

**Recebido: 01.10.2023****Aprovado: 29.10.2023****Avaliado: pelo Sistema Double Blind Review**

**EM BUSCA DO PERFIL DO VISITANTE DA ESTÂNCIA  
TURÍSTICA DE CAMPOS DO JORDÃO (SP)  
SEARCHING FOR VISITOR PROFILE OF CAMPOS DO JORDAO  
(SP)**

**Bruna de Castro Mendes**E-mail: [brunamendes@ifsp.edu.br](mailto:brunamendes@ifsp.edu.br)

Orcid: 0000-0002-2823-4066

**Valéria Luiza Pereira Fedrizzi**E-mail: [valeria.fedrizzi@ifsp.edu.br](mailto:valeria.fedrizzi@ifsp.edu.br)

Orcid: 0000-0001-8753-2410

**Luciano Wanderley Mano Sanches**E-mail: [luciano.sanches@ifsp.edu.br](mailto:luciano.sanches@ifsp.edu.br)

Orcid: 0000-0003-1836-3638

**RESUMO**

Diante das mudanças constantes que a atividade turística foi sofrendo ao longo dos anos, na Estância Turística de Campos do Jordão (SP-Brasil), percebeu-se a necessidade caracterizar o perfil do seu visitante. Assim, a presente pesquisa foi um estudo de caso, exploratório-descritivo, baseado na relevância da atividade turística tendo como pilares, o deslocamento, meios de transporte, permanência e utilização dos equipamentos e ou atrativos turísticos e satisfação. Reformulou-se um questionário já utilizado em 2017, ao Roteiro Básico de Pesquisa para o Estudo da Demanda, utilizado pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, totalizando 18 perguntas do tipo fechadas, sendo aplicado pelo corpo discente do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo, do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo, na região turística denominada Capivari, totalizando 120 respondentes. A busca por dados sobre o turismo local é uma das principais ações para se auxiliar no processo de organização e planejamento da atividade turística, nessa perspectiva, apesar de ser uma pesquisa com dados preliminares, em sua segunda etapa, espera-se que a cada nova aplicação, informações surjam de modo a contribuir com o turismo local, assim como uma maior articulação entre os atores locais, deixando de ser uma ação isolada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Demanda turística. Perfil do visitante. Campos do Jordão. Atividade turística.

## ABSTRACT

Given the constant changes that tourist activity has undergone over the years, in the touristic city of Campos do Jordão (SP-Brazil), it has been noticed the need to characterize the profile of its visitor. The present research was an exploratory-descriptive case study, based on the relevance of tourist activity, having as its pillars travel, transportation, length of stay and use of equipment and/or tourist attractions and satisfaction. A questionnaire already used in 2017 was reformulated, using as model the Basic Research Guide for the Study of Demand, used by the São Paulo State Department of Tourism, totaling 18 closed questions, being applied by the student body of the Management Technology course of Tourism, from the Federal Institute of Education, Science and Technology of São Paulo, in the tourist region called Capivari, totaling 120 respondents. The search for data on local tourism is one of the main actions to assist in the process of organizing and planning tourist activity, from this perspective, despite being a research with preliminary data, in its second stage, it is expected that with each new application, information emerges in order to contribute to local tourism, as well as greater coordination between local actors, ceasing to be an isolated action.

**KEY-WORDS:** Tourist Demand. Visitor Profile. Campos do Jordão. Tourist activity.

## 1. INTRODUÇÃO

A Estância Turística de Campos do Jordão, localiza-se no alto da Serra da Mantiqueira, no estado de São Paulo. Trata-se de um destino turístico já consolidado, reconhecido, principalmente, pelo seu aspecto climático, atraindo muitos visitantes durante os meses de inverno, notadamente maio, junho e julho, totalizando mais de 1,5 milhão de turistas só nesse período (SETUR, 2023). De acordo com o Boletim da Braztoa – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (2023), a cidade é a segunda mais procurada, em termos quantitativos sobre destinos em ascensão, logo atrás de Balneário Camboriú. Campos do Jordão, ainda conhecida como a Suíça Brasileira, anteriormente foi um destino de cura, passou para um destino de luxo de inverno, e na fase atual segmenta principalmente os tipos de turismo, como por exemplo, Turismo Gastronômico (chocolate, cervejas e Trutas), Turismo de Aventura (Tirolesa, Montanhismo, *Trekking*, Arvorismo e corrida de Aventura), Turismo de Compras (malharias), Ecoturismo (caminhada e contemplação), Turismo esportivo (Bike), entre outros tipos de turismo.

