

Jundiaí: Turismo em Números

Pesquisa de Perfil da Demanda e Fluxo
Turístico

2019



Diretoria de Fomento ao Turismo
Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí



TURISMO
JUNDIAÍ



Sumário

Apresentação	3
Parte I: Turismo em Jundiá – Panorama Geral	5
Infraestrutura Turística	11
Atrativos Turísticos	11
Parte II: Jundiá - Turismo em Números	12
Fluxo Turístico	12
Renda Gerada pelo Turismo	15
Parte III: Pesquisa de Perfil da Demanda Turística – Jundiá 2019	17
Etapas	17
Etapa 1 – Mapeamento	17
Etapa 2 - Validação	18
Etapa 3 – Desenvolvimento de Instrumentos de Pesquisa	19
Etapa 4 – Aplicação da Pesquisa	20
Etapa 5 – Tabulação	20
Etapa 6 – Análise de Dados	20
Principais Resultados – Perfil da Demanda Turística de Jundiá	21
Perfil do Turista/Visitante	22
Perfil da Viagem	31
Organização Turística de Jundiá	41
Considerações Finais	55
Anexo 1	56



Apresentação

O turismo é uma atividade que está em ampla ascensão e necessita, cada vez mais, de estudos específicos que atendam a evolução da própria atividade, o que inclui muitas vezes, as expectativas dos turistas frente a produtos e serviços turísticos, bem como características de fluxo turístico de uma determinada região.

A atividade tem funcionado de maneira bastante eficaz como alternativa de desenvolvimento para diferentes localidades, o que demanda ações de planejamento, para sua correta implantação e para que os resultados positivos relativos à atividade possam ser melhor aproveitados. Dentre essas ações, as pesquisas de fluxo turístico e o estudo da demanda turística podem ser importantes fontes de informação que facilitarão o trabalho de estruturação de estratégias de direcionamento do planejamento de uma região.

Uma das características da atividade turística é a especificidade de seus produtos, o que sugere que o estudo aprofundado da demanda que consumirá tais produtos poderá ser utilizado como mecanismo de planejamento do turismo.

Deste modo, o mapeamento do fluxo turístico e a pesquisa de demanda são importantes instrumentos para o desenvolvimento turístico de uma localidade, uma vez que, conhecido o perfil dos turistas e visitantes que o destino recebe, será possível a estruturação de produtos mais eficazes, eficientes e capazes de melhor atender as expectativas do turista.

Segundo Dencker (2007, p.14), “a pesquisa é uma ferramenta fundamental para a gestão de qualquer atividade, pois permite prever os impactos tanto positivos quanto negativos, norteando as ações e otimizando os investimentos”.

Destarte, conhecendo a demanda real de um destino, é possível sugerir o dimensionamento da oferta turística da região de maneira planejada, para fomentar o desenvolvimento da atividade turística.

A partir deste conjunto de preceitos e a fim de consolidar informações relativas ao fluxo turístico local, bem como ao perfil do turista que está em Jundiaí, tem sido realizada, a cada dois anos, a Pesquisa de Perfil da Demanda Turística e, anualmente, o estudo do Fluxo Turístico da Cidade. A pesquisa de Perfil da Demanda, tem como objetivo mapear informações relevantes relativas ao perfil do turista/visitante que se encontra na cidade para, a partir destas informações,



direcionar ações mais efetivas de *marketing*, tendo como foco o desenvolvimento de novos produtos, divulgação e promoção direcionada, bem como o aperfeiçoamento dos produtos existentes.

A Pesquisa de Demanda Real¹ busca identificar características e hábitos de consumo de turistas que já estão na localidade, ou seja, já consomem e conhecem o produto turístico ao qual a pesquisa se refere, enquanto o Estudo de Fluxo Turístico dimensiona o fluxo existente no município e seus impactos na economia local. Este documento, por sua vez, contempla os principais resultados de ambos os estudos.

A primeira parte apresenta um Panorama do Turismo em Jundiaí, objetivando contextualizar o cenário onde ambos os estudos foram efetivamente realizados.

A segunda parte traz os principais números relativos ao Fluxo Turístico da cidade, identificando número de turistas recebidos ao longo do ano e o crescimento identificado entre os anos de 2013 e 2019.

O estudo do fluxo turístico se encerra com a projeção de renda gerada pela área de turismo ao longo de 2019, renda esta injetada na economia da cidade e que impacta diretamente de maneira positiva o município.

A terceira parte deste documento, por sua vez, apresenta todos os resultados relativos à Pesquisa de Perfil da Demanda Turística de Jundiaí – 2019, realizada pela Diretoria de Turismo. Dentre os principais resultados, são abordados o perfil do visitante que está em Jundiaí, seus hábitos de consumo, o perfil da viagem à Jundiaí e a percepção deste turista com relação à organização turística da cidade.

¹ **Pesquisa de Demanda Real:** Pesquisa realizada com pessoas que consomem efetivamente um determinado produto, serviço ou destinação turística, tendo, portanto, capacidade de avaliação relativa a percepção do destino, qualificação de atrativos e infraestrutura.



Parte I: Turismo em Jundiaí – Panorama Geral

Localizada a pouco mais que 50 km da capital paulista, Jundiaí é um dos municípios mais importantes do Estado de São Paulo. É uma das maiores cidades do Estado, sendo a 59ª maior do Brasil, maior que quatro capitais estaduais.

Com mais de 350 anos de sua fundação, a cidade, hoje com aproximadamente 418.962 mil habitantes (IBGE 2019), possui mais de 2600 indústrias, entre elas inúmeras multinacionais de alta tecnologia. No entanto, mesmo com todo o progresso pelo qual a antiga vila passou, a cidade não perdeu suas características de cidade do interior, sendo ainda conhecida pela produção de frutas e pela vida rural em geral.

Com um centro urbano bastante desenvolvido, Jundiaí oferece todos os serviços considerados relevantes em uma cidade de médio porte, destacando-se por um comércio forte e bem estruturado, composto por um centro bem organizado e quatro *shoppings*. A cidade é considerada, atualmente, a 7ª economia do Estado de São Paulo e uma das principais do país, além de ser reconhecida como a cidade que possui um dos melhores Índices de Desenvolvimento Humano de São Paulo.



Matriz Nossa Senhora do Desterro

Construída no local onde esteve a primeira capela de Jundiaí, foi reformada pelo Arquiteto Ramos de Azevedo.

Jundiaí também é reconhecida pelas festas. A Festa da Uva, cuja primeira edição aconteceu em 1934 é famosa nacionalmente. A cidade foi berço do desenvolvimento espontâneo, por meio de uma mutação genética, da uva Niágara Rosada, a uva de mesa mais consumida no país.



Diretoria de Fomento ao Turismo
Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

O calendário de eventos é ainda complementado por inúmeras outras festas e eventos como a Festa Italiana, integrante do calendário oficial de eventos do Estado de São Paulo, a Festa Portuguesa, a Festa do Vinho Artesanal e tantas outras atividades realizadas em vários bairros da cidade, guardando assim a tradição da vivência em comunidade e um pouco do jeito caipira de viver, típico das pequenas cidades do interior.

6

**Museu da Companhia Paulista e Acervo das
Antigas Oficinas**

A história da Ferrovia contada com uma breve
viagem no tempo.



Além das Festas, que movimentam verdadeiras multidões de participantes e turistas que vem a cidade, Jundiaí ainda destaca-se por seus inúmeros atrativos de natureza cultural, como os museus, prédios históricos e igrejas e ainda pelos atrativos naturais, em especial em função de possuir grande parte das terras da Serra do Japi, considerada patrimônio natural brasileiro e declarada pela UNESCO, em 1992, como Reserva da Biosfera, e que guarda em si, além de uma

fauna e flora extremamente importante, rica e variada, a segunda maior diversidade de borboletas do planeta.



Serra do Japi
Vista Aérea



Diretoria de Fomento ao Turismo
Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiá

Entre suas matas e cachoeiras, trilhas ecológicas proporcionam a oportunidade de se conhecer um verdadeiro tesouro nacional e ainda aprender-se muito com relação à conservação e preservação do meio ambiente, em passeios orientados, monitorados e embasados pelos princípios da educação ambiental.

7

Fazenda Ermida

Totalmente restaurada, foi residência de Eloy Chaves, considerado o pai da previdência social no Brasil.



Em meio a tantas opções, os atrativos rurais recebem enorme destaque. O dia-a-dia do campo, as tradições, a culinária e as frutas frescas, colhidas direto do pé, são alguns dos atrativos cercados pela hospitalidade tão característica da roça, que podem ser vistos nos roteiros rurais de Jundiá, que se completam pelas adegas de produção de vinho artesanal e pela cultura italiana presente na região, pelos causos, pelas paisagens, pelos sons e pelos aromas dos pratos feitos no fogão à lenha, dos doces, de bolos e pães fresquinhos, servidos junto ao café feito na hora.

A maneira artesanal de produzir vinhos, toda a história da imigração italiana, a tradição das famílias que primeiro se instalaram na região de Jundiá são alguns dos segredos que as adegas de vinho jundienses guardam para os visitantes e que se comportam também como importantes atrativos na cidade.

A gastronomia jundiense é igualmente fator de destaque. Com mais de três centenas de restaurantes das mais variadas cozinhas e tipos de serviços, a rede gastronômica jundiense agrada a todos os paladares.



Diretoria de Fomento ao Turismo
Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

8



Vinho Artesanal Adega Beraldo Di Cale

Uma das 21 adegas existentes na cidade

Restaurantes das mais diferentes nacionalidades, como italianos, alemães, japoneses, chineses, mexicanos, árabes entre outros, são complementados por restaurantes de especialidades, como as carnes nobres, picanha, peixes, restaurantes rurais, além de bares variados, casas noturnas, restaurantes de categoria e cardápio internacional, pizzarias, churrascarias e rodízios. Opções para todos os gostos são a marca da gastronomia de Jundiaí.

Produção de Uva Niágara Rosada
Sítio produtivo com realização de Colha
e Pague





A maneira artesanal de produzir vinhos, toda a história da imigração italiana, a tradição das famílias que primeiro se instalaram na região de Jundiá são alguns dos segredos que as adegas de vinho jundienses guardam para os visitantes e que se comportam também como importantes atrativos na cidade.

A gastronomia jundiense é igualmente fator de destaque. Com mais de três centenas de restaurantes das mais variadas cozinhas e tipos de serviços, a rede gastronômica jundiense agrada a todos os paladares.

A Rede Hoteleira também merece destaque, em especial por continuar crescendo de forma significativa. Atualmente, a cidade conta com 18 meios de hospedagem de diferentes naturezas, atendendo os mais variados perfis de público e, é importante mencionar, a ocupação vem crescendo também de forma significativa.



Cachoeira da Serra do Japi

A área de turismo, com todas estas características identificadas, vem tomando uma nova importância no universo econômico da cidade. Há quinze anos, a cidade pouco oferecia em termos de infraestrutura turística e o segmento não possuía grandes significação ou relevância. Atualmente, esta situação se alterou. Jundiá já possui inúmeros roteiros turísticos.

Diferentes segmentos do turismo estão se organizando: a cidade já integra, desde 2002, o Circuito das Frutas, e novos investimentos vêm surgindo, objetivando fortalecer ainda mais as atividades no setor.



Diretoria de Fomento ao Turismo
Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiá

Fazenda Nossa Senhora da Conceição

Produtora de café, com sede do século XIX, abriga Museu do Café, restaurante e apresenta ao visitante todo o ciclo cafeeiro.



10

Inúmeras ações focadas no fomento da atividade turística têm sido realizadas e, dentre estas, destacam-se projetos direcionados ao incentivo à produção artesanal local, desenvolvimento de novos produtos turísticos, em especial vinculados ao turismo rural e a estruturação de seis rotas turísticas no município.

Jundiá conta, atualmente, com um fluxo já consolidado de turistas, um conjunto expressivo de atrativos turísticos das mais diversas naturezas, um conjunto de equipamentos turísticos, que incluem meios de hospedagem, serviços de alimentação e Centro de Informações Turísticas consolidados, atendimento médico emergencial qualificado, abastecimento de água e coleta de resíduos, inclusive com um dos modelos referenciais de coleta seletiva do País.

Atualmente, os principais segmentos de turismo em atividade na cidade são o Turismo Cultural, Eventos, Gastronômico, Rural e o Ecoturismo, além do Turismo de Negócios.



Infraestrutura Turística

Tabela 1. Infraestrutura turística em números

Meios de Hospedagem	18 (cerca de 1484 unidades habitacionais)
Empreendimentos de Alimentação Fora do Lar	435 empreendimentos categoria turística (empreendimentos de alimentação avaliados e com infraestrutura adequada para atendimento ao turista)
Agências de Turismo	69 agências
Agências de Turismo Receptivo/Rural	3 agências
Transportadoras Turísticas	25 transportadoras
Centro de Informações Turísticas	1 Centro de Informações

Atrativos Turísticos

Tabela 2. Atrativos Turísticos em números

Adegas	21 adegas
Museus	10 museus
Atrativos Turísticos	126 atrativos
Parques	7 parques
Fazendas (com estrutura para recepção turística)	5 fazendas
Sítios Produtivos/Empreendimentos com atividades de turismo rural	86 sítios



Parte II: Jundiaí - Turismo em Números

O turismo em Jundiaí tem crescido de maneira significativa nos últimos tempos. Investimentos realizados pela iniciativa privada, paralelos a projetos de fomento e divulgação, sob responsabilidade do poder público, tem facilitado o crescimento do setor.

De acordo com pesquisas realizadas pela Diretoria de Turismo, o fluxo de turistas que visita o município, em especial aos finais de semana, vem crescendo de forma significativa. Muitos turistas provenientes da cidade de São Paulo, Grande São Paulo, Campinas, ABC Paulista e Litoral Paulista deslocam-se para Jundiaí, predominantemente para as áreas rurais, em busca dos atrativos como adegas tradicionais e o vinho produzido na cidade, compra de frutas direto do produtor e restaurantes diferenciados. Além do fluxo de turismo de lazer, há de se destacar também ao turismo de negócios. A cidade, com um distrito industrial formado por mais de 2.600 empresas e com um dos maiores centros logísticos e de distribuição da América Latina, atraiu ao longo de todo o ano um número enorme de empresários, profissionais técnicos, representantes e vários outros perfis profissionais que lotam a hotelaria local durante os dias de semana. Jundiaí conta, atualmente, com um fluxo já consolidado de turistas.

