

Análise Estatística de Dados:

PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE ITATIBA

Fevereiro de 2023



**EASY
STAT**

EasyStat Soluções Estatísticas Ltda

Tel.: 19 3749-8305

e-mail : easystat@easystat.com.br

Site : www.easystat.com.br

1. Objetivos

Avaliar o perfil dos visitantes na cidade de Itatiba e os principais atrativos e serviços da cidade.

2. Análise Estatística Utilizada

Foi realizada análise exploratória de dados por meio de frequências e porcentagens. Gráficos de barras e pizza foram realizados para melhor visualização dos resultados. Para as questões dissertativas (abertas) foi utilizado o *Word Cloud* (Nuvem de palavras) para visualização das respostas mais frequentes. O teste t de Student foi utilizado na comparação do gasto médio previsto e realizado pelos turistas.

Software: XLSTAT 2021.

3. Resultados

Nesta pesquisa, um total de 266 turistas da cidade de Itatiba foram entrevistados no mês de Fevereiro do ano de 2023. As entrevistas foram realizadas principalmente em dois tipos de localização: meios de hospedagem (48% da amostra) e atrativos turísticos da cidade (46%). As demais entrevistas foram realizadas em serviços de alimentação (6%).

Pouco mais da metade dos turistas entrevistados é do gênero masculino (55%) e 45% do gênero feminino, sendo que a maioria dos entrevistados possui idade adulta entre 35 e 45 anos (44%) e maior parte ficou apenas 01 dia na cidade (58%). A Tabela e Figuras seguintes ilustram os resultados.

Tabela 1 - Freqüências e porcentagens de resultados para os turistas entrevistados

Variável	Categoria	Resultados	
		n	%
Gênero	Feminino	120	45%
	Masculino	146	55%
Faixa Etária	menos de 18	1	0%
	de 19 a 29	26	10%
	de 30 a 45	118	44%
	de 46 a 64	75	28%
	mais de 64	46	17%
Local da análise de demanda	atrativos turísticos	122	46%
	meios de hospedagem	129	48%
	serviços de alimentação	15	6%
Tempo de permanência	menos de um dia (não pernitoiu)	89	33%
	01 dia	66	25%
	02 dias	51	19%
	03 dias	40	15%
	de 04 a 07 dias	7	3%
	+ de 07 dias	13	5%