Considerada como um dos destinos indutores do turismo nacional, tem desenvolvido ações, nos últimos anos, para se tornar uma das melhores referências de destinos turísticos do Brasil, aumentando a sua oferta ao longo de todo o ano. Para isso, a Agência Brasileira de Engenharia turística (ABET) elaborou o *Place Branding* de Campos do Jordão, buscando a identidade única da cidade, inspirada em elementos que são tidos como forças da cidade, representando sua natureza exuberante (simbolizada pela araucária e pelas montanhas), aliados a traços minimalistas, que transmitem todo o estilo

da cidade mais alta do Brasil (são 1.628 metros de altitude) (ABET, 2021), tornando-se reconhecida como o destino mais alto do Brasil.

Recentemente tem recebido diversas melhorias para atender seus visitantes. Entre, as benfeitorias destacam-se as de pavimentação e iluminação pública, ao longo da principal via de acesso da cidade a Avenida Januário Miraglia (conhecida como a linha do trem, ou linha da máquina). Também tem investido no turismo de eventos, principalmente os voltados ao ciclismo, com destaque para a L'Etape Brasil, que foi trazida ao Brasil por meio de uma parceria inédita entre iniciativa privada e a A.S.O. – Amaury Sports Organisation, chegou ao Brasil em 2015, um dos mais respeitados eventos esportivos do mundo.

Diante de tantas mudanças, o perfil do visitante também tem se alterado, passando por ciclos como a própria cidade, e nesse processo muitos dos equipamentos turísticos foram sendo alterados, ou mesmo, substituídos para atender esse novo visitante. Preocupa inclusive a presença de muitos excursionistas na cidade, ou seja, turista de “um dia”, isso ocorre principalmente devido à proximidade com a Cidade de Aparecida, destino turístico religioso. Considerando o dinamismo das atividades turísticas faz-se necessário cada vez mais a utilização dos dados das pesquisas para resolução dos problemas e orientação de estratégias que visem o aprimoramento da qualidade e da sustentabilidade desta atividade (LÔBO et al., 2014). É nesse contexto que, visando contribuir com a compreensão do turismo na cidade e trazer dados sobre o turista e a comunidade local, que o grupo de Pesquisa *Hospitalitas*: oportunidades e desafios, vem traçando um caminho de pesquisa sobre o assunto, sendo que em 2017 foi realizado o primeiro estudo sobre a perspectiva do turista, e em 2023 a segunda etapa, sendo tais dados apresentados para debate e reflexão.

Objetivou-se a análise o perfil do visitante de Campos do Jordão pautado na atividade turística, tendo como pilares, o deslocamento, meios de transporte, permanência e utilização dos equipamentos e ou atrativos turísticos e satisfação. Nesse sentido, aplicou-se um questionário reformulado a partir do modelo disponibilizado pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, na região turística da cidade, denominada Capivari. Com recursos próprios, o período de aplicação correspondeu ao início da alta temporada na cidade, no mês de maio de 2023, obtendo-se 120 respostas, envolvendo os discentes do curso de superior de Gestão em Turismo, do Instituto Federal de Educação

Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus Campos do Jordão, tornando-os responsáveis pela aplicação da pesquisa, sob supervisão de professores.

## 2. METODOLOGIA

O objeto investigativo foi a estância turística de Campos do Jordão, sendo um estudo de caso e exploratório-descritivo, baseado na relevância da atividade turística para essa cidade, em um segundo momento de aplicação, sobre a aprovação do CAAE: 68175317.8.0000.5473 (de acordo com as normas institucionais atreladas ao grupo de pesquisa). Para a elaboração do questionário, considerou-se como base o Roteiro Básico de Pesquisa para o Estudo da Demanda<sup>1</sup>, disponibilizado pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Pequenas mudanças foram realizadas para atender à característica da cidade de Campos do Jordão.

