

# **Análise Estatística de Dados:**

PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE ITATIBA

Ano: 2020



**EASY  
STAT**

**EasyStat Soluções Estatísticas Ltda**

Tel.: 19 3749-8305

e-mail : [easystat@easystat.com.br](mailto:easystat@easystat.com.br)

Site : [www.easystat.com.br](http://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 2019.

### 3. Resultados

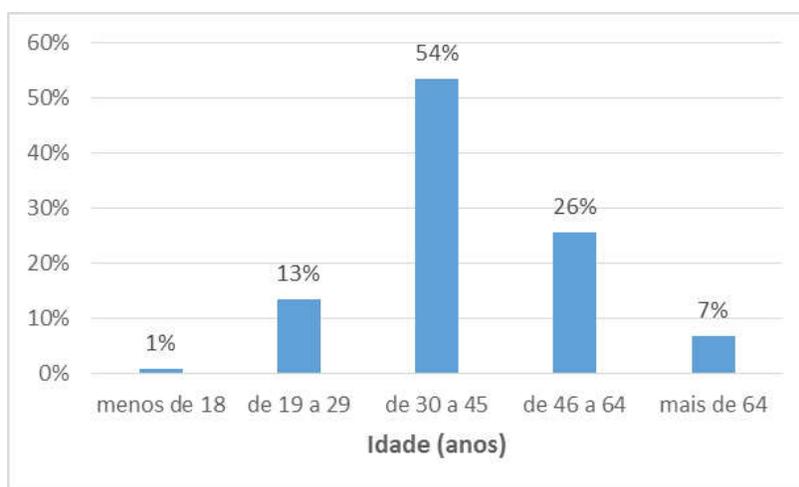
Nesta pesquisa, um total de 282 turistas da cidade de Itatiba foram entrevistados nos meses de Janeiro e Fevereiro do ano de 2020. As entrevistas foram realizadas principalmente em dois tipos de localização: meios de hospedagem (55% da amostra) e atrativos turísticos da cidade (37%). As demais entrevistas foram realizadas em serviços de alimentação, comércio, eventos e posto de informações (7%). No total, 14 diferentes pontos foram utilizados para as entrevistas:

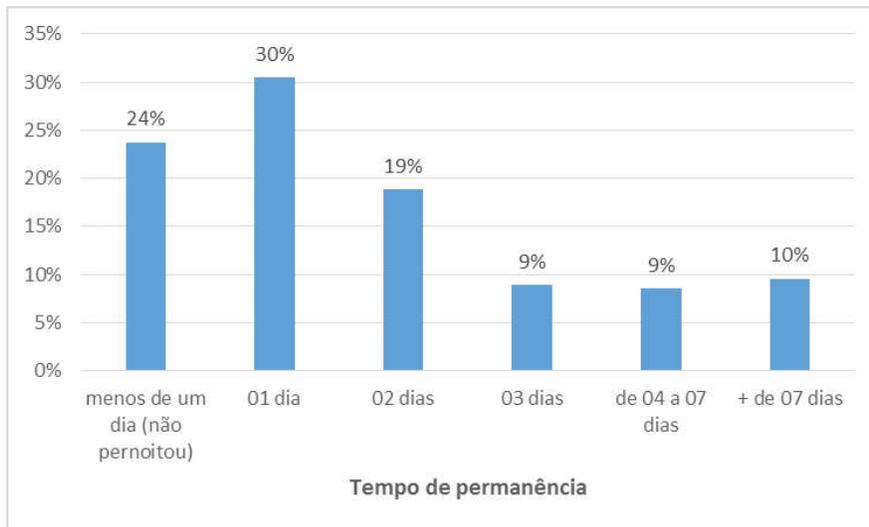
- Zooparque Itatiba
- Lazuli Hotel
- Hotel Cultural Dona Carolina
- Hotel Colonial
- Hotel Íbis
- Hotel Pit Stop
- Villa D´Angelo Hotel
- Hotel JWF Orion
- Restaurante Bistecão do Dito
- Restaurante Rancho Mombuca
- Restaurante da Fazenda
- Café com História
- Shopping Móveis Itatiba
- Adega Capelletto

Metade dos turistas entrevistados é do gênero masculino e metade do gênero feminino, sendo que a maioria possui idade adulta entre 35 e 45 anos (54%) e maior parte ficou apenas 01 dia na cidade (54%). A maioria das entrevistas (70%) foi realizada no final de semana. A Tabela e Figuras seguintes ilustram os resultados.

**Tabela 1 -** Frequências e porcentagens de resultados para os turistas entrevistados

Variável	Categoria	Resultados	
		n	%
Gênero	Masculino	140	50%
	Feminino	142	50%
Faixa Etária	menos de 18	2	1%
	de 19 a 29	38	13%
	de 30 a 45	151	54%
	de 46 a 64	72	26%
	mais de 64	19	7%
Local da análise de demanda	meios de hospedagem	156	55%
	atrativos turísticos	105	37%
	serviços de alimentação	17	6%
	comércio	2	1%
	eventos	1	0,4%
Dia da semana	posto de informação	1	0,4%
	sábado	136	48%
	domingo	63	22%
	terça feira	44	16%
	quarta feira	38	13%
Tempo de permanência	menos de um dia (não pernitou)	67	24%
	01 dia	86	30%
	02 dias	53	19%
	03 dias	25	9%
	de 04 a 07 dias	24	9%
	+ de 07 dias	27	10%

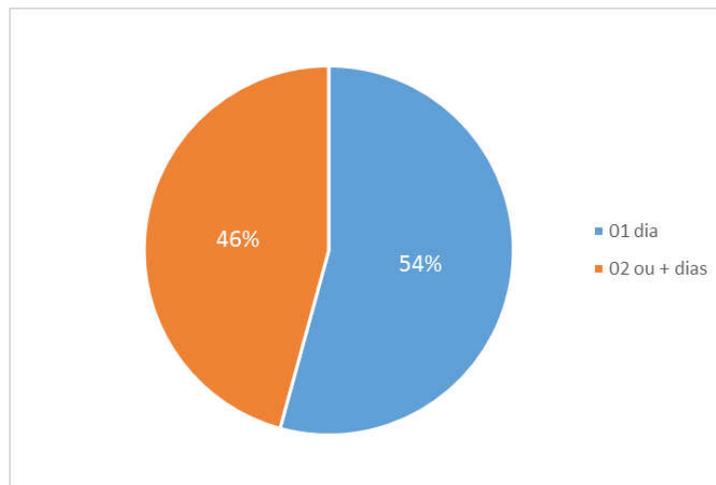
**Figura 1 -** Porcentagem de turistas por faixa de idade



**Figura 2 - Porcentagem de turistas por tempo de permanência**



**Figura 3 - Porcentagem de turistas por local da entrevista**



**Figura 4 - Frequência e porcentagem da amostra por tipo de turista.**

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.

