



Perfil da Demanda Turística

2022

Secretaria Municipal de Turismo

Poços de Caldas - MG

INTRODUÇÃO

Como forma de criar e organizar um banco de dados sobre a demanda turística do município, o presente relatório tem o intuito de apresentar os resultados obtidos a partir da pesquisa de demanda aplicada mensalmente, durante doze meses (baixa, média e alta temporada), de janeiro a dezembro de 2022, na cidade de Poços de Caldas

"A pesquisa é uma ferramenta fundamental para a gestão de qualquer atividade, pois permite prever os impactos tanto positivos quanto negativos, nortear as ações e otimizando os investimentos"

Ada Denker

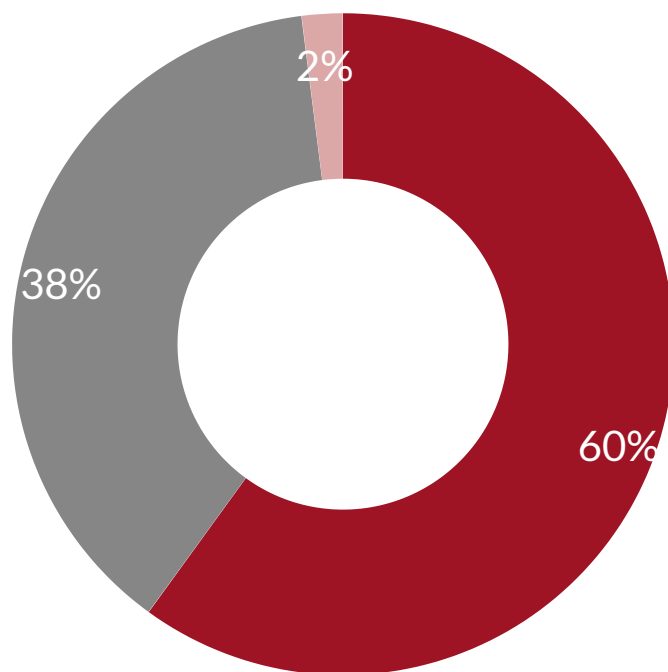
AMOSTRA

O presente estudo apresenta o resultado médio do total de 854 pesquisas, sendo os maiores volumes nos meses de junho, julho e agosto (98, 181 e 94 pesquisas, respectivamente)

METODOLOGIA

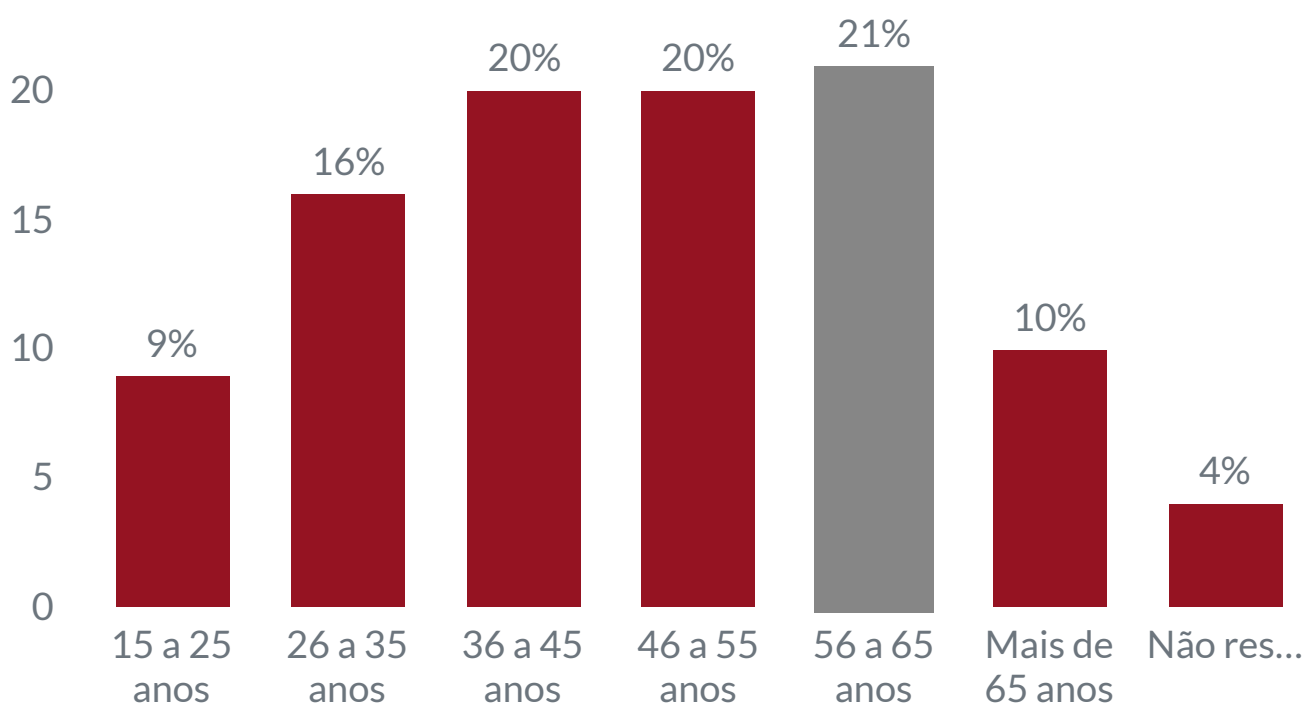
Através de aplicação de questionário estruturado e padronizado, o estudo é resultado de uma pesquisa quantitativa, com coleta de dados primários, a uma amostra representativa do universo estudado. Aplicado no Centro de Informações Turísticas, o questionário continha perguntas abertas, fechadas com alternativas fixas e um quadro de avaliação. Os dados levantados referem-se aos aspectos do perfil do visitante (procedência, idade, escolaridade, gênero, forma de viajar e renda), organização da viagem (motivação da viagem, fonte de informação, meio de transporte e de hospedagem utilizado, frequência com que visita a cidade, tempo de permanência, gastos e se pensou em outro destino que não fosse Poços de Caldas) e percepção com relação ao destino (expectativas, intenção de retorno e a avaliação sobre a infraestrutura e serviços). O período de aplicação das pesquisas foi de janeiro a dezembro de 2022, totalizando um período de 12 meses. A seguir, o perfil da demanda e sua satisfação com a viagem.

