



ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA – ANO BASE 2024
SÃO BERNARDO DO CAMPO
MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO



Realização conjunta:

MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

MARCELO DE LIMA FERNANDES
PREFEITO
marcelo.lima@saobernardo.sp.gov.br

RAFAEL DEMARCHI
SECRETÁRIO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, TRABALHO E
JUVENTUDE
rafael.demarchi@saobernardo.sp.gov.br

ALÍPIO FAUSTINO COSTA FILHO
SECRETÁRIO ADJUNTO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, TRABALHO
E JUVENTUDE
alipio.costa@saobernardo.sp.gov.br

FERNANDO BONISIO
DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE TURISMO E EVENTOS
Responsável Técnico- Bacharel em Turismo pela Universidade do Grande ABC – UniABC
-2004, com especializações em Projetos Turísticos pela Universidade Gama Filho – UGF/RJ
-2006 e em Turismo: Planejamento e Marketing pela Universidade de Araraquara –
UNIARA -2023)
fernando.bonisio@saobernardo.sp.gov.br

Equipe:

MARLÚCIA CARNEIRO DOS SANTOS
RENATA APARECIDA SILVA

SENAC SÃO BERNARDO DO CAMPO

O SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) desempenha um papel fundamental na formação profissional e no desenvolvimento dos setores de comércio, serviços e turismo no Brasil, oferecendo educação de qualidade e capacitando profissionais para os mais diversos setores da economia. Sua missão é "Educar para o trabalho, de forma inovadora e inclusiva, em atividades do comércio de bens, serviços e turismo."

A organização oferece uma ampla variedade de cursos e programas de formação técnica e qualificação profissional, abrangendo as modalidades Graduação e Pós-graduação, Habilitação Profissional Técnica, Qualificação Profissional Técnica, Qualificação Profissional, Formação Inicial e Continuada, Aperfeiçoamento, Ensino Médio Técnico Integrado e Aprendizagem Profissional. As áreas contempladas incluem turismo, gastronomia, moda, beleza, saúde, segurança no trabalho, administração e negócios, tecnologia, entre outras, sempre com o objetivo de atender às demandas do mundo de trabalho.

Atenta ao mercado, a instituição contribui para o desenvolvimento do setor de serviços, considerado um dos principais impulsores da economia brasileira. Alinha suas ofertas às demandas do setor, às tendências emergentes e às inovações, visando preparar profissionais a partir de situações reais de trabalho, para que possam aprender na prática com tecnologias e infraestrutura de referência no mercado, possibilitando que sejam mais competitivos no cenário profissional. Estabelece parcerias nacionais e internacionais, com o objetivo de promover projetos educacionais nas diversas áreas de negócio e modalidades de ensino da instituição, bem como alavancar oportunidades de emprego e estágios para os alunos.

O SENAC realiza pesquisas sobre tendências e necessidades do setor, contribuindo para inovações em práticas e currículos educacionais. Além disso, promove a formação em práticas sustentáveis, incentivando a responsabilidade social e ambiental entre os futuros profissionais.

Possibilitar o acesso à educação é um dos propósitos institucionais, por meio do Programa Senac Gratuidade (PSG), que amplia o acesso de quem tem renda familiar mensal de até dois salários-mínimos por pessoa à educação profissional de qualidade. Os cursos oferecidos são reconhecidos nacionalmente e internacionalmente pela qualidade e relevância no mercado, o que agrega valor ao currículo dos alunos.

Em suma, a instituição de ensino desempenha um papel crucial na formação de profissionais qualificados, na promoção do desenvolvimento do setor de serviços e na inclusão social, contribuindo significativamente para o crescimento econômico e social do Brasil. Desde 2017, colabora com o Município de São Bernardo do Campo em atividades de fomento ao turismo, eventos geradores de fluxo turístico, na oferta de estagiários e na elaboração de documentações técnicas, como é o caso deste Estudo de Demanda Turística – Ano Base 2024.

DARLAN OLIVEIRA ROCHA

GERENTE DA UNIDADE SENAC SÃO BERNARDO DO CAMPO

darlan.orocha@sp.senac.br

CAMILA FERNANDA SARTORI FINARDI

COORDENADORA DOS CURSOS DE TURISMO, HOTELARIA E EVENTOS

(Responsável Técnico)

camila.fsartori@sp.senac.br

Equipe:

MARIANNA REDÍGOLO (docente)

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Local de Aplicação dos Questionários	18
Tabela 2 – Período da Pesquisa A	19
Tabela 3 – Período da Pesquisa B.....	20
Tabela 4 – Distribuição das Pesquisas	21
Tabela 5 – Gênero (Sexo)	21
Tabela 6 – Faixa Etária	22
Tabela 7 – Faixa Etária por Atrativo/Evento	22
Tabela 8 – Origem dos Turistas / Visitantes.....	24
Tabela 9 – Satisfação Geral	26
Tabela 10 – Avaliação das Atrações	27
Tabela 11 – Organização / Gestão	28
Tabela 12 – Infraestrutura	29
Tabela 13 – Divulgação dos Atrativos/Eventos	33
Tabela 14 – Deslocamento para a cidade.....	34
Tabela 15 – Utilização de Serviços de Hospedagem	35
Tabela 16 – Meios de Hospedagem Utilizados	36
Tabela 17 – Motivo da Viagem (Segmentação)	37
Tabela 18 – Permanência na cidade.....	39
Tabela 19 – Companhia de Viagem	40
Tabela 20 – Idade dos Acompanhantes na Viagem	41
Tabela 21 – Gasto Médio Estimado na Cidade por Dia.....	42
Tabela 22 – Intenção de Retorno à São Bernardo do Campo	43
Tabela 23 – Indicação de S.B.Campo como Destino Turístico	43
Tabela 24 – Fluxo Turístico: Atrativos/Quantidade/Período.....	45
Tabela 25 – Sazonalidade do Fluxo Turístico	46
Tabela 26 – Número de Turistas – Atrativos/Eventos (estimativa).....	47
Tabela 27 – Atrativos Turísticos – Top 10	47
Tabela 28 – Eventos Geradores de Fluxo Turístico – Top 3	48
Tabela 29 – Uso de Serviços Turísticos para Estimativa de Receita – Atrativos ..48	
Tabela 30 – Custos Médios por pessoa para Estimativa de Receitas - Atrativos ..49	
Tabela 31 – Receitas Estimadas – Atrativos Turísticos	51
Tabela 32 – Eventos Geradores de Fluxo Turístico – Público Estimado	52
Tabela 33 – Uso de Serviços Turísticos para Estimativa de Receitas - Eventos ...52	
Tabela 34 – Custos Médios Estimados por Pessoa – Eventos	52
Tabela 35 – Receitas Estimadas – Eventos Geradores de Fluxo Turístico.....53	
Tabela 36 – Receitas Consolidadas – Atrativos e Eventos.....53	

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Pesquisas Aplicadas por Exercício	17
Gráfico 2 – Local de Aplicação dos Questionários	18
Gráfico 3 – Período da Pesquisa – alta/baixa	19
Gráfico 4 – Período da Pesquisa – Dias de Semana/Finais de Semana	20
Gráfico 5 – Gênero	21
Gráfico 6 – Faixa Etária	23
Gráfico 7 – Origem dos Turistas / Visitantes	24
Gráfico 8 – Satisfação em Relação ao Atrativo ou Evento em Geral	26
Gráfico 9 – Satisfação em Relação às Atrações	27
Gráfico 10 – Satisfação em Relação à Organização/Gestão.....	28
Gráfico 11 – Satisfação em Relação à Infraestrutura	29
Gráfico 12 – Divulgação dos Atrativos / Eventos.....	33
Gráfico 13 – Deslocamento para São Bernardo do Campo	34
Gráfico 14 – Utilização de Serviços de Hospedagem.....	35
Gráfico 15 – Meios de Hospedagem Utilizados.....	36
Gráfico 16 – Segmentação Turística	38
Gráfico 17 – Permanência na Cidade.....	39
Gráfico 18 – Companhia na Viagem.....	40
Gráfico 19 – Idade dos Acompanhantes na Viagem	41
Gráfico 20 – Gasto Médio Estimado na Cidade por Pessoa.....	42
Gráfico 21 – Intenção de Retorno à São Bernardo do Campo	43
Gráfico 22 – Indicação de S. B. Campo como Destino Turístico	44
Gráfico 23 – Sazonalidade do Fluxo Turístico.....	46
Gráfico 24 – Receitas Consolidadas 2019/2024.....	54

LISTA DE ANEXOS

Anexo I – Relatório Fotográfico Atrativos Turísticos Objetos de Pesquisa de Campo	60
Anexo II – Relatório Fotográfico Eventos Geradores de Fluxo Turístico Objetos de Pesquisa de Campo	67
Anexo III – Centro Turístico de São Bernardo do Campo – Inaugurado em junho/2024.....	69
Anexo IV – Campanha de Divulgação Institucional	71

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	8
1.1.	Objetivos.....	8
1.1.1.	Objetivo Geral	8
1.1.2.	Objetivos Específicos	8
1.2.	Metodologia.....	9
1.3.	Modelo de Questionário	12
1.4.	Pesquisa de Demanda Turística.....	13
2.	RESULTADOS DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA - EXERCÍCIO 2024 – MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO	17
2.1	Perfil do Visitante / Turista	17
2.1.1.	Local de Aplicação dos Questionários	18
2.1.2.	Período da Pesquisa	19
2.1.3.	Gênero (Sexo).....	21
2.1.4.	Faixa Etária.....	22
2.1.5.	Origem dos Turistas / Visitantes	24
2.2.	Avaliações pontuais (Atrativos/Eventos, Atrações, Organização, Infraestrutura)	25
2.2.1.	Satisfação em relação ao atrativo ou evento em geral.....	26
2.3.	Conhecendo o Turista.....	33
2.3.1	Divulgação dos Atrativos/Eventos (Como tomou conhecimento?)....	33
2.3.2	Deslocamento para a Cidade.....	34
2.3.3	Serviços de Hospedagem	35
2.3.4	Motivo da Viagem (Segmentação).....	37
2.3.5	Permanência na Cidade.....	39
2.3.6	Companhia na Viagem.....	40
2.3.7	Idade dos Acompanhantes na Viagem	41
2.3.8	Gasto Médio Estimado na Cidade por Dia.....	42
2.3.9	Intenção de Retorno à São Bernardo do Campo.....	43
2.3.10	Indicação de S.B. Campo como Destino Turístico.....	43
3.	FLUXO TURÍSTICO	45
3.1	Número de Turistas/Visitantes (Estimativa)	45
3.2	Sazonalidade	45
3.3	Número de Turistas/Visitantes (Estimativa)	47
4.	CONSOLIDAÇÃO DOS ATRATIVOS E EVENTOS GERADORES DE FLUXO TURÍSTICO	47
5.	ESTIMATIVA DE RECEITAS (Serviços Turísticos)	48
5.1	Atrativos.....	48
5.2	Eventos.....	52
5.3	Estimativa de Receitas com o Turismo – Ano Base 2024	53
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
7.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
8.	ANEXOS	61

1. INTRODUÇÃO

1.1. Objetivos

O presente Estudo tem por objetivo principal o levantamento de dados que definam as características da demanda turística real do **Município de Interesse Turístico de São Bernardo do Campo**, bem como analisar os dados colhidos por meio de pesquisas em campo. Busca-se com esta investigação um melhor entendimento sobre quem está visitando o destino, como está visitando, as motivações e demais informações pertinentes, para que sirvam de arcabouço na implantação de ações futuras e/ou ajustes de ações já implementadas.

A pesquisa de demanda é uma ferramenta de análise que busca a definição do perfil do turista, as formas de como a sua viagem é organizada, como o turista avalia a infraestrutura e serviços do destino e sua probabilidade de retornar ou indicar São Bernardo do Campo como destino turístico.

1.1.1. Objetivo Geral

- Levantar, definir e analisar o perfil do turista e/ou visitante que se desloca para São Bernardo do Campo;

1.1.2. Objetivos Específicos

- **Identificação do Perfil do Turista:** Compreender quem são os turistas, suas características demográficas, comportamentais e psicográficas.
- **Análise do Comportamento do Consumidor:** Investigar como os turistas tomam decisões sobre destinos, atividades e serviços.
- **Previsão de Fluxos Turísticos:** Estimar o volume de visitantes em diferentes períodos e identificar tendências sazonais.
- **Avaliação da Satisfação do Turista:** Medir a satisfação e a experiência do turista, identificando pontos fortes e áreas de melhoria.