A grande maioria dos turistas são do estado de São Paulo (78%), 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. Sete turistas são do exterior, sendo 3 da Argentina, 2 do Chile, 1 do México e 1 do Uruguai (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	220	78%	140	92%	80	62%
Paraná	15	5%	3	2%	12	9%
Minas Gerais	14	5%	5	3%	9	7%
Rio de Janeiro	6	2%	1	1%	5	4%
Argentina	3	1%	0	0%	3	2%
Mato Grosso do Sul	3	1%	1	1%	2	2%
Santa Catarina	3	1%	0	0%	3	2%
Rio Grande do Sul	3	1%	1	1%	2	2%
Alagoas	2	1%	0	0%	2	2%
Chile	2	1%	0	0%	2	2%
Goiás	2	1%	0	0%	2	2%
Maranhão	2	1%	1	1%	1	1%
Bahia	1	0,4%	0	0%	1	1%
Distrito Federal	1	0,4%	0	0%	1	1%
Mato Grosso	1	0,4%	0	0%	1	1%
México	1	0,4%	0	0%	1	1%
Pará	1	0,4%	0	0%	1	1%
Pernambuco	1	0,4%	0	0%	1	1%
Uruguai	1	0,4%	1	1%	0	0%

Os turistas são naturais de 93 diferentes cidades, entretanto, o grande destaque são turistas da cidade de São Paulo com 21% da amostra, seguidos por turistas de Campinas com 8%, Curitiba e Itu com 4% cada, Valinhos, Jundiaí e São José dos Campos com 3% cada, e o restante somando 55% (Figura 5).



**Figura 5** - Word Cloud (Nuvem de Palavras) para a cidade de origem do turista.

**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	128	45%	84	55%	44	34%
Empresa/Trabalho	60	21%	9	6%	51	40%
Blogs/Sites de viagem	46	16%	21	14%	25	19%
Facebook/Instagram	39	14%	32	21%	7	5%
Agencia	9	3%	9	6%	0	0%
Já conhecia	9	3%	7	5%	2	2%
Internet	3	1%	3	2%	0	0%
Família	3	1%	1	1%	2	2%
Revista / jornal / tv	3	1%	3	2%	0	0%
Casamento	1	0%	0	0%	1	1%
Estágio	1	0%	0	0%	1	1%
Evento	1	0%	0	0%	1	1%
Faculdade	1	0%	1	1%	0	0%
Informações no posto de pedágio	1	0%	0	0%	1	1%
Placa	1	0%	1	1%	0	0%
Viagens frequentes pela D. Pedro	1	0%	1	1%	0	0%

A maior parte dos turistas soube da cidade de Itatiba por meio de amigos (45%). Grande parte soube por conta do Trabalho/Empresa (21%), Blogs/Sites de viagem com 16% e Facebook/Instagram com 14% dos turistas (Tabela 3 e Figura 6).



**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 39% dos entrevistados. Negócios, Descanso e Aventura foram citados por pelo menos 20% dos entrevistados cada, e Casamento e Eventos por aproximadamente 10% cada motivo.



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

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

Motivo da viagem	Total	
	n	%
Natureza	109	39%
Negócios	66	23%
Descanso	58	21%
Aventura	57	20%
Casamento	29	10%
Evento	25	9%
Treinamento	14	5%
Gastronomia	14	5%
Trabalho	12	4%
Clima	11	4%
Zooparque	10	4%
Turismo rural	8	3%
Visita a parentes e amigos	8	3%
Lazer	6	2%
Pesca	6	2%
Cultura / patrimônio histórico	5	2%
Grupo de fotografia	2	1%
Compras	2	1%
Esportes	2	1%
Curso profissionalizante	1	0,4%
Estágio	1	0,4%
Passeio a cavalo	1	0,4%
Pretende morar em Itatiba	1	0,4%

A maioria dos turistas utilizaram o carro como meio de transporte na viagem (82%) e 7% utilizam ônibus/Van. Grande parte dos turistas que ficam pelo menos 02 dias na cidade utilizaram avião (18%).

A maioria dos turistas viaja em família (52%), 27% viaja sozinho, 11% com amigos e 10% em casal. A maior parte dos turistas viajam com apenas 01 acompanhante (64%). Em relação ao tempo de permanência, para turistas que ficam apenas 01 dia a proporção dos que viajam em família foi maior (69%) e para turistas que ficam mais de 01 dia na cidade a proporção dos que viajam sozinhos é maior (50%).