O Inventário da Oferta Turística e o Plano de Desenvolvimento Turístico encontram-se devidamente revisados e atualizados e o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, ativo – com realização de reuniões mensais - e formado em quase 70% por representantes da iniciativa privada dos diversos segmentos do turismo.

Todas estas informações consolidam a cidade como um importante Destino Turístico, de representatividade regional e estadual, o que pode ser também comprovado pelos dados a seguir:

Fluxo Turístico

Atualmente, somando-se o fluxo de turismo de lazer e turismo de negócios, Jundiaí recebeu mais de 1 milhão de turistas em 2019.



Foram, somente em 2019, 366.805 turistas de negócios e 706.387 turistas de lazer, conforme levantamento realizado pela Diretoria de Turismo, com base no fluxo turístico identificado na Festa da Uva 2019, nas principais regiões e atrativos turísticos da cidade e a partir de informações colhidas nos meios de hospedagem do município.

Tabela 1: Fluxo de Turistas em Jundiá – 2013 - 2019

Número de Turistas	de	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Turista de Negócios	de	148892	120830	130496	145372	189045	195355	366.805
Turista de Lazer/Rural	de	238422	339000	401000	510000	535000	592203	706.387
Total		387314	459830	531496	657388	724045	787558	1.073.192

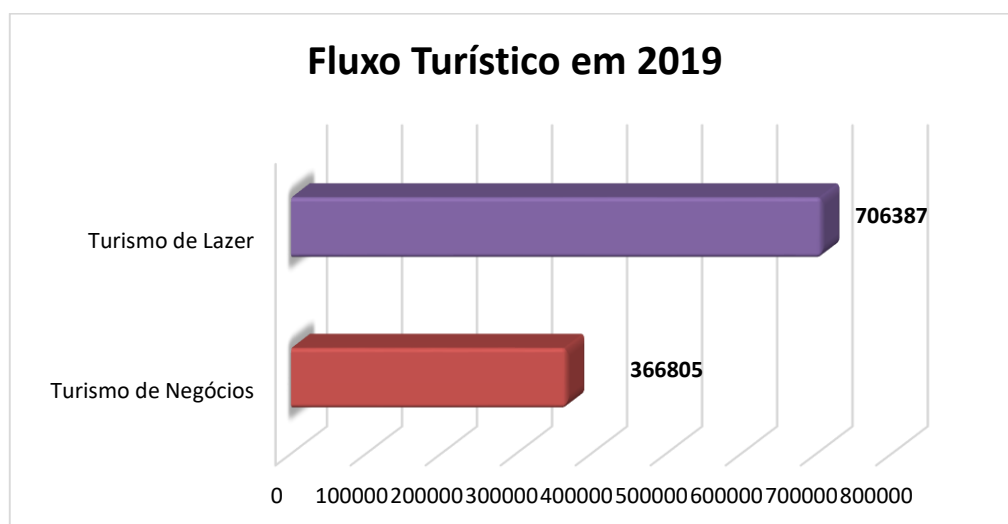


Gráfico 1. Fluxo Turístico 2019

O fluxo turístico da cidade tem crescido de maneira significativa. Um crescimento de aproximadamente 28% no número de turistas entre os anos de 2018 e 2019 é uma efetiva demonstração deste processo de consolidação de Jundiá enquanto destino turístico, bem como reflexo das diversas ações de fomento realizadas com o objetivo de fortalecer o segmento como um todo.

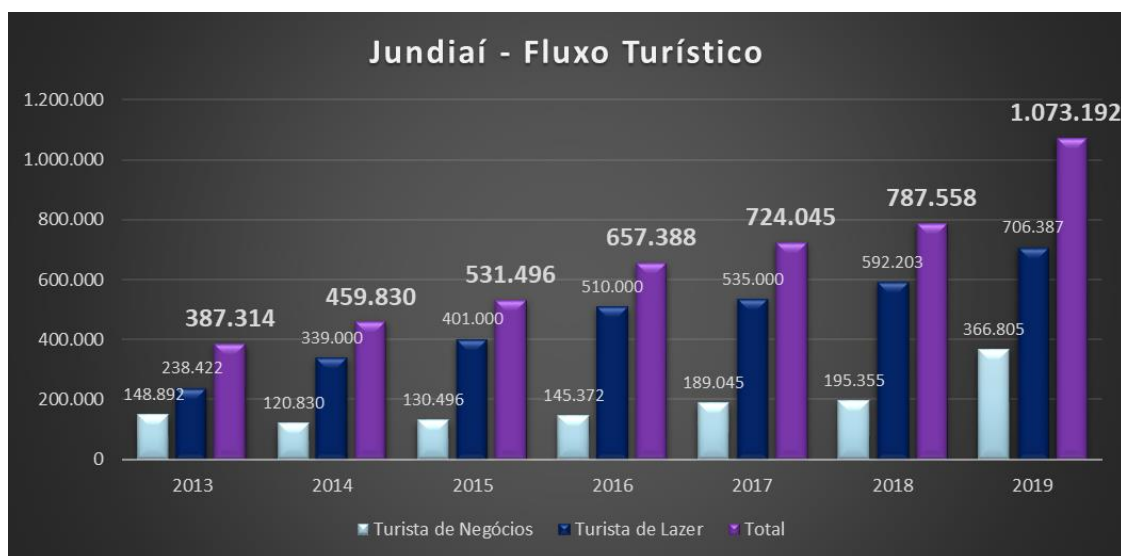


Gráfico 2. Evolução do Fluxo Turístico

Embora o Turismo de Negócios seja, historicamente, um gerador massivo de fluxo para o município, haja vista o já comentado parque industrial e potencial logístico existente na cidade, o turismo de lazer tem se consolidado e ampliado seu fluxo.

Eventos como a Festa da Uva, Festa Italiana, Feira da Amizade entre tantas outras festas tradicionais de menor porte e ainda a ampliação e qualificação dos atrativos turísticos tem contribuído significativamente neste sentido.

A gastronomia e a produção de vinho, tradicionalmente características de Jundiaí complementam os fatores motivadores para este fluxo que tem crescido de maneira relevante. A estruturação de novos empreendimentos na Serra do Japi, aproveitando o potencial deste que é um dos principais patrimônios naturais do Estado, com foco no oferecimento de possibilidade de realização de passeios, trilhas e outras atividades também têm se convertido em um importante núcleo de recepção de turistas.

Em termos de hospedagem, os números são também bastante significativos.

A taxa média de ocupação dos hotéis, registrada em 2019, foi de 62,4%.



Tabela 2: Diárias – Meios de Hospedagem

Unidades Habitacionais ²	1484 UH's
Taxa Média de Ocupação dos Meios de Hospedagem 2019	62,4%

Renda Gerada pelo Turismo

É sabido que estes turistas são responsáveis por uma sensível injeção de recursos na economia do município.

Em média, conforme dados do Ministério do Turismo, um turista de negócios tem um gasto diário de U\$ 120 enquanto turistas de lazer gastam U\$ 70,53. Ainda conforme dados do Ministério do Turismo, o turista de negócios tem permanência média de 3 dias no destino, enquanto o turista de lazer permanece 1 dia. Levando em consideração estes dados, é possível projetar que somente em 2019, foram injetados **U\$ 181.871.275,11** na economia da cidade, a partir dos gastos dos turistas que estiveram em Jundiaí ao longo do ano.

Tabela 4: Renda Direta Gerada pelo Turismo - 2019

Tipo de Turista	Permanência	Gasto médio/dia	Renda Gerada
Turista de Negócios	1.100.415 diárias	U\$ 120	\$ 132.049.800,00
Turista de Lazer/Rural	706.387 diárias	U\$ 70,53	\$ 49.821.475,11
Total			\$ 181.871.275,11

² O Regulamento dos Meios de Hospedagem, do Ministério do Turismo, define unidade habitacional (UH) como o espaço destinado à utilização pelo hóspede, para seu bem-estar, higiene e repouso, caracterizando dois tipos de UH's: Apartamento com, no mínimo, quarto de dormir de uso exclusivo do hóspede, com local apropriado para guarda de roupas e objetos pessoais, servido de banheiro privativo e suíte, constituída de apartamento, acrescido de sala de estar.



Diretoria de Fomento ao Turismo
Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

Em termos de distribuição, sabe-se que 40% do percentual gerado é direcionado a salários e encargos, 30% representa custos de matéria prima, 15% são revertidos para impostos e taxas e 15% representam, em média, o lucro dos empreendimentos.



Parte III: Pesquisa de Perfil da Demanda Turística – Jundiá 2019

Para fins de complementação dos estudos relativos ao fluxo turístico do município, foi realizada a atualização da Pesquisa de Perfil da Demanda Turística de Jundiá – 2019.

A pesquisa foi realizada pelo Departamento de Turismo, nos meses de janeiro, fevereiro, outubro, novembro e dezembro de 2019, tendo sido aplicada em 21 pontos diferentes, incluindo a Festa da Uva, dois meios de hospedagem, dez atrativos turísticos e oito restaurantes, selecionados por receberem, predominantemente, turistas.

Foram aplicados 129 formulários.

Etapas

A Pesquisa de Perfil da Demanda para fins metodológicos, foi dividida em algumas etapas operacionais, objetivando um melhor aproveitamento do processo de elaboração, aplicação, tabulação e análise de dados.

Etapa 1 – Mapeamento

O desenvolvimento do trabalho iniciou-se com o mapeamento dos pontos a serem pesquisados, tendo sido realizado levantamento dos meios de hospedagem existentes no município, bem como dos atrativos com potencial para recepção de um número mais significativo de turistas, a serem posteriormente pesquisados.

Como resultado desta etapa, tivemos o apontamento dos seguintes locais de pesquisa:



Tabela 3. Pontos de Pesquisa

Atrativos Turísticos	Adega Brunholi
	Adega e Cervejaria Galvão
	Adega Marquesim
	Adega Maziero
	Adega Vendramin
	Casa Cereser
	Festa da Uva
	Museu do Vinho – Família Brunholi
	Pavan Boutique do Porco
	Por Falar em Uva
	Vinícola Castanho
Alimentação	Bar do Mingo
	Japiapé Restaurante e Turismo
	Kiosque da Roseira
	Recanto Marquezin
	Restaurante Família Brunholi
	Restaurante Spiandorello
	Restaurante Vendinha do Alto
	Sítio Fontebasso
Meios de Hospedagem	Convenience Hotel
	Hotel Maria Luiza

Etapa 2 - Validação

Desta etapa fez parte o processo de validação dos empreendimentos/atrativos a serem pesquisados junto a Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo.

Nesta etapa foram também identificados os melhores momentos para a realização da pesquisa – se durante a semana ou finais de semana ou ainda os horários a serem aplicados os questionários, - bem como forma de abordagem para diferentes perfis de meios de



hospedagem, diferenciando características dos mesmos, em especial, com relação ao público-alvo predominante em cada um dos locais de pesquisa.

Além disso, foram colhidos os principais direcionamentos para a estruturação dos instrumentos de pesquisa a serem utilizados no levantamento de informações, tendo sido, ainda, definidas a metodologia de aplicação destes instrumentos para os diferentes públicos a serem abordados durante o trabalho realizado.

Etapas 3 – Desenvolvimento de Instrumentos de Pesquisa

Nesta etapa foi desenvolvido o instrumento de pesquisa a ser utilizado, que se trata do questionário de Perfil da Demanda, aplicado por meio de entrevista diretamente junto aos turistas e visitantes. O modelo de questionário encontra-se disponível em anexo a este documento (Anexo 1).

Este questionário foi estruturado em três partes.

A primeira parte objetivou traçar o perfil socioeconômico do turista que visita à cidade, com o levantamento de informações de natureza demográfica.

A segunda etapa teve como objetivo levantar informações específicas relativas ao perfil da viagem, tendo sido identificados elementos como meio de transporte utilizado, forma de organização da viagem, média de gastos diária, motivo da viagem, período de visita, fonte de informações sobre a cidade, etc.

A terceira parte do questionário abordou informações relativas à qualificação da organização turística do município, identificando a percepção do turista com relação à infraestrutura turística de Jundiá.

Embora tenha sido considerado um questionário extenso, o instrumento foi elaborado objetivando aproveitar da melhor forma a pesquisa e a abordagem realizada junto ao turista, para fins de oferecer, a partir das informações coletadas, um conjunto mais completo e embasado de subsídios para o planejamento turístico da cidade.



Etapa 4 – Aplicação da Pesquisa

As pesquisas foram aplicadas durante os meses de janeiro, fevereiro, outubro, novembro e dezembro de 2019. As pesquisas foram aplicadas por meio de entrevista direta.

20

Etapa 5 – Tabulação

A tabulação relativa à Pesquisa de Perfil da Demanda foi realizada no mês de março de 2020. A partir da tabulação, foram desenvolvidos os gráficos relativos aos resultados do Perfil do Turista que visita Jundiaí, que serão apresentados a seguir.

Etapa 6 – Análise de Dados

Após o processo de tabulação, os dados foram organizados e analisados, além das informações colhidas terem sido cruzadas entre si e com outras informações relativas aos estudos do Panorama do Turismo em Jundiaí, objetivando, a partir da avaliação dos dados, que fosse produzido um relatório capaz de munir e subsidiar o processo de planejamento turístico, bem como a atualização do Plano de Desenvolvimento Turístico da Cidade.



Principais Resultados – Perfil da Demanda Turística de Jundiaí

Para fins de alinhamento metodológico, a questão inicial da Pesquisa de Perfil da Demanda objetivou identificar uma informação bastante importante com relação ao entrevistado. Foi necessário identificar se a abordagem estava sendo realizada com um turista hospedado na cidade ou região ou se se tratava de um visitante.