- **Segmentação de Mercado:** Dividir o mercado em segmentos específicos para direcionar estratégias de marketing e promoção.
- **Impacto Econômico:** Analisar o impacto da demanda turística na economia local, como geração de empregos e receita.
- **Desenvolvimento Sustentável:** Avaliar como a demanda turística pode ser gerida de forma sustentável, minimizando impactos negativos no meio ambiente e na cultura local.
- **Planejamento de Infraestrutura e Serviços:** Fornecer dados para a melhoria de infraestrutura, transporte, hospedagem e serviços turísticos.

Esses objetivos ajudam a criar estratégias eficazes para o desenvolvimento do turismo em uma localidade, promovendo experiências enriquecedoras para os visitantes e benefícios para a comunidade local.

1.2. Metodologia

A metodologia do presente estudo faz uso da pesquisa quantitativa e descritiva. Os métodos de estudo foram obtidos através do levantamento de dados “*in loco*”, complementadas pelo método dedutivo. O instrumento de pesquisa foram questionários estruturados por respostas fechadas e abertas.

“... A pesquisa quantitativa leva em consideração tudo que pode ser quantificável, ou seja, é capaz de traduzir em números, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. A pesquisa quantitativa tem como condicionante o uso de recursos e técnicas estatísticas (porcentagem, média, etc.). São adequadas para a apuração de opiniões, perfis e atitudes conscientes dos entrevistados, pois utiliza instrumentos estruturados (questionários)...” (GIL, 1996).

Esta técnica é a mais indicada quando se tem como objetivo traçar perfis de um grupo de pessoas, baseando-se em características que elas têm em comum.

O processo descritivo busca a identificação, registro e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo. Esse tipo de pesquisa pode ser entendido como um estudo de caso, no qual, após a coleta de dados, é realizada

uma análise das relações entre as variáveis para uma posterior dedução dos efeitos resultantes.

Foram aplicados no total 700 (setecentos) questionários, em 7 (sete) ações distintas, tanto em atrativos turísticos (Cidade da Criança, Parque da Juventude Cittá di Maróstica, Parque Caminhos do Mar, Parque Natural Estoril, Parque Ecológico Imigrantes e Visitas Monitoradas de Turismo Industrial) quanto em eventos, como a 6ª Edição do Festival do Cambuci, alternando períodos de baixa e alta temporadas.

Os questionários foram modificados em relação ao exercício 2023 e anos anteriores, por conta da planilha eletrônica base para o ranqueamento. Desta forma, o conteúdo dos questionamentos poderá ser inserido no sistema digital com acompanhamento da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo, não sendo necessário mais estimar dados ou não os contemplar nos questionamentos.

Diante do apresentado, ratificamos que o estudo de demanda turística é um tema amplamente discutido na literatura sobre turismo. Na bibliografia turística pode ser assim comumente definido:

“O estudo de demanda turística é uma análise sistemática que visa identificar, medir e entender as necessidades, comportamentos e características dos turistas que visitam um determinado destino. Ele envolve a coleta de dados qualitativos e quantitativos para avaliar as preferências dos consumidores, as motivações de viagem e os padrões de consumo, com o objetivo de informar políticas de desenvolvimento turístico e estratégias de marketing”.

Destacam-se, ainda, as seguintes referências autorais:

- **Miller, G. (2001):** *Discute a importância de entender a demanda para a sustentabilidade e planejamento de destinos turísticos.*

- **Page, S. J. (2014):** *Apresenta uma análise detalhada dos fatores que influenciam a escolha de destinos e a dinâmica do mercado turístico.*
- **Crompton, J. L. (1979):** *Foca nas motivações que levam os turistas a escolher determinados destinos, oferecendo uma base teórica sólida para estudos de demanda.*

1.3. Modelo de Questionário

PESQUISA – ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA – ANO BASE 2024 – SÃO BERNARDO DO CAMPO (MIT)

I – PROCEDÊNCIA

- () SANTO ANDRÉ () SÃO CAETANO DO SUL () DIADEMA () MAUÁ () RIBEIRÃO PIRES
 () RIO GRANDE DA SERRA () SÃO PAULO – CAPITAL () _____

II – IDADE

- () -18 ANOS () 19 a 29 ANOS () 30 a 45 ANOS () 46 a 64 ANOS () +64 ANOS

III – GÊNERO

- () MASCULINO () FEMININO () OUTROS

IV – AVALIAÇÃO (MUITO SATISFEITO / SATISFEITO / INSATISFEITO)

V.I SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO ATRATIVO/EVENTO EM GERAL () () ()

V.II AVALIAÇÃO DAS ATRAÇÕES DO ATRATIVO/EVENTO () () ()

V.III AVALIAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO DO ATRATIVO/EVENTO () () ()

V.IV AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA DO ATRATIVO/EVENTO () () ()

V- COMO TOMOU CONHECIMENTO DESTE ATRATIVO/EVENTO?

- () AMIGOS () INSTAGRAM () FACEBOOK () TRIP ADVISOR () SITES DE VIAGENS
 () BLOG DE VIAGENS () REVISTA/JORNAL () TV () OUTROS

VI – COMO SE DESLOCOU PARA SÃO BERNARDO?

- () CARRO () ÔNIBUS () TREM () AVIÃO () NAVIO () OUTROS (MOTOCICLETA/BICICLETA)

VII – PRETENDE FAZER USO DOS SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM NA CIDADE?

- () SIM () NÃO

Se sim:

- () CASA PARENTES/AMIGOS () HOTEL () RESORT () CAMA/CAFÉ
 () RANCHO/CHÁCARA () AIRBNB () POUSADA () FLAT/APARTHOTEL

VIII- MOTIVO DA VIAGEM (SEGMENTAÇÃO):

- () AVENTURA () NATUREZA () DESCANSO () CLIMA () PESCA/NÁUTICA
 () VISITA PARENTES/AMIGOS () NEGÓCIOS () ESPORTES () CULTURA/PATRIMÔNIO HISTÓRICO
 () EVENTO () GASTRONOMIA () COMPRAS () OUTROS () TURISMO INDUSTRIAL

IX- PERMANÊNCIA NA CIDADE:

- () MENOS DE 1 DIA/NÃO PERNOITOU () 1 DIA () 2 DIAS () 3 DIAS () 4 A 7 DIAS () +7 DIAS

X- COMPANHIA NA VIAGEM:

- () SOZINHO () FAMÍLIA () AMIGOS () CASAL () CASAL COM FILHOS

XI- IDADE DOS ACOMPANHANTES NA VIAGEM:

- () 0 A 9 ANOS () 10 A 18 ANOS () 19 A 29 ANOS () 30 A 45 ANOS () 45 A 65 ANOS () +65 ANOS

XII- GASTO MÉDIO ESTIMADO NA CIDADE POR DIA:

- () ATÉ R\$ 50,00 () ATÉ R\$100,00 () ATÉ R\$ 200,00 () +R\$ 200,00

XIII- PRETENDE RETORNAR À SÃO BERNARDO DO CAMPO?
 SIM NÃO

XIV - INDICARIA SÃO BERNARDO COMO DESTINO TURÍSTICO, COM BASE NO(S) ATRATIVO(S) VISITADO(S) E/OU NO EVENTO QUE PARTICIPOU?
 SIM NÃO

XV – GOSTARIA DE DEIXAR UM EMAIL DE CONTATO PARA RECEBER NOVIDADES SOBRE ATRATIVOS E CONVITES PARA EVENTOS NA CIDADE?

Observações:

1.4. Pesquisa de Demanda Turística

O planejamento turístico é fundamental para se atingir resultados desejados, de forma sustentável, que tragam benefícios para o destino. No planejamento são apresentadas análises situacionais do município para que, com essa estrutura de dados, possam ser tomadas decisões para que a atividade turística se desenvolva sustentavelmente, trazendo ganhos, desenvolvimento social, mitigação de impactos, afirmação cultural, entre outros fatores que tornam o turismo um segmento que promova geração de emprego e renda.

Para isso é importante entendermos o que é Demanda Turística. Segundo **Mathieson e Wall** (1982 *apud* DIAS, 2005, p. 52) demanda turística é o “número total de pessoas que viajam ou desejam viajar para desfrutar das comodidades turísticas e dos serviços em lugares diferentes de trabalho e de residência atual”. É interessante notar a diferença já nesse conceito entre Demanda Real e Demanda Potencial. A demanda real é aquela que efetivamente realiza o ato de viajar, enquanto o potencial é aquela que deseja viajar, mas ainda não o fez. No caso da presente pesquisa, aplicamos os questionários “*in loco*”, portanto essa pesquisa contempla apenas a demanda real do destino turístico São Bernardo do Campo.

Essa demanda é sensível a diversos fatores como preço dos serviços e de outros bens de consumo, nível de renda dos turistas, preferências pessoais, opções (se preferem praia ou campo, por exemplo), crises econômicas, tempo livre, câmbio, marketing, etc (LAGE; MILONE, 1991).

Por si só, esses indicadores são suficientes para vermos como a demanda turística é heterogênea, pois as preferências pessoais e renda, por exemplo, são fatores elásticos em relação ao tempo, ou seja, qualquer mudança na situação econômica, social ou até ambiental, faz com que a demanda mude, seja de modo quantitativo (número de turistas), que têm impacto imediato nos resultados em termos de receita gerada, por exemplo; ou qualitativo (características dos turistas) o que pode alterar o comportamento de determinado grupo.

Conhecer sua demanda é importantíssimo para o destino, pois respalda a correção, com possibilidades de promover novas ações e manter aquilo que está certo. Segundo Petrochi e Bona (2003. p. 87), satisfazer sua demanda é necessário para a sobrevivência do destino e das empresas responsáveis por levar o turista até o mesmo, pois segundo o autor “demanda” significa “mercado”. E, como o próprio diz, “[...] se tudo depende do mercado, há a necessidade de estudá-lo, conhecê-lo [...] e saber seus movimentos.”

A demanda turística pode ser conhecida ou determinada, segundo Petrocchi (2002) através de pesquisa direta, realizada no núcleo emissor do turista. Todavia, o autor acredita que a pesquisa no núcleo receptor (destino) é importante para o planejamento específico do turismo, por se tratar da demanda real que determina o perfil e a satisfação do entrevistado que já visitou a cidade.

Isto posto, ratifica-se como processo sistemático que busca coletar e analisar dados sobre os comportamentos, preferências e características dos turistas. As pesquisas indicam e possibilitam entender o mercado turístico e a tomada de decisões, com base nos seguintes aspectos:

1. Objetivos da Pesquisa

- Identificar o perfil do turista: idade, gênero, origem, renda, entre outros.
- Compreender motivações: o que leva os turistas a visitar um determinado destino (cultura, natureza, lazer, negócios, etc.).
- Analisar padrões de consumo: gastos em hospedagem, alimentação, atividades e transporte.

- Avaliar a satisfação: medir a satisfação dos turistas e identificar áreas de melhoria.

2. Metodologias

- Quantitativas: Questionários aplicados a uma amostra representativa de turistas. Essas pesquisas podem ser realizadas online ou presencialmente (objetos deste estudo).
- Qualitativas: Entrevistas em profundidade, grupos focais e observação direta, que ajudam a entender percepções e experiências dos turistas de forma mais detalhada (não foram utilizadas neste estudo).

3. Coleta de Dados

- Fontes Primárias: Dados coletados diretamente através de pesquisas, entrevistas e observações (objetos deste estudo).
- Fontes Secundárias: Informações de estudos anteriores, relatórios de instituições de turismo, dados de organizações governamentais e estatísticas.

4. Análise dos Dados

- A análise pode incluir estatísticas descritivas, análise de correlação, segmentação de mercado e modelagem preditiva para entender tendências futuras.

5. Aplicações

- Planejamento estratégico: Ajuda destinos a desenvolverem ofertas adequadas às demandas do mercado.
- Marketing direcionado: Permite a criação de campanhas que atendam às necessidades e interesses dos turistas.
- Desenvolvimento sustentável: Informações sobre a demanda ajudam a equilibrar crescimento turístico e preservação ambiental.

Apresentamos importantes autores discorrendo sobre a importância da pesquisa de demanda turística:

Crompton, J. L. (1979):

Definição: "A pesquisa de demanda turística envolve a identificação das motivações e preferências dos turistas, visando compreender o que influencia suas decisões de viagem."

Relevância: Foca nas motivações do turista e na necessidade de entender o comportamento de compra.

Miller, G. (2001):

Definição: "A pesquisa de demanda turística é um processo sistemático de coleta e análise de informações sobre os turistas que visitam um destino, incluindo suas características e padrões de consumo."

Relevância: Enfatiza a importância da coleta de dados para o planejamento e desenvolvimento sustentável do turismo.