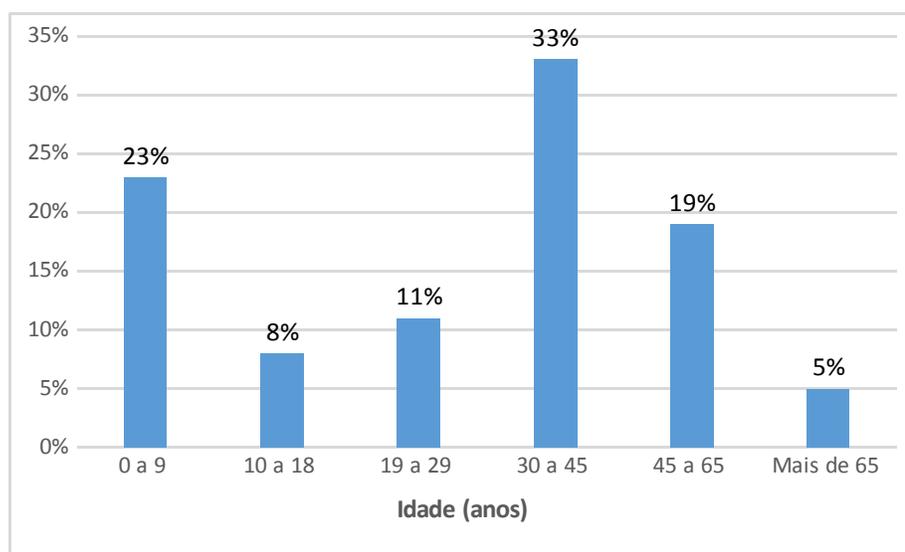
**Tabela 5 -** Frequências e porcentagens de resultados para o meio de transporte, acompanhantes da viagem e número de acompanhantes

Variável	Categoria	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
		n	%	n	%	n	%
Meio de transporte	Carro	230	81,6%	134	87,6%	96	74,4%
	Avião	27	9,6%	4	2,6%	23	17,8%
	Ônibus	16	5,7%	9	5,9%	7	5,4%
	Van	4	1,4%	4	2,6%	0	0,0%
	Uber	3	1,1%	0	0,0%	3	2,3%
	Caminhão	1	0,4%	1	0,7%	0	0,0%
	Moto	1	0,4%	1	0,7%	0	0,0%
Acompanhantes na viagem	Em família	146	51,8%	106	69,3%	40	31,0%
	Sozinho	75	26,6%	11	7,2%	64	49,6%
	Com amigos	32	11,3%	16	10,5%	16	12,4%
	Casal	29	10,3%	20	13,1%	9	7,0%
Número de acompanhantes	01	249	64%	179	63%	70	67%
	02	98	25%	72	25%	26	25%
	03	18	5%	14	5%	4	4%
	04 ou mais	25	6%	21	7%	4	4%

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

Idade dos acompanhantes	Nº de acompanhantes								Geral	
	01		02		03		04		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%		
0 a 9 anos	59	24%	26	27%	4	22%	1	4%	90	23%
10 a 18 anos	24	10%	3	3%	2	11%	2	8%	31	8%
19 a 29 anos	30	12%	11	11%	1	6%	2	8%	44	11%
30 a 45 anos	74	30%	35	36%	9	50%	12	48%	130	33%
45 a 65 anos	50	20%	19	19%	2	11%	5	20%	76	19%
Mais de 65 anos	12	5%	4	4%	0	0%	3	12%	19	5%

Nota-se um grande percentual dos acompanhantes dos entrevistados como sendo crianças de 0 a 9 anos de idade (23%), embora a maioria dos acompanhantes tenha entre 30 a 45 anos de idade. Apenas 5% são idosos com mais de 65 anos de idade e 8% jovens entre 10 a 18 anos.



**Figura 8** - Porcentagem das idades dos acompanhantes dos turistas entrevistados

Um total de 79 turistas não informaram/não sabem o gasto médio previsto para gastar na cidade e 129 não informaram/não sabem o gasto médio realizado. Desta forma, as médias de gasto previsto e realizado foram calculadas em relação 203 e 153 turistas, respectivamente.

O gasto médio previsto na cidade foi de aproximadamente R\$750 com variação grande entre apenas 30 reais e 7 mil reais. Metade dos turistas pretendiam gastar mais de 300 reais na cidade.

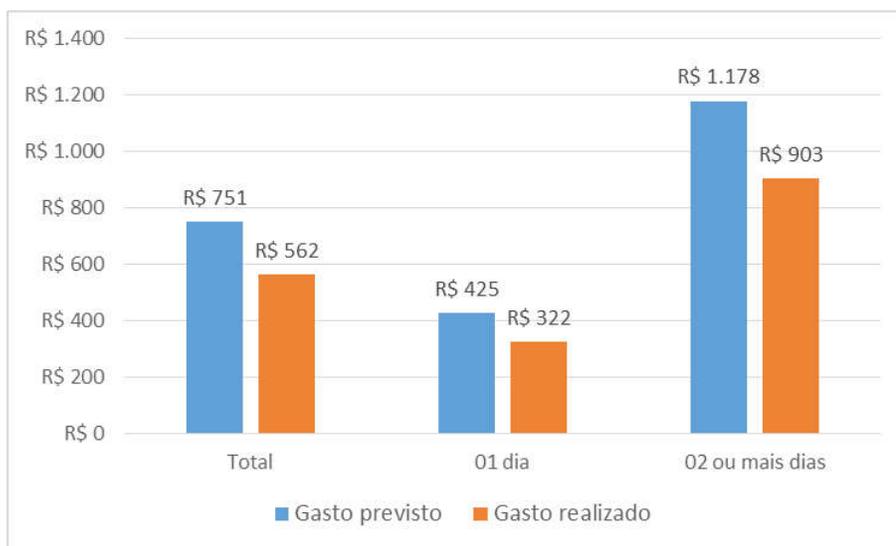
**Tabela 7** - Estatísticas descritivas do gasto previsto e gasto realizado dos turistas no total e por tempo de permanência

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	203	115	88	153	90	63
Média	R\$ 751	R\$ 425	R\$ 1.178	R\$ 562	R\$ 322	R\$ 903
Mediana	R\$ 300	R\$ 300	R\$ 400	R\$ 200	R\$ 200	R\$ 300
Mínimo	R\$ 30	R\$ 30	R\$ 50	R\$ 10	R\$ 10	R\$ 10
Máximo	R\$ 7.000	R\$ 5.000	R\$ 7.000	R\$ 15.000	R\$ 4.000	R\$ 15.000

