais

Tabela 2 – Procedência dos Visitantes Nacionais por Estado

Tabela 3 – (1) Procedência dos Visitantes Nacionais por Cidade

Tabela 4 – Principal Motivação da Viagem

Tabela 5 – Idade Média dos Acompanhantes

Tabela 6 – (1) Fonte de Informações sobre a Cidade

Tabela 7 – Meio de Transporte Utilizado na Viagem

Tabela 8 – Meio de Hospedagem Utilizado na Viagem

Tabela 9 – Avaliação dos Atrativos Turísticos

Tabela 9.1 – Avaliação dos Atrativos Turísticos -Satisfação

Tabela 10 – Avaliação dos Pontos Turísticos

Tabela 10.1 – Avaliação dos Pontos Turísticos - Satisfação

Tabela 11 – (1) Avaliação dos Serviços e Infraestrutura

Tabela 12 - Visita a Outras Cidades da Região