Page, S. J. (2014):

Definição: "O estudo da demanda turística inclui a análise de fatores que influenciam as escolhas dos turistas e as dinâmicas do mercado, a fim de informar estratégias de marketing e desenvolvimento."

Relevância: Concentra-se na interseção entre comportamento do consumidor e estratégias de mercado.

Dimitriou, D. (2006):

Definição: "A pesquisa de demanda turística fornece uma base empírica para a tomada de decisões em turismo, abordando as necessidades e expectativas dos turistas."

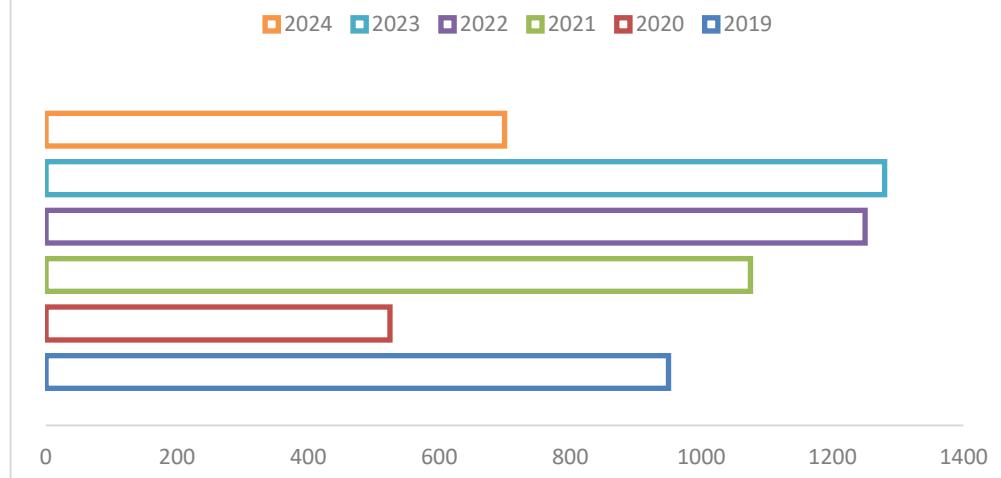
Relevância: Destaca a função da pesquisa como suporte à tomada de decisão e planejamento estratégico.

2. RESULTADOS DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA - EXERCÍCIO 2024 – MUNICÍPIO DE INTERESSE TURÍSTICO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

2.1. Perfil do Visitante/Turista

Esta segmentação do estudo busca determinar o perfil do turista ou visitante que se desloca para São Bernardo do Campo para se apropriar de serviços ou atrativos turísticos. Estudos anteriores retrataram que, pela proximidade com o maior centro emissor de turistas do país (a cidade de São Paulo), o município recebe grande número de visitantes de um dia, oriundos da Região Metropolitana, principalmente do Grande ABC e capital paulista. Os turistas que fazem uso do segmento de hospedagem são prioritariamente do Turismo de Negócios e Turismo Industrial. O número de questionários aplicados neste exercício foi diminuído em função da nova proposta de questionário, padronizado com o sistema digital oferecido pela Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo, por conta do “Rankeamento dos Municípios Turísticos”. Desta forma, neste exercício foram aplicados apenas e tão somente 700 questionários, todos presenciais.

Gráfico 1- Pesquisas Aplicadas por exercício

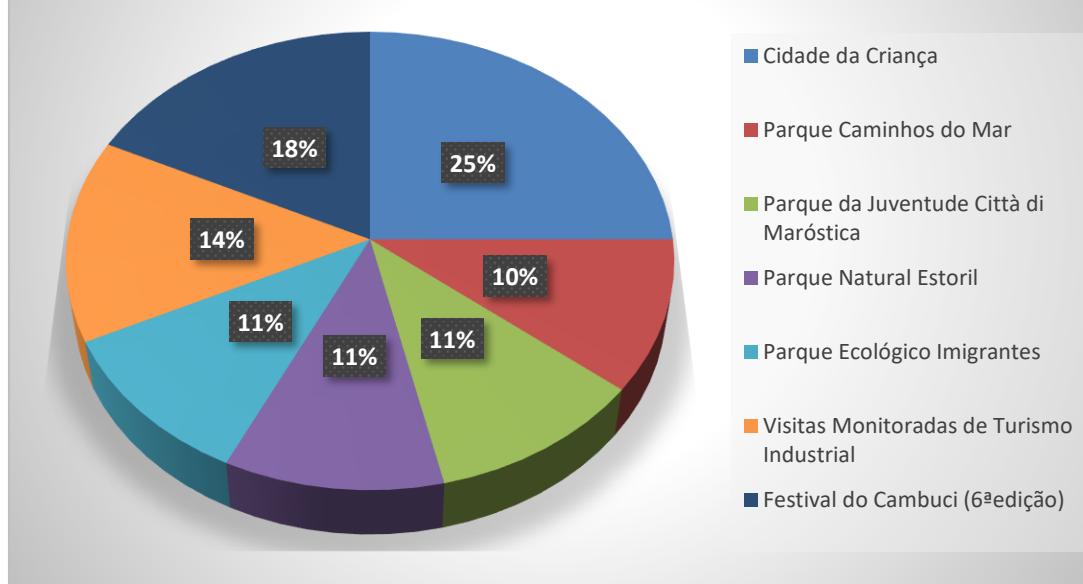


2.1.1. Local de Aplicação dos Questionários

Tabela 1 – Local de Aplicação dos Questionários

LOCAL DE APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS	Resultados
Cidade da Criança	175
Parque Caminhos do Mar	075
Parque da Juventude Città di Maróstica	075
Parque Natural Estoril	075
Parque Ecológico Imigrantes	075
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	100
Festival do Cambuci (6ªedição)	125
Total	700

Gráfico 2 - Local de Aplicação dos Questionários



Como é possível observar, a maioria dos questionários aplicados, 175 (25%), ocorreram no Parque Cidade da Criança (concessionado à iniciativa privada desde dezembro de 2021). Em seguida, foram aplicados 125 (18%) questionários na 6ª Edição

do Festival do Cambuci 2024, que contou com público estimado de 17 mil pessoas no final de semana. O Turismo Industrial também foi objeto de investigação, com 100 questionários (14%). Os demais atrativos, Parque Caminhos do Mar, Parque Natural Estoril, Parque da Juventude Cittá di Maróstica e Parque Ecológico Imigrantes contaram com 100 pesquisas em cada (43%). As pesquisas alternaram períodos de alta/baixa temporadas, dias de semana/finais de semana e feriados.

2.1.2. Período da Pesquisa

Tabela 2 – Período da Pesquisa A

Período da Pesquisa	Resultados
Alta Temporada	325
Baixa Temporada	375
Total	700

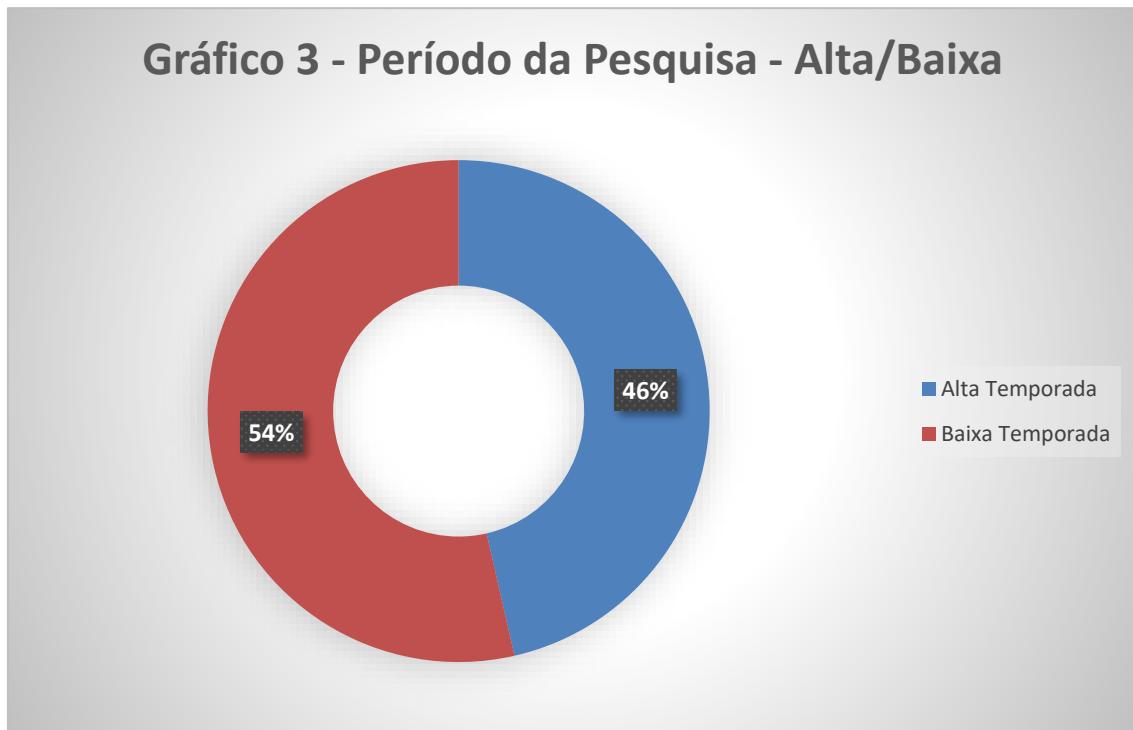
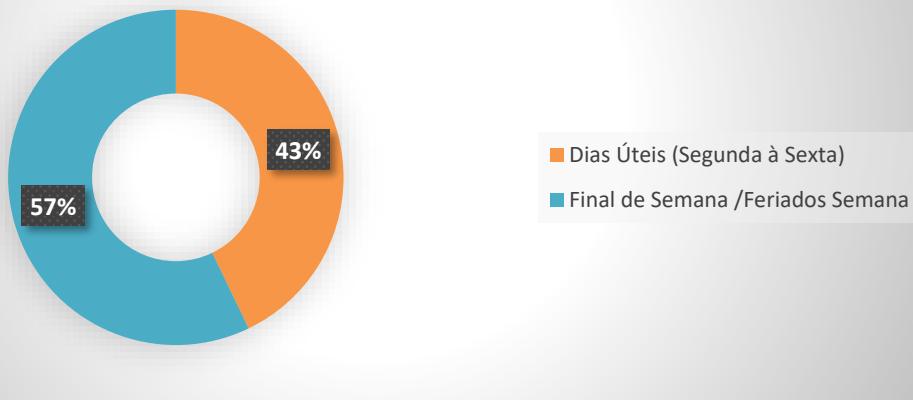


Tabela 3 – Período da Pesquisa B

Período da Pesquisa	Resultados
Dias Úteis (Segunda à Sexta)	300
Final de Semana /Feriados Semana	400
Total	700

**Gráfico 4 - Período da Pesquisa -
Dias de Semana/Finais de Semana**



Podemos perceber nesta série de dados que a maioria dos questionários foram aplicados na baixa temporada (54%), justamente pelo volume de entrevistas aplicadas no Festival do Cambuci e pela característica de atrativos familiares, objetos desta pesquisa. Também é correto afirmar que a grande maioria das pesquisas foram aplicadas aos finais de semana / feriados (57%), considerando a operação plena e o volume de pessoas nos atrativos e evento objeto desta investigação.

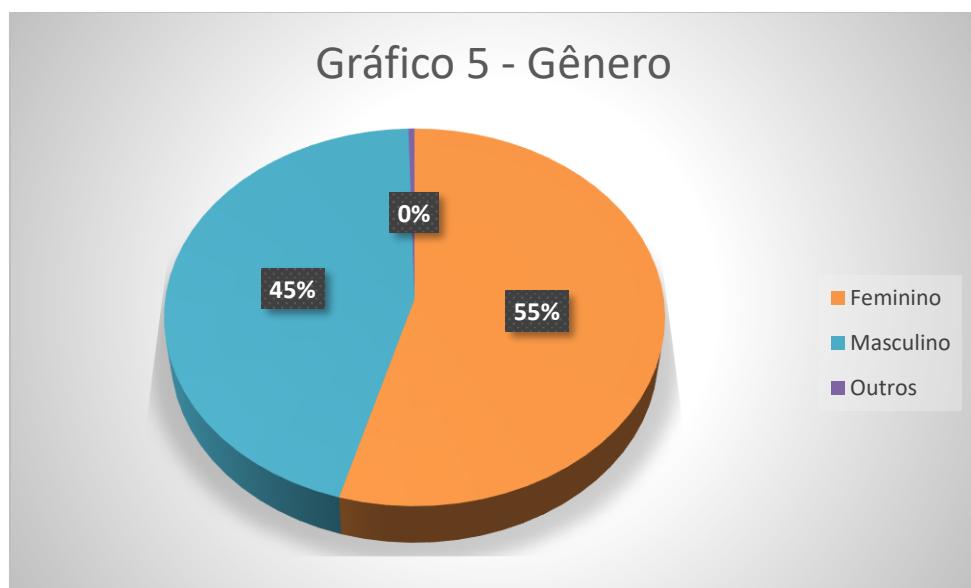
Tabela 4 – Distribuição das Pesquisas

Evento/Atração	Nº de Pesquisas	Alta Temporada	Baixa Temporada	Dias de Semana	Finais de Semana/Feriados
Cidade da Criança	175	125	050	100	075
Parque Caminhos do Mar	075	050	025	025	050
Parque da Juventude Cittá di Maróstica	075	050	025	025	050
Parque Natural Estoril	075	050	025	025	050
Parque Ecológico Imigrantes	075	050	025	025	050
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	100	000	100	100	000
Festival do Cambuci (6ª Edição - 2023)	125	000	125	000	125

2.1.3. Gênero (Sexo)

Tabela 5 – Gênero (Sexo)

Gênero	Resultados
Feminino	381
Masculino	316
Outros	003
Total	700



Nesta série de dados, nota-se a predominância de entrevistados do gênero feminino, com 55%, seguidos por 45% do gênero masculino. Três pessoas apontaram ser de outros gêneros.