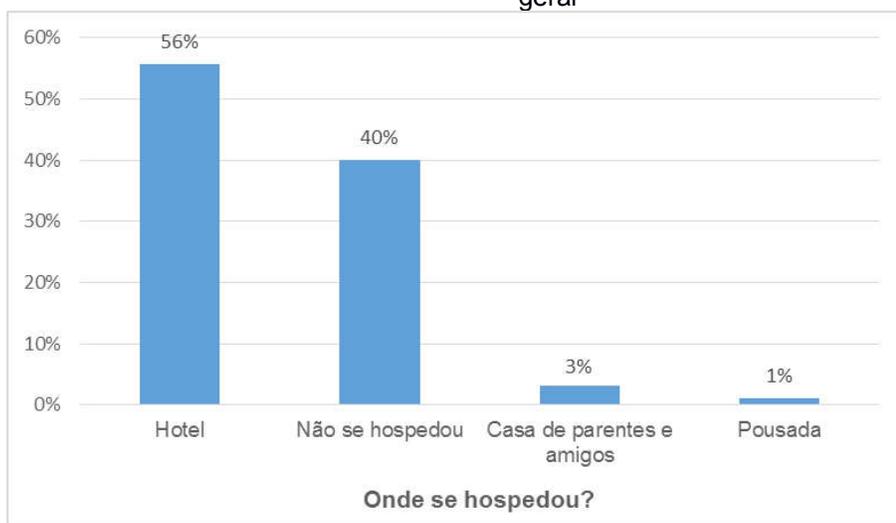
Não foram encontradas diferenças significativas entre o gasto médio e gasto previsto (teste t de Student; p-valor=0,189). Embora a diferença não tenha sido significativa, nota-se que o gasto médio realizado foi bem menor que o previsto, aproximadamente 190 reais de diferença. O gasto médio realizado na cidade foi de

aproximadamente R\$560 com variação grande entre apenas 10 reais até 4 mil reais. Metade dos turistas entrevistados gastaram ao menos 200 reais na cidade.

O gasto médio para turistas que permanecem apenas 01 dia na cidade foi de R\$322, enquanto que o gasto médio dos turistas que ficam ao menos 02 dias na cidade foi de R\$ 903.



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

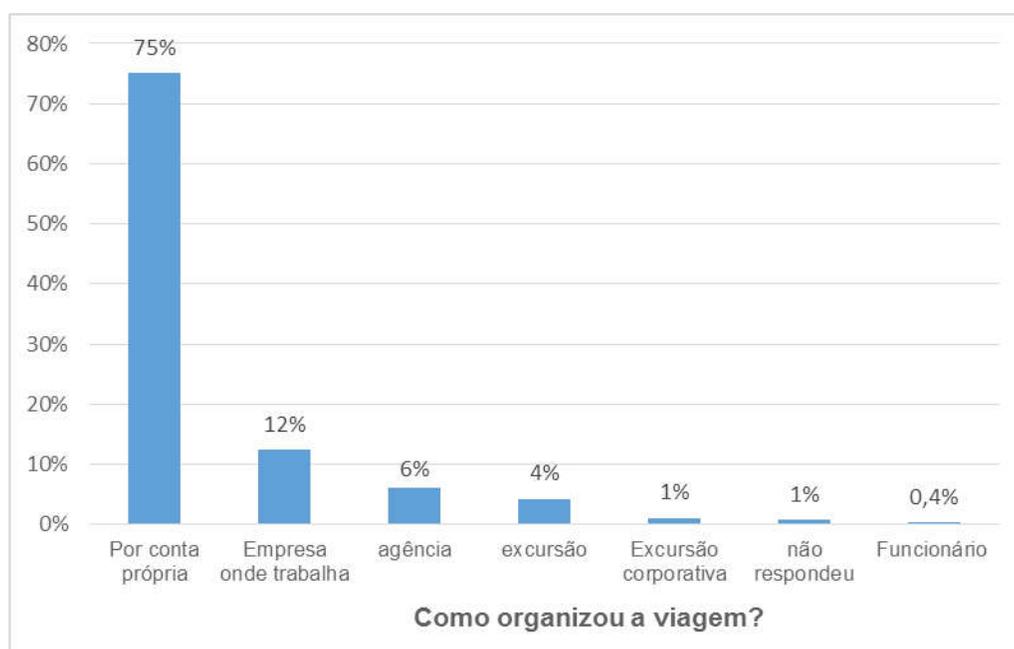


**Figura 10 - Porcentagem de turistas por local de hospedagem**

A maioria dos turistas ficaram hospedados em Hotéis (56%), apenas 3% ficaram na casa de parentes/amigos e 1% ficou em pousada. Do total de turistas 40% afirmou não ter ficado hospedado na cidade.

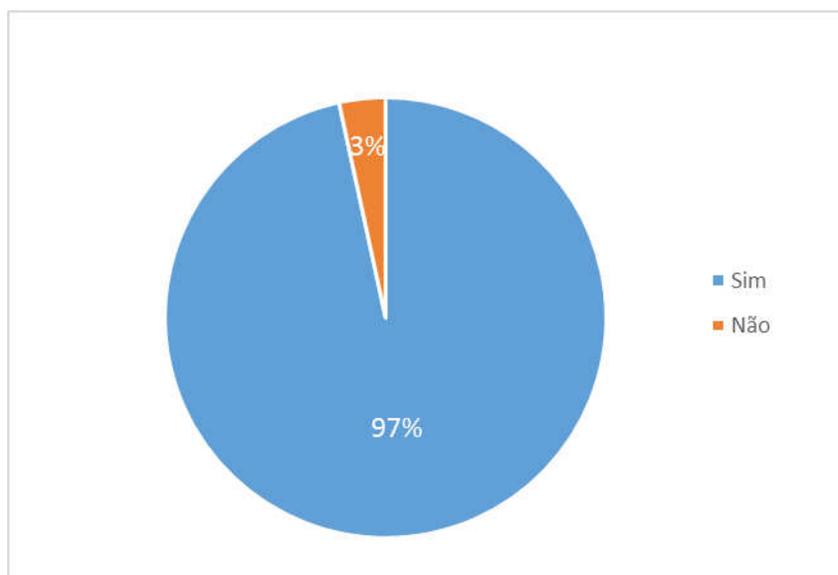
Apenas 1% dos turistas utilizou o sistema de saúde da cidade de Itatiba, total de 3 dos 282 turistas entrevistados. Dois deles ficaram de 04 a 07 dias na cidade e 1 ficou mais de 07 dias. Todos os 3 ficaram hospedados em hotéis. Dois destes turistas não respondeu a questão sobre a qualidade do serviço de saúde e transporte da cidade e um deles indicou um péssimo serviço.