Foram elaboradas duas seções. A primeira corresponde ao perfil do visitante, contendo 11 perguntas, a saber: sexo; idade; estado civil; cidade de moradia; profissão; meio de transporte utilizado; número de acompanhantes; local de hospedagem; total de dias de permanência; gasto médio no destino (por pessoa). A segunda seção, com total de sete perguntas, corresponde ao conhecimento sobre a cidade, abordando a frequência de visitação; como soube sobre ela; o motivo da viagem; a análise da infraestrutura (de dezesseis aspectos como limpeza, sanitários, receptivo, restaurantes, acesso, entre outros); a visitação em cidades vizinhas; os atrativos visitados; e a classificação da experiência.

Totalizando 18 perguntas do tipo fechadas, escolheu-se a região do Capivari, sendo reconhecida como a principal área de concentração turística na cidade, amplamente divulgada em fotos e reportagens. Aplicou-se o questionário na região turística do Capivari, com 18 perguntas fechadas, do tipo perguntas fechadas, no dia 11 de maio de 2023. Essa aplicação resultou em 120 respondentes, e os aplicadores foram os alunos do curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo, Câmpus Campos do Jordão. Por ser considerada uma pesquisa em início de exploração, objetivando-se em criar um calendário contínuo de aplicação dos questionários, contemplando-se tanto a alta quanto a baixa temporada,

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=291>. Acesso em: 23 de set. 2023.

optou-se, nesse relato, descrever os principais apontamentos identificados, ocasionando uma exclusão de algumas das questões realizadas.

### 3. POR QUE PESQUISAR?

Campos do Jordão é uma das muitas cidades brasileiras que se destacam pela paisagem e clima, inseridas no imaginário nacional a partir de filmes e propagandas. Yazigi (2001) explica que Campos do Jordão se firmou, antes de tudo, como lugar de tratamento de doenças pulmonares independentemente de classe social. Só mais tarde é que se expande para lugar turístico por excelência, e passa a ter essa identidade. Esta visão é essencial para se entender as características locais, marcada por uma contraposição entre a atividade de cura e a atividade turística, visto que o município era composto de sanatórios e ao mesmo tempo de hotéis, acabando por criar duas cidades com cenários divergentes e que, por muitos anos, conviveram lado a lado, como explicam Duarte, Barbosa e Bruna (2007).

O charme de Campos do Jordão continua sendo as extensões de verde e a quietude da natureza. Claro que o desenvolvimento de Campos do Jordão seguiu o mesmo padrão de outras estâncias, ou seja, sofreu uma transição de destino de saúde para um destino de lazer, influenciado pela construção de um ideário, a partir de decisões políticas e interesses particulares de alguns membros da sociedade. Hammerl e Silveira (2013) confirmam que a localidade foi modelada como destino turístico graças a ações políticas e de planejamento de uma elite paulistana articulada com a esfera federal.

Para que a cidade alcance os planos traçados no *Place Branding*, faz-se necessário ao município o desenvolvimento turístico planejado, estimulando, qualificando e conscientizando sobre a oferta e uso dos recursos turísticos, visando maximizar os aspectos positivos e minimizar os negativos advindos do crescimento da atividade e gerar emprego e renda (PINTO; RICCI, 2006). Almeida (2006), ao analisar a realidade de Campos do Jordão, já apontava como grande desafio para a cidade contrabalançar os diferentes interesses: empresários desejam mais lucros, a população requer mais empregos e renda, os administradores precisam de mais impostos. Como conciliar, nesses ambientes receptivos, tais interesses, pessoais e de grupos, diante da necessidade de se estabelecer limites como o de capacidade de carga, é a questão a ser equacionada.

Para se conhecer melhor esse perfil de visitante, um Observatório do Turismo da Prefeitura Municipal de Campos do Jordão (SP) foi elaborado, coletando informações de diversos grupos nos anos de 2014/2015, com os primeiros resultados publicados em 2016, finalizando as suas ações com os últimos dados publicados em 2018. Vale ressaltar que os dados pesquisados não eram caracterizados por uma metodologia única, sendo um compilado de dados gerais de diversas instituições. Mendes, Rejowski e Cavenaghi (2022) já realizaram ampla análise sobre essa questão, destacando a metodologia única de cada fonte, sem informações referentes ao período e processo da coleta de dados, ao grau de confiabilidade, à margem de erro, entre outros aspectos<sup>2</sup>.