2.1.4. Faixa Etária

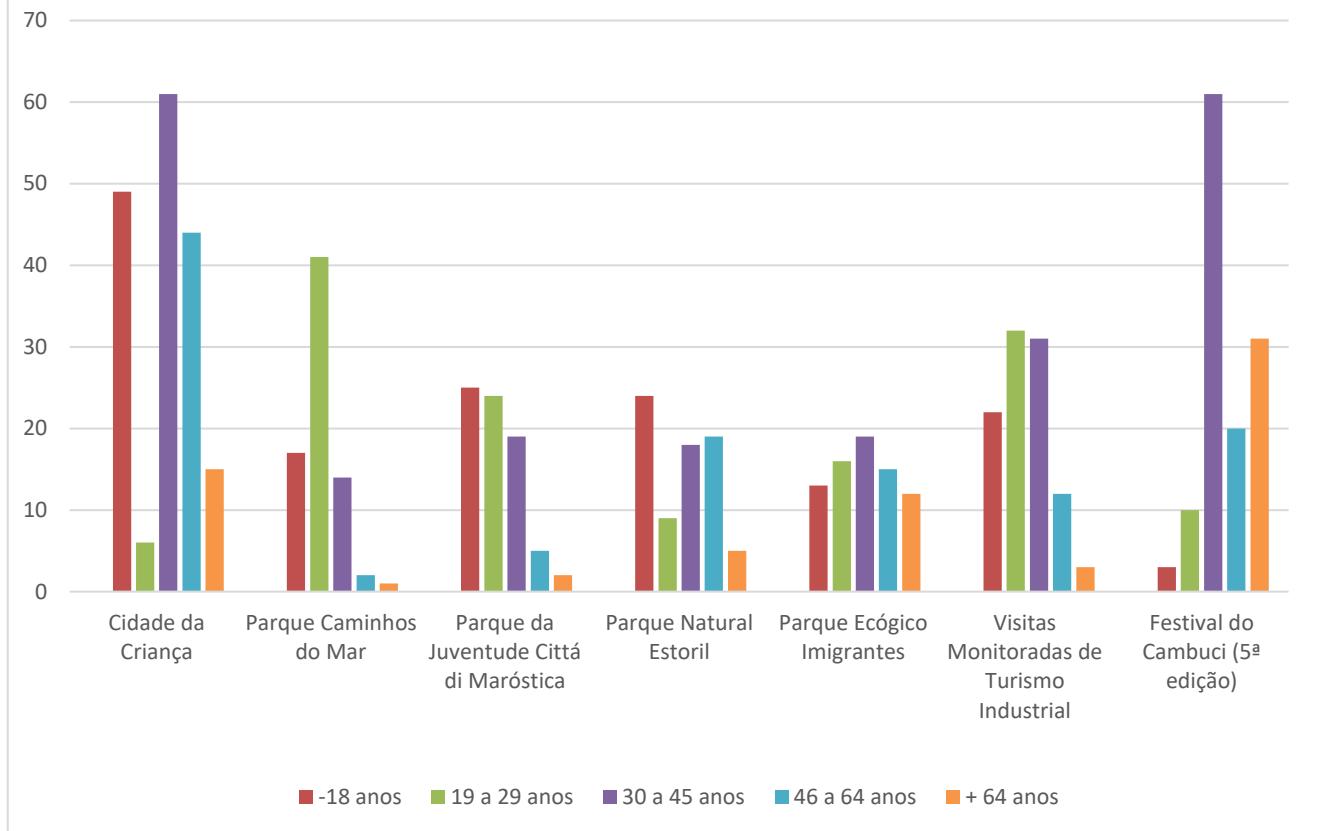
Tabela 6 – Faixa Etária

Faixa Etária	Resultados
-18 anos	153
19 a 29 anos	138
30 a 45 anos	223
46 a 64 anos	117
+ 64 anos	069
Total	700

Tabela 7 – Faixa Etária por atrativo/evento

Faixa Etária	Cidade da Criança	Parque Caminhos do Mar	Parque da Juventude Cittá di Maróstica	Parque Natural Estoril	Parque Ecólico Imigrantes	Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	Festival do Cambuci (5ª edição)
-18 anos	049	017	025	024	013	022	003
19 a 29 anos	006	041	024	009	016	032	010
30 a 45 anos	061	014	019	018	019	031	061
46 a 64 anos	044	002	005	019	015	012	020
+ 64 anos	015	001	002	005	012	003	031
Total	175	075	075	075	075	100	125

Gráfico 6 - Faixa Etária



Como podemos observar no gráfico 6, há um maior número de pesquisas aplicadas/respondidas junto a pessoas de 30 a 45 anos (31%) por conta da peculiaridade dos atrativos e eventos pesquisados (eventos e atrativos familiares). Em seguida notou-se uma predominância de crianças e jovens com menos de 18 anos (21%), também por conta dos atrativos e evento impactados pela pesquisa (Cidade da Criança, Parque da Juventude e apresentações artísticas no Festival do Cambuci). O maior número de entrevistados com mais de 64 anos foi na 6ª Edição do Festival do Cambuci (avós e avôs prestigiando apresentações de netos e netas).

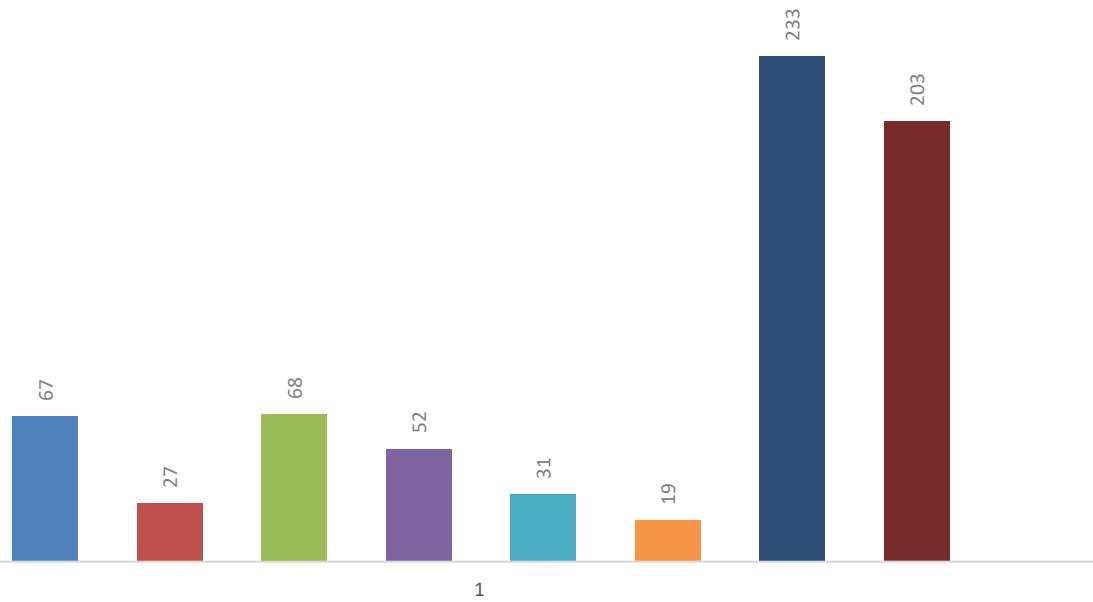
2.1.5. Origem dos Turistas / Visitantes

Tabela 8 – Origem dos Turistas/ Visitantes

Cidade de Origem	Resultados
Santo André	067
São Caetano do Sul	027
Diadema	068
Mauá	052
Ribeirão Pires	031
Rio Grande da Serra	019
São Paulo - Capital	233
Outras cidades	203
Total	700

GRÁFICO 7 - ORIGEM DOS TURISTAS/VISITANTES

█ Santo André █ São Caetano do Sul █ Diadema █ Mauá
█ Ribeirão Pires █ Rio Grande da Serra █ São Paulo - Capital █ Outras cidades



Podemos notar claramente quando se observa este gráfico a predominante maioria de turistas ou visitantes provenientes da Capital Paulista, maior polo emissor de turistas do Brasil (33%). Em seguida nota-se deslocamento de pessoas de “Outras Cidades” (29%), na qual a grande predominância é de pessoas oriundas da Região Metropolitana de São Paulo, cidades que distam entre 35/60 kms e de cidades de até 100 kms (Região de Campinas, Sorocaba, Jundiaí e Baixada Santista/Litoral Paulista), muitos que visitam a Cidade da Criança, o Parque Ecológico Imigrantes, o Parque Natural Estoril e o Parque Caminhos do Mar. Os outros apontamentos são de visitantes, em sua grande maioria, da própria região do ABC Paulista, formada também pelas cidades de Santo André, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra, que distam no máximo 30 km de São Bernardo.

Ressalta-se que a maciça maioria são visitantes, que apesar de utilizarem de serviços/atrativos turísticos, regularmente não optam pelo serviço de hospedagem. Registra-se também considerável número de turistas que se deslocam de outros estados e até de outros países, estes claramente observados no Turismo de Negócios (motivados pelas grandes empresas instaladas na cidade e na região).

Importante destacar também o fácil acesso à cidade que pode ser feito pela Rodovia Anchieta, Rodovia dos Imigrantes, Rodovia Índio Tibiriçá, Corredor ABD (ligação direta com a capital), além do Trecho Sul do Rodoanel.

2.2. Avaliações pontuais (Atrativos/Eventos, Atrações, Organização, Infraestrutura)

Nesta seção destacam-se as avaliações pontuais dos atrativos turísticos de São Bernardo do Campo ou dos eventos geradores de fluxo turístico, além de avaliação da organização ou gestão dos espaços e por fim, da infraestrutura oferecida (acessibilidade, segurança, sanitários, fraldários, enfermaria, iluminação, jardinagem, sinalização, entre outros).