A proximidade de Jundiaí com a cidade de São Paulo, o maior centro emissor de turistas da América Latina, unido ao fato do município ser atendido por duas das melhores rodovias do Brasil, as Rodovias Anhanguera e Bandeirantes, facilita significativamente o deslocamento do paulistano para esta região, o mesmo acontecendo com o público residente nas regiões metropolitanas de Campinas e Sorocaba e, em menor proporção, com visitantes da região de São José dos Campos e do Litoral de São Paulo.

Essa característica faz com que, todos os finais de semana, um enorme fluxo de visitantes esteja em nossa cidade para usufruir dos diversos atrativos vinculados à gastronomia local, a produção de vinhos, à produção de frutas, entre outras atrações.

Este visitante passa o dia no município, usufrui dos atrativos e, ao final do dia, retorna ao núcleo emissor, que é, predominantemente, a cidade de São Paulo e cidades do entorno, incluindo Grande São Paulo e ABC Paulista, cidades do interior e das referidas regiões metropolitanas anteriormente mencionadas.



Perfil do Turista/Visitante

Tabela 4. Percentual de Turistas e Visitantes

Turistas/Visitantes	
Turista	36%
Visitante	74%

22

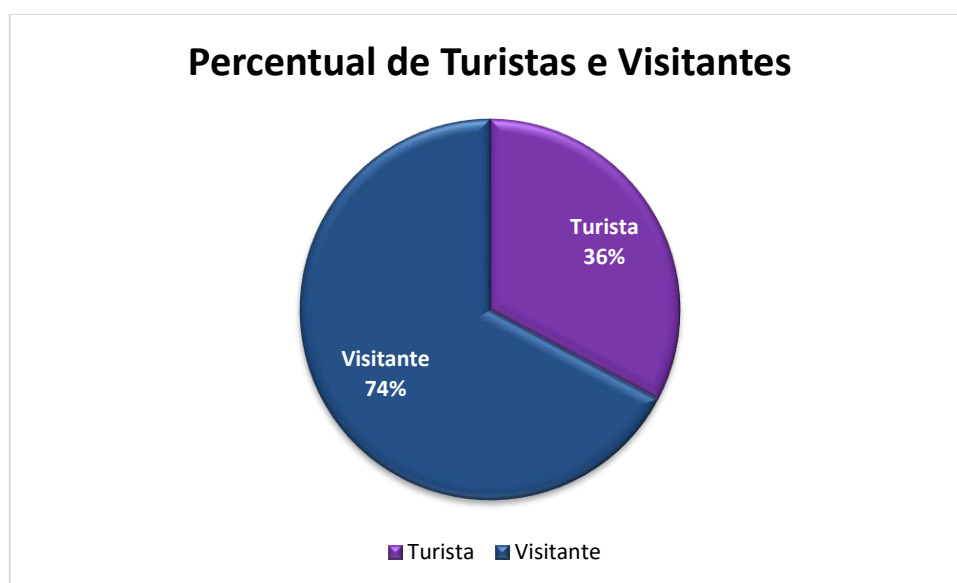


Gráfico 3. Percentual de Turistas e Visitantes

Após a identificação de turistas e visitantes, a pesquisa direcionou-se a traçar o perfil do entrevistado, mapeando características do mesmo.

A primeira questão dessa etapa teve como objetivo identificar o sexo dos entrevistados, tendo sido percebido que há um equilíbrio neste sentido, com a predominância do sexo feminino, conforme tabela e gráficos a seguir.

Tabela 5. Sexo dos Entrevistados

Sexo	
Feminino	66%
Masculino	34%

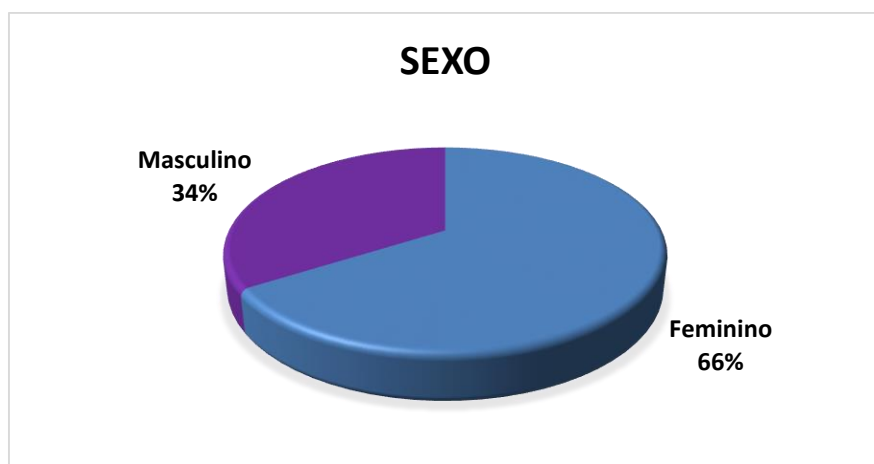


Gráfico 4. Sexo dos Entrevistados

A seguir, foi identificada a procedência dos turistas/visitantes. 33% dos entrevistados provém da Capital Paulista enquanto 30% vem da Grande São Paulo. Há um fluxo significativo de pessoas de outras cidades do interior do Estado de São Paulo, representando 29% dos entrevistados. Importante salientar a presença de 6% de turistas de outros estados e 1% de estrangeiros entre os turistas abordados ao longo da pesquisa.

Tabela 6. Procedência

Procedência	
São Paulo	33%
Grande São Paulo	30%
Interior de SP	29%
Outros Estados	6%
Litoral Paulista	2%
Outros Países	1%

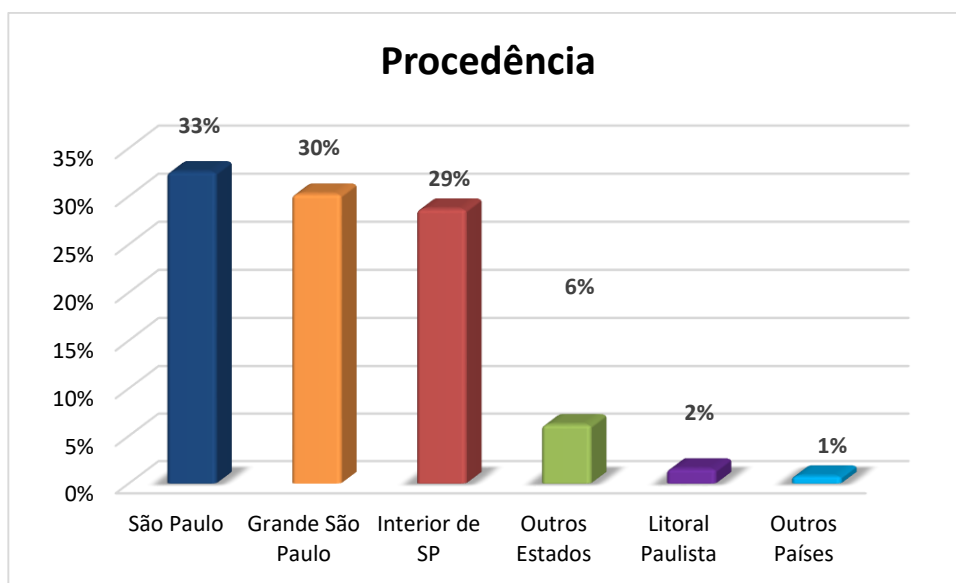


Gráfico 5. Procedência

Com relação à faixa etária dos entrevistados, identificou-se uma predominância de jovens adultos entre os mesmos. 58% dos entrevistados encontram-se na faixa dos 25 aos 44 anos.

Tabela 7. Faixa Etária,

Faixa Etária	
18-24	2%
25-34	23%
35-44	35%
45-59	30%
60-75	9%
+ de 75	1%

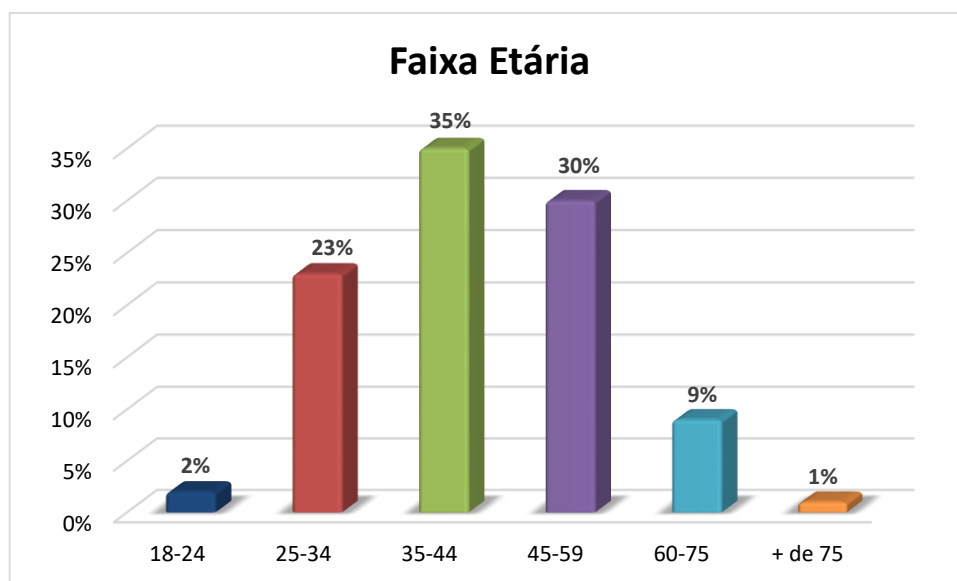


Gráfico 6. Faixa Etária dos Entrevistados

Com relação à escolaridade, pode-se perceber que a maior parte dos entrevistados possui nível superior, sendo que 25% possui pós-graduação. A soma das duas categorias alcança os 71%, demonstrando que o turista/visitante possui um alto nível em termos de formação.

Tabela 8. Escolaridade

Escolaridade	
Ensino Fundamental	3%
Ensino Médio	26%
Ensino Superior	46%
Pós-Graduado	25%

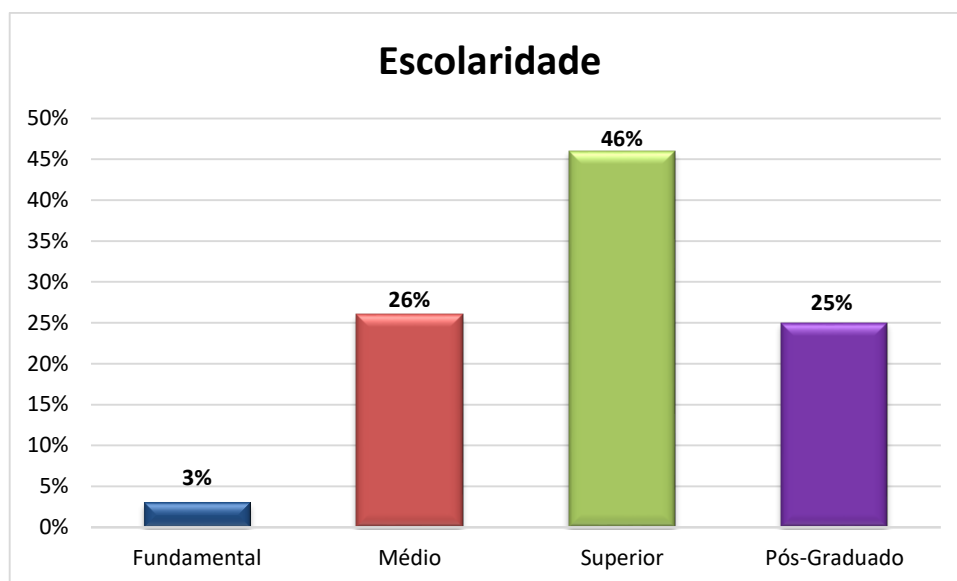


Gráfico 7. Nível de Escolaridade dos Entrevistados

Com relação ao estado civil dos entrevistados, como demonstrados na tabela e gráfico a seguir, a maior parte dos entrevistados é casada.

Tabela 9. Estado Civil

Estado Civil	
Casado	64%
Solteiro	27%
Viúvo	5%
Separado / Divorciado	4%

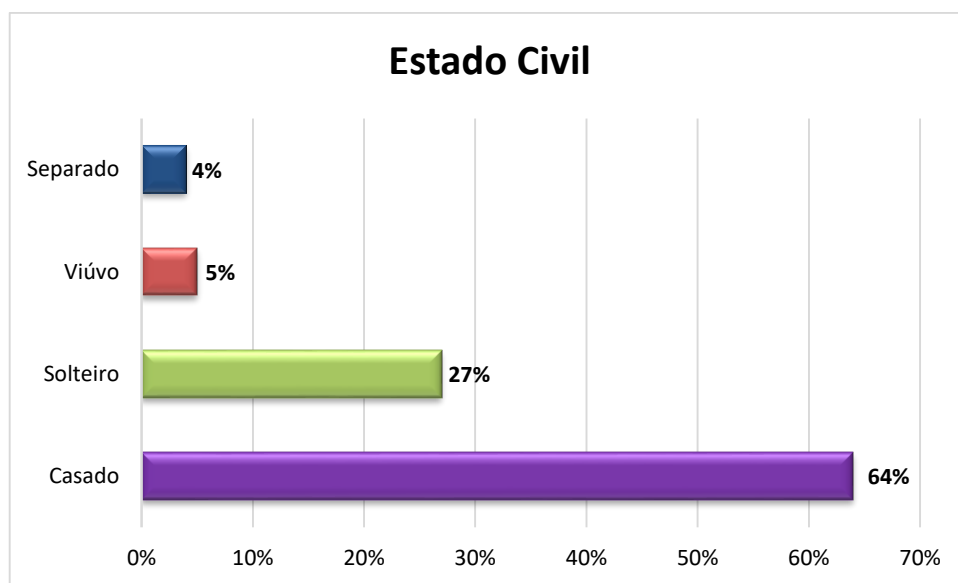


Gráfico 8. Estado Civil

Os entrevistados foram questionados, para fins de planejamento, se possuíam filhos. Apenas 39% dos entrevistados declarou não ter filhos.