GÊNERO



■ Feminino ■ Masculino ■ Não responderam

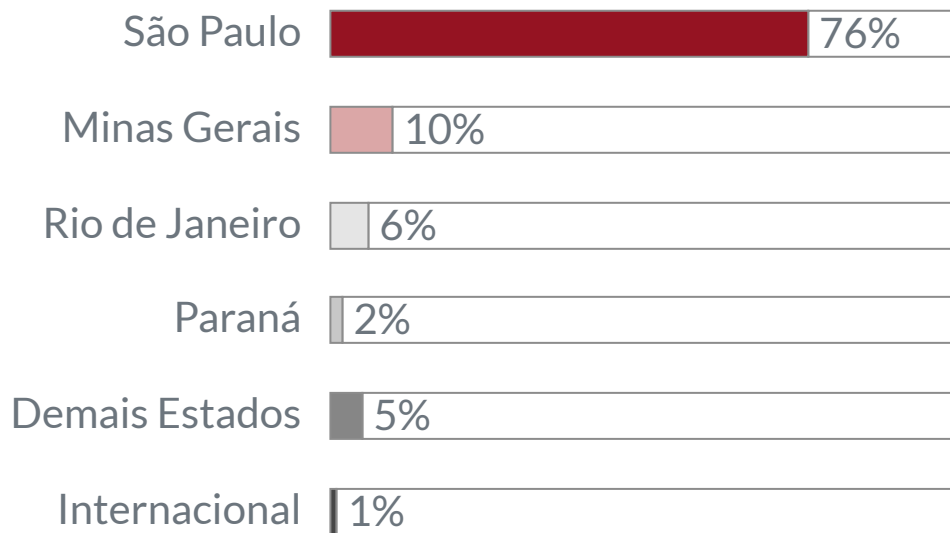
FAIXA ETÁRIA



ORIGEM

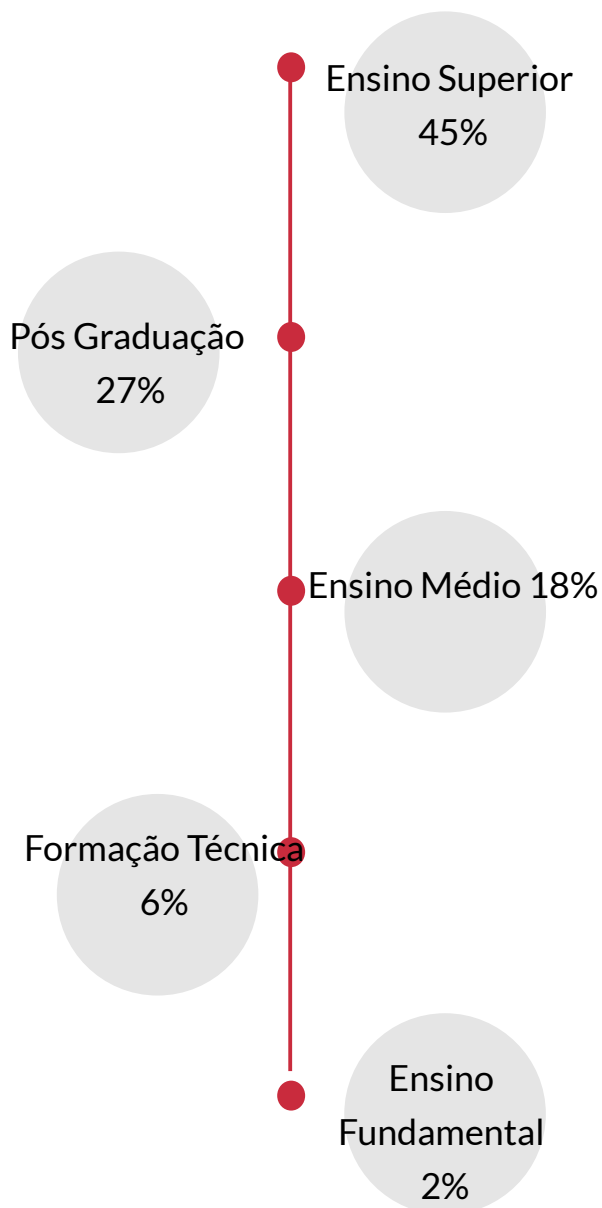


Estados em vermelho representam a origem dos visitantes



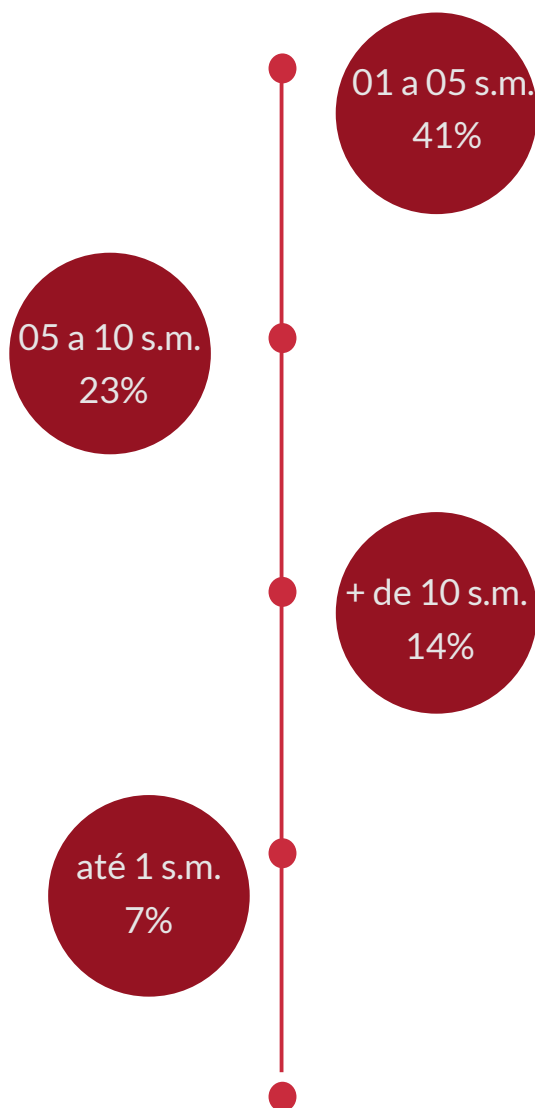
A cidade de São Paulo foi a origem da maior parte dos entrevistados (21%)