2.2.1. Satisfação em relação ao atrativo ou evento em geral

Tabela 9 – Satisfação geral

Satisfação em relação ao atrativo ou evento em geral	Muito Satisfeito	Satisfeito	Insatisfeito	Total
Cidade da Criança	102	069	004	175
Parque Caminhos do Mar	059	014	002	075
Parque da Juventude Città di Maróstica	048	021	006	075
Parque Natural Estoril	032	030	013	075
Parque Ecológico Imigrantes	044	025	006	075
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	092	008	000	100
Festival do Cambuci (6ª edição)	106	019	000	125
Total	483	186	031	700

GRÁFICO 8 - SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO ATRATIVO OU EVENTO EM GERAL

■ Muito Satisfeito ■ Satisfeito ■ Insatisfeito

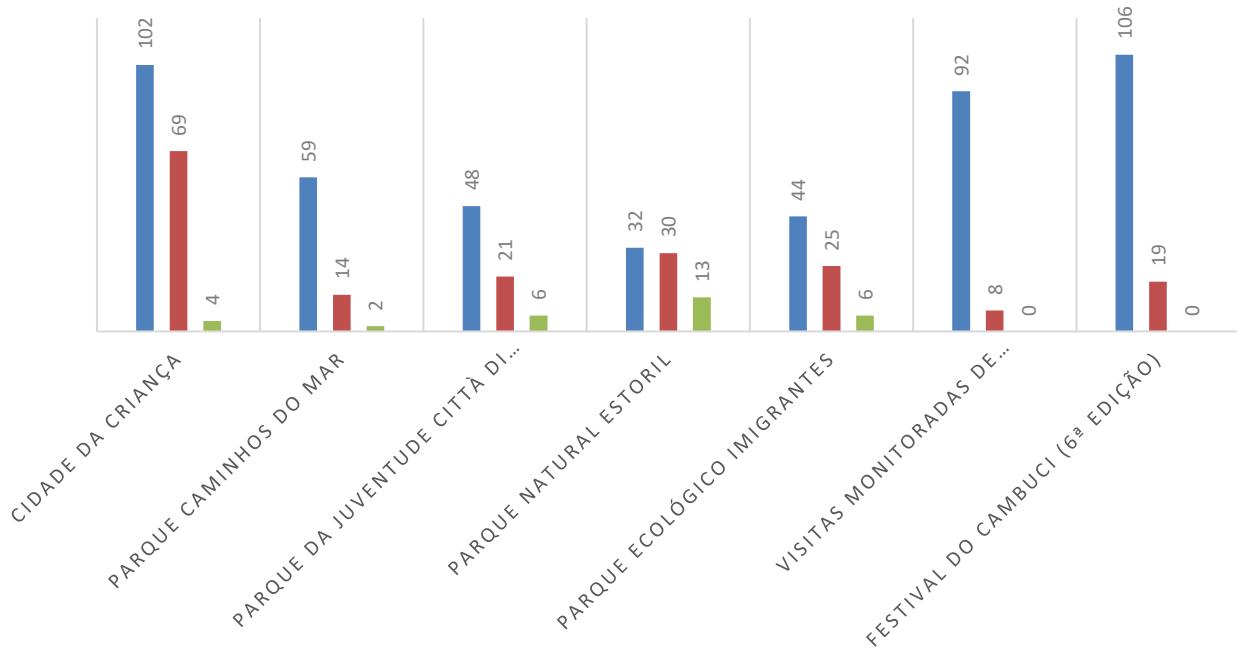


Tabela 10 – Avaliação das Atrações

Satisfação em relação às atrações/ eventos	Muito Satisfeto	Satisfeto	Insatisfeto	Total
Cidade da Criança	096	075	004	175
Parque Caminhos do Mar	038	033	004	075
Parque da Juventude Città di Maróstica	037	032	006	075
Parque Natural Estoril	023	034	018	075
Parque Ecológico Imigrantes	048	021	006	075
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	093	007	000	100
Festival do Cambuci (6ª edição)	110	014	001	125
Total	445	216	039	700

GRÁFICO 9 - SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO ÀS ATRAÇÕES

■ Muito Satisfeto ■ Satisfeto ■ Insatisfeto

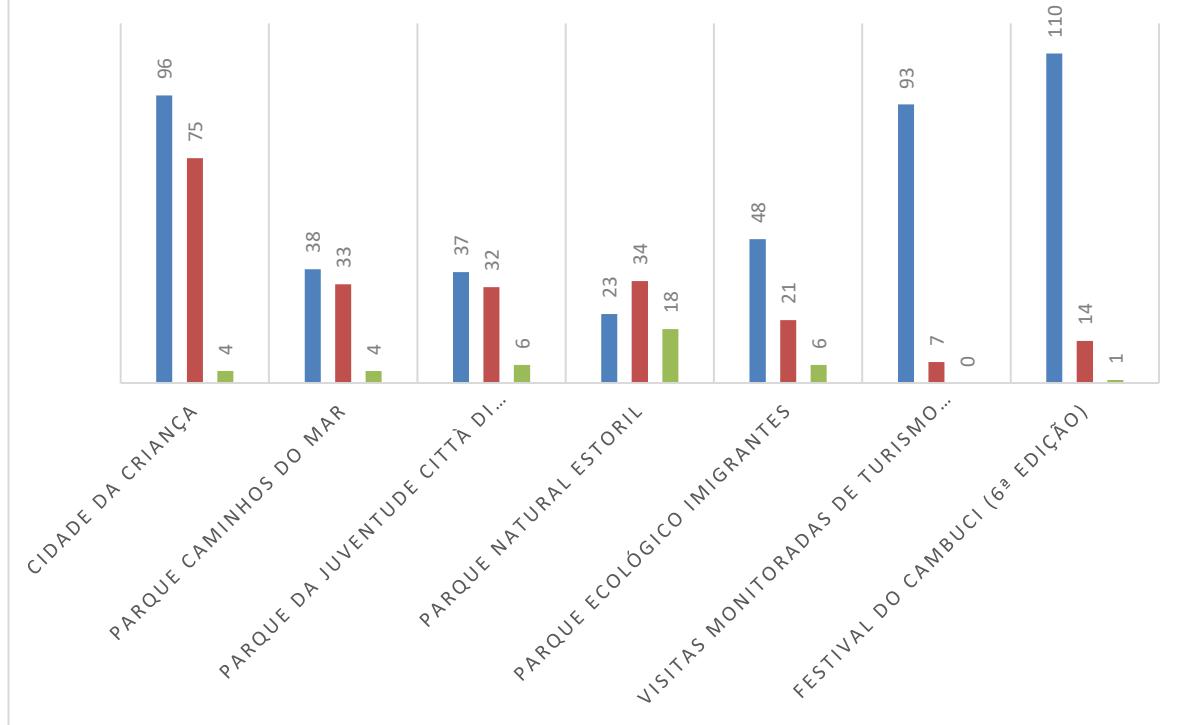


Tabela 11 – Organização/Gestão

Satisfação em relação à Organização / Gestão dos atrativos/ eventos	Muito Satisfeito	Satisfeito	Insatisfeito	Total
Cidade da Criança	061	108	006	175
Parque Caminhos do Mar	040	031	004	075
Parque da Juventude Città di Maróstica	042	030	003	075
Parque Natural Estoril	029	033	013	075
Parque Ecológico Imigrantes	038	033	004	075
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	069	030	001	100
Festival do Cambuci (6ª edição)	078	043	004	125
Total	357	308	035	700

GRÁFICO 10 - SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO À ORGANIZAÇÃO/GESTÃO

■ Muito Satisfeito ■ Satisfeito ■ Insatisfeito

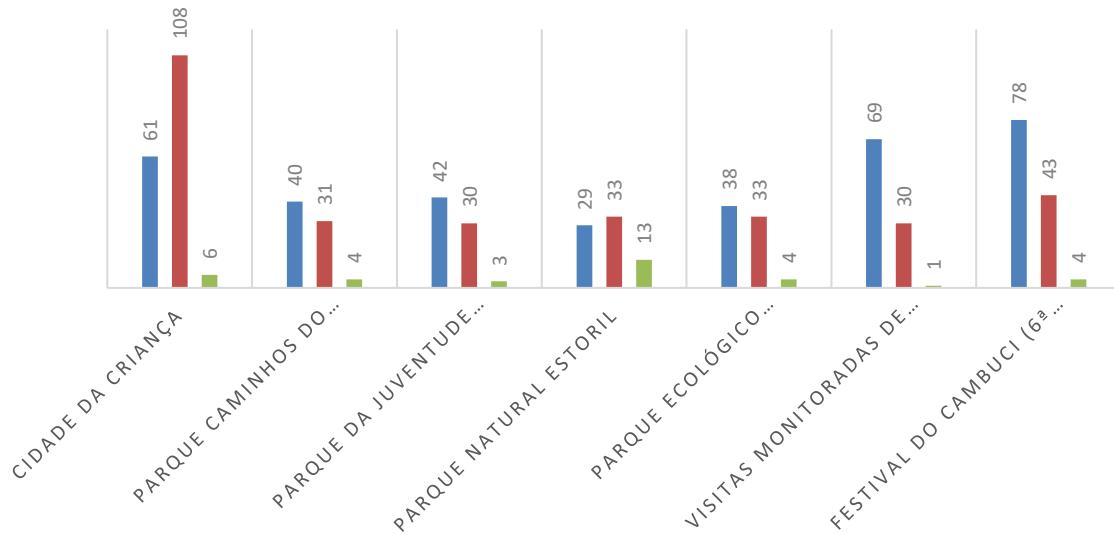
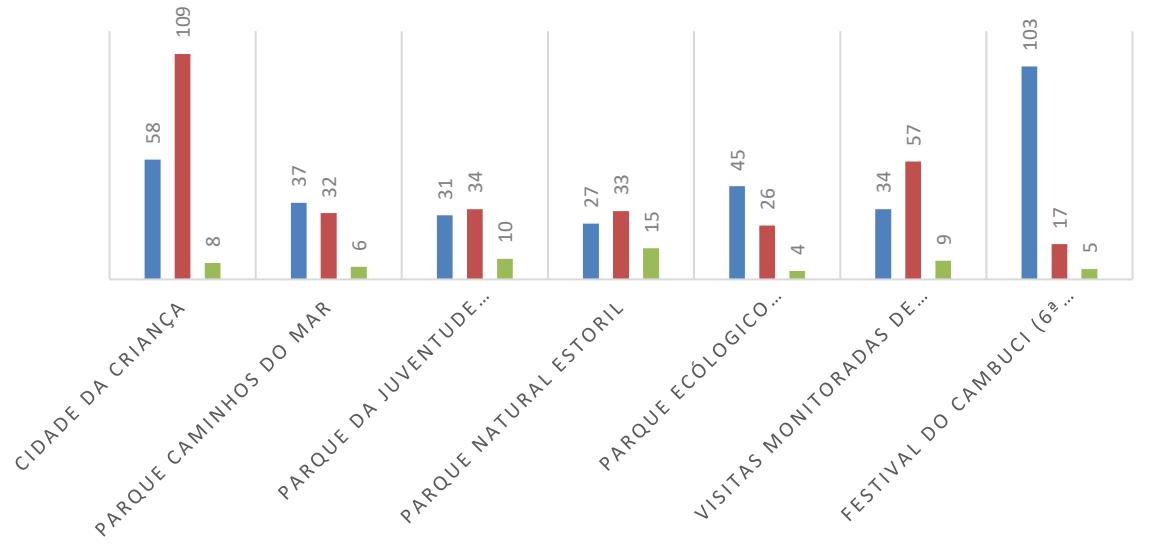


Tabela 12 – Infraestrutura

Satisfação em relação à infraestrutura do atrativo/ eventos	Muito Satisfeito	Satisfeito	Insatisfeito	Total
Cidade da Criança	058	109	008	175
Parque Caminhos do Mar	037	032	006	075
Parque da Juventude Città di Maróstica	031	034	010	075
Parque Natural Estoril	027	033	015	075
Parque Ecológico Imigrantes	045	026	004	075
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	034	057	009	100
Festival do Cambuci (6ª edição)	103	017	005	125
Total	335	308	057	700

GRÁFICO 11 - SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO À INFRAESTRUTURA

■ Muito Satisfeito ■ Satisfeito ■ Insatisfeito



Nesta seção faremos uma análise global e separada de cada atrativo/evento para facilitar a compreensão:

EVENTOS

Festival do Cambuci:

6º Edição de evento familiar norteado pela preservação do meio ambiente, alimentação saudável e “slow food”, que conta com praça de alimentação temática, feirinha de artesanato, feirinha do Cambuci e apresentações artísticas e culturais organizadas por escolas regulares, de dança, de ballet, de música, de artes marciais, de circo. O Cambuci, protagonista do evento, é um fruto endêmico da Mata Atlântica e utilizado pelos principais chefs do país. Esta edição, ocorrida em abril, reuniu cerca de 17 mil pessoas em um único final de semana. Face ao exposto, podemos observar ótimos números na somatória da satisfação geral, avaliação das atrações, da infraestrutura e da organização. Quando contabilizamos juntamente os quesitos “Muito Satisffeito” e “Satisffeito”, todas as avaliações possuem números que superam 96% de aprovação.

ATRATIVOS

Visitas Monitoradas de Turismo Industrial:

As visitas monitoradas pós-período pandêmico ainda não retornaram em sua totalidade, sendo que algumas empresas parceiras alteraram alguns procedimentos e frequência. No entanto, a procura pelas visitas retomou aos patamares de 2019 e muitas pré-reservas também foram feitas para 2025. Apesar disso, foi possível avaliar o índice de satisfação para composição deste documento. Observou-se uma boa avaliação na somatória da satisfação geral, avaliação das atrações (empresas), da infraestrutura e da organização, o resultado, quando contabilizamos juntamente os quesitos “Muito Satisffeito” e “Satisffeito”, é superior a 91% de aprovação. Destaca-se que com a inauguração do *Welcome Center* do Turismo Industrial (julho/2024), no interior do Centro Turístico de São Bernardo do Campo “Fidíia Zamboni”, passou-se a contar com espaço apropriado para recepção dos participantes do turismo industrial.