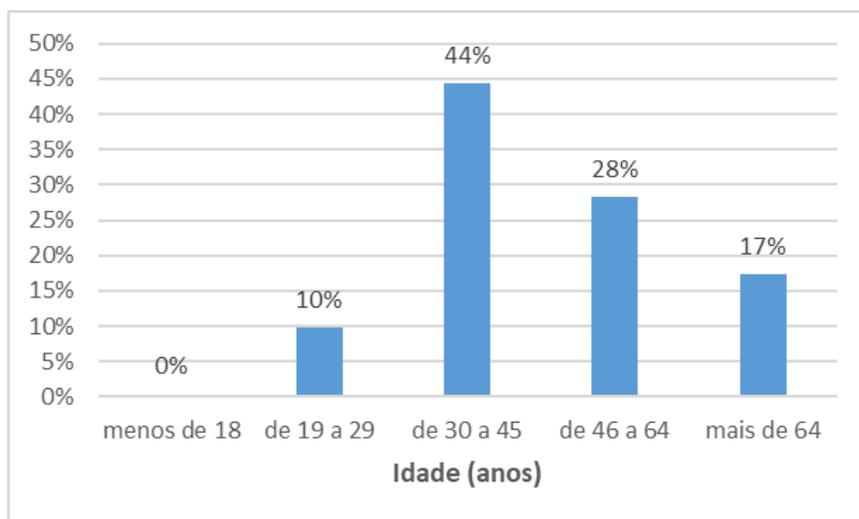


Figura 1 - Porcentagem de turistas por faixa de idade

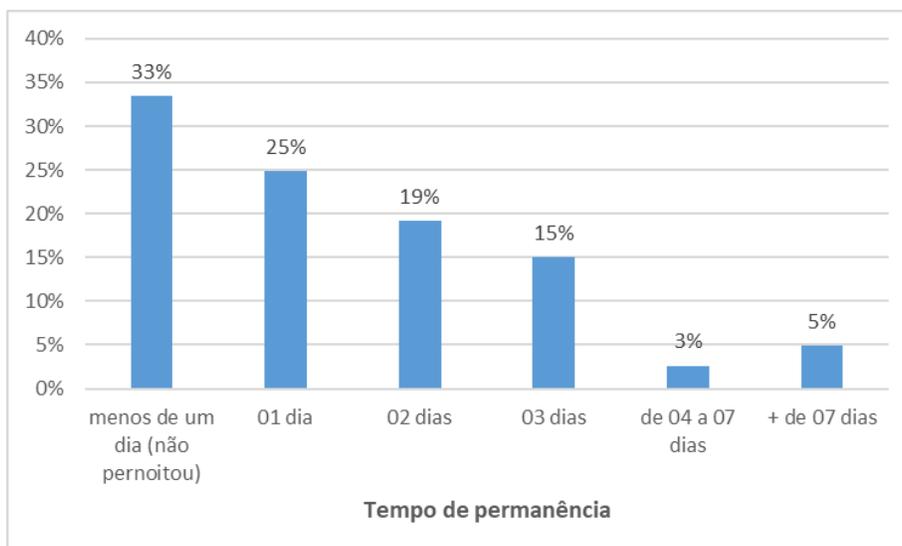


Figura 2 - Porcentagem de turistas por tempo de permanência

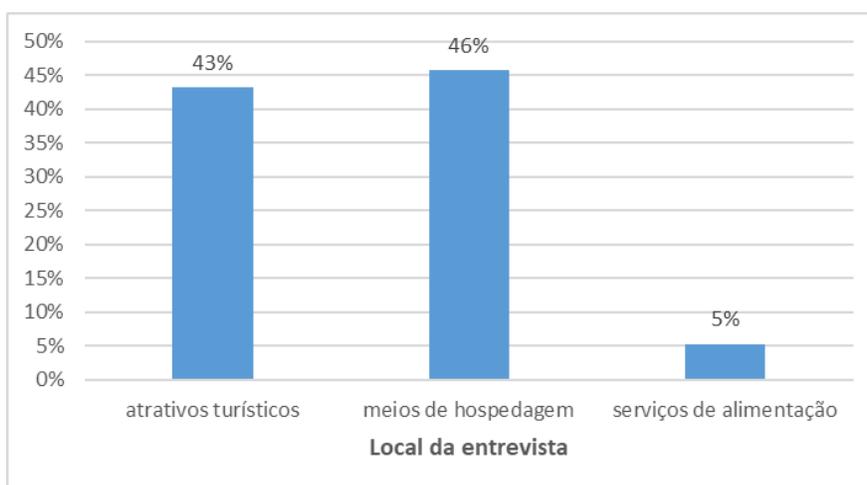


Figura 3 - Porcentagem de turistas por local da entrevista

Foi realizada uma estratificação na amostra considerando turistas que ficam apenas 01 dia na cidade, e turistas que ficaram 02 ou mais dias na cidade. A maioria dos turistas entrevistados ficaram apenas 01 dia na cidade.

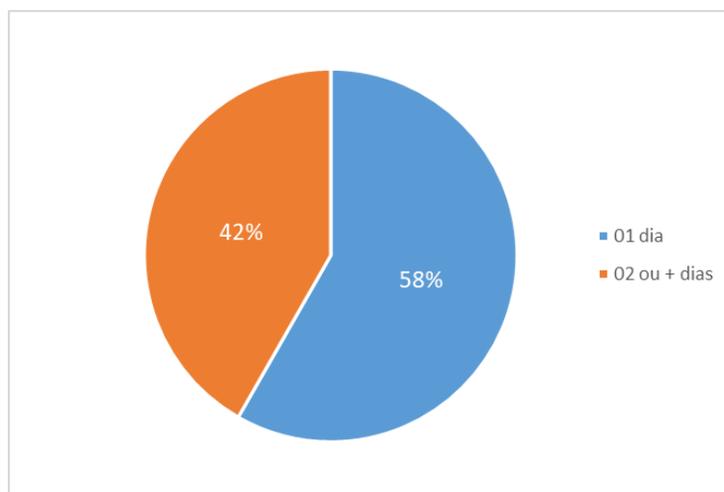


Figura 4 - Porcentagem da amostra por tipo de turista.

A grande maioria dos turistas são do estado de São Paulo (87%), sendo que, para os que permanecem apenas um dia, a proporção é ainda maior (92%), o que é de se esperar tendo em vista a distância de sua origem. Apenas dois turistas são do exterior, sendo 1 do Paraguai e 1 da Venezuela (Tabela 2).

Tabela 2 - Frequências e porcentagens de resultados para o estado/país de origem do turista por tempo de permanência e no geral

Estado/País	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
	n	%	n	%	n	%
São Paulo	230	86,8%	141	91,6%	89	80,2%
Minas Gerais	12	4,5%	9	5,8%	3	2,7%
Tocantins	6	2,3%	0	0,0%	6	5,4%
Rio Grande do Sul	5	1,9%	1	0,6%	4	3,6%
Pernambuco	4	1,5%	0	0,0%	4	3,6%
Bahia	3	1,1%	3	1,9%	0	0,0%
Alagoas	1	0,4%	0	0,0%	1	0,9%
Pernambuco	1	0,4%	0	0,0%	1	0,9%
Rio de Janeiro	1	0,4%	0	0,0%	1	0,9%
Paraguai	1	0,4%	0	0,0%	1	0,9%
Venezuela	1	0,4%	0	0,0%	1	0,9%

Tabela 3 - Frequências e porcentagens de resultados para a pergunta “como soube do destino?” por tempo de permanência e no geral

Como soube do destino?	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
	n	%	n	%	n	%
amigos	101	38,0%	72	46,5%	29	26,1%
sites de viagem	52	19,5%	34	21,9%	18	16,2%
Trabalho/Empresa	46	17,3%	10	6,5%	36	32,4%
Casamento	17	6,4%	1	0,6%	16	14,4%
instagram/facebook	15	5,6%	11	7,1%	4	3,6%
Agência de viagens	11	4,1%	8	5,2%	3	2,7%
Evento / Festa	10	3,8%	6	3,9%	4	3,6%
Já conhecia	7	2,6%	5	3,2%	2	1,8%
Passagem	6	2,3%	6	3,9%	0	0,0%
Google / Internet	6	2,3%	6	3,9%	0	0,0%
revista / jornal / tv	2	0,8%	2	1,3%	0	0,0%
Aniversário	1	0,4%	1	0,6%	0	0,0%
Indicação	1	0,4%	1	0,6%	0	0,0%
Placas na estrada	1	0,4%	1	0,6%	0	0,0%
Shopping móveis	1	0,4%	1	0,6%	0	0,0%
Site do zoológico	1	0,4%	1	0,6%	0	0,0%

Observação: Resposta múltipla. Alguns entrevistados indicaram mais de uma razão para a pergunta.



Figura 6 - Word Cloud (Nuvem de Palavras) para a pergunta: “Como soube do destino?”

O principal motivo da viagem dos turistas foi a Natureza com 27% dos entrevistados. Eventos e Negócios foram citados por pelo menos 20% dos entrevistados cada, e Descanso e Compras por 13% e 10 %, respectivamente.

Nota-se que turistas com motivo de viagem como Natureza, Descanso, Compras, Aventura e Lazer/Passeio/Turismo ficam 1 dia na cidade em sua maioria, enquanto que, turistas com motivo de Evento e Negócios ficam mais de 1 dia na cidade em sua maioria.

Tabela 4 - Frequências e porcentagens de resultados para o motivo da viagem do turista (resposta múltipla)

Motivo da viagem	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
	n	%	n	%	n	%
Natureza	73	27%	59	38%	14	13%
Evento	63	24%	25	16%	38	34%
Negócios	59	22%	16	10%	43	39%
Descanso	35	13%	26	17%	9	8%
Compras	26	10%	19	12%	7	6%
Aventura	21	8%	17	11%	4	4%
Cultura/Patrimônio histórico	14	5%	9	6%	5	5%
Visita / Família e Amigos	11	4%	3	2%	8	7%
Lazer / Passeio / Turismo	10	4%	10	6%	0	0%
Gastronomia	7	3%	6	4%	1	1%
Casamento	1	0,4%	0	0%	1	1%

Observação: Resposta múltipla. Alguns entrevistados indicaram mais de uma razão para a pergunta.