ESCOLARIDADE



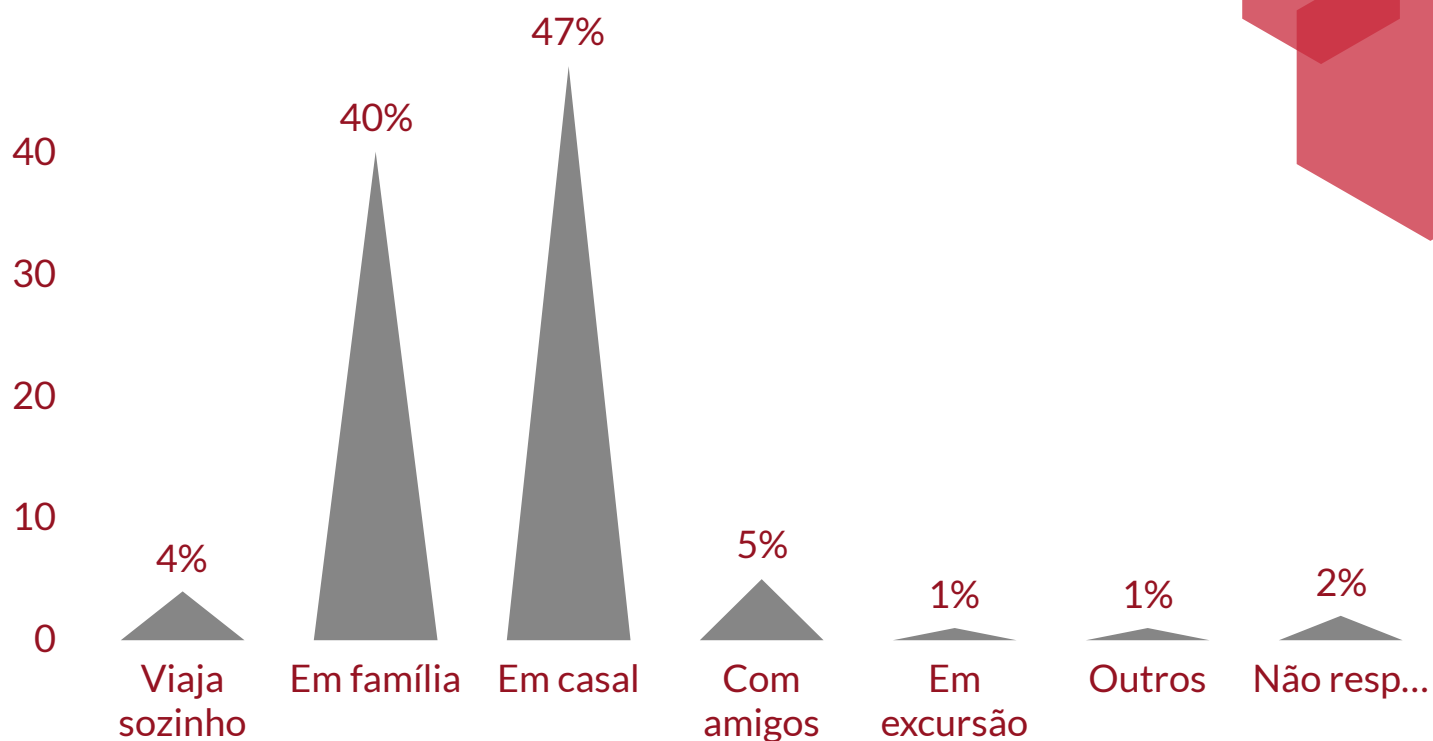
Não responderam: 2%
Optaram por outros tipos de formação: 1% dos entrevistados