Parque Ecológico Imigrantes:

Operado pela iniciativa privada, o Parque se consolida como um dos principais atrativos ecológicos da cidade. Implantado no coração da Mata Atlântica, conta com

passarelas suspensas de onde é possível o turista contemplar a fauna e flora presentes no local. Espaços educativos e trilhas sensoriais também estão à disposição, tal qual acessibilidade. Voltado prioritariamente a vivências escolares, recebe milhares de turistas. Os questionários validados junto a este atrativo, quando da somatória da satisfação geral, avaliação das atrações, da infraestrutura e da organização, perfizeram resultado, dos quesitos “Muito Satisffeito” e “Satisffeito”, superior a 92% de aprovação.

Parque Natural Estoril:

Principal parque público voltado ao ecoturismo, o Estoril une o verde da mata Atlântica ao azul da Represa Billings em uma área superior a 350 mil m². O parque conta com teleférico, pedalinhos, *stand up paddle* e área para alimentação. Abriga ainda de forma complementar o Zoológico da cidade, especializado em animais da Mata Atlântica. Avaliando-se o resultado das pesquisas aplicadas, podemos observar também um ótimo julgamento na somatória da satisfação geral, avaliação das atrações, da infraestrutura e da organização, o resultado, quando contabilizamos conjuntamente os quesitos “Muito Satisffeito” e “Satisffeito”, é superior a 76%.

Parque da Juventude Cittá di Maróstica:

Um dos maiores parques para atividades radicais da América Latina, abriga pista de skate, pista de *bike*, tirolesa, parede de escalada, *playground* e pista de caminhada. O local ainda recebe pequenos shows e apresentações de bandas da região. Passou por uma ampla revitalização em 2019 e é o “quintal da casa” de vários importantes nomes do skate nacional. Observando o resultado das pesquisas aplicadas, podemos observar também um ótimo julgamento na somatória da satisfação geral, avaliação das atrações, da infraestrutura e da organização, o resultado, quando contabilizamos conjuntamente os quesitos “Muito Satisffeito” e “Satisffeito”, é superior a 86%.

Parque Caminhos do Mar:

Sob concessão da iniciativa privada (Parquetur), o Caminhos do Mar abre espaço para se consolidar como um dos principais atrativos ecológicos do Estado de São Paulo. Pela sua estrada, tão cantada na música de Roberto Carlos “Curvas da Estrada de Santos” ou por suas trilhas, que inclui a Calçada do Lorena, primeiro trecho pavimentado do país, o passeio liga São Bernardo do Campo a Cubatão, em pouco mais de 8 km. Pelo percurso podem ser observados monumentos erguidos em 1922 em homenagem ao centenário da Independência do Brasil, com destaque para o Pouso Paranapiacaba e o Rancho da

Maioridade. O atual destaque fica por conta da tirolesa Voo na Serra, com cerca de 500 metros de extensão e 110 metros de altura, que liga São Bernardo do Campo a Cubatão em um “voo” pela Serra do Mar. Atividades de ciclismo e na represa Billings completam a diversidade de atrativos disponíveis. Possivelmente é o atrativo turístico que recebe maior fluxo de pessoas durante o ano, sendo na casa de centena de milhares. Para os entrevistados, na somatória da satisfação geral, avaliação das atrações, da infraestrutura e da organização, o resultado, quando contabilizamos juntamente os quesitos “Muito Satisfeito” e “Satisfeito”, é superior a 92% de aprovação.

Cidade da Criança:

Primeiro parque temático do Brasil, remonta à década de 1960 e foi concebido a partir dos cenários da novela Redenção, exibida pela extinta Tv Excelsior. Opera de terça a domingo e feriados na alta temporada e de quinta a domingo e feriados no período de baixa temporada, das 9h às 17h. É ainda, o principal atrativo turístico da cidade, presente na memória de gerações e concessionado a iniciativa privada em dezembro de 2021. Conta atualmente com mais de 35 atrações voltadas prioritariamente ao público infantil e infanto-juvenil (até 14 anos). Abriga de forma complementar a “Fazendinha Fala Bicho”, voltada à educação ambiental com o objetivo de proporcionar um contato entre as crianças e os animais, fazendo com que elas conheçam diversas espécies e suas principais características. Diante disto, podemos observar uma boa avaliação na somatória da satisfação geral, avaliação das atrações, da infraestrutura e da organização, o resultado, quando contabilizamos juntamente os quesitos “Muito Satisfeito” e “Satisfeito”, é superior a 95% de aprovação.

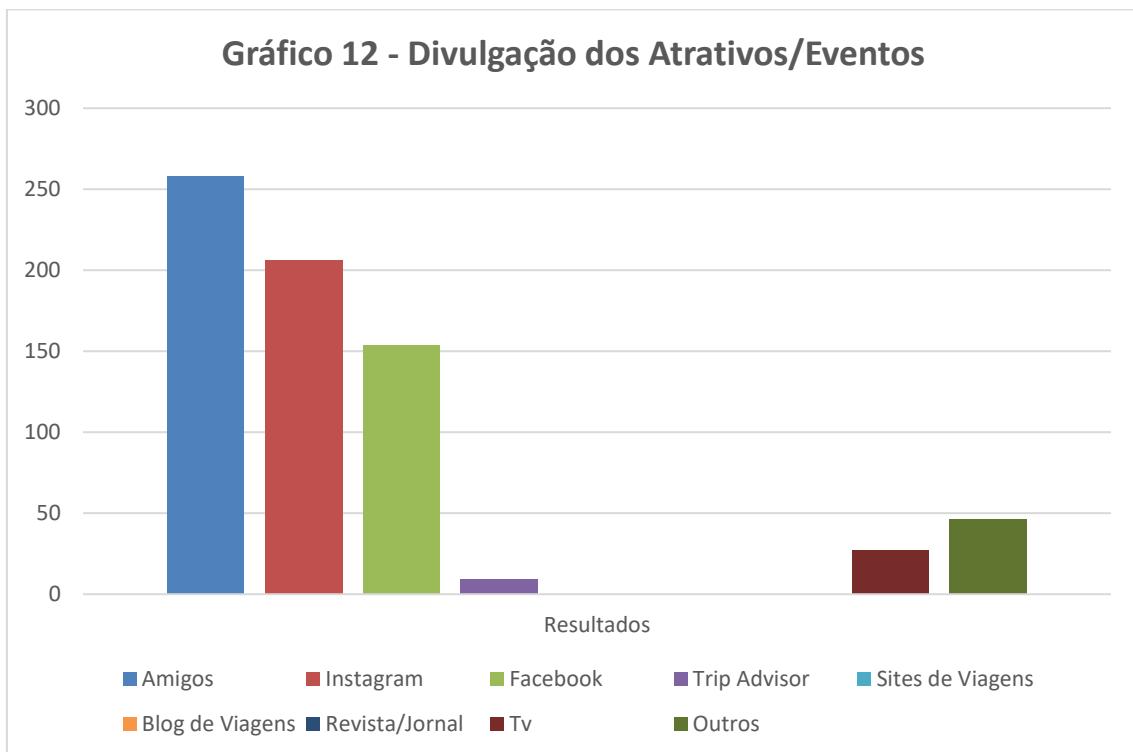
2.3. Conhecendo o turista

Nesta seção serão apresentados dados relativos à divulgação dos atrativos, deslocamento para a cidade, uso de meios de hospedagem, motivação da viagem, permanência na cidade, companhia na viagem, idade dos acompanhantes e gastos médios estimados. Por fim, questões que abrangem a intenção de retorno e de indicação de São Bernardo do Campo como destino turístico.

2.3.1 Divulgação dos Atrativos/Eventos (Como tomou conhecimento?)

Tabela 13 – Divulgação dos Atrativos/Eventos

Divulgação	Resultados
Amigos	258
Instagram	206
Facebook	154
Trip Advisor	009
Sites de Viagens	000
Blog de Viagens	000
Revista/Jornal	000
Tv	027
Outros	046
Total	700



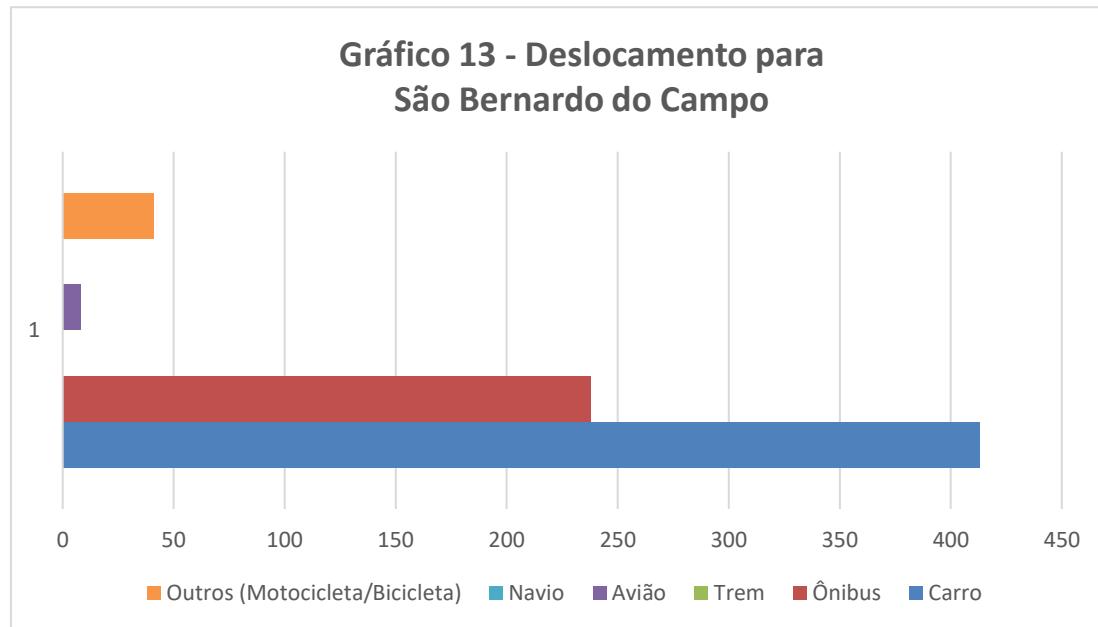
Podemos observar neste gráfico que mantendo as tendências e expectativas, com 51% das respostas surge como o mais destacado meio de divulgação dos atrativos e eventos de São Bernardo do Campo as mídias sociais, Instagram e Facebook. Em seguida, com 36%, destaque para “Amigos” (Indicação de amigos). Importante frisar as respostas que envolvem TV e Outros, pois em 2023 São Bernardo do Campo lançou uma campanha promocional em

âmbito estadual, na tv aberta e fechada e internet, denominada “São Bernardo. Tudo que você quer tem aqui!”, além de um guia turístico e gastronômico, veiculado pelo Jornal Estado de São Paulo. A cidade também conta com site específico para a divulgação das potencialidades turísticas e dos serviços vinculados, www.turismosaobernardo.com e participa ativamente de feiras e eventos do setor.

2.3.2 Deslocamento para a cidade

Tabela 14 – Deslocamento para a Cidade

Deslocamento para os Atrativos/Eventos	Resultados
Carro	413
Ônibus	238
Trem	000
Avião	008
Navio	000
Outros (Motocicleta/Bicicleta)	041
Total	700



Observa-se claramente neste item da pesquisa que 59% das pessoas se deslocaram para atrativos ou evento em São Bernardo do Campo por meio de veículo próprio ou de aplicativos. Já 34% das pessoas realizaram deslocamento por meio de ônibus (regulares ou fretados), com destaque para a Cidade da Criança e Parque Estoril. Pode-se notar também que para o atrativo Parque Caminhos do Mar, além dos veículos, muitos optam pela bicicleta. A cidade é uma das poucas da Região do Grande ABC que não é conectada

por linha ferroviária, e a estação mais próxima fica em Santo André – Prefeito Celso Daniel (cerca de 6 km do centro de São Bernardo), o que se faz necessário baldeação com ônibus. O Aeroporto de Congonhas fica a cerca de 21 km e o Internacional de São Paulo – Guarulhos fica a 45 km. O Porto de Santos está a 50 km de São Bernardo do Campo.