O próprio plano diretor de turismo da cidade foi elaborado considerando as pesquisas desse observatório, assim como o Plano de Mobilidade. As últimas pesquisas envolveram a realizada pela SETUR-SP, pelo Centro de Inteligência de Economia do Turismo (CIET), divulgadas em 2021 e 2022. Desde então, sabe-se que pesquisas vêm sendo realizadas pela entidade pública, mas sem divulgação das informações obtidas e sem a explicação de como os dados são coletados.

Para que se consiga equacionar tais situações, a pesquisa é essencial para fornecer informações para o além de interesses de grupos específicos. Compreender como os turistas entendem e avaliam a cidade é um dos pilares de uma pesquisa em busca de um turismo mais organizado e planejado. Para Lôbo et al. (2014), a pesquisa de demanda turística, bem como a análise e interpretação dos dados pesquisados voltados para a identificação do perfil do turista de uma localidade, tem como finalidade o conhecimento dos segmentos de mercado, dos fatores que influenciam os turistas, do relacionamento do processo de crescimento da demanda com o ciclo de vida das destinações e a mensuração do fenômeno turístico no município.

#### **4. TURISTA EM DADOS**

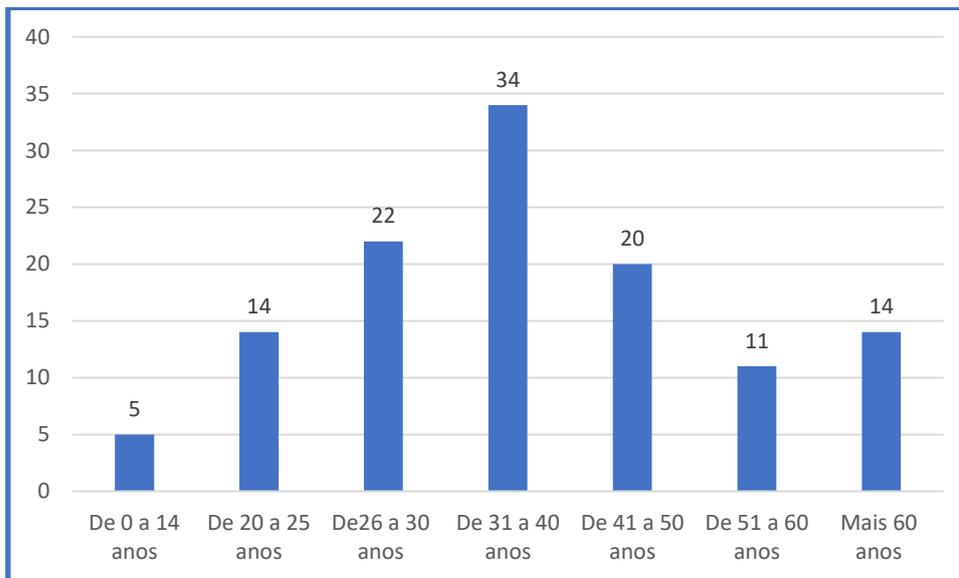
As perguntas aplicadas para caracterizar um estudo inicial do perfil da demanda turística da estância turística de Campos do Jordão, pautaram-se em 3 frentes interpretativas: Identificação do Turista; Percepção dos atrativos turísticos e Motivação

---

<sup>2</sup> As principais fontes são o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), a Polícia Militar Rodoviária de São Paulo, a Campos do Jordão Associação da Hotelaria e Gastronomia (ASSTUR), o Centro de Informações Turísticas (CIT), o Campos do Jordão e Região Convention and Visitor Bureau e o Ministério do Trabalho.

da visita. Para a identificação do perfil do turista que visita a estância turística de Campos do Jordão, dos respondentes 71 desses foram mulheres e 49 homens, e no que se refere a faixa etária desses visitantes (turistas), conforme o Quadro 1, predominaram as idades de 26 anos a 50 anos.