RENDA MENSAL

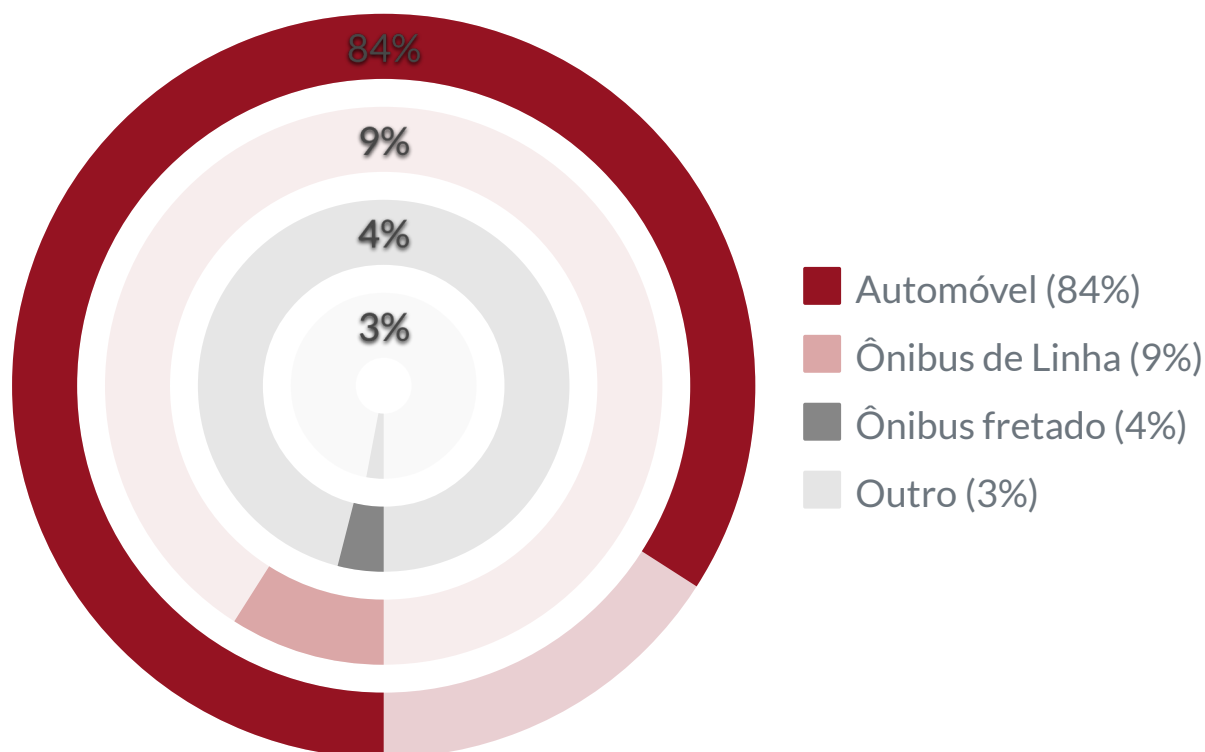


Não responderam: 15% dos entrevistados

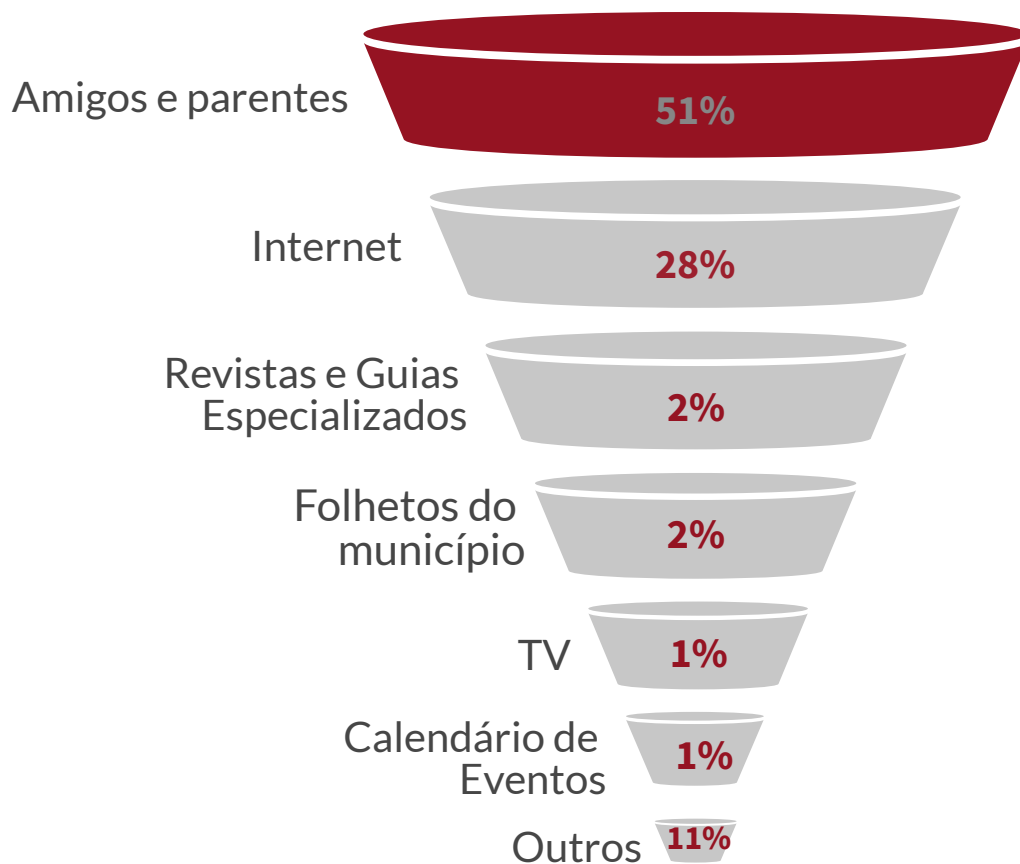
ACOMPANHANTES DA VIAGEM