Tabela 10. Filhos

Filhos	
Não possui filhos	39%
Possui 1 filho	28%
Possui 2 filhos	22%
Possui 3 filhos	9%
Possui 4 ou mais filhos	2%

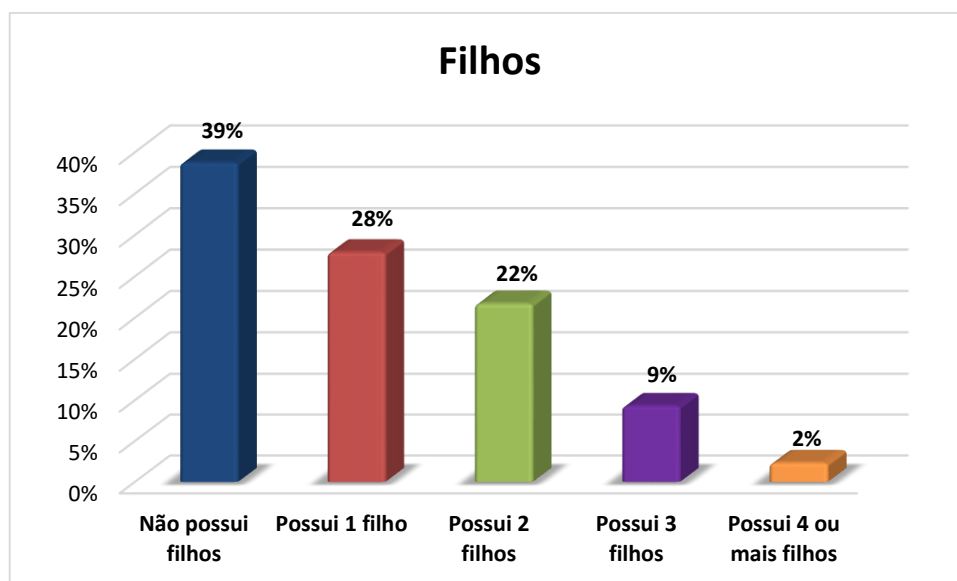


Gráfico 9. Filhos

Ainda para fins de identificação do perfil do turista, os entrevistados foram questionados com relação a sua profissão. Importante salientar que há uma enorme variação de profissões identificadas ao longo da pesquisa, como apresentado na tabela a seguir:

Tabela 11. Profissão

Profissão	
Professor	12%
Área da Saúde	10%
Aposentado	9%
Área Administrativa	9%
Do Lar	5%
Funcionário Público	5%
Empresário	5%
Área comercial	5%
Engenheiro	4%
Área da Informática / TI	2%
Área Contábil	2%



Comerciante	2%
Estudante	2%
Advogado	2%
Cozinheira	2%
Turismólogo	2%
Manicure	2%
Consultor	2%
Secretaria	2%
Outros	17%

Para finalizar o perfil do turista/visitante entrevistado, foi identificada a renda mensal dos mesmos, conforme apresentado a seguir.

Importante salientar que, de modo geral, 69% tem uma renda mensal entre três e dez salários mínimos.

Tabela 12. Renda Mensal

Renda Mensal	
1 a 3 SM	19%
3 a 5 SM	33%
5 a 10 SM	36%
10 a 20 SM	9%
Mais de 20 SM	2%
Não declarou	2%

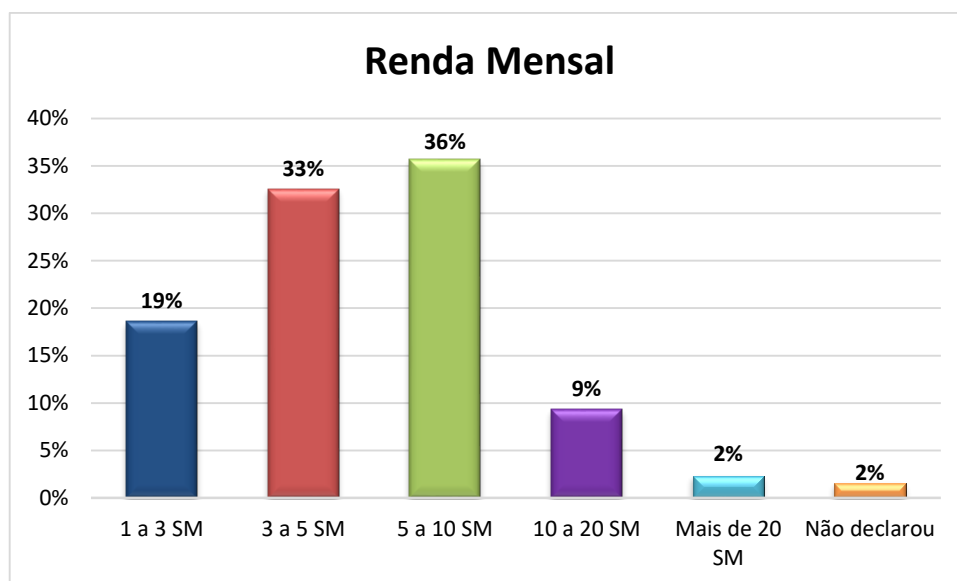


Gráfico 10. Renda Mensal do Turista/Visitante

O mapeamento relativo à renda média dos entrevistados encerrou as questões relacionadas ao Perfil do Turista.



Perfil da Viagem

A segunda etapa da pesquisa objetivou traçar o perfil da viagem à Jundiá. Esta etapa identificou informações como o motivo da viagem, forma de organização, tipo de meio de hospedagem utilizado entre outras informações relevantes para fins de planejamento.

Inicialmente, mapeou-se o motivo da viagem do turista/visitante entrevistado.

Tabela 13. Motivo da Viagem

Motivo da Viagem	
Festas	46%
Lazer	15%
Conhecer os Atrativos da Cidade	13%
Visitar Amigos / Parentes	10%
Gastronomia	6%
Negócios	5%
Turismo Rural	3%
Outros	2%
Compras	1%

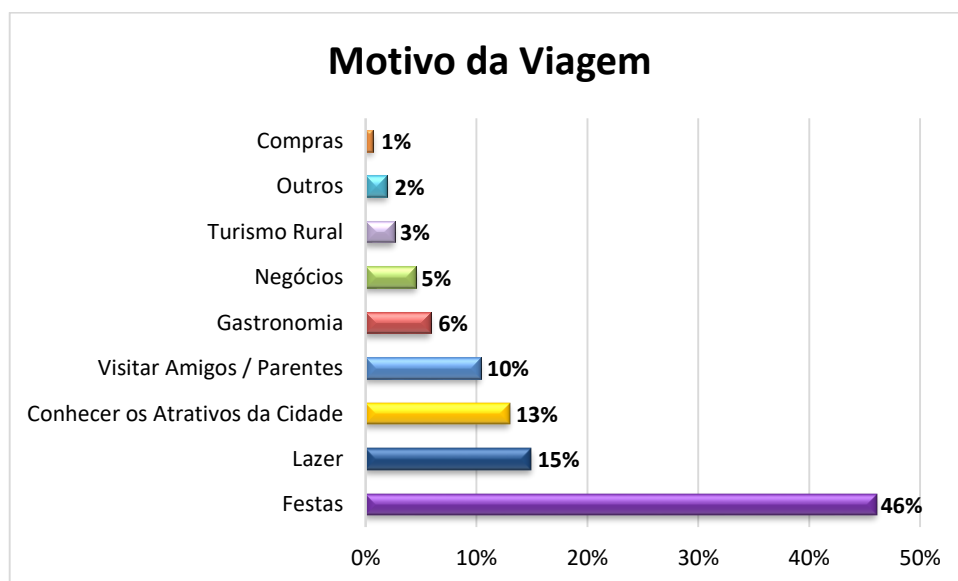


Gráfico 11. Motivo da Viagem



A pesquisa demonstrou que a maioria dos entrevistados visitam a cidade em virtude das atividades relacionadas ao lazer e turismo. A visita a amigos e parentes também representa uma motivação expressiva para a visita à cidade. Uma vez que as pesquisas foram realizadas em atrativos turísticos, em meios de alimentação e meios de hospedagem, identificou-se que mesmo o turista que vem para a casa de amigos e parentes, usufrui da infraestrutura turística da cidade.

Com relação ao tempo de permanência médio, 74% passa o dia na cidade, enquanto 11% permanece durante o final de semana.

Tabela 14. Tempo de Permanência

Tempo Médio de Permanência na Cidade	
Um dia	74%
Dois dias	9%
Final de semana	11%
Uma semana	2%
Mais de uma semana	4%

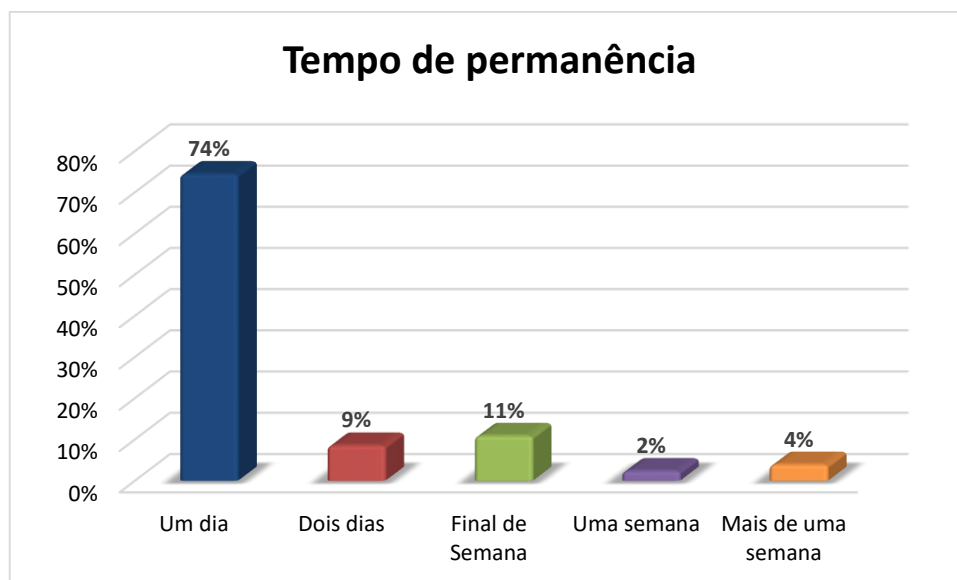


Gráfico 12. Tempo Médio de Permanência na Cidade



Com relação à Média de Gastos diária por turista, incluindo hospedagem, alimentação e compras, percebeu-se que mais de 29% gasta entre R\$ 81,00 e mais de R\$ 120,00.

Tabela 15. Média de Gastos por Dia

Média Diária de Gastos (Incluindo Hospedagem, Alimentação e Compras)	
De R\$ 0 à R\$ 50,00	4%
De R\$ 51,00 à R\$ 80,00	16%
De R\$ 81,00 à R\$ 120,00	29%
De R\$ 121,00 à R\$ 200,00	26%
De R\$ 201,00 à R\$ 300,00	16%
Acima de R\$ 300,00	9%

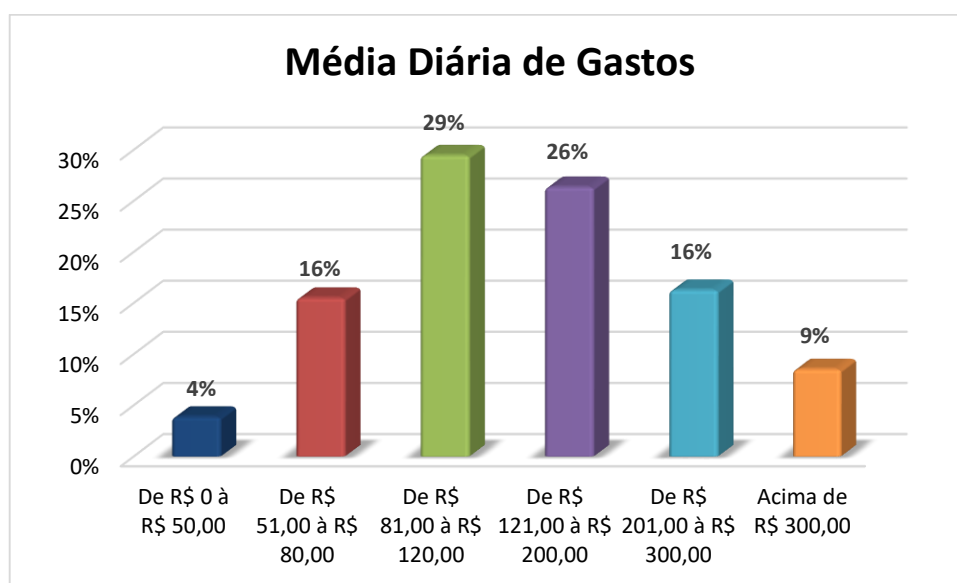


Gráfico 13. Média Diária de Gastos

Quanto ao tipo de Meio de Transporte utilizado, a maioria absoluta (74%) utiliza automóvel próprio para chegar à cidade.



Tabela 16.