**Quadro 1.** Faixa etária dos visitantes de Campos do Jordão



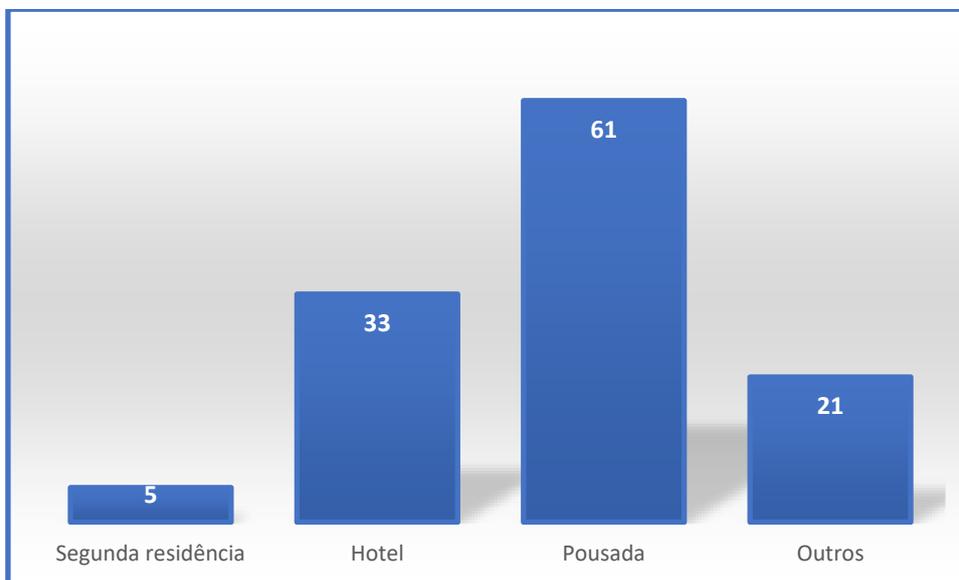
**Fonte:** Elaboração própria (2023)

No que se refere ao estado civil dos respondentes, 63 foram casados, seguido de 39 solteiros, 10 divorciados, 8 outros. O cruzamento desse dado com a faixa etária obtida, já finaliza que dos jovens visitantes predominantemente são solteiros e dos com mais de 31 anos de idade encontram-se casados.

Outra frente investigativa, quanto ao perfil do visitante recai sobre a origem desses visitantes, predominando visitantes oriundos do próprio estado de São Paulo 79 respondentes e, seguidos dos estados do Espírito Santo 13 respondentes, Rio de Janeiro 10 respondentes, e Minas Gerais 7 respondentes e outros estados 11 respondentes. E quanto a cidade de origem fortemente são visitantes da cidade de São Paulo, acredita-se que a pequena distância e o diferencial da vocação turística da Suíça Brasileira contribuem com esse resultado.

Tendo destaque para a atividade turística os meios de transporte envolvidos no deslocamento do núcleo emissor, ao núcleo receptor (Campos do Jordão – CJO), percebe-se que o deslocamento em grande parte se realiza com a utilização dos próprios veículos, sendo carro próprio 78%, moto 3%, Ônibus 18%, e outros 1%. O ponto de partida dessa interpretação deve-se sugerir que mediante a cidade de origem dos visitantes a predominância do veículo próprio justifica-se e permite, muitas vezes, a visitação de curta permanência. Nessa perspectiva, permanência pelo período de 24H 19%, entre 2 e 3 dias 76%; entre 4 e 5 dias 4% e mais de 6 dias apenas 1%.