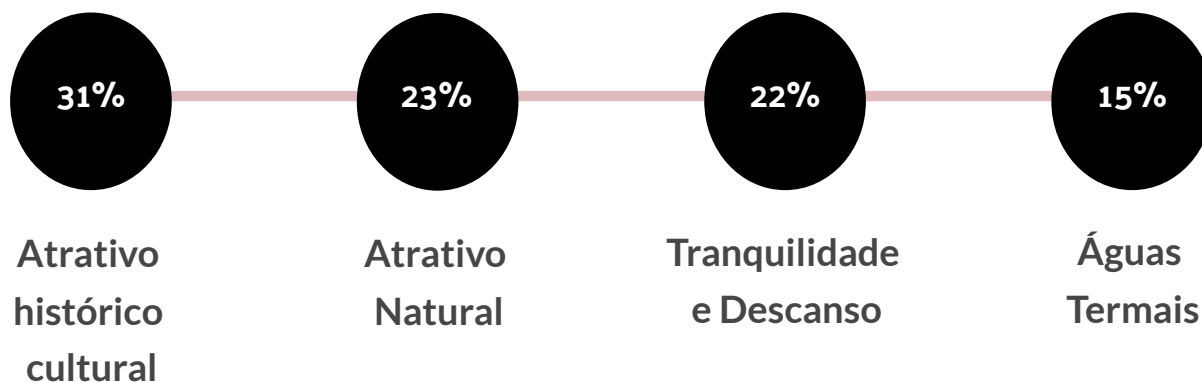
MEIO DE TRANSPORTE



FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE O DESTINO

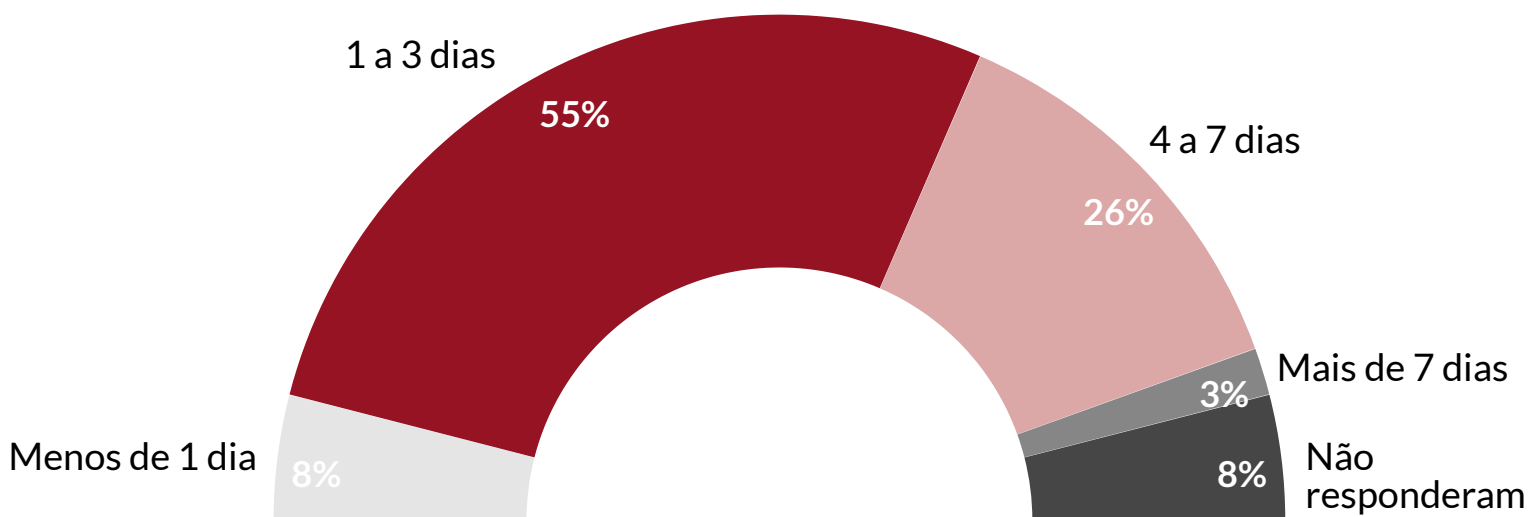


PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