Figura 7 - Word Cloud (Nuvem de Palavras) para ao motivo da viagem do turista

A maioria dos turistas utilizaram o carro (70%) e ônibus com (21%) como meio de transporte na viagem. Turistas que viajam de avião para Itatiba ficam na cidade mais de 1 dia em sua grande maioria, ou seja, 17 dos 19 turistas que viajam de avião, representando 89% destes.

A maioria dos turistas viaja em família (44%), 21% viaja sozinho, 20% com amigos e 15% em casal. Proporcionalmente, turistas que viajam em família ficam apenas 1 dia na cidade em sua maioria (73%) assim como turistas que viajam em casal (63%), enquanto que, turistas que viajam sozinhos ou com amigos ficam 2 ou mais dias na cidade em sua maioria (65% e 54% respectivamente).

Tabela 5 - Frequências e porcentagens de resultados para o meio de transporte, acompanhantes da viagem e número de acompanhantes

Variável	Categoria	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
		n	%	n	%	n	%
Meio de transporte	Carro	186	70%	114	74%	72	65%
	Ônibus	55	21%	34	22%	21	19%
	Avião	19	7%	2	1%	17	15%
	Caminhão	3	1%	2	1%	1	1%
	Van	3	1%	3	2%	0	0%
Acompanhantes na viagem	Em família	116	44%	85	55%	31	28%
	Sozinho	57	21%	20	13%	37	33%
	Com amigos	52	20%	24	15%	28	25%
	Casal	41	15%	26	17%	15	14%
Número de acompanhantes	0	58	23%	21	14%	37	36%
	1	78	31%	50	34%	28	27%
	2	51	20%	33	23%	18	17%
	3	38	15%	28	19%	10	10%
	4 ou mais	24	10%	13	9%	11	11%

Um total de 249 turistas responderam a questão sobre o número de acompanhantes (17 não responderam). A maior parte dos turistas viajam com apenas 01 acompanhante (31%), sendo que 23% viajam sozinhos.

O total de acompanhantes foi igual a 405 (Tabela 6). Destes, a maioria possui de 30 a 45 anos (38%) seguidos de acompanhantes com 45 a 65 anos (21%) e crianças de 0 a 9 anos de idade (19%). Apenas 7% são idosos com mais de 65 anos de idade e 6% jovens entre 10 a 18 anos.

Tabela 6 - Frequências e porcentagens para a idade dos acompanhantes no geral (resposta múltipla)

Idade dos acompanhantes	Total de acompanhantes	
	n	%
0 a 9 anos	75	19%
10 a 18 anos	24	6%
19 a 29 anos	36	9%
30 a 45 anos	155	38%
45 a 65 anos	86	21%
Mais de 65 anos	29	7%

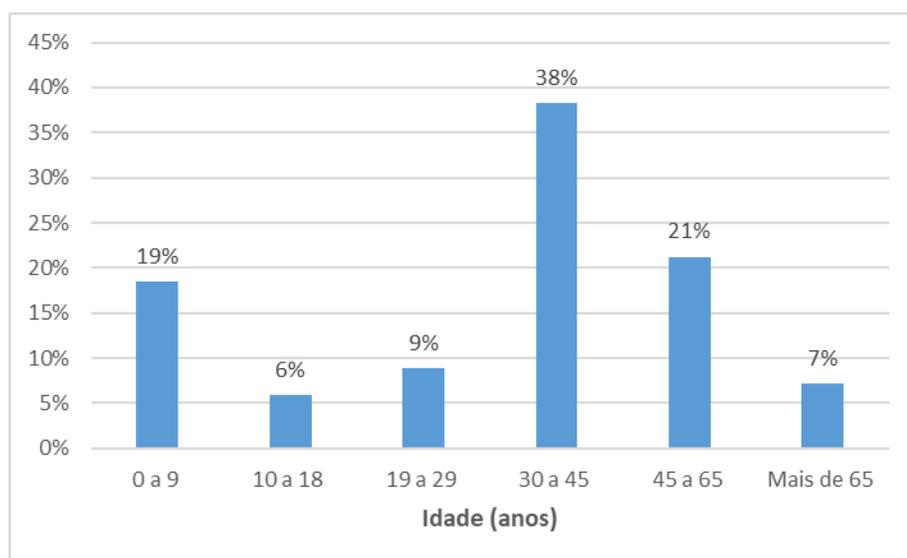


Figura 8 - Porcentagem das idades dos acompanhantes dos turistas entrevistados

Um total de 73 turistas não informaram/não sabem o gasto médio previsto na cidade e 137 não informaram/não sabem o gasto médio realizado. Desta forma, as médias de gasto previsto e realizado foram calculadas em relação a 193 e 129 turistas, respectivamente.

O gasto médio previsto na cidade foi de R\$356 com variação grande entre 50 reais e 2.500 reais. Metade dos turistas pretendiam gastar mais de 300 reais na cidade por dia.

O gasto médio previsto foi praticamente igual ao gasto médio realizado. Não foram encontradas diferenças significativas entre o gasto médio previsto e gasto realizado (teste t de Student; p-valor=0,970).

Tabela 7 - Estatísticas descritivas do gasto previsto e gasto realizado dos turistas no total e por tempo de permanência

Estatística	Gasto Previsto			Gasto realizado		
	Total	01 dia de permanência	02 ou + dias de permanência	Total	01 dia de permanência	02 ou + dias de permanência
n	193	102	91	129	64	65
Média	R\$ 356	R\$ 298	R\$ 420	R\$ 358	R\$ 342	R\$ 373
Mediana	R\$ 300	R\$ 200	R\$ 300	R\$ 300	R\$ 250	R\$ 300
Mínimo	R\$ 50	R\$ 50	R\$ 50	R\$ 50	R\$ 50	R\$ 50
Máximo	R\$ 2.500	R\$ 2.000	R\$ 2.500	R\$ 3.000	R\$ 3.000	R\$ 2.500

Nota-se que o gasto médio previsto para os turistas que ficam 02 ou mais dias foi um pouco superior aos turistas que ficam apenas 01 dia, entretanto, o gasto médio realizado entre turistas que ficam 1 dia ou 2 ou mais dias foi muito mais parecido, com uma diferença de apenas 31 reais por dia.