Meio de Transporte Utilizado

Meio de transporte utilizado	
Automóvel próprio	74%
Automóvel alugado	4%
Ônibus de linha / Trem	2%
Taxi	14%
Ônibus / Van / Fretado	5%
Avião e outro transporte até a cidade	2%

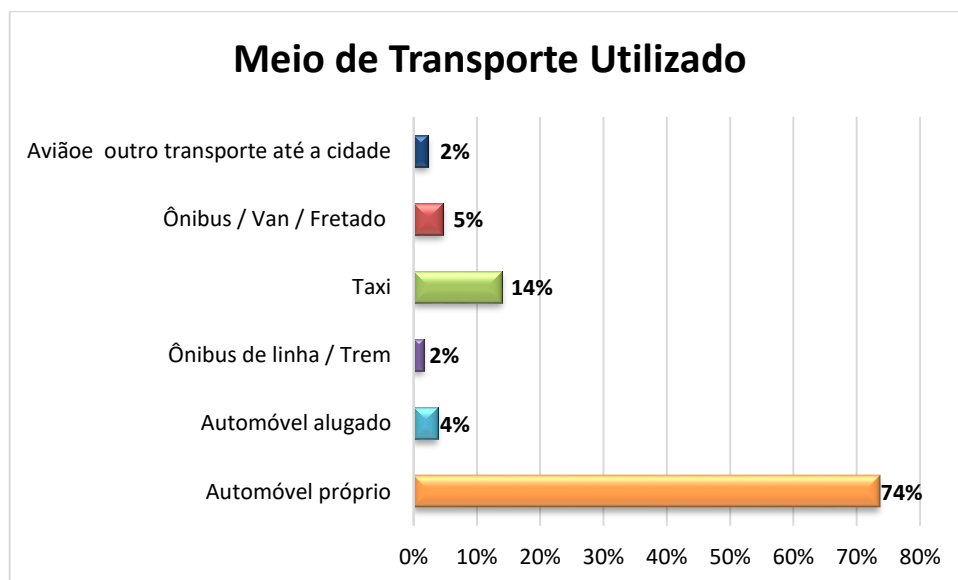


Gráfico 14. Meio de Transporte Utilizado

Com relação à Organização da Viagem, a maioria absoluta dos turistas que visita Jundiaí organiza sua própria viagem, sem a intermediação de agência de viagens.

Tabela 17.

Forma de Organização da Viagem

Forma de Organização da Viagem	
Agência de Viagens e Turismo	2%
Excursão	10%
Por conta própria	88%



Forma da Organização da Viagem

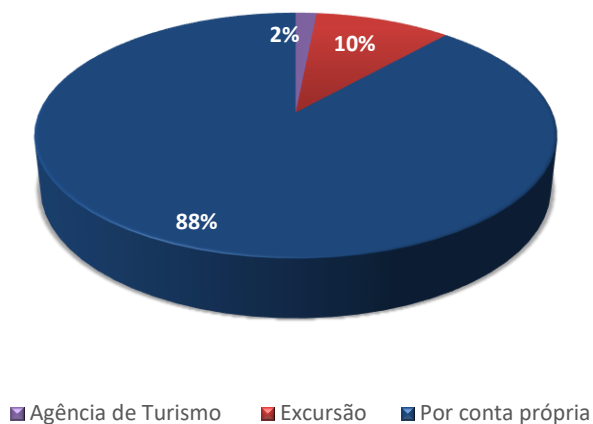


Gráfico 15. Forma de Organização da Viagem

Com relação ao tipo de Companhia para Viagem, a maioria viaja acompanhada por familiares, cônjuge ou amigos, o que soma cerca de 73% dos entrevistados. Somente 16% vêm a Jundiaí sozinho.

Tabela 18. Companhia para Viagem

Companhia para Viagem	
Viajou sozinho	16%
Viajou com a família	57%
Viajou com amigos	10%
Viajou com o cônjuge	6%
Viajou em grupo (pacote)	12%

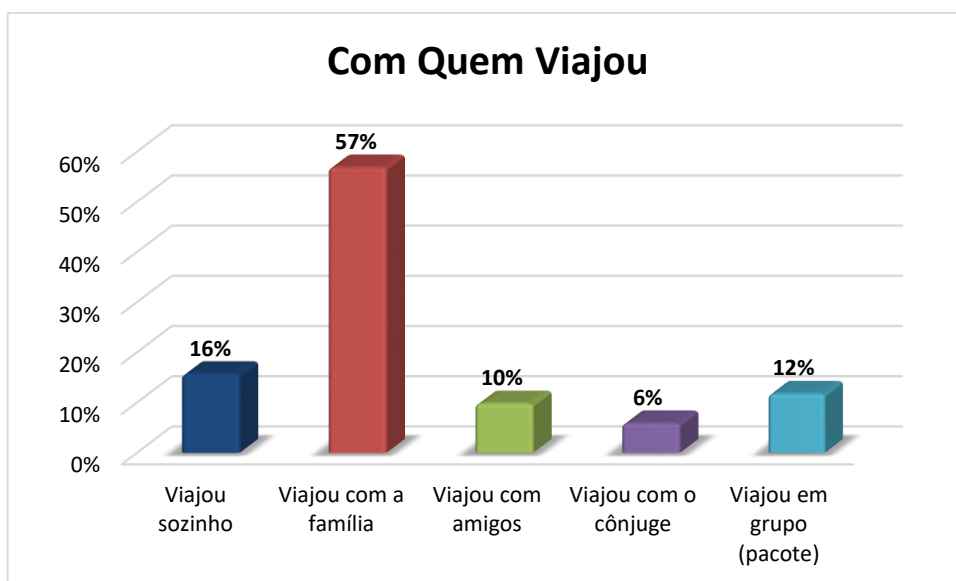


Gráfico 16. Companhia para Viagem

Embora grande parte dos entrevistados não tenham utilizado meio de hospedagem em Jundiaí, conforme identificado no início da pesquisa, a maioria daqueles que se hospedou utilizou casa de parentes e amigos (13%).

Tabela 19. Meio de Hospedagem Utilizado

Meio de Hospedagem Utilizado	
Hotel	9%
Pousada	1%
Casa de Parentes / Amigos	13%
2ª Residência	2%
Outros	1%
Não se hospedou	74%

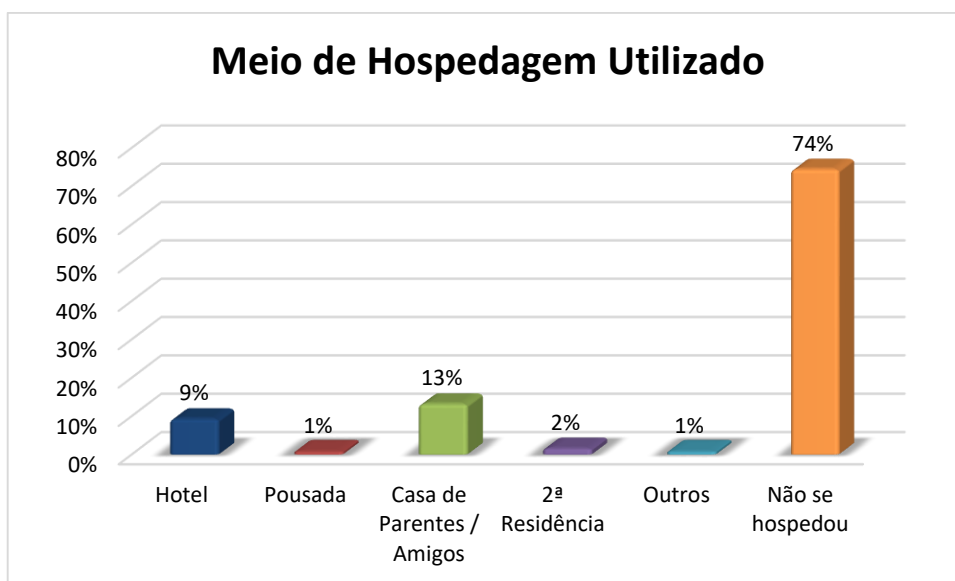


Gráfico 17. Meio de Hospedagem Utilizado

Com relação à Quantidade de Visitas à Cidade, constatou-se que 40% dos visitantes veio à cidade pela primeira vez. Interessante salientar que 35% dos visitantes veio à cidade mais que 4 vezes, esse dado demonstra que o turista/visitante tem retornado à cidade.

Tabela 20. Quantidade de Visitas à Cidade

Quantidade de Visitas à Jundiá	
Primeira vez	40%
2 vezes	16%
3 vezes	9%
mais de 4 vezes	35%

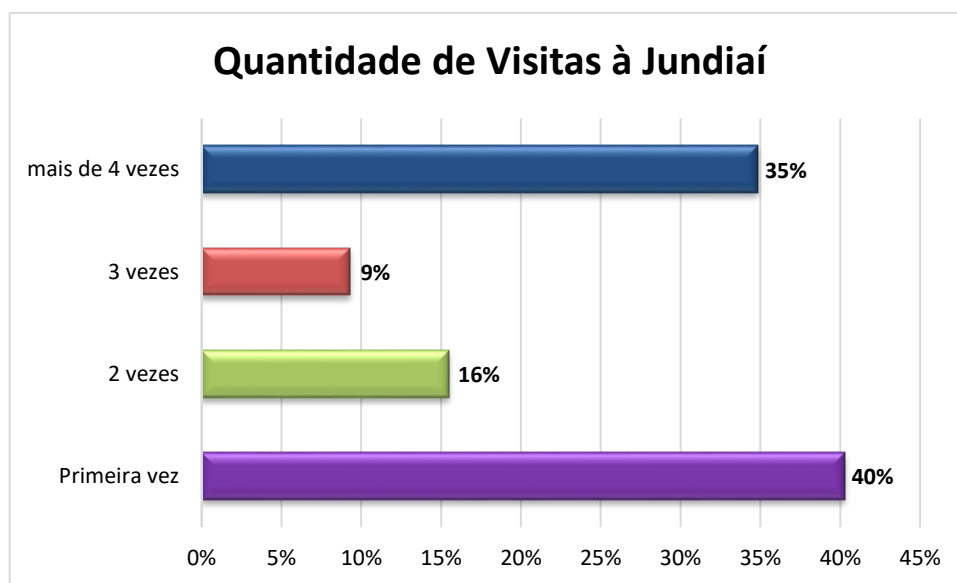


Gráfico 18. Quantidade de Visitas a Jundiá

Em termos de Antecedência de Viagem, a grande maioria dos turistas costuma planejar com pouquíssima antecedência.

Tabela 21. Antecedência do Planejamento da Viagem

Antecedência de Planejamento da Viagem	
Planejou nos últimos 15 dias	55%
Nos últimos 30 dias	12%
Há mais de 1 mês	10%
Há mais de 2 meses	24%

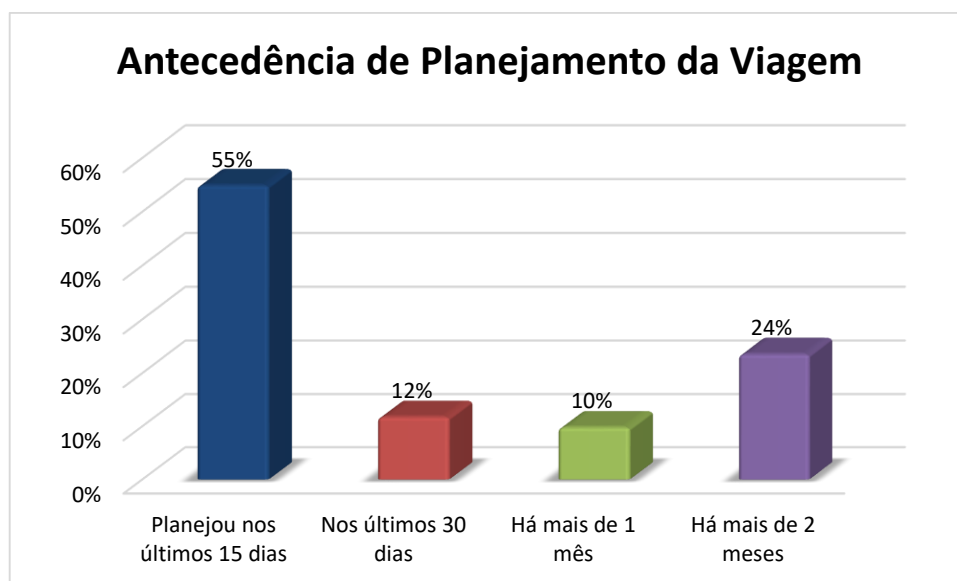


Gráfico 19. Antecedência do Planejamento da Viagem à Jundiaí

Com relação a fonte de informações para escolha de Jundiaí como destino, 50% utiliza redes sociais e internet como fonte de informações, o que demonstra a importância da presença em meios digitais. 33% consulta parentes e amigos.

Tabela 22. Fonte de Informações sobre a Cidade

Fonte de Informações para escolha de Jundiaí como Destino	
Parentes e Amigos	33%
Internet	18%
Agências de Viagens/Turismo	9%
Revistas de Turismo/Guias Turísticos	1%
Artigos em Jornais	2%
Televisão	1%
Redes Sociais (Instagram, Facebook, Youtube)	32%

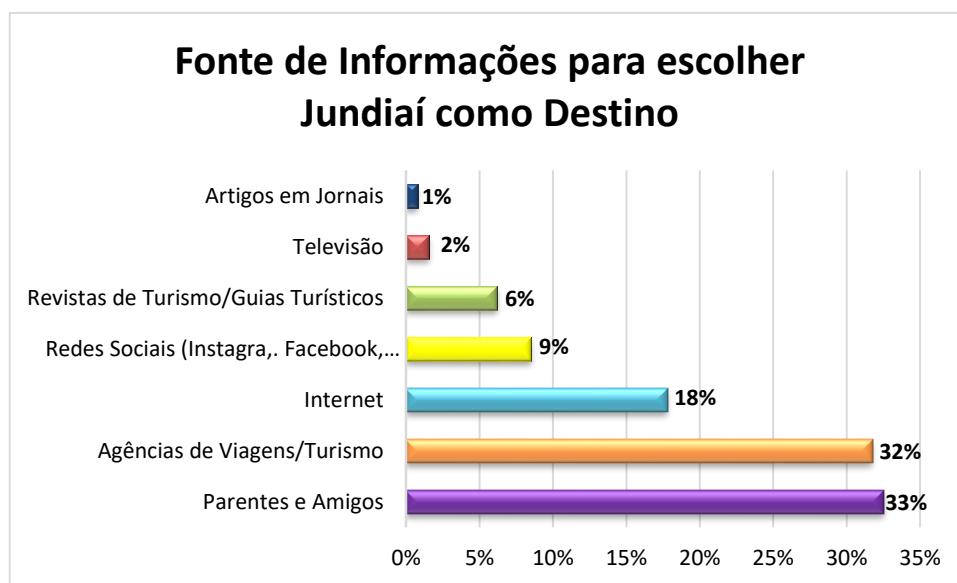


Gráfico 20. Fonte de Informações sobre Jundiaí

No tocante ao Período de Viagem, a maior parte dos entrevistados vem à Jundiaí aos finais de semana comuns.