DA VIAGEM

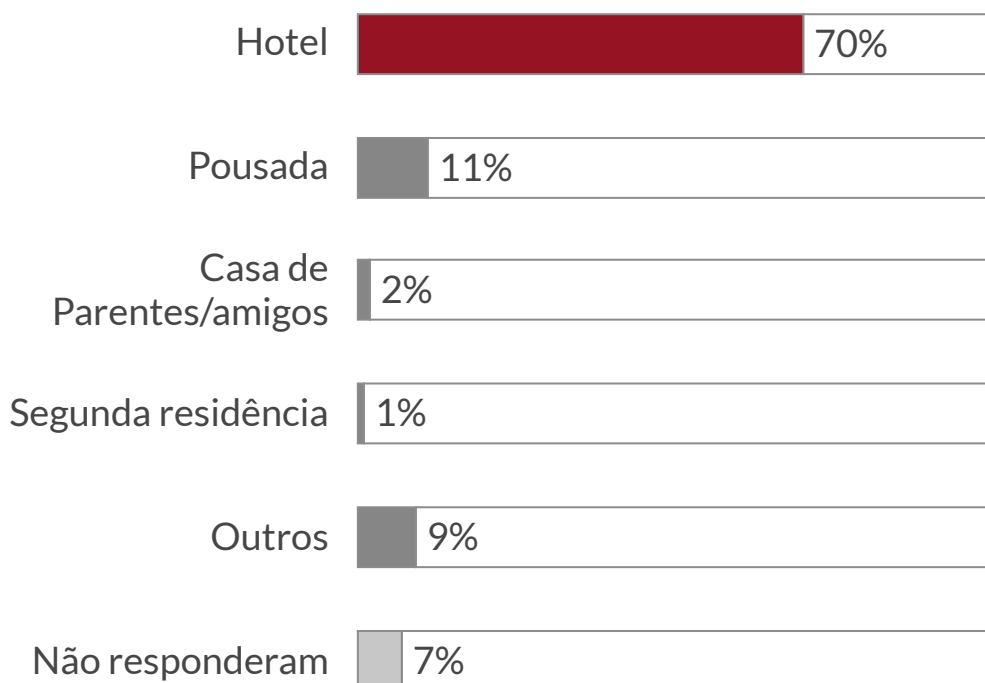


Compras no comércio local: 3% - Saúde: 1% - Estudo: 1% - Trabalho: 1%
Visitar parentes: 1% - Outros: 2%