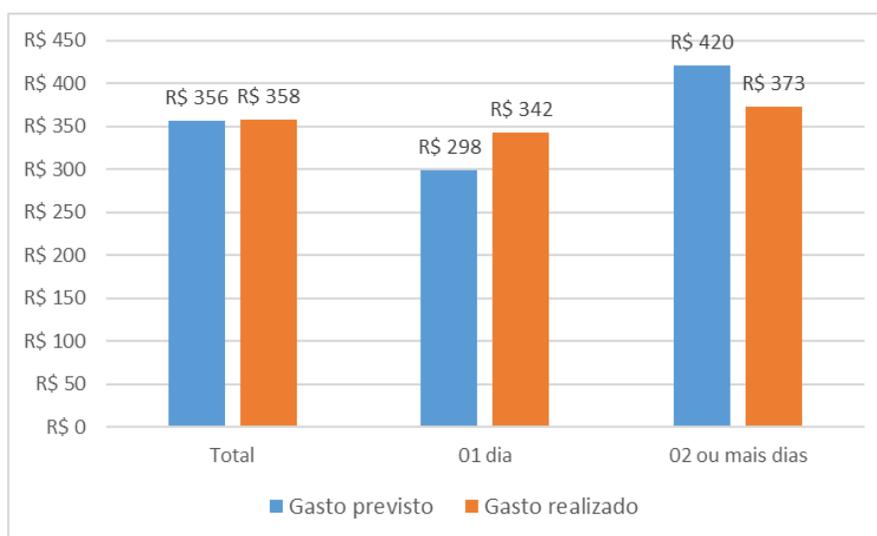


Figura 9 - Média do gasto previsto e gasto realizado na cidade por tempo de permanência e no geral

A maioria dos turistas ficaram hospedados em Hotéis (58%), apenas 2% ficaram na casa de parentes/amigos ou rancho e 0,4% ficou em casa própria. Do total de turistas 38% afirmou não ter ficado hospedado na cidade.

A grande maioria dos turistas organizou a viagem por conta própria (67%), enquanto que 18% indicou que foi organizado por agência, 14% pela empresa/trabalho e 0,4% por um parente.

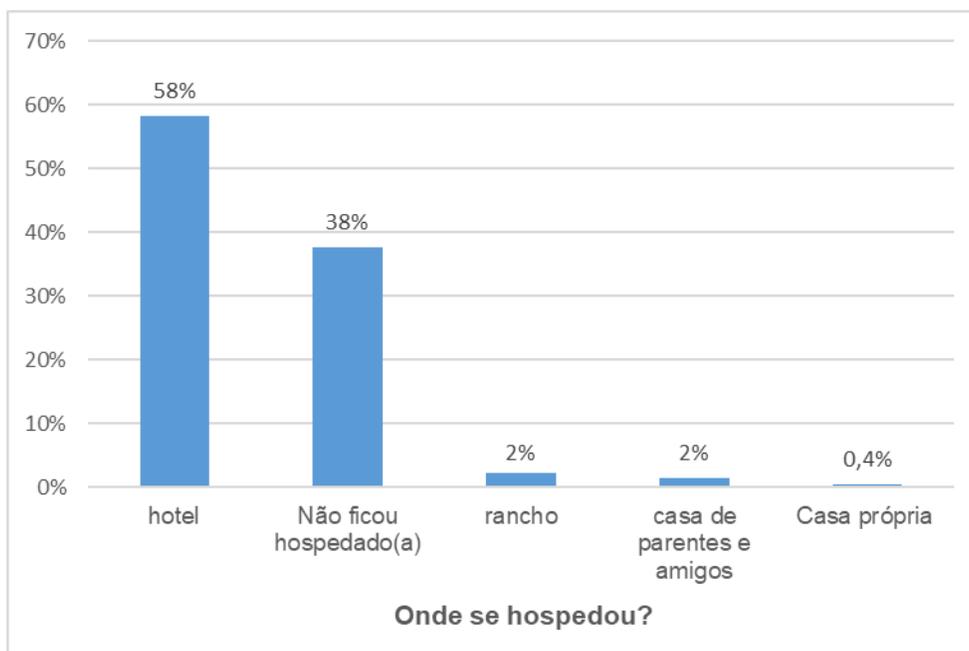


Figura 10 - Porcentagem de turistas por local de hospedagem

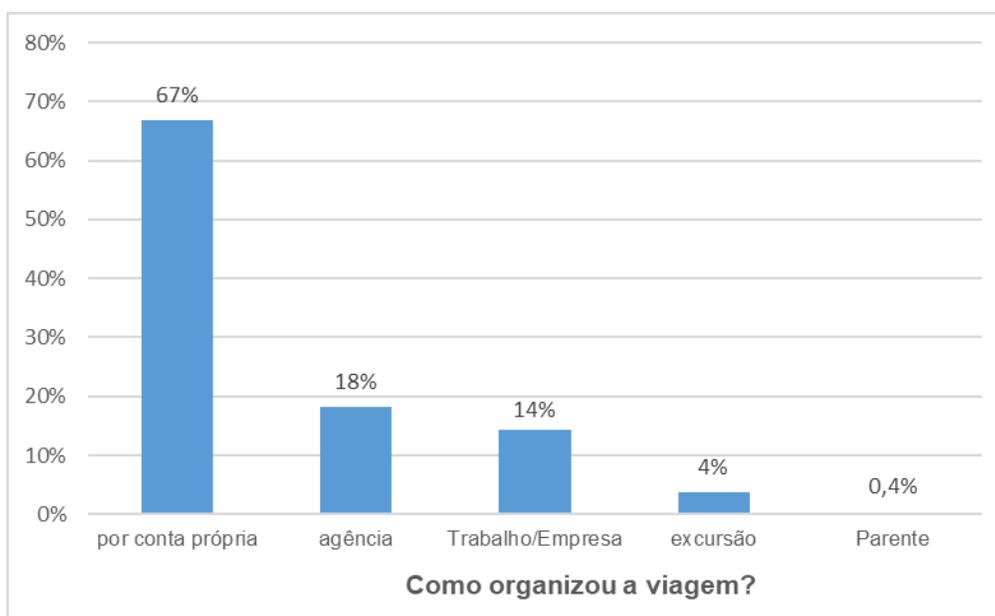


Figura 11 - Porcentagens de turistas pela forma de organização da viagem

A maioria absoluta dos turistas (98%) afirmou que voltaria para a cidade, indicando grande satisfação com a visita. Dos 6 turistas que afirmaram não voltar para a cidade, 3 não responderam algum aspecto negativo, 01 mencionou o custo de vida, 01 indicou os morros, e o último não percebeu aspecto negativo.