### Quadro 2. Meios de hospedagem utilizados

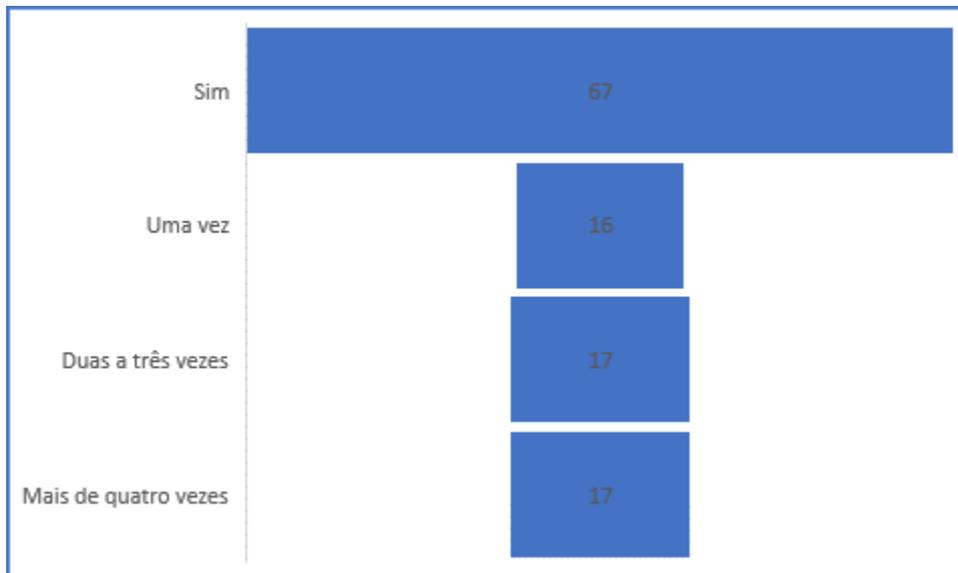


Fonte: Elaboração própria (2023)

Ainda verificando o tripe do turismo, quanto aos meios de hospedagem utilizados, segundo o Quadro 2, a hospedagem do tipo Pousada alcançou 51%, da representação dos tipos de estabelecimentos utilizados pelos respondentes. Somam-se os hotéis 27%, na classe Outros destacou-se a utilização da plataforma Airbnb, e apenas 4% hospedaram-se em uma segunda residência ou casa de amigos. Nessa última frente interpretativa, nota-se a mudança do perfil dos visitantes de CJO, uma vez que em décadas passadas a cidade era em grande parte usada para esse propósito.

De suma importância para caracterizar o perfil do visitante, foi inquerido ao respondente, se seria a primeira vez que ele estaria visitando CJO. A intenção dessa pergunta permitiu verificar se esse visitante era um usuário frequente ou esporádico.

**Quadro 3.** Frequência da visita a CJO

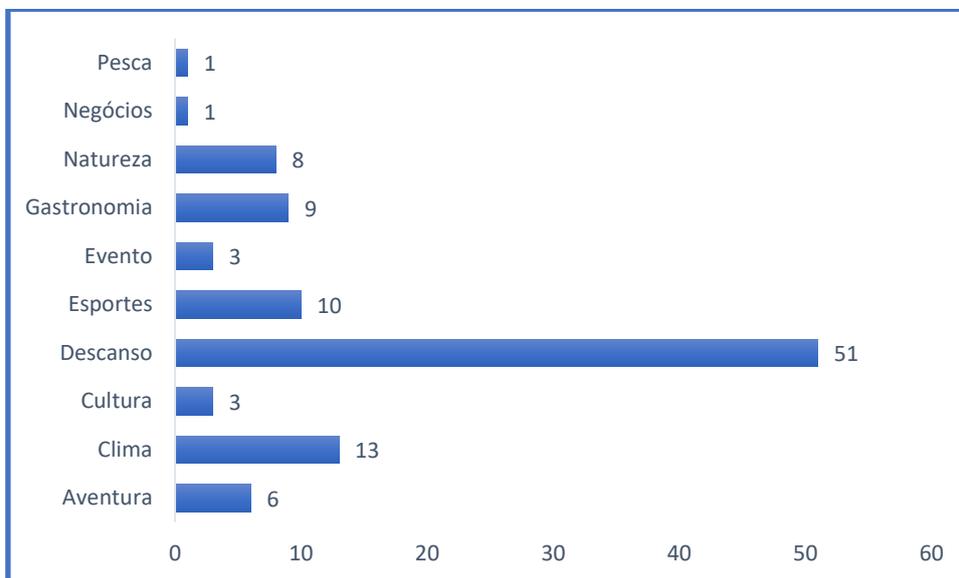


**Fonte:** Elaboração própria (2023)

O Quadro 3, apresenta resultado da frequência do visitante de CJO, sendo que muitos desses estavam em uma situação de primeira visita a cidade. Possivelmente, a frente interpretativa de duas ou mais de quatro vezes seja o ponto principal dessa análise, buscando perceber quais atrativos, comportamentos ou experiências, foram primordiais para tornar esse visitante frequente ao destino turístico. Refletindo na reinvenção do ciclo de vida dos destinos turísticos.