2.3.3 Serviços de Hospedagem

Tabela 15– Utilização de Serviços de Hospedagem

Utilização de Serviços de Hospedagem	Resultados
Sim	034
Não	666
Total	700

GRÁFICO 14 - UTILIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE HOSPEDAGEM

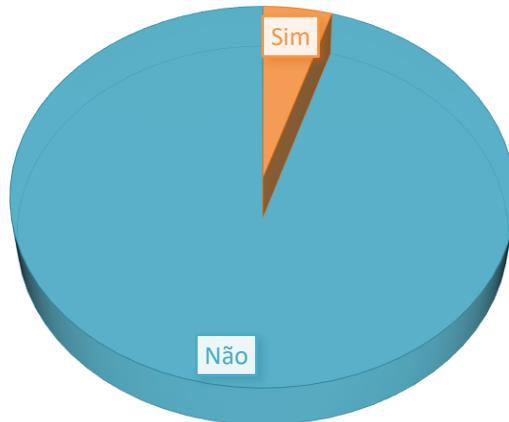
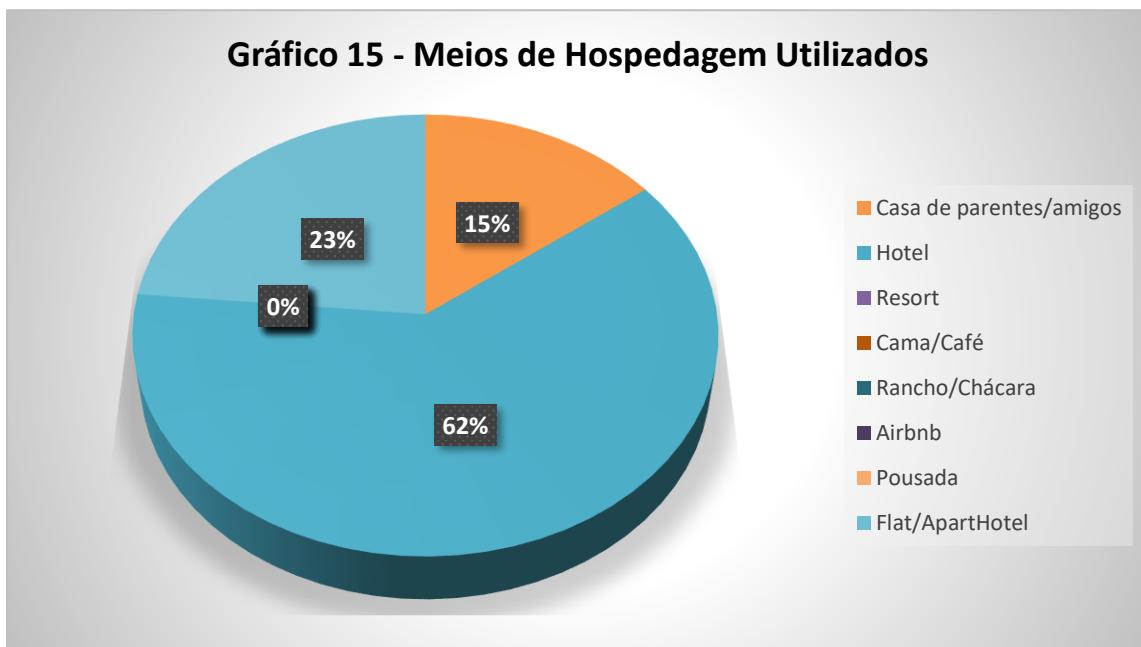


Tabela 16– Meios de Hospedagem Utilizados

Meios de Hospedagem	Resultados
Casa de parentes/amigos	005
Hotel	021
Resort	000
Cama/Café	000
Rancho/Chácara	000

Airbnb	000
Pousada	000
Flat/ApartHotel	008
Total	034



Importante destacar que pela pouca distância em relação a capital paulista (cerca de 20 km), o maior polo emissor nacional, e para as demais cidades do Grande ABC, que determinam o maior fluxo de visitantes, o serviço de hospedagem não é utilizado de forma habitual. A oferta de hospedagem da cidade é voltada prioritariamente ao turismo de negócios, que não foi objeto de pesquisa neste estudo. O número de pessoas que apontaram Hotel ou Flat/Aparthotel como meio de hospedagem é predominantemente do Turismo Industrial, grupos de universitários que se deslocam de outras cidades e estados do Brasil. Alguns entrevistados estavam em casas de parentes e amigos.

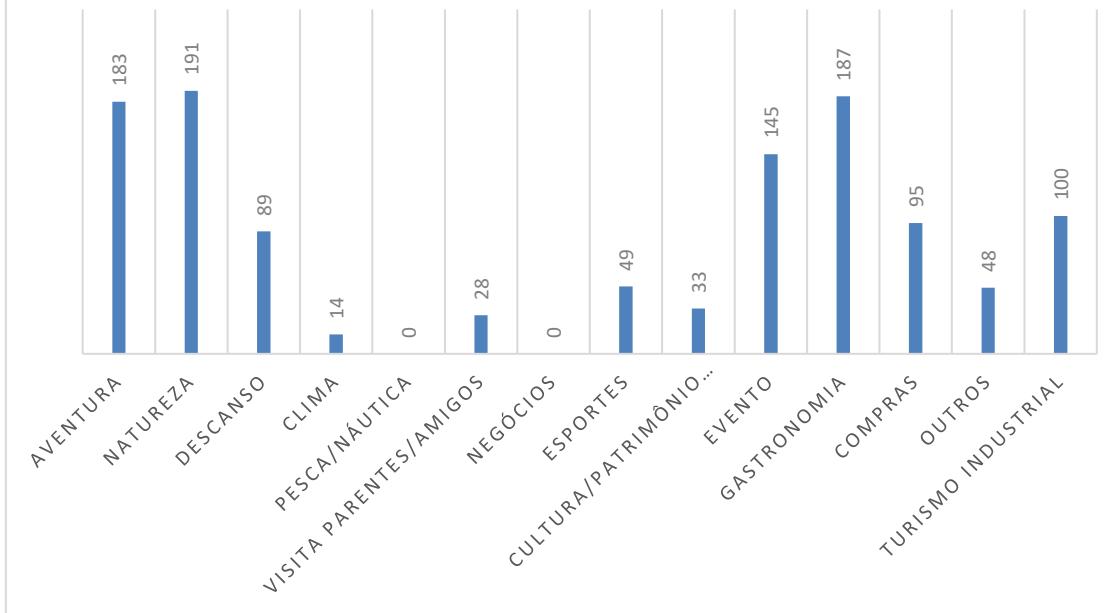
2.3.4 Motivo da Viagem (Segmentação)

*possibilidade de múltiplas escolhas

Tabela 17– Motivo da Viagem (Segmentação)

Segmentação	Resultados
Aventura	183
Natureza	191
Descanso	089
Clima	014
Pesca/Náutica	000
Visita parentes/amigos	028
Negócios	000
Esportes	049
Cultura/Patrimônio Histórico	033
Evento	145
Gastronomia	187
Compras	095
Outros	048
Turismo Industrial	100
Total	1162

GRÁFICO 16 - SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA



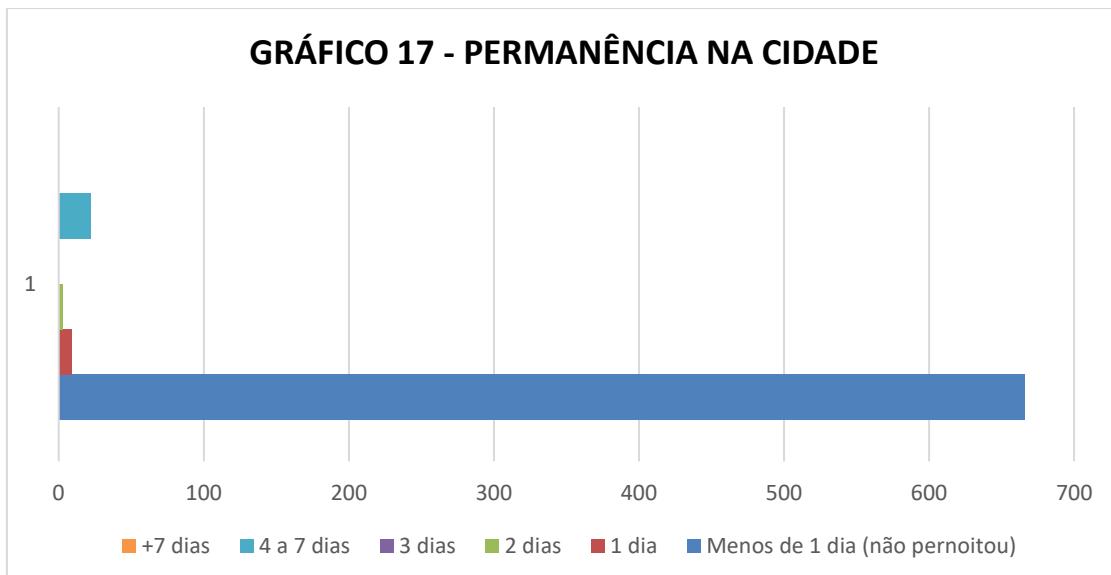
A questão acima contou com respostas livres, ou seja, o entrevistado poderia assinalar quaisquer segmentos que o motivaram a vir para São Bernardo do Campo. Importante destacar que a segmentação Negócio, a principal da cidade, não obteve resultados dada as entrevistas serem realizadas em atrativos voltados à família e em eventos com o mesmo teor. Buscar-se-á no próximo estudo resultados juntos aos meios de hospedagem para um melhor retrato deste segmento na cidade.

Desta forma, pelas entrevistas aplicadas, mostra-se de forma clara a predominância dos segmentos de Aventura, Natureza e Gastronomia, motivados por pesquisas realizadas nos Parques Caminho do Mar, Ecológico Imigrantes, Estoril, Cidade da Criança e Parque da Juventude Cittá di Maróstica.

2.3.5 Permanência na cidade

Tabela 18 – Permanência na cidade

Tempo de permanência na cidade	Resultados
Menos de 1 dia (não pernoitou)	666
1 dia	009
2 dias	003
3 dias	000
4 a 7 dias	022
+7 dias	000
Total	700



Complementando o descrito no gráfico acima, é notória a condição quase absoluta de visitantes, dada à abrangência da aplicação dos questionários. Ressaltamos uma vez mais, a necessidade de articulação com os meios de hospedagem para fins de retrato real do segmento de Negócios, principal motivador de permanências mais prolongadas em São Bernardo do Campo.

2.3.6 Companhia na viagem

Tabela 19 – Companhia na viagem

Companhia na viagem	Resultados
Sozinho	029
Família	348
Amigos	051
Casal	019
Casal com Filhos	253
Total	700

GRÁFICO 18 - COMPANHIA NA VIAGEM

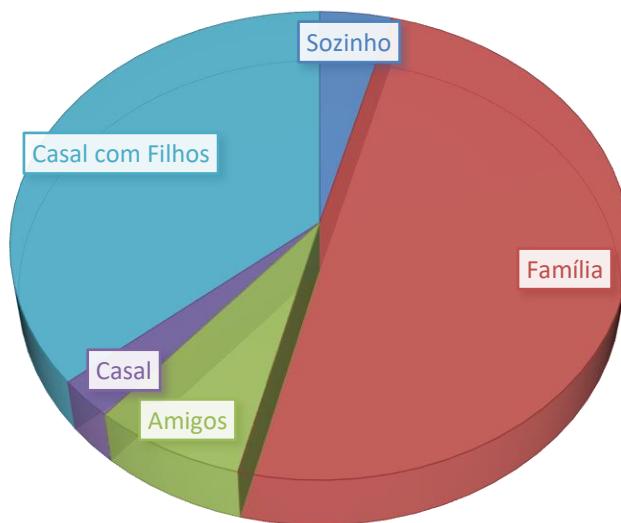


Tabela e gráfico corroboram o caráter familiar dos atrativos e evento objetos deste estudo. Parques voltados à família e evento caracterizado pela presença familiar, com apresentações artísticas e culturais de filhos(as), netos(as), sobrinhos(as). Respostas que apontam “Sozinho” ou com “Amigos”, caracterizaram-se pelos visitantes do programa de visitas monitoradas de Turismo Industrial e poucos entrevistados no Parque da Juventude, que realizam atividades ligadas a práticas de *skate* ou *bike*.