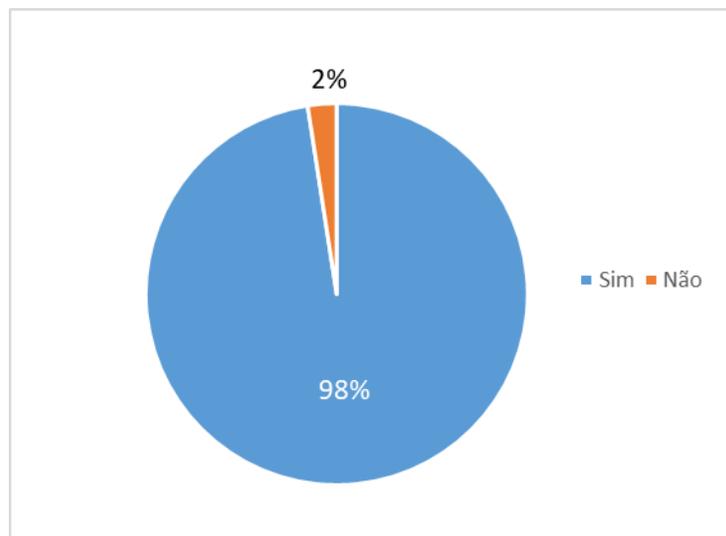


Figura 12 - Porcentagens de turistas que voltariam ou não à Itatiba

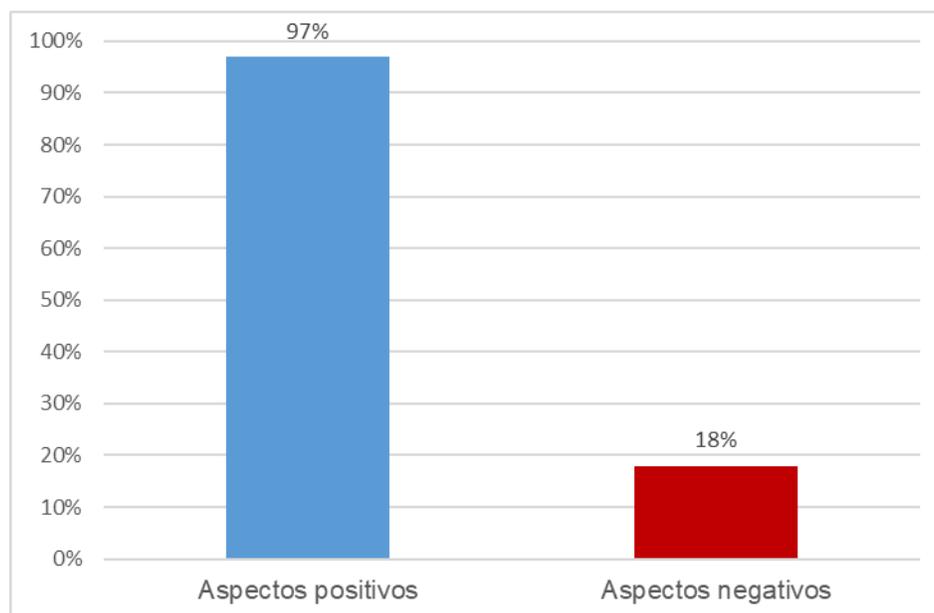


Figura 13 - Porcentagens de turistas que citaram algum aspecto positivo ou negativo da cidade

Um total de 85 turistas (32%) não respondeu a questão sobre os aspectos positivos. Dos 181 participantes restantes, 97% indicou algum aspecto positivo e 3% disseram não haver nenhum aspecto positivo.

Um total de 172 turistas (65%) não respondeu a questão sobre os aspectos negativos. Dos 94 participantes restantes, apenas 50% indicou algum aspecto negativo e 50% disseram não haver nenhum aspecto negativo. Comparando com o total da amostra, apenas 18% mencionou algum aspecto negativo.

O aspecto positivo mais citado foi a Natureza/Paisagem com mais de 28% dos turistas, seguido por tranquilidade/Calma/Sossego com 14%. Acolhimento/ Educação e Beleza/Bonita/Linda foram indicadas por 7% dos turistas.

Tabela 8 - Frequências e porcentagens de resultados para os aspectos positivos da cidade

Aspectos positivos	Total	
	n	%
Natureza / Paisagem	50	28%
Tranquilidade / Calma / Sossego	25	14%
Acolhimento / Educação	13	7%
Beleza / Bonita/ Linda	13	7%
Organização	11	6%
Clima bom	8	5%
Limpeza	8	5%
Ar puro	7	4%
Tudo	7	4%
Bem sinalizada / Locomoção	4	2%
Ambiente / Agradável	3	2%
Hospedagem	3	2%
Restaurantes	3	2%
A cidade / Legal	2	1%
Atendimento	2	1%
Centro bem movimentado	2	1%
Rica	2	1%
Frutas	2	1%
Localização	2	1%
Bom clima	1	1%
Ambiente familiar	1	1%
Comércio	1	1%
Condomínios	1	1%
Conservação	1	1%
Gostosa de conhecer	1	1%
Infraestrutura	1	1%
Melhor que no face	1	1%
Muito profissional e cativante	1	1%
Opção de passeio	1	1%
Segurança	1	1%
Trânsito bom	1	1%
Vigilância nos postes	1	1%
Vinho	1	1%
Qualidade de vida	1	1%



Figura 14 - Word Cloud (Nuvem de Palavras) para os aspectos positivos da cidade



Figura 15 - Word Cloud (Nuvem de Palavras) para os aspectos negativos da cidade

Já entre os aspectos negativos, os maiores problemas citados foram morros/ladeiras e trânsito com 10% dos turistas cada, seguido por falta de sinalização com 4% e pavimentação com 3%.