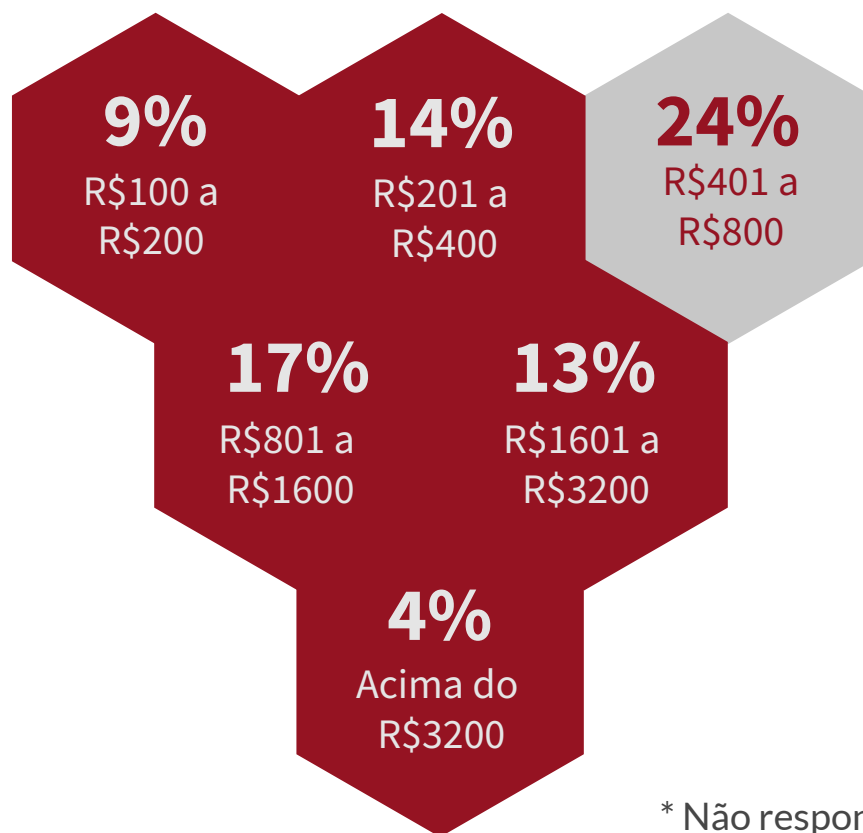
DURAÇÃO DA VIAGEM



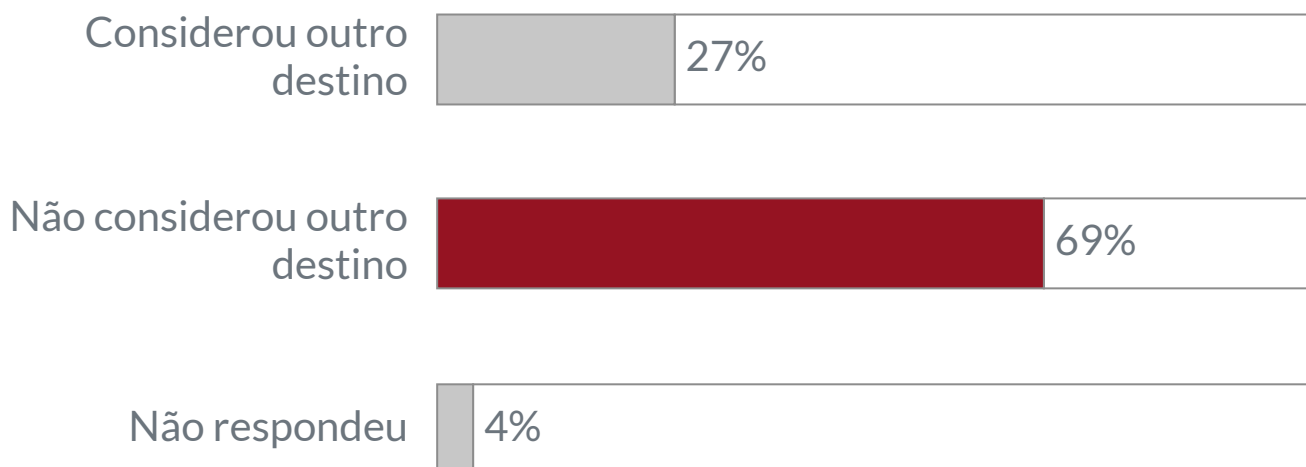
MEIO DE HOSPEDAGEM



INVESTIMENTO NA VIAGEM



CONCORRÊNCIA COM OUTROS DESTINOS



AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA



Limpeza Urbana: 9,1



Hospedagem: 9



Segurança Pública: 9,1



Atrativos visitados: 9,2



Sinalização Turística: 9



Diversão Noturna: 8,7



Serviço de Taxi: 8,3



Informações Turísticas: 9,7