Tabela 23. Período em que costuma viajar para Jundiaí

Período em que costuma viajar para Jundiaí	
Durante a Semana	14%
Finais de Semana Comuns	67%
Finais de Semana Prolongados / Feriados	16%
Férias	4%
Durante a Semana	14%

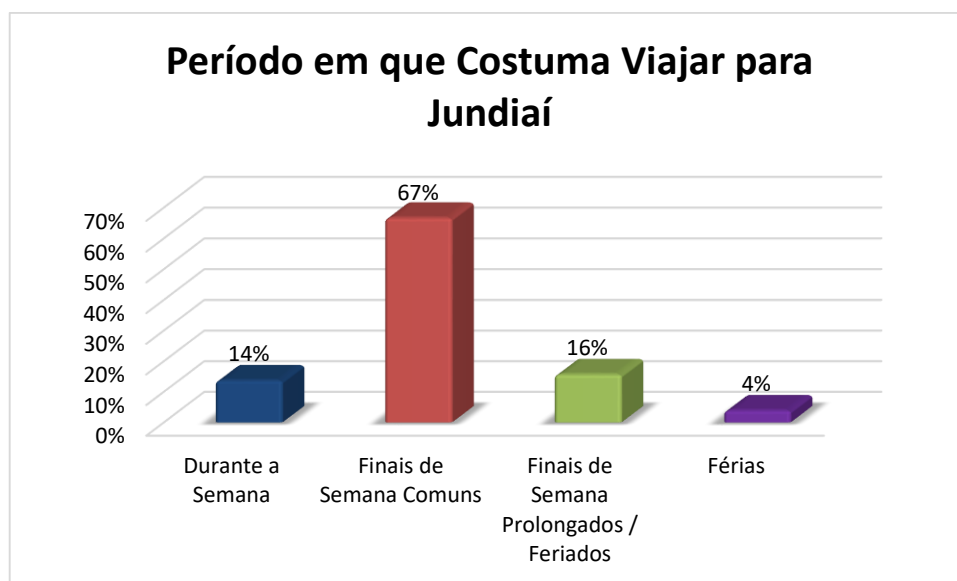


Gráfico 21. Período em que Costuma Viajar para Jundiá

Organização Turística de Jundiá

A última etapa da pesquisa objetivou avaliar a Organização Turística da Cidade. O turista/visitante foi estimulado a avaliar e qualificar elementos da infraestrutura turística e infraestrutura de apoio ao turismo.

Para iniciar esta etapa, os entrevistados foram questionados com relação a sinalização turística da cidade. 59% dos entrevistados qualificaram a sinalização como ótima ou boa. Somente 8% avaliaram a sinalização como ruim/péssima.

Tabela 24. Qualificação da Sinalização Turística

Qualificação Sinalização Turística do Município	
Ótimo	10%
Bom	49%
Regular	33%
Ruim	6%
Péssimo	2%

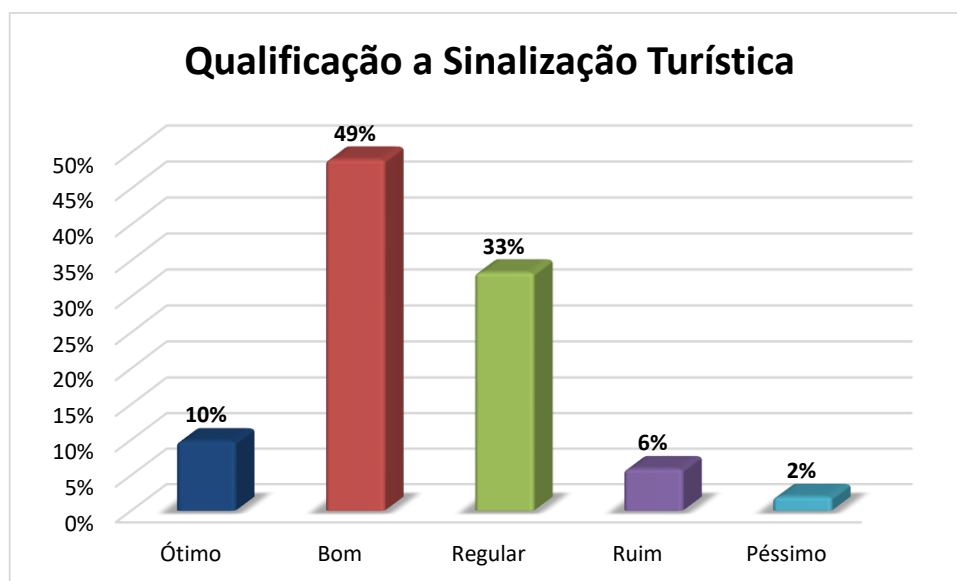


Gráfico 22. Qualificação da Sinalização Turística

Objetivando identificar se o visitante/turista esteve em atrativos da cidade ou, no caso daqueles que foram entrevistados nos próprios atrativos, se o mesmo teve oportunidade de conhecer outros atrativos, os entrevistados foram questionados com relação a este quesito. Surpreendentemente, mais de 63% visitou mais de um atrativo, o que demonstra que os turistas têm circulado pela cidade, em mais de um atrativo turístico.

Tabela 25. Conheceu atrativos da cidade

Conheceu Atrativos Turísticos da Cidade	
Sim	63%
Não	37%



CONHECEU ATRATIVOS TURÍSTICOS DA CIDADE

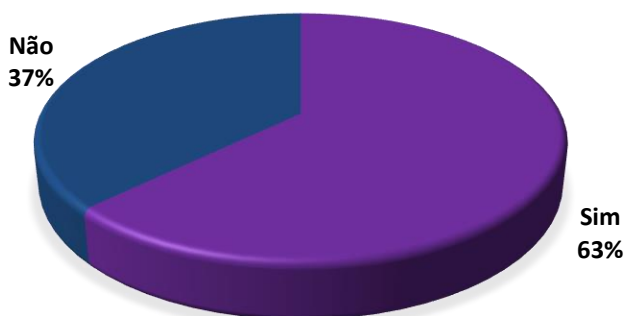


Gráfico 23. Conheceu atrativos turísticos da cidade

Com relação à qualificação dos atrativos turísticos pode-se considerar que o município teve uma excelente avaliação, obtendo 96% de qualificações entre ótimo e bom para este item da pesquisa, conforme tabela e gráfico à seguir:

Tabela 26. Qualificação dos Atrativos Turísticos de Jundiaí

Qualificação dos Atrativos Turísticos	
Ótimo	73%
Bom	23%
Regular	2%
Ruim	0%
Péssimo	0%
Não declarou	2%

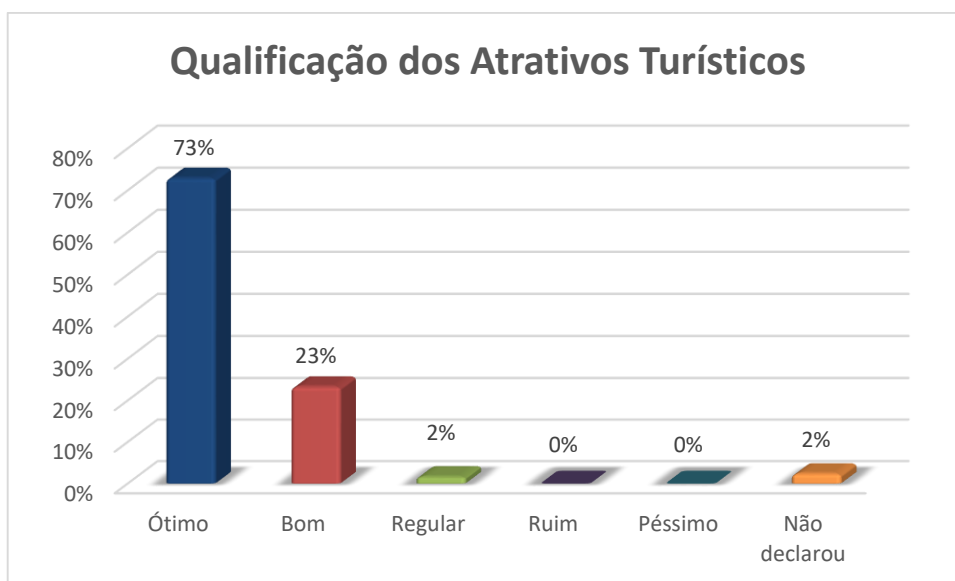


Gráfico 24. Qualificação dos Atrativos Turísticos de Jundiaí

Embora grande parte dos entrevistados não tenham utilizado meio de hospedagem em Jundiaí, 12% daqueles que se hospedou avaliou como ótimo e bom.

Tabela 27. Qualificação do Meio de Hospedagem Utilizado

Qualificação dos Meios de Hospedagem	
Ótimo	7%
Bom	5%
Regular	1%
Ruim	0%
Péssimo	0%
Não Ficou Hospedado	74%
Não declarou	12%

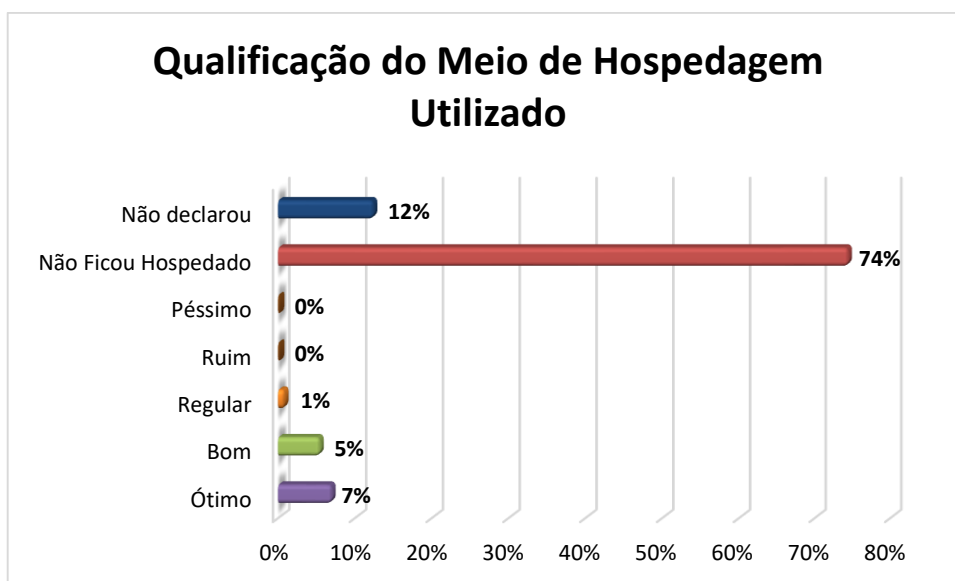


Gráfico 25. Avaliação do Meio de Hospedagem Utilizado

Uma avaliação bastante positiva apareceu na qualificação dos Serviços de Alimentos e Bebidas da cidade, em que 43% dos entrevistados avaliaram como ótimo este quesito.

Tabela 28. Qualificação dos Empreendimentos de Alimentação

Qualificação dos Empreendimentos de Alimentação	
Ótimo	43%
Bom	39%
Regular	0%
Ruim	0%
Péssimo	0%
Não Utilizou	18%

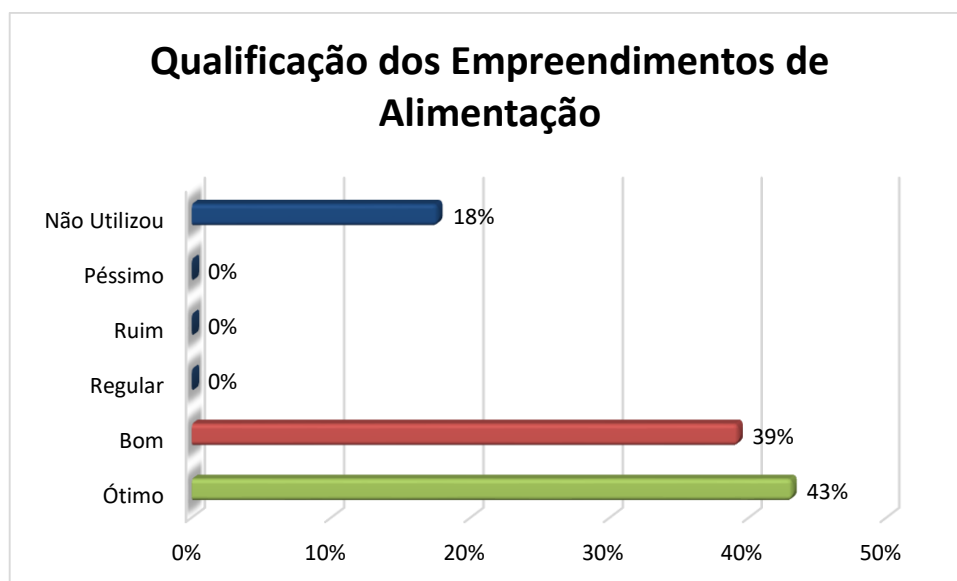


Gráfico 26. Qualificação dos Empreendimentos de Alimentação

Como identificado, apenas um pequeno número de entrevistados utilizou os Meios de transporte público ou Taxi. Importante salientar que a pesquisa qualitativa identificou que a maioria absoluta dos que utilizaram transporte local, utilizaram-se do serviço de taxi.