Tabela 9 - Frequências e porcentagens de resultados para os aspectos negativos da cidade

Aspectos negativos	Total	
	n	%
Morros/Ladeiras	10	11%
Trânsito	10	11%
Falta de sinalização	4	4%
Pavimentação	3	3%
Comida	2	2%
Poucas opções	2	2%
Ausência de passagem de pedestre	1	1%
Barulho	1	1%
Comercio fecha cedo	1	1%
Custo de vida	1	1%
Disponibilidade de uber é ruim.	1	1%
Drogas ilícitas	1	1%
Enchentes	1	1%
Excesso de mato	1	1%
Falta de padaria	1	1%
Falta opções de lazer	1	1%
Horário restaurante	1	1%
Informações precárias	1	1%
Moradores de rua	1	1%
Na viagem acesso aos ônibus são ruim	1	1%
Não tem festa	1	1%
Semáforos	1	1%
Tranquila	1	1%

Tabela 10 - Frequências e porcentagens de resultados para as questões de qualificação

Variável	Categoria	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
		n	%	n	%	n	%
Vias de acesso	ótimo	74	28%	43	28%	31	28%
	bom	138	52%	84	54%	54	49%
	regular	22	8%	9	6%	13	12%
	ruim	2	1%	1	1%	1	1%
	não respondeu	30	11%	18	12%	12	11%
Bares e restaurantes	ótimo	21	26%	5	13%	16	39%
	bom	53	66%	28	72%	25	61%
	regular	4	5%	4	10%	0	0%
	péssimo	2	3%	2	5%	0	0%
	não respondeu	186	70%	116	75%	70	63%
Meios de hospedagem	ótimo	62	48%	11	26%	51	59%
	bom	61	47%	30	70%	31	36%
	regular	5	4%	2	5%	3	3%
	ruim	1	1%	0	0%	1	1%
	não respondeu	137	52%	112	72%	25	23%
Artesanato	ótimo	12	71%	10	67%	2	100%
	bom	4	24%	4	27%	0	0%
	regular	1	6%	1	7%	0	0%
	ruim	0	0%	0	0%	0	0%
	não respondeu	249	94%	140	90%	109	98%
Site do turismo municipal	ótimo	2	4%	2	5%	0	0%
	bom	47	84%	31	79%	16	94%
	regular	5	9%	5	13%	0	0%
	ruim	1	2%	1	3%	0	0%
	péssimo	1	2%	0	0%	1	6%
	não respondeu	210	79%	116	75%	94	85%
Segurança do município	ótimo	11	10%	4	8%	7	12%
	bom	82	77%	36	75%	46	79%
	regular	11	10%	6	13%	5	9%
	péssimo	2	2%	2	4%	0	0%
	não respondeu	160	60%	107	69%	53	48%
Sinalização turística	ótimo	25	15%	16	16%	9	14%
	bom	106	64%	63	63%	43	65%
	regular	16	10%	7	7%	9	14%
	ruim	12	7%	7	7%	5	8%
	péssimo	7	4%	7	7%	0	0%
	não respondeu	100	38%	55	35%	45	41%

A aceitação foi alta para todos os aspectos avaliados. As maiores taxas de aceitação ocorreram para os meios de hospedagem, artesanato, bares e restaurantes e site do turismo municipal e a menor taxa de aceitação ocorreu para a sinalização turística (73%) e vias de acesso (80%).

Tabela 11 - Frequências e porcentagens para a aceitação (Ótimo + Bom) das questões de qualificação

Variável	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
	n	%	n	%	n	%
Vias de acesso	212	80%	127	82%	85	77%
Bares e restaurantes	74	93%	33	85%	41	100%
Meios de hospedagem	123	95%	41	95%	82	95%
Artesanato	16	94%	14	93%	2	100%
Site do turismo municipal	52	93%	36	92%	16	94%
Segurança do município	93	88%	40	83%	53	91%
Sinalização turística	122	73%	70	70%	52	79%

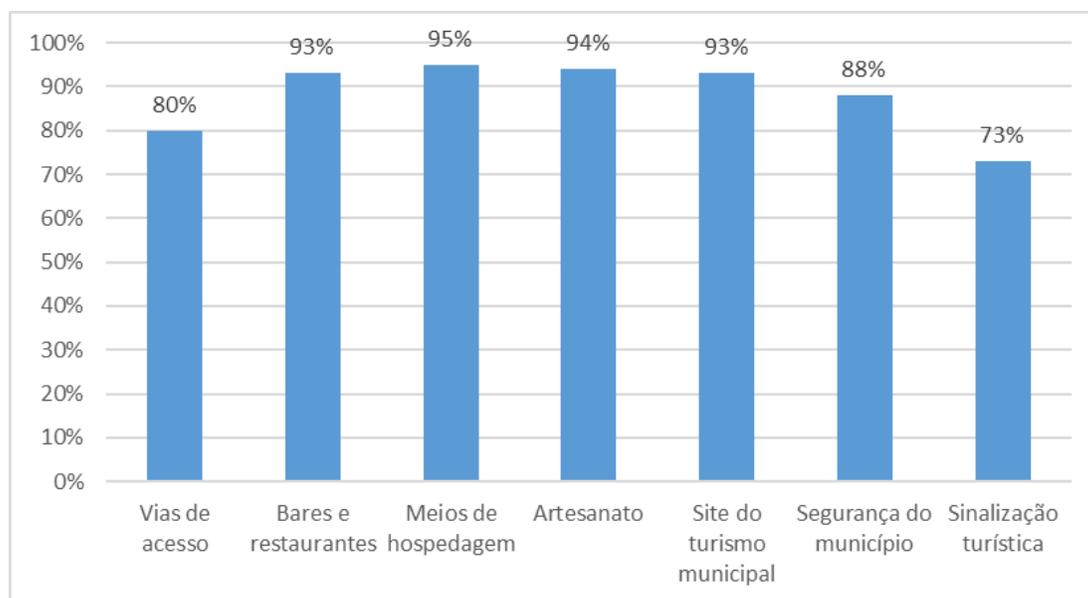


Figura 16 - Aceitação (Ótimo/Bom)

Mais da metade da amostra não conheceu nenhum ponto turístico da cidade (66%), sendo que para os turistas que ficam mais de 01 dia esta porcentagem é igual a 80%. A maioria (82%) afirmou se interessar por algum prato típico da cidade.