A grande maioria dos turistas organizou a viagem por conta própria (75%), enquanto que 12% indicou que foi organizado pela empresa que trabalha, 6% por agência e 4% por excursão.

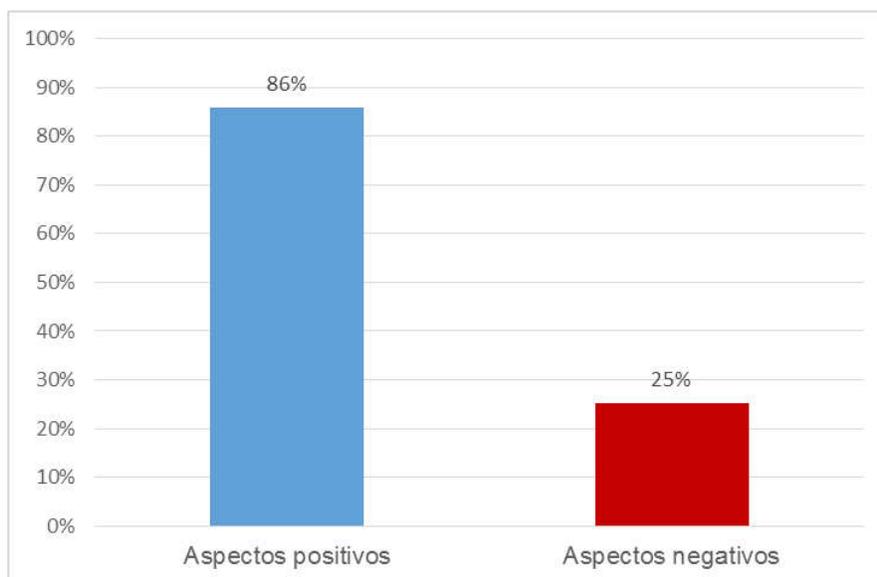


**Figura 11 -** Porcentagens de turistas pela forma de organização da viagem

A maioria absoluta dos turistas afirmou que voltaria para a cidade (97%). Um total de dezessete turistas não responderam a questão. Dos 9 turistas que afirmaram não voltar para a cidade, 4 não responderam um aspecto negativo da cidade, dois deles afirmaram faltar lazer, 01 afirmou haver muitas ladeiras, 01 indicou o trânsito e sinalização como o problema e o último indicou falta de compromisso do hotel em contatos verbais.



**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

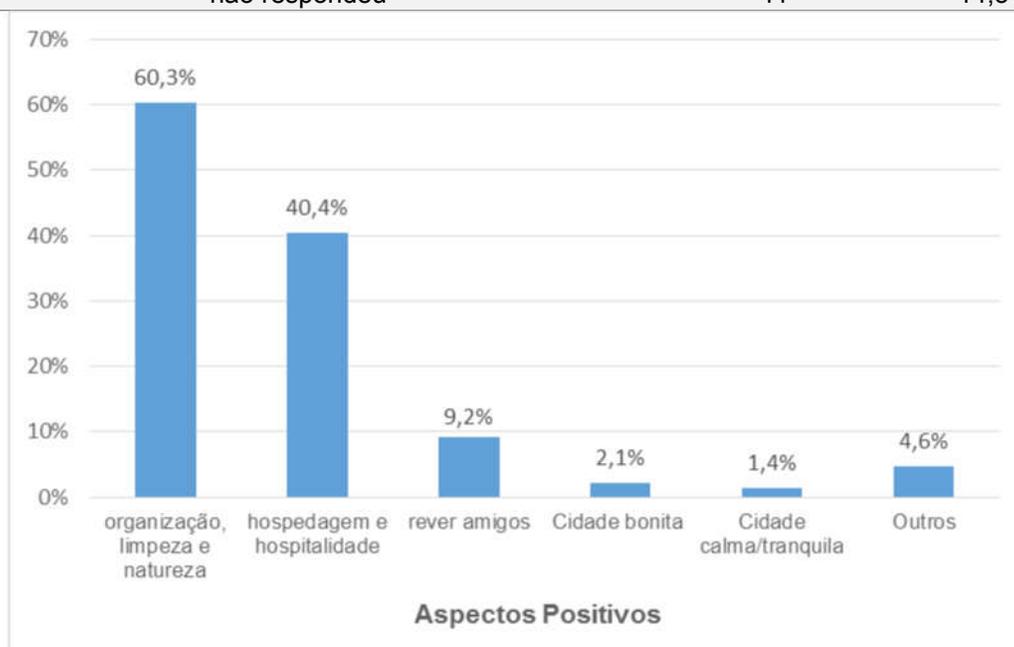
Um total de 86% dos turistas indicou algum aspecto positivo para a cidade, sendo que apenas 40 turistas não citou nenhum aspecto positivo. Os aspectos negativos foram citados por 25% dos turistas (71) sendo que um total de 41 turistas não respondeu a questão.

O aspecto positivo mais citado foi a organização/limpeza/natureza com mais de 60% dos turistas, seguido por hospedagem/hospitalidade com mais de 40% dos turistas.

Pouco mais de 9% citou o encontro com amigos e diversas outras respostas espontâneas foram citadas como a beleza da cidade, calma/tranquilidade, infraestrutura e localização.