Tabela 29. Qualificação de Meio de Transporte Público e Serviços de Taxi

Qualificação de Meio de Transporte Público/Taxi	
Ótimo	0%
Bom	2%
Regular	6%
Ruim	2%
Péssimo	0%
Não Utilizou	84%
Não declarou	6%

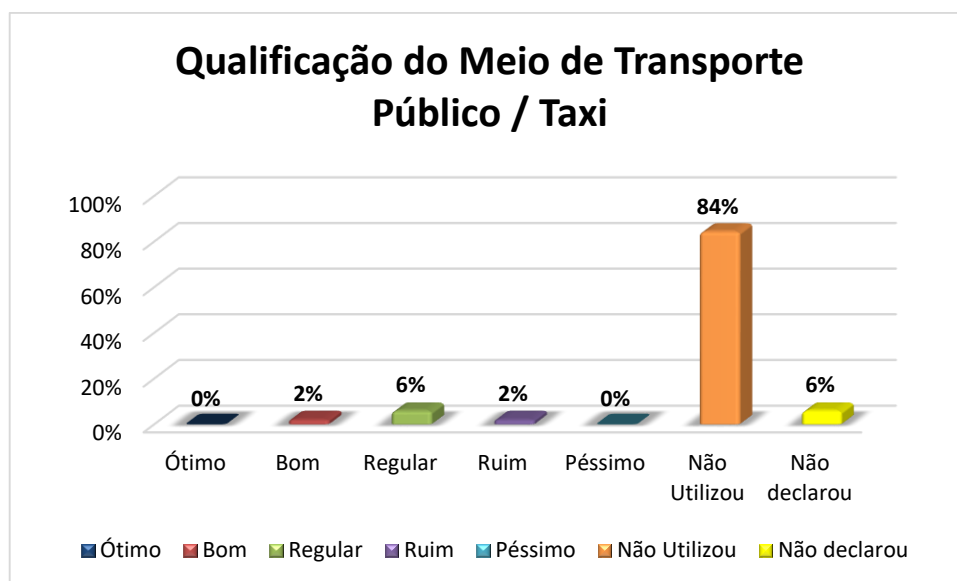


Gráfico 27. Qualificação de Meio de Transporte Público/Taxi

Com relação a qualificação das vias de acesso ao município, mais de 96% dos entrevistados consideraram as mesmas entre as categorias ótimo e bom. Importante salientar que o sistema viário de acesso à Jundiaí figura entre os melhores do Brasil. As principais vias são a Rodovia dos Bandeirantes e Anhanguera, respectivamente primeira e segunda melhores rodovias do País, de acordo com a Confederação Nacional do Transporte (CNT).

Tabela 30. Qualificação das Vias de Acesso

Qualificação das Vias de Acesso ao Município	
Ótimo	29%
Bom	67%
Regular	2%
Ruim	2%
Péssimo	0%

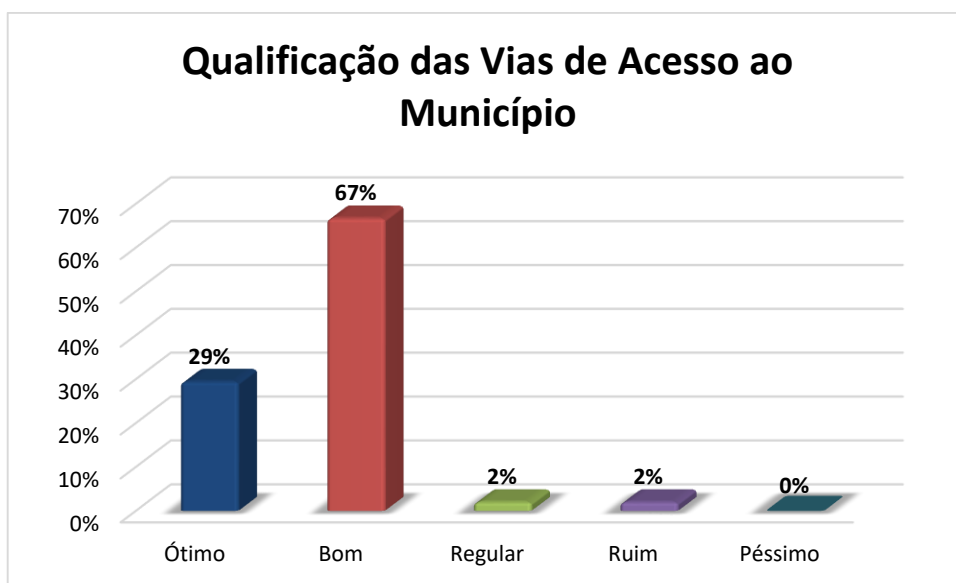


Gráfico 28. Qualificação das Vias de Acesso ao Município

Dentre os itens pesquisados, a avaliação relativa a Clareza e Facilidade de Acesso a Informações Turísticas do Município foi um quesito que trouxe bons resultados, já que a maioria considerou este item entre as categorias ótimo e bom.

Tabela 31. Qualificação da Clareza e Facilidade de Acesso a Informações Turísticas do Município

Qualificação da Clareza e Facilidade de Acesso a Informações Turísticas do Município	
Ótimo	18%
Bom	59%
Regular	16%
Ruim	4%
Péssimo	4%

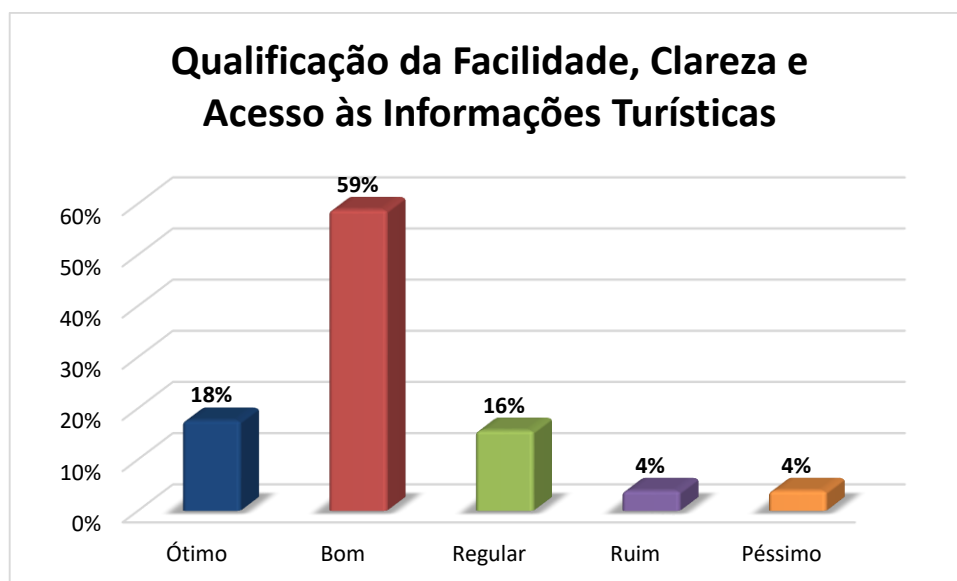


Gráfico 29. Qualificação da Facilidade, Clareza e Acesso às Informações Turísticas

Quanto a avaliação referente às Expectativas do Turista/Visitante com relação a Jundiaí, percebeu-se que a maior parte dos entrevistados indicou respostas positivas, o que demonstra que, de modo geral, a avaliação da cidade é na mesma medida, positiva. Para 90% dos entrevistados, as expectativas com relação a Jundiaí foram correspondidas ou superadas.

Tabela 32. Avaliação Quanto às Expectativas do Turista/Visitante com Relação a Jundiaí

Quanto às Expectativas com Relação a Jundiaí	
Superou suas expectativas	40%
Correspondeu totalmente	50%
Correspondeu parcialmente	9%
Ficou abaixo das suas expectativas	1%

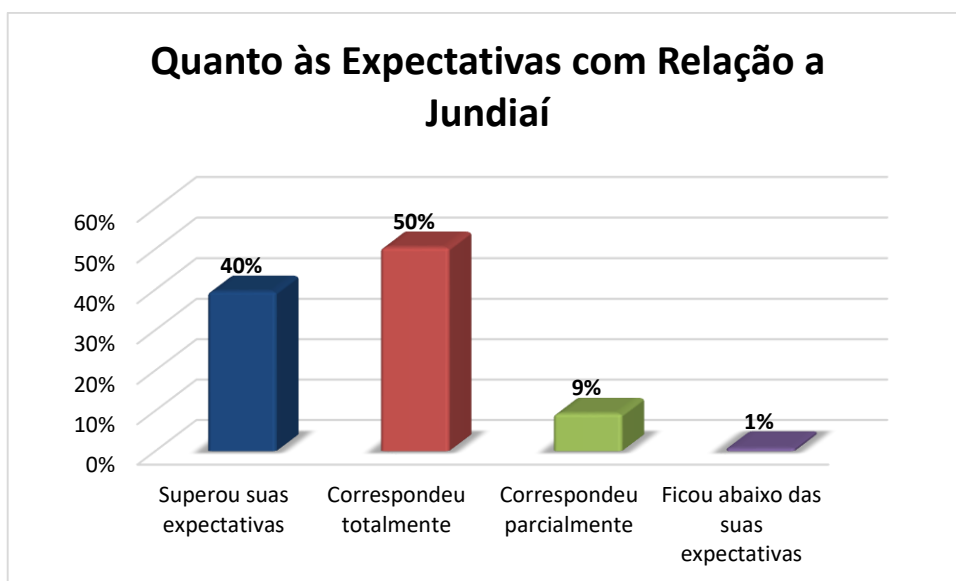


Gráfico 30. Avaliação Quanto às Expectativas com Relação a Jundiaí

Com relação à expectativa de retorno à cidade, mais de 93% dos entrevistados apontaram que certamente voltariam ao município, o que demonstra, como anteriormente mencionado, a satisfação dos visitantes/turistas com a visita à cidade.

Tabela 33.

Expectativa de Voltar a Jundiaí

Expectativa de Voltar a Jundiaí	
Certamente voltaria	93%
Voltaria, mas se não tivesse outra opção	6%
Certamente não voltaria	1%

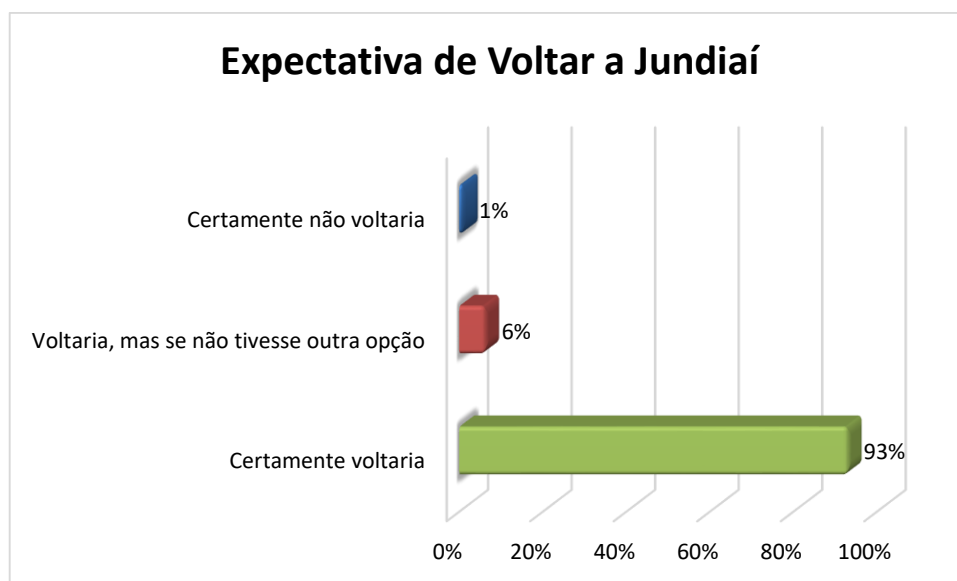


Gráfico 31. Expectativa de Voltar a Jundiá

Para identificar a visão do turista/visitante com relação à cidade, os mesmos foram questionados, por meio de pergunta aberta, sobre os Pontos Positivos em relação a visita à cidade. De modo geral, a qualidade no atendimento, a hospitalidade e a simpatia do jundiaense foram identificados como um elemento de destaque. Os atrativos da cidade também configuraram como uma resposta de relevância entre os entrevistados.

Outro item que também pareceu de maneira relevante foi à gastronomia. Tanto a diversidade de restaurantes, quanto a qualidade dos mesmos apareceram como aspectos positivos da cidade.

Muitos dos entrevistados mencionaram também a qualidade dos produtos adquiridos, incluindo bons vinhos e uvas.



Tabela 34. Pontos Positivos em Relação a Visita a Jundiá

Pontos Positivos em Relação a Visita a Jundiá	
Artesanato	2%
Infraestrutura	3%
Localização e Vias de Acesso	4%
Cultura local	5%
Organização	9%
Qualidade de produtos (uva, vinho)	10%
Gastronomia	11%
Atrativos	11%
Atendimento, Hospitalidade e Simpatia	19%
Outros	26%

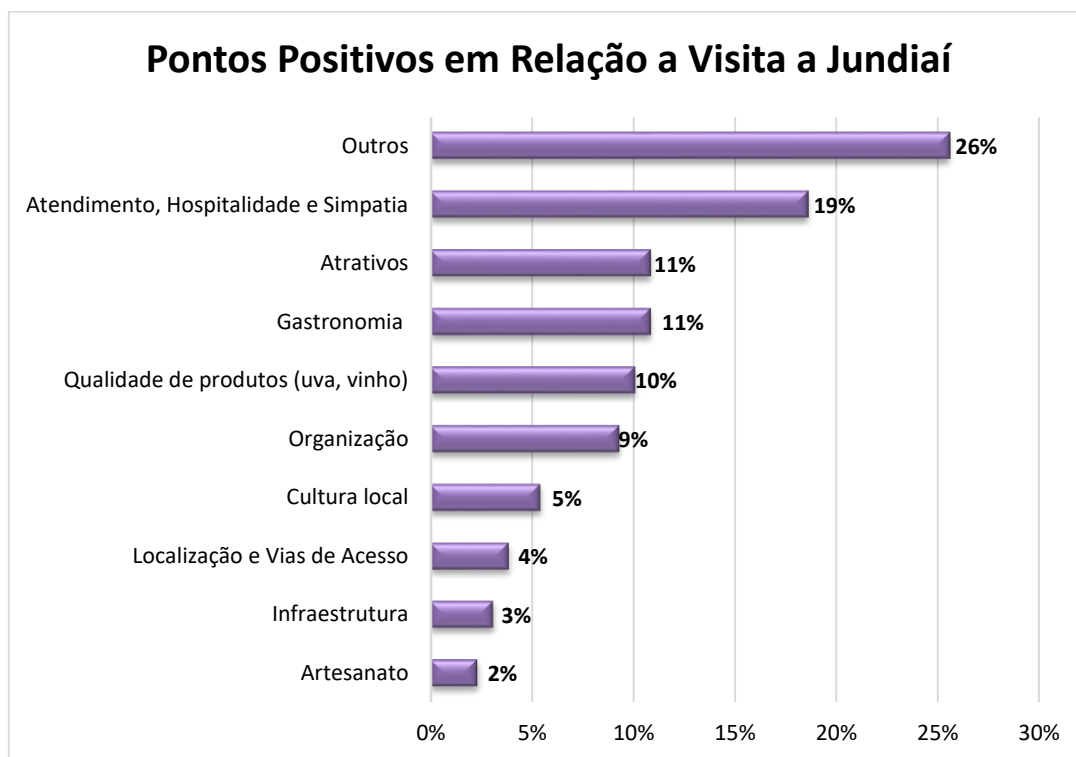


Gráfico 32. Pontos Positivos em Relação a Visita a Jundiá



Da mesma forma que foram levantados os pontos positivos da cidade, pela ótica do turista/visitante, os mesmos foram incentivados a identificar os pontos negativos relacionados à Jundiá.