Tabela 12 - Frequências e porcentagens de resultados

Variável	Categoria	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
		n	%	n	%	n	%
Conheceu algum ponto turístico de Itatiba	Sim	91	34%	69	45%	22	20%
	Não	175	66%	86	55%	89	80%
Se interessaria por algum prato típico da cidade	Sim	218	82%	121	78%	97	87%
	Não	48	18%	34	22%	14	13%

Tabela 13 - Frequências e porcentagens de resultados para o atrativo visitado (resposta múltipla)

Atrativos Visitados	Total	
	n	%
Zooparque	42	48%
Parque Luiz Latorre (Juventude)	19	22%
Sítio São José	16	18%
Shopping Móveis Itatiba	6	7%
Adega Capelletto	4	5%
Adega Rosso Naturale	4	5%
Apicultura	4	5%
Fazenda santa bárbara	4	5%
Praça da bandeira	3	3%
Itatiba mall	2	2%
Praça do rosario	2	2%
Catedral do Wisky	1	1%
Dona Ines	1	1%
Fazendinha Cheiro do Mato	1	1%
Matriz	1	1%
Parque Linear	1	1%
Santa cecília vinícola	1	1%
Setor moveleiro	1	1%

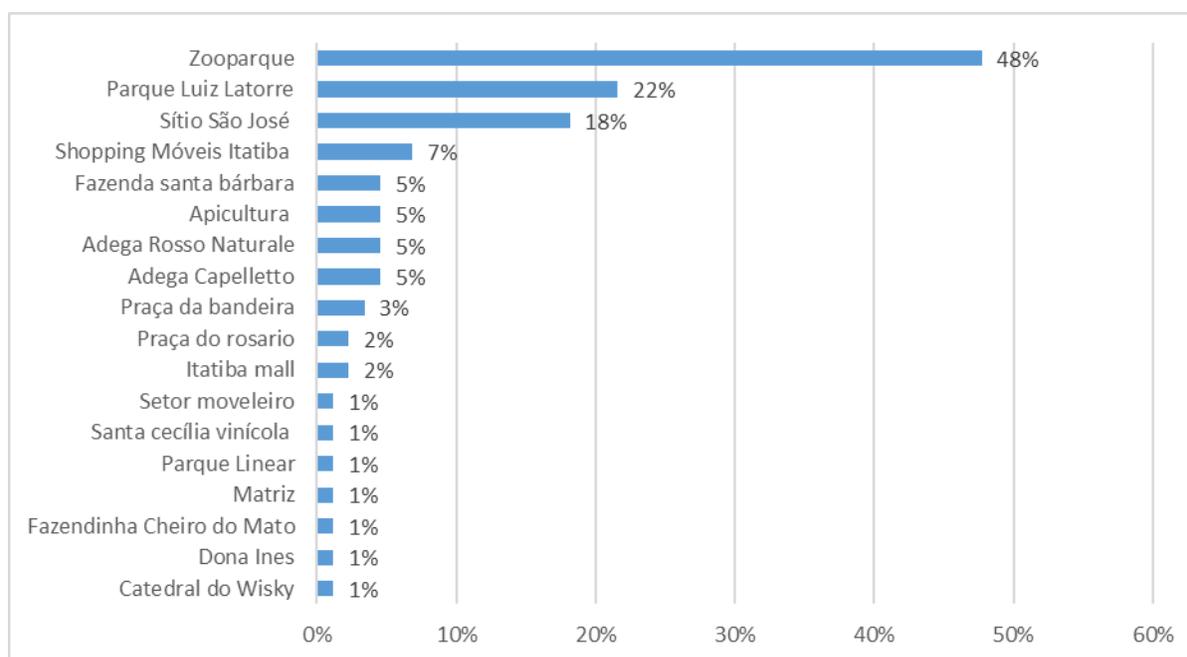


Figura 17 - Porcentagens de turistas que conheceu algum ponto turístico da cidade

O Zoológico foi o atrativo mais visitado pela amostra de entrevistados. Um total de 42 avaliações representando 48% dos atrativos visitados, seguido pelo Parque da Juventude (Luiz Latorre) com 22% e Sítio São José com 18%.

A aceitação dos pontos turísticos foi de 97%, sendo 62% das avaliações ótimas e 35% das avaliações boas. Apenas 3% de avaliações regulares e nenhuma avaliação ruim.

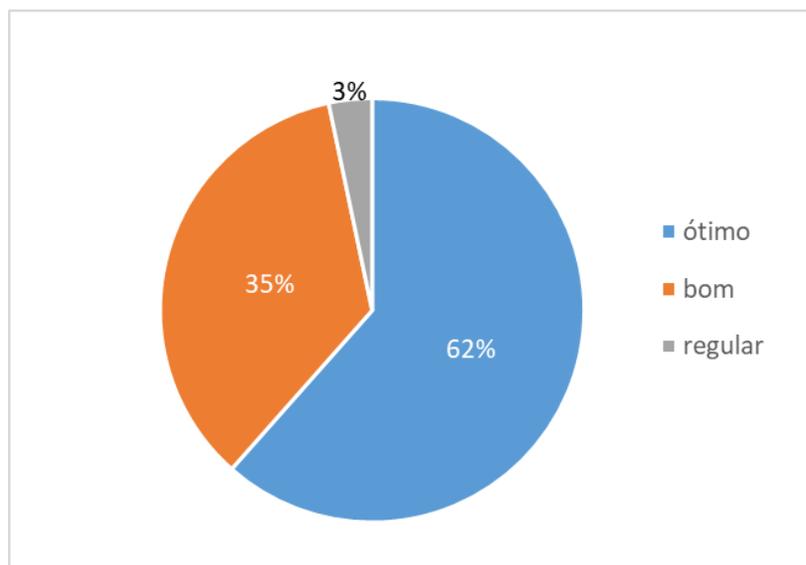


Figura 18 - Porcentagens de turistas para a avaliação do atrativo visitado

Dentre os principais atrativos, o Zoológico apresentou 61% de avaliações ótimas e o Sítio São José 69%. O parque Luiz Latorre apresentou porcentagem um pouco menor de avaliações ótimas (33%), porém a aceitação foi de 100%.