E quanto a questão da satisfação do visitante, no que refere ao sentido de motivação e significação da cidade, pode-se observar no Quadro 4, algumas confirmações dos principais segmentos do turismo predominantes na cidade.

#### Quadro 4. Satisfação e significado de CJO



Fonte: Elaboração própria (2023)

O sentido de descanso na cidade foi predominante, atribui-se esse resultado, as belas paisagens, ao clima, ar puro, abundância de fauna e flora. Sequencialmente, o Turismo de Aventura é um grande motivador das visitas recebidas na cidade, com as práticas de Tirolesa, Montanhismo, *Trekking*, Arvorismo e corrida de Aventura), seguido do Turismo Esportivo, que congrega lugares únicos para esse tipo de atividade. Muitos dos eventos realizados na cidade, são do tipo esportivo e contabilizam-se participantes de diversas regiões brasileiras e em alguns casos países. Esses eventos e atividades são impulsionados pela natureza de tranquilidade da cidade.

O Turismo Gastronômico vem ganhando espaço entre os segmentos com destaque na cidade, com festivais de *Founde*, fortalecimento da culinária local através da utilização do pinhão, criação de rotas gastronômicas específicas para cervejas artesanais e degustação de vinhos. A cultura é foco central durante o festival de Inverno de Campos do Jordão, evento que ocorre todos os anos no mês de julho, sempre com ampla programação e divulgação. E finalmente, pouco expressivas as visitas com objetivo de negócios ou mesmo para a pesca dos respondentes. A cidade abriga alguns

estabelecimentos de Truticultura, porém ainda se percebe a necessidade de divulgação desse segmento.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A primeira ação do grupo de Pesquisa *Hospitalitas*: oportunidades e desafios foi realizada em 2017. Por diversas dificuldades, principalmente no processo de captação de recursos humanos e financeiros, a pesquisa com os turistas na cidade foi descontinuada. Em 2022, o desejo de retomar a pesquisa reaparece e começa a se organizar a nova aplicação da pesquisa com o objetivo de contribuir com o repensar sobre o turismo na cidade de Campos do Jordão (SP). Assim, adota-se como padrão norteador as diretrizes da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, assim como se aproxima da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo do Brasil para se buscar um pouco mais de experiência nessa ação.

Uma primeira ação foi realizada ainda em 2022, porém, a quantidade de questionários aplicada foi insuficiente para uma análise. Também se ponderou sobre o processo de aplicação do questionário, identificando erros que justificaram ignorar os resultados obtidos nesse ano. Para 2023, optou-se em conciliar a aplicação do questionário com uma das disciplinas do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, garantindo um número suficiente de aplicadores, além de demonstrar aos futuros profissionais sobre a importância de se pesquisar o mercado e compreender os atores envolvidos.

A busca por dados sobre o turismo local, é uma das principais ações para se auxiliar no processo de organização e planejamento da atividade turística. Em uma cidade marcada por um turismo massificado, como Campos do Jordão (SP), os dados podem, inclusive, auxiliar no processo de reorganização da atividade. Assim, percebeu-se que essa ação foi considerada frutífera e pretende-se reproduzi-la na próxima pesquisa, prevista para 2024 – ainda concentrada durante a alta temporada.

Alguns dos novos resultados apresentados nesse segundo momento de aplicação de pesquisa de campo, buscando retratar o perfil do visitante da Estância Turística de Campos do Jordão, confirmaram alguns pontos para reflexão.

O quantitativo de mulheres realizando turismo vem crescendo, o que sugere o empoderamento feminino, para a prática do turismo. Muitas dessas, viajando em grupo ou mesmo sozinhas, além da condição financeira para arcar com suas despesas de viagem.