Telecomunicações: 8,7



Guias de Turismo: 9,5



Preços praticados: 8



Passeios/City Tour: 9,2

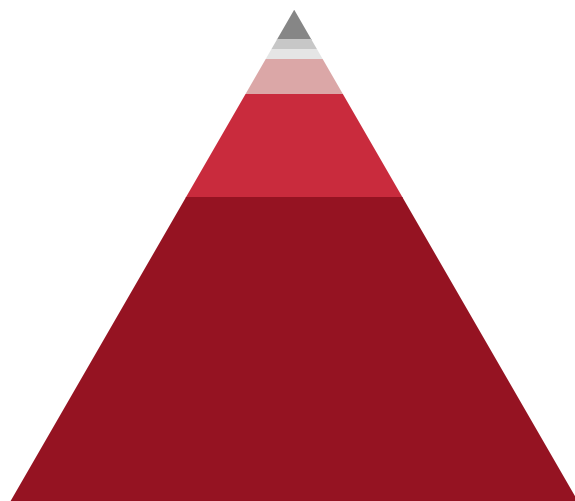


Restaurantes: 8,7

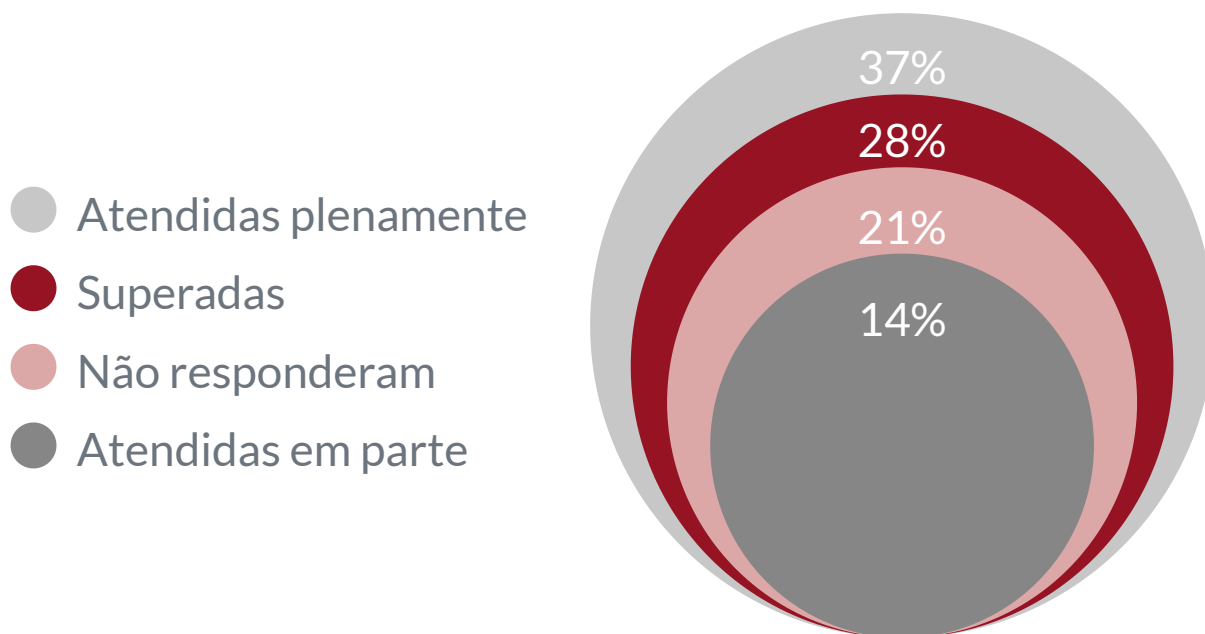
FREQUÊNCIA DAS VISITAS

Quantas vezes esteve no destino?

- Primeira vez (62%)
- 2 a 3 vezes (21%)
- 4 a 6 vezes (7%)
- 7 a 9 vezes (2%)
- Mais de 10 vezes (2%)
- Não responderam (6%)



EXPECTATIVA QUANTO À VIAGEM



INTENÇÃO DE RETORNO