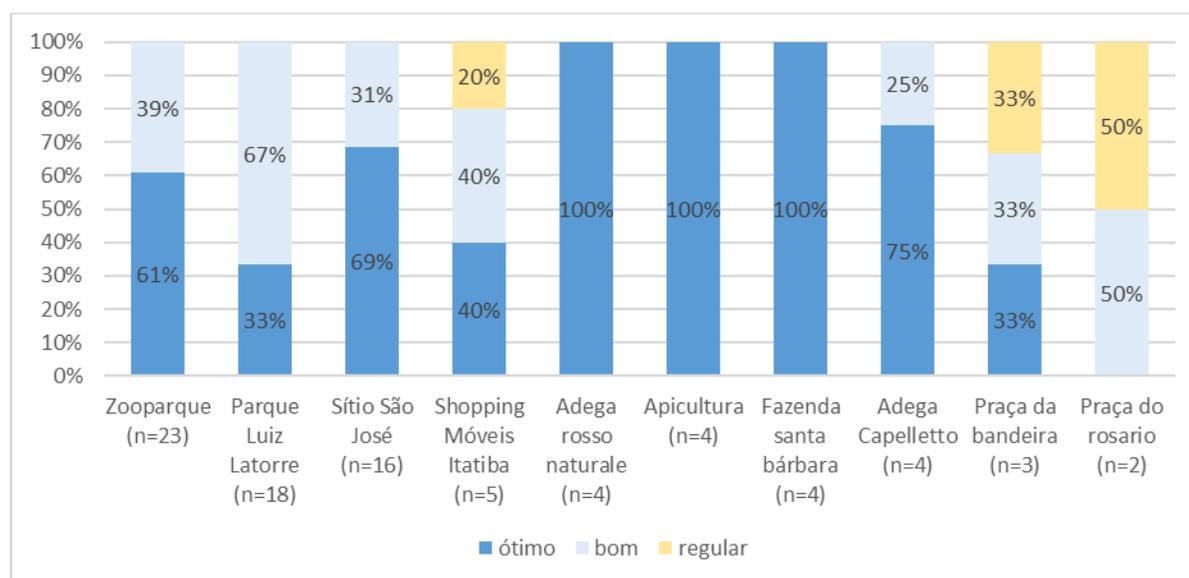


Figura 19 - Porcentagens da classificação por atrativo visitado

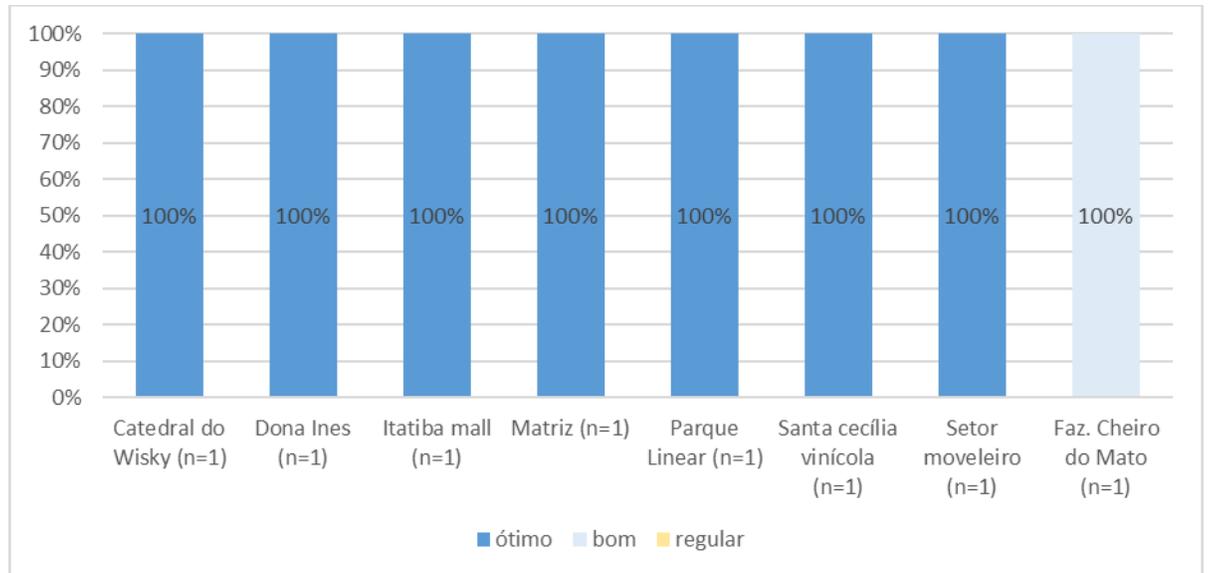


Figura 20 - Porcentagens da classificação por atrativo visitado



Figura 21 - Word Cloud (Nuvem de Palavras) para as cidades que o turista também já visitou

Campinas e Jundiaí foram as cidades da região que o turista também já visitou que mais foram citadas.

Tabela 14 - Freqüências e porcentagens de resultados para as cidades que o turista também já visitou

Cidade	Total	
	n	%
Campinas	52	29%
Jundiaí	49	27%
Vinhedo	25	14%
Bragança Paulista	21	12%
Atibaia	19	10%
Valinhos	16	9%
Morungaba	14	8%
Louveira	12	7%
Jarinu	11	6%
Amparo	6	3%
Serra Negra	4	2%
Paulínia	4	2%
Campo Limpo Paulista	2	1%
Pedreira	2	1%
Piracicaba	2	1%
Sorocaba	2	1%
Holambra	1	1%
Itupeva	1	1%
Cajamar	1	1%
Cosmópolis	1	1%
Águas de Lindóia	1	1%
Monte Sião	1	1%
Limeira	1	1%
Indaiatuba	1	1%
Olímpia	1	1%