A pergunta foi realizada de maneira aberta, a fim de mapear a opinião direta do visitante/turista, sem direcionamento na resposta.

De modo geral, o item considerado mais negativo para os entrevistados é a Praça de Alimentação da Festa da Uva, pontuaram a falta de cadeiras e filas como principal motivo. Alguns pontuaram a falta de vagas de estacionamento. O Clima foi mencionado como ponto negativo devido aos dias de calor e chuva.

A sinalização turística e falta de informações também foram mencionadas.

Embora muitos entrevistados tenham pontuados aspectos negativos e a serem melhorados do município, 37% dos entrevistados afirmou que Jundiá não possui pontos negativos.

Tabela 35. Pontos Negativos em relação a visita a Jundiá

Pontos Negativos em relação a visita a Jundiá	
Nenhum Ponto Negativo	37%
Outros	29%
Praça de Alimentação (Festa da Uva)	6%
Estacionamentos	5%
Clima	5%
Banheiros (Festa da Uva)	5%
Trânsito	2%
Sinalização Turística	2%
Falta de informações	2%
Preços	2%
Forma de pagamento (não aceita cartões)	2%
Falta de bebedouros	2%
Segurança	1%
Não soube responder	1%
Transporte Público	1%



Pontos Negativos em relação a visita a Jundiá

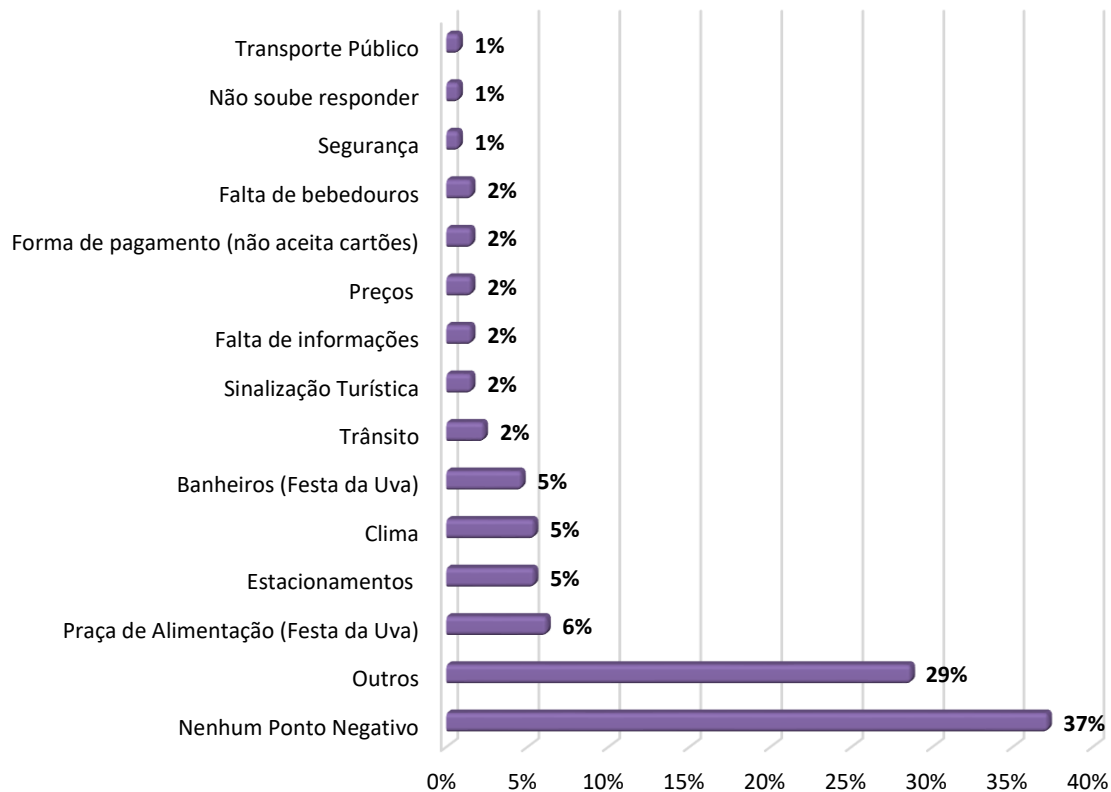


Gráfico 33. Pontos Negativos em relação a visita a Jundiá



Considerações Finais

O aumento de número de turistas em 26%, quando comparado com o ano de 2018, ultrapassando mais de 1 milhão de pessoas que visitaram a cidade, em sua maioria a lazer, refletem, sem dúvida, os investimentos que têm sido feitos em termos de planejamento turístico, novos projetos e organização da atividade, vista agora como prioritária e com a importância que efetivamente tem para a cidade: geradora de empregos e renda e capaz de promover o desenvolvimento para regiões de interesse turístico, espalhados pela cidade e para o município como um todo.

A Pesquisa de Perfil da Demanda, por sua vez, trouxe também informações de relevância para servirem como direcionamento para o planejamento turístico local.

De modo geral, turistas e visitantes avaliam de maneira bastante positiva a cidade como um todo, a infraestrutura turística e os atrativos existentes.

A boa impressão do turista com relação à cidade fica evidenciada quando mais de 93% dos entrevistados informam que, em termos de expectativas de voltar a Jundiaí, os mesmos certamente voltariam.

Estas pontuações, bem como todas as demais informações identificadas ao longo do estudo consolidam a ideia de que Jundiaí é hoje um importante destino turístico, que recebe um significativo número de turistas e que estes se encontram satisfeitos, de modo geral, e pretendem retornar à cidade.

A consolidação deste conjunto de informações conforma-se como uma importante base e instrumento para o planejamento da atividade turística no município e deve servir como referencial para a estruturação de diretrizes que compõe a atual versão do Plano de Desenvolvimento Turístico do Município de Jundiaí.



Diretoria de Fomento ao Turismo
Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

Anexo 1

Perfil da Demanda Turística de Jundiaí

Pesquisa de Perfil da Demanda Turística de Jundiaí. Direcionada ao turista e ao visitante que vem a nossa cidade, deverá ser aplicada por entrevistador do empreendimento. (O link não deve ser disponibilizado para o turista). A pesquisa estará disponível até 30 de dezembro.

***Obrigatório**

1. Local em que a pesquisa está sendo aplicada: *

2. Responsável pela aplicação da Pesquisa: *

3. Cidade em que reside o Turista: *



4. Estado em que reside *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ AC
- ☐ AL
- ☐ AP
- ☐ AM
- ☐ BA
- ☐ CE
- ☐ DF
- ☐ ES
- ☐ GO
- ☐ MA
- ☐ MT
- ☐ MS
- ☐ MG
- ☐ PA
- ☐ PB
- ☐ PR
- ☐ PE
- ☐ PI
- ☐ RJ
- ☐ RN
- ☐ RS
- ☐ RO
- ☐ RR
- ☐ SC
- ☐ SP
- ☐ SE
- ☐ TO



5. **Sexo ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Feminino
☐ Masculino

58

6. **Faixa Etária ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 18-24
☐ 25-34
☐ 35-44
☐ 45-59
☐ 60-75
☐ + de 75

7. **Profissão ***

8. **Escolaridade ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ensino Fundamental
☐ Ensino Médio
☐ Ensino Superior
☐ Pós Graduação
☐ Não Alfabetizado



9. Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Casado
- ☐ Solteiro
- ☐ Viúvo
- ☐ Separado / Divorciado

10. Possui quantos filhos? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Não possui
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4 ou mais

11. Você pode declarar sua Renda Mensal Familiar? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 1 a 3 salários mínimos
- ☐ 3 a 5 salários mínimos
- ☐ 5 a 10 salários mínimos
- ☐ 10 a 20 salários mínimos
- ☐ mais de 20 salários mínimos

Perfil da Viagem



12. Meios de Hospedagem utilizado *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Não se hospedou
- ☐ Hotel
- ☐ Pousada
- ☐ Casa de Parentes / Amigos
- ☐ Casa Alugada
- ☐ 2ª Residência
- ☐ Outro: _____

60

13. Motivo da Viagem *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Conhecer os Atrativos de Jundiá
- ☐ Negócios
- ☐ Lazer
- ☐ Visitar Amigos/Parentes
- ☐ Gastronomia
- ☐ Festas
- ☐ Turismo rural
- ☐ Saúde
- ☐ Expresso Turístico
- ☐ Compras
- ☐ Esporte
- ☐ Outro: _____



14. Quanto tempo pretende ficar na cidade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Um dia
- ☐ Dois dias
- ☐ Final de Semana
- ☐ Uma semana
- ☐ Mais de uma semana

15. Qual é a média de gastos, por dia, durante sua visita à cidade (incluindo hospedagem, alimentação e compras etc.)? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ de R\$ 0 à R\$ 50,00
- ☐ de R\$ 51,00 à R\$ 80,00
- ☐ de R\$ 81,00 à R\$ 120,00
- ☐ de R\$ 121,00 à R\$ 200,00
- ☐ de R\$ 201,00 à R\$ 300,00
- ☐ acima de R\$ 300,00

16. Meio de Transporte utilizado para chegar à cidade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Automóvel Próprio
- ☐ Automóvel Alugado
- ☐ Taxi
- ☐ Ônibus/Van/Fretado
- ☐ Ônibus de linha
- ☐ Transporte por Aplicativo
- ☐ Avião e outro transporte até a cidade



17. Forma de Organização da Viagem *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Agência de Turismo
- ☐ Excursão
- ☐ Por conta própria

18. Com quem viajou? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sozinho
- ☐ Família
- ☐ Amigos
- ☐ Cônjuge
- ☐ Em grupo (excursão)

19. Quantas vezes já visitou Jundiá? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Primeira vez
- ☐ 2 vezes
- ☐ 3 vezes
- ☐ mais de 4 vezes

20. Qual motivo principal que o levou a conhecer ou voltar para Jundiá *



21. Com que antecedência planejou esta viagem? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Planejou nos últimos 15 dias
- ☐ Nos últimos 30 dias
- ☐ Há mais de 1 mês
- ☐ Há mais de 2 meses

22. Qual fonte de informações utilizou para escolher Jundiá como destino de viagens? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Parentes e amigos
- ☐ Internet
- ☐ Agências de viagens/de turismo
- ☐ Revistas de turismo/guias turísticos
- ☐ Artigos em jornais
- ☐ Televisão
- ☐ Redes sociais (Instagram, Facebook, Youtube)
- ☐ Outro: _____

23. Quando costuma viajar a Jundiá? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Durante a semana
- ☐ Finais de semana comuns
- ☐ Finais de semana prolongados/feriados
- ☐ Férias

Qualificação da Cidade



24. Como você qualifica a sinalização turística de Jundiaí *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ótimo
☐ Bom
☐ Regular
☐ Ruim
☐ Péssimo

25. Teve a oportunidade de conhecer atrativos turísticos da cidade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

26. Quais atrativos conheceu? *

27. Como você qualifica os pontos turísticos da cidade *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ótimo
☐ Bom
☐ Regular
☐ Ruim
☐ Péssimo
☐ Não visitou



28. Como você qualifica o meio de hospedagem utilizado? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo
- ☐ Não ficou hospedado

29. Como você qualifica os bares/restaurantes utilizados? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo
- ☐ Não utilizou

30. Como você qualifica o meio de transporte público/taxi? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo
- ☐ Não utilizou



31. Como você qualifica as vias de acesso ao município? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo

32. Quanto a facilidade, clareza e acesso às informações turísticas da cidade, qual sua opinião? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo

33. Quanto as suas expectativas com relação a Jundiaí, esta viagem: *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Superou suas expectativas
- ☐ Correspondeu totalmente
- ☐ Correspondeu parcialmente
- ☐ Ficou abaixo das suas expectativas



34. Quanto as suas expectativas de voltar a Jundiaí: *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Certamente voltaria
- ☐ Voltaria, se não tivesse outra opção
- ☐ Certamente não voltaria

67

35. O que você considerou mais positivo em sua visita a Jundiaí: *

36. Qual foi o ponto negativo em sua visita a Jundiaí: *

37. Gostaria de cadastrar seu e-mail para receber informações sobre o turismo de Jundiaí? Se sim, deixe seu e-mail.



Diretoria de Fomento ao Turismo
Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo
Prefeitura de Jundiaí

Responsáveis Técnicos

Tur. Marcela Moro – Diretora de Fomento ao Turismo

Tur. Gabriela Raffanti – Assessora Técnica do Departamento de Fomento ao Turismo

Eduardo Alvarez – Gestor de Agronegócio, Abastecimento e Turismo