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

Aspectos positivos	Total	
	n	%
organização, limpeza e natureza	170	60,3%
hospedagem e hospitalidade	114	40,4%
rever amigos	26	9,2%
Cidade bonita	6	2,1%
Cidade calma/tranquila	4	1,4%
Boa infraestrutura	2	0,7%
Clima bom	2	0,7%
Localização	2	0,7%
Bons restaurantes	1	0,4%
Compras	1	0,4%
Fácil acesso, visual	1	0,4%
Natureza	1	0,4%
Obras	1	0,4%
Proximidade dos locais	1	0,4%
Sossego	1	0,4%
não respondeu	41	14,5%



**Figura 14 -** Aspectos positivos da cidade

Já entre os aspectos negativos, o maior problema citado foi o trânsito e sinalização com aproximadamente 7% dos turistas, seguido por faltar lazer e poucas opções com aproximadamente 5% cada e acessibilidade para hotéis e parques com 3%. Um total de 75% dos turistas (211) não citou nenhum aspecto negativo para a cidade.

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

Aspectos negativos	Total	
	n	%
Trânsito e sinalização	19	6,7%
Falta lazer	14	5,0%
Poucas opções	13	4,6%
Acessibilidade para hotéis/parques	9	3,2%
Muitas ladeiras	6	2,1%
Gastronomia/Alimentação	2	0,7%
Chuva/Clima	2	0,7%
Hotelaria fraca	3	1,1%
Muitos radares	2	0,7%
Cidade pequena	1	0,4%
Comercio deficiente	1	0,4%
Distância	1	0,4%
Falta de banheiro público pela cidade	1	0,4%
Pedágios	1	0,4%
Hotéis caros	1	0,4%



**Figura 15 -** Word Cloud (Nuvem de Palavras) para os aspectos negativos citados

**Tabela 10 -** Freqüências e porcentagens de resultados

Variável	Categoria	Total		01 dia de permanência		Mais de 01 dia de permanência	
		n	%	n	%	n	%
Qualificação das vias de acesso	ótimo	87	31%	43	28%	44	34%
	bom	152	54%	82	54%	70	54%
	regular	27	10%	17	11%	10	8%
	ruim	8	3%	6	4%	2	2%
	não respondeu	8	3%	5	3%	3	2%
Se interessaria por algum prato típico da cidade	Sim	143	51%	69	45%	74	57%
	Não	139	49%	84	55%	55	43%
Classificação dos bares e restaurantes	ótimo	33	29%	13	41%	20	24%
	bom	78	68%	17	53%	61	74%
	regular	2	2%	1	3%	1	1%
	péssimo	1	1%	1	3%	0	0%
	não respondeu	168	60%	121	79%	47	36%
Qualificação dos meios de hospedagem	ótimo	75	47%	17	46%	58	48%
	bom	75	47%	18	49%	57	47%
	regular	8	5%	2	5%	6	5%
	não respondeu	124	44%	116	76%	8	6%
Conheceu algum ponto turístico de Itatiba	Sim	134	48%	106	69%	28	22%
	Não	148	52%	47	31%	101	78%

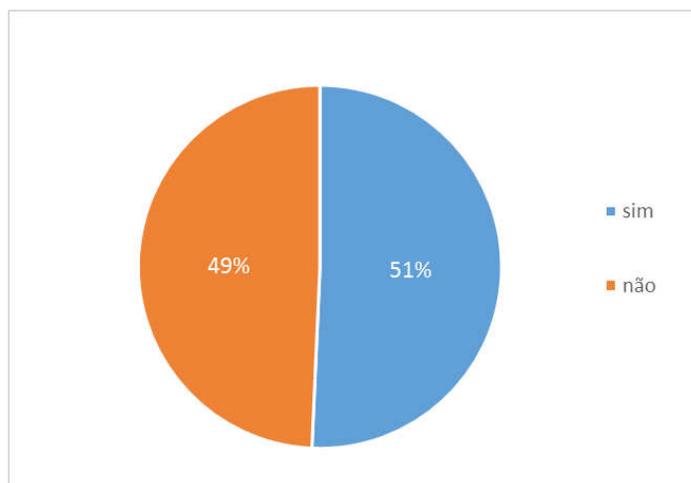
A grande maioria da amostra (85%) achou a qualidade das vias de acesso da cidade ótimas ou boas, sendo que apenas 3% achou ruim. Apenas a metade da amostra se interessaria por algum prato típico da cidade.

A porcentagem de turistas que não respondeu a questão sobre a classificação dos bares e restaurantes foi bastante elevada, sendo igual a 79% para turistas que ficam apenas 01 dia na cidade e 36% para os demais. Desta forma, as porcentagens das classificações foram calculadas apenas sobre a amostra que respondeu a questão. Nota-se que a classificação dos restaurantes e bares foi ótimo/bom para quase todos os turistas que responderam a questão.

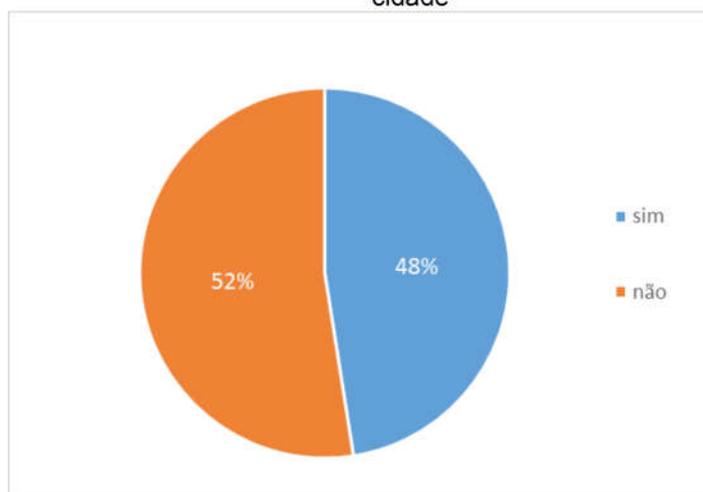
As porcentagens das classificações dos meios de hospedagem também foram calculadas apenas sobre a amostra que respondeu a questão. Nota-se que a classificação dos restaurantes e bares também foi ótimo/bom para quase todos os turistas que responderam a questão.