Outro ponto de observação recaia para a faixa etária, representada nesse relato, por um público mais jovem, de meia idade. Assim, a segmentação confirma-se quanto aos segmentos mais explorados no momento na cidade, dentre elas pelas práticas esportivas, turismo de aventura, e turismo gastronômicas.

Entretanto, ressalta-se a preservação dos traços de ciclos anteriores como um destino de cura, onde a cidade era utilizada como um sistema de tratamento da saúde, fazendo a ponte aqui com escolha da cidade para local de descanso, frente interpretativa que obteve mais frequência, como satisfação e significado de Campos do Jordão. Reafirma-se a força da Estância como destino turismo, pois 41.6% dos visitantes já tinham visitado a cidade anteriormente, reforçando a fidelização desse público, e esses visitantes deslocam-se predominantemente do próprio estado, ou oriundos de estados vizinhos.

Entende-se e reconhece-se a dificuldade de se realizar pesquisas como essas no Brasil. Muitos Observatórios de Turismo espalhados pelo Brasil vem demonstrando a importância da participação das instituições de ensino nessa etapa, possibilitando a criação de um banco de dados com informações suficientes para ajudar na definição de políticas públicas do turismo local. O relato apresentado é o primeiro passo para se quebrar a barreira que se tem com a administração pública, reforçando as diversas parcerias que podem surgir. Espera-se que com o aprimoramento da pesquisa, novas informações surjam e novos parceiros contribuam com essa ação, por enquanto, considerada isolada.

## REFERÊNCIAS

ABET. COMTUR aprova estratégia de branding e nova marca turística de Campos do Jordão. Disponível em: [http://www.abet.tur.br/comtur-aprova-estrategia-de-branding-e-nova-marca-turistica-de-campos-do-jordao/?fbclid=IwAR1N6KcsESE3Bpj5OcCbKWlaH4NHEbImCyNbkmyYPWoGMTob7\\_PzTnpHfxI](http://www.abet.tur.br/comtur-aprova-estrategia-de-branding-e-nova-marca-turistica-de-campos-do-jordao/?fbclid=IwAR1N6KcsESE3Bpj5OcCbKWlaH4NHEbImCyNbkmyYPWoGMTob7_PzTnpHfxI). 29 set. 2021. Acesso em: 30 set. 2021.

ALMEIDA, J.G. A (in)sustentabilidade do turismo no entorno de Campos do Jordão – SP. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em

Ciências, área de concentração Propaganda e Publicidade, Relações Públicas e Turismo, Universidade de São Paulo, 2006, p.189.

BRAZTOA. Pesquisas Braztoa. Disponível em: <https://www.braztoa.com.br/>. Acesso em: 23 set. 2023.

DUARTE, R.F.; BARBOSA, A.S.; BRUNA, G.C. O turismo e a transformação de cidades: o caso de Campos do Jordão – Brasil e Sintra-Portugal. *AE Ensaios*, v. II, nº 01, p. 1-26, fev. 2007.

HAMMERL, P.C.; SILVEIRA, R.L.L. Por um desenvolvimento turístico: o planejamento de Campos do Jordão em uma escala local/regional/global (1950-1960). *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local*, v. 6, n.15, p. 1-19, 2013.

LÔBO, T.C.; SILVA, A.M.C.; MIRANDA, R.M.; TRIERS FILHO, L.E.; LÔBO, S.B. Perfil do turista que frequenta Pirenópolis/Goiás. **Revista Plurais**, v. 4, n. 2, p. 1-17, 2014.

MENDES, B.C.; REJOWSKI, M.; CAVENAGHI, A.J. Documentos oficiais norteadores do planejamento turístico: uma análise sobre Campos do Jordão (SP, Brasil). **Revista Turismo e Cidades**, São Luís, v. 4, n. 9, p. 81-105, jan./jun. 2022.

PINTO, L.A.S.; RICCI, F. Qualificação profissional e turismo: uma discussão sobre as questões sociais e o espaço turístico construído na cidade de Campos do Jordão. IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caixas do Sul, 7-8 jul. 2006.

SETUR. Conheça o município de Campos do Jordão. Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br/conheca-o-municipio-turistico-de-campos-do-jordao>. Acesso em: 23 set. 2023.

YAZIGI, E. A alma do lugar: Turismo, planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto, 2001.