Mais da metade da amostra não conheceu nenhum ponto turístico da cidade, sendo que para os turistas que ficam mais de 01 dia esta porcentagem é igual a 78%,

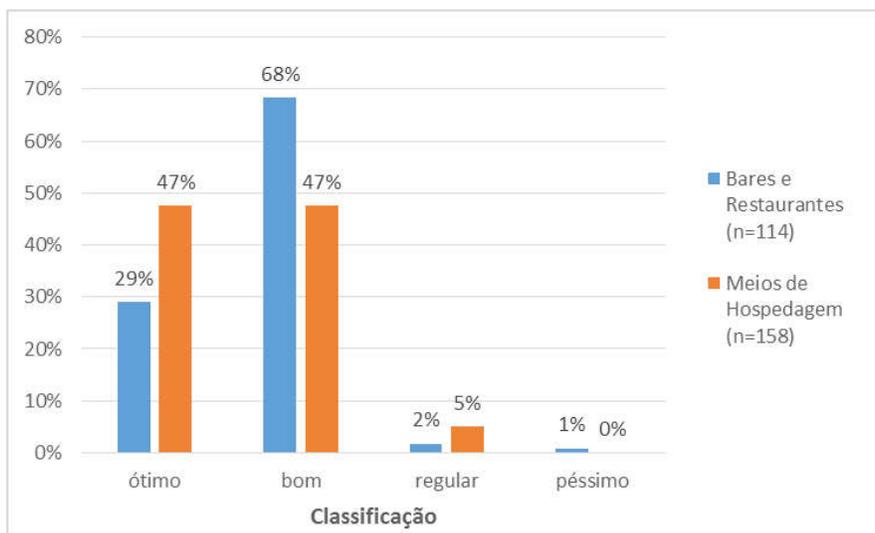
talvez pelo fato de grande parte destes estarem realmente a trabalho sem tempo para passeio.



**Figura 16 -** Porcentagens de turistas que se interessaria ou não por algum prato típico da cidade



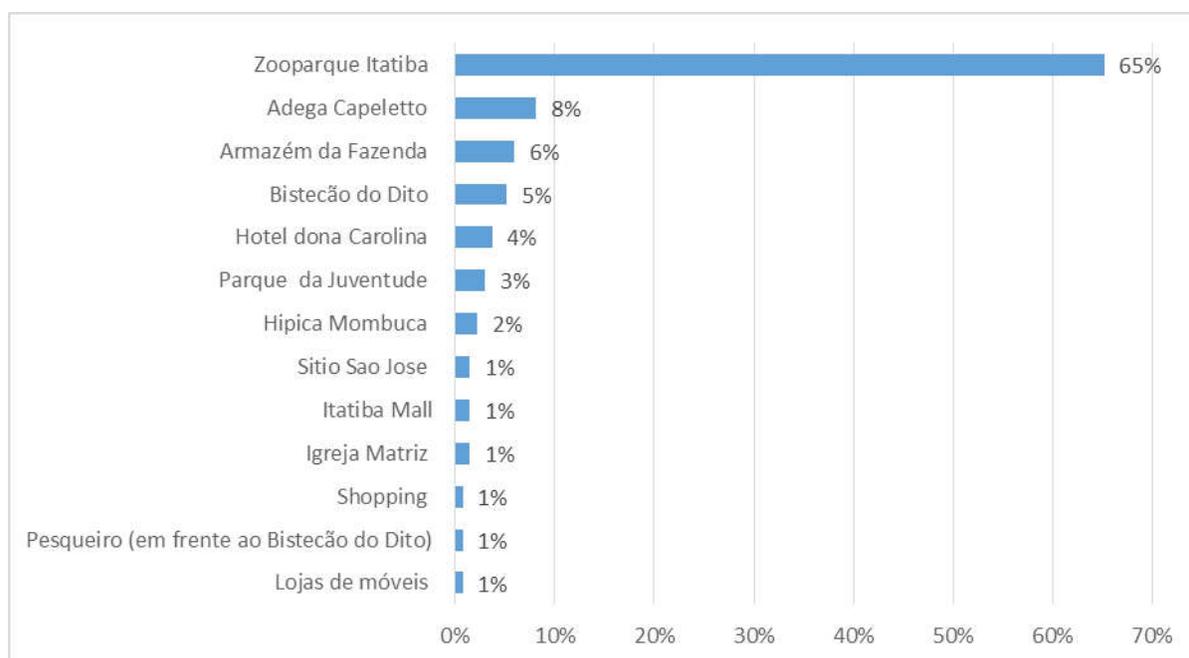
**Figura 17 -** Porcentagens de turistas que conheceu algum ponto turístico da cidade



**Figura 18 -** Porcentagens de turistas para a classificação de bares e restaurantes e de meios de hospedagem

**Tabela 11 -** Freqüências e porcentagens de resultados para o atrativo visitado (resposta múltipla)

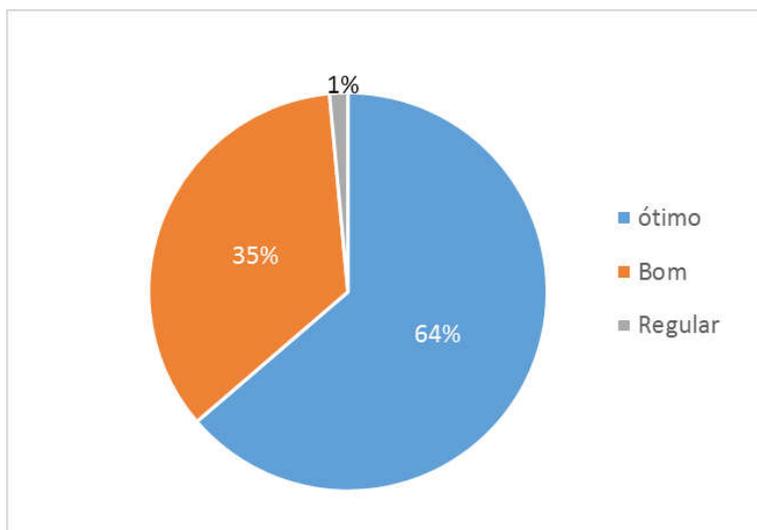
Atrativos Visitados	Total	
	n	%
Zooperque Itatiba	88	65%
Adega Capeletto	11	8%
Armazém da Fazenda	8	6%
Bistecão do Dito	7	5%
Hotel dona Carolina	5	4%
Parque da Juventude	4	3%
Hipica Mombuca	3	2%
Igreja Matriz	2	1%
Itatiba Mall	2	1%
Sítio Sao Jose	2	1%
Lojas de móveis	1	1%
Pesqueiro (em frente ao Bistecão do Dito)	1	1%
Shopping	1	1%



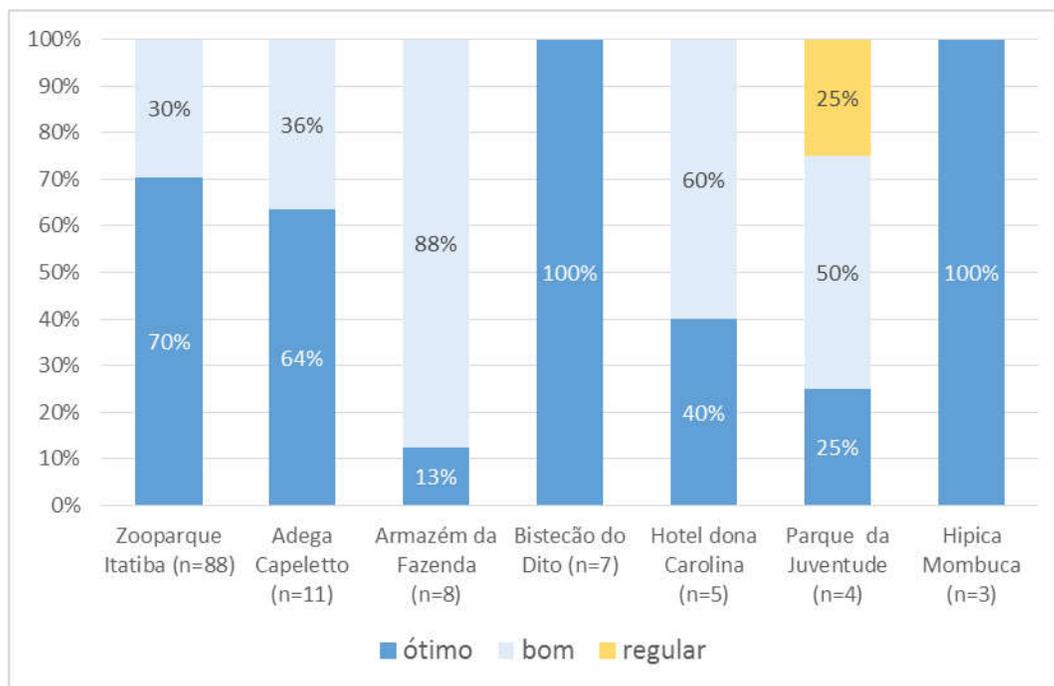
**Figura 19 -** Porcentagens de turistas que conheceu algum ponto turístico da cidade

O Zooperque foi o atrativo mais visitado pela amostra de entrevistados. Um total de 135 avaliações foram realizadas nos 13 diferentes atrativos citados. A grande maioria dos turistas achou o atrativo visitado ótimo (64%), enquanto que 35% achou o atrativo bom e apenas 1% achou o atrativo regular. Foram apenas 2 turistas que avaliaram o

atrativo como regular, um deles citando o Parque da Juventude e o outro citando o Shopping.



**Figura 20 -** Porcentagens de turistas para a avaliação do atrativo visitado



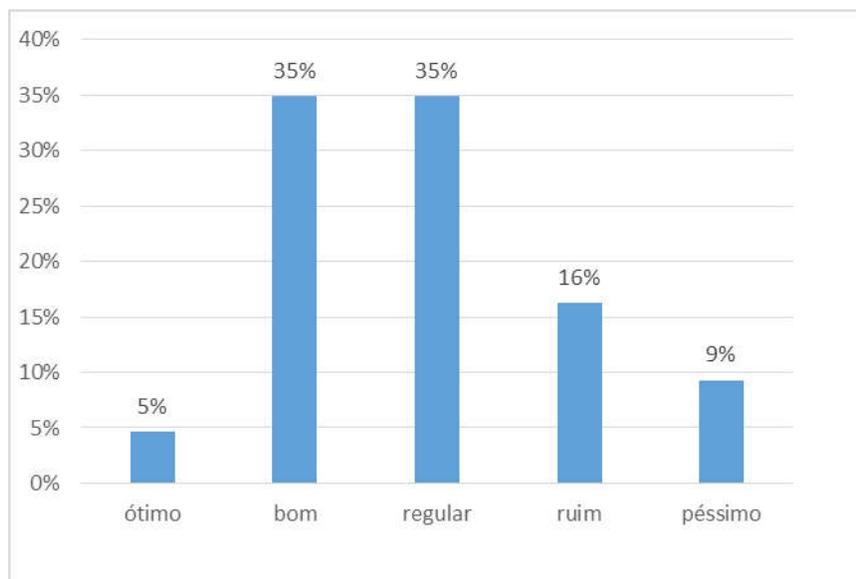
**Figura 21 -** Porcentagens da classificação por atrativo visitado

A maioria dos atrativos apresentou classificação ótima para a maioria dos turistas. O armazém da fazenda recebeu classificação apenas boa para a maioria das avaliações.



A porcentagem de turistas que não respondeu a questão sobre a classificação geral da saúde e acessibilidade foi bastante elevada, sendo igual a 85% da amostra. Desta forma apenas 43 turistas responderam a questão, portanto, os resultados a seguir devem ser interpretados com cautela.

A classificação geral da saúde e acessibilidade foi boa/ótima para 40% dos respondentes (19 turistas) e para 25% dos respondentes (9 turistas) foi ruim/péssimo.



**Figura 22 -** Porcentagens de turistas para a classificação geral da saúde/acessibilidade