2.3.7 Idade dos Acompanhantes na viagem

Tabela 20 – Idade dos Acompanhantes na viagem

Companhia na viagem	Resultados
0 a 9 anos	203
10 a 18 anos	312
19 a 29 anos	047
30 a 45 anos	029
45 a 65 anos	026
Mais de 65 anos	054
Total	671

GRÁFICO 19 - IDADE DOS ACOMPANHANTES NA VIAGEM

■ 0 a 9 anos ■ 10 a 18 anos ■ 19 a 29 anos ■ 30 a 45 anos ■ 45 a 65 anos ■ Mais de 65 anos

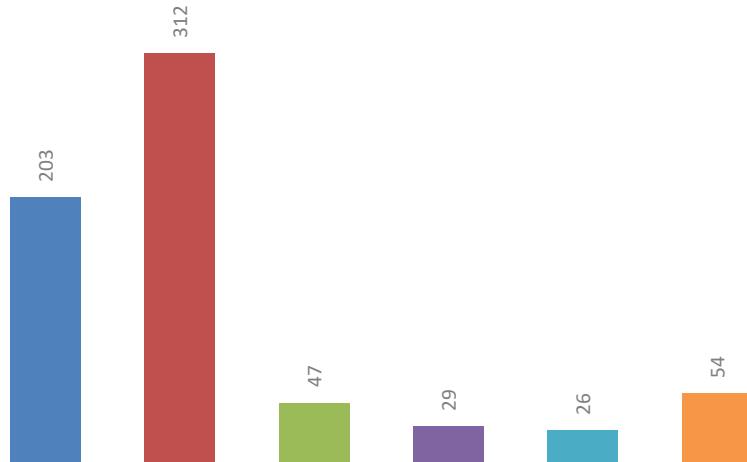
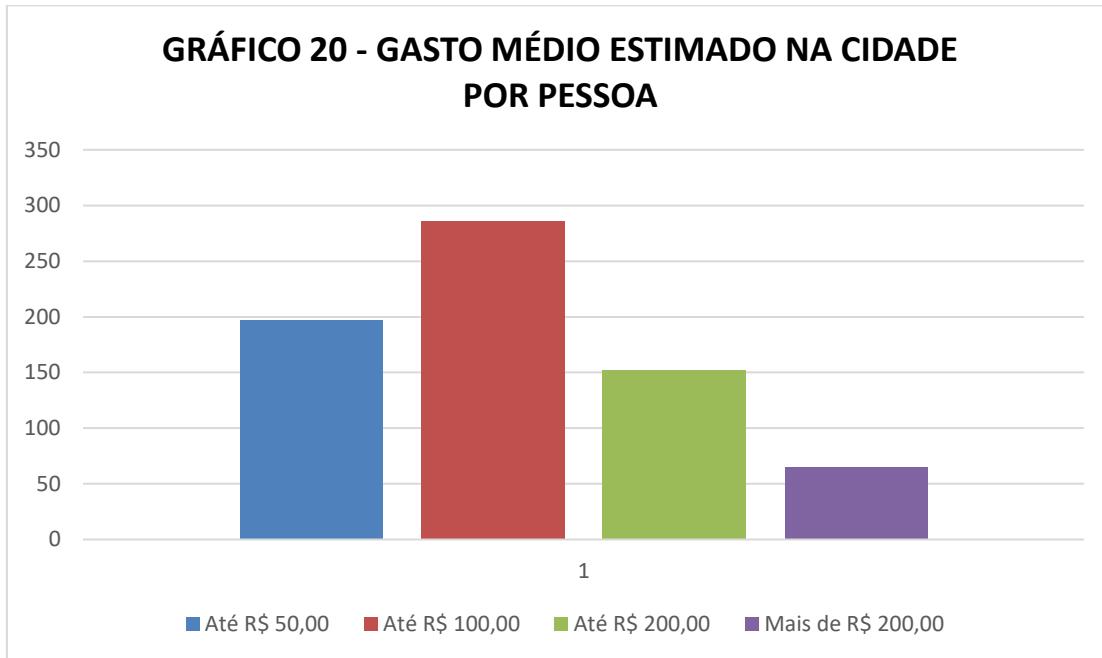


Tabela e gráfico retratam outrossim o caráter familiar das atividades objeto deste estudo. Pais, tios e avós que acompanham seus filhos(as), sobrinhos(as), netos(as) em passeios a Parques ou no Festival do Cambuci. Quando somados crianças e jovens, obtêm-se 76% no quesito idade dos acompanhantes de viagem.

2.3.8 Gasto médio estimado na cidade por dia

Tabela 21 – Gasto médio estimado na cidade por dia

Intenção de retorno	Resultados
Até R\$ 50,00	197
Até R\$ 100,00	286
Até R\$ 200,00	152
Mais de R\$ 200,00	065
Total	700



A Tabela 21 e o Gráfico 19 retratam exclusivamente os gastos individuais nos 5 atrativos e no evento objeto da pesquisa. Importante transparecer que o Parque Estoril tem uma entrada simbólica de R\$ 5,00, o Parque Ecológico Imigrantes tem valor aproximado de R\$ 20,00, a Cidade da Criança tem passaportes a partir de R\$ 80,00 e o Parque da Juventude, as Visitas Monitoradas de Turismo Industrial e o Festival do Cambuci são gratuitos, com gastos apenas opcionais relativos à alimentação ou souvenirs. Isto posto, obtivemos os seguintes resultados: 40% dos entrevistados apontaram gastos de até R\$ 100,00, 28% dos entrevistados afirmaram deixar na cidade até R\$ 50,00 por dia. Já, 21%

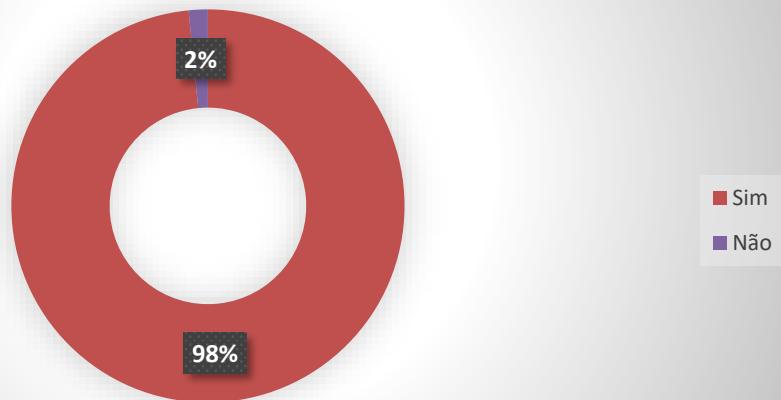
declararam gastar até R\$ 200,00 diários e somente 9% declararam gastar mais de R\$ 200,00 por dia.

2.3.9 Intenção de retorno a São Bernardo do Campo

Tabela 22 – Intenção de retorno a São Bernardo do Campo

Intenção de retorno à cidade	Resultados
Sim	689
Não	011
Total	700

GRÁFICO 21 - INTENÇÃO DE RETORNO À SÃO BERNARDO DO CAMPO

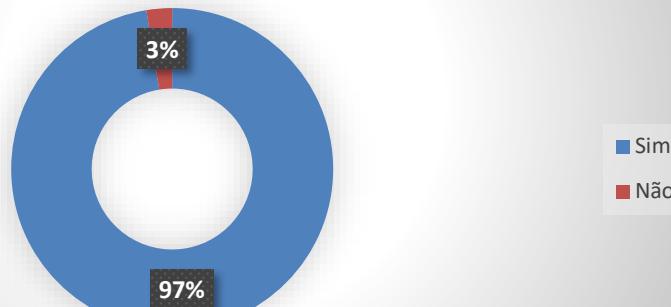


2.3.10 Indicação de São Bernardo do Campo como destino turístico

Tabela 23 – Indicação de SBC como destino turístico

Indicação de Atrativos/Eventos	Resultados
Sim	682
Não	018
Total	700

GRÁFICO 22 - INDICAÇÃO DE SBC COMO DESTINO TURÍSTICO



Os itens da pesquisa que englobam as tabelas 21 e 22 e, por conseguinte, os gráficos 20 e 21, foram inseridos neste documento e os resultados demonstram importante seguir o caminho já traçado, mas sempre observando as necessárias “correções de rota” e implantação das tendências de mercado aliado à inovação do setor. Os números obtidos, amplamente favoráveis realmente são esperados, haja vista a motivação implícita dos entrevistados estarem em São Bernardo do Campo e considerando que as pesquisas são feitas nos próprios atrativos/evento. Caso as pesquisas fossem realizadas fora do destino, provavelmente resultados não tão similares seriam obtidos, o que também é esperado, daí a importância de pesquisas complementares serem realizadas em outras localidades.

3. FLUXO TURÍSTICO

3.1 Número de Turistas/Visitantes (estimativa)

Atrativos/Eventos objetos da pesquisa

São Bernardo do Campo, tampouco as demais cidades da Região Turística (RT) Negócios e Cultura, ainda não contam com um Observatório de Turismo que possa fornecer dados mais realistas quanto aos números efetivos de visitantes e turistas que se deslocam para as cidades. Também, por não contarem com roletas ou sistema de controle de entrada, em muitos atrativos e eventos os números são estimados (levando-se em conta capacidade de carga do local, lotação da arena, etc.), no entanto bem próximo ao que será apresentado abaixo, a saber:

Tabela 24– Fluxo Turístico: Atrativos / Quantidade / Período

Atrativos / Eventos	Turistas / Visitantes	Período
Cidade da Criança	48.700	Ano 2024
Parque Caminhos do Mar	75.600	Ano 2024
Parque da Juventude Città di Maróstica	13.200	Ano 2024
Parque Natural Estoril	13.000	Ano 2024
Parque Ecológico Imigrantes	6.400	Ano 2024
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	3.800	Ano 2024
Festival do Cambuci (6ª edição)	3.000	Final de semana do evento

A somatória estimada de turistas e visitantes nos atrativos e no evento objetos da pesquisa foi de 163.700 pessoas e o número de entrevistas realizadas (700), corresponde tão somente a 4,27% destes.

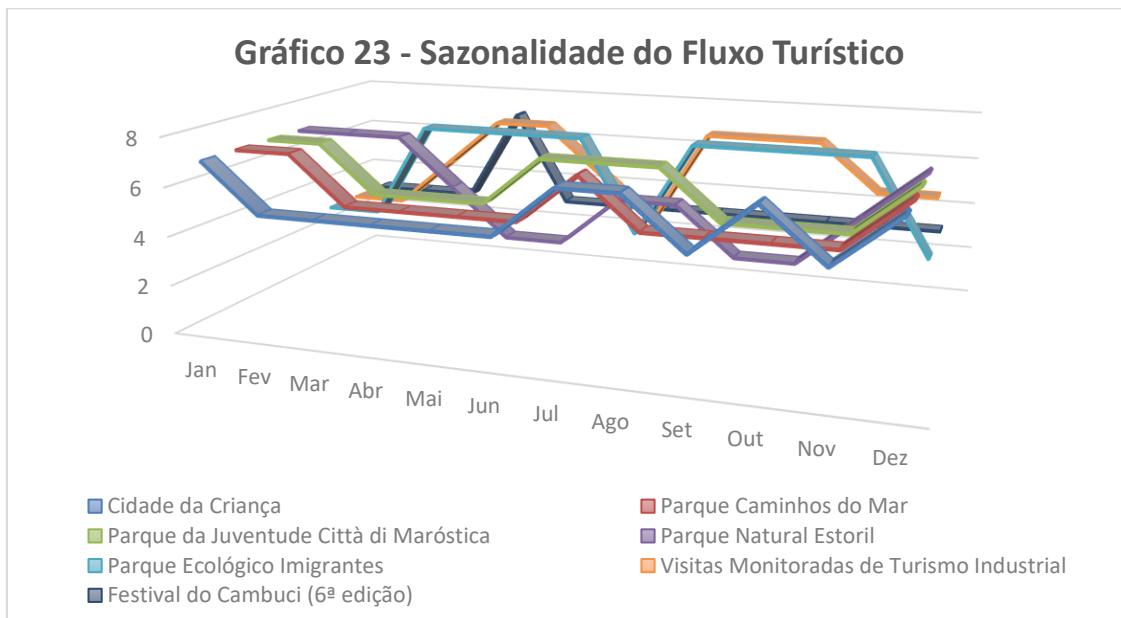
3.2 Sazonalidade

Para facilitar a compreensão estabelecemos o numeral “3” para retratar o período de baixa temporada, o numeral “5” para apontar a média temporada e “7” para identificar o período de “alta temporada”.

Tabela 25 – Sazonalidade do Fluxo Turístico

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Cidade da Criança	7	5	5	5	5	5	7	7	5	7	5	7
Parque Caminhos do Mar	7	7	5	5	5	5	7	5	5	5	5	7
Parque da Juventude Città di Maróstica	7	7	5	5	5	7	7	7	5	5	5	7
Parque Natural Estoril	7	7	7	5	3	3	5	5	3	3	5	7
Parque Ecológico Imigrantes	3	3	7	7	7	7	3	7	7	7	7	3
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	3	3	5	7	7	5	3	7	7	7	5	5
Festival do Cambuci (6ª edição)	3	3	3	7	3	3	3	3	3	3	3	3

Gráfico 23 - Sazonalidade do Fluxo Turístico



Nota-se, claramente que os atrativos turísticos objetos da pesquisa têm sua sazonalidade bem diversificada, apesar de em sua maioria, serem suportados pela presença de famílias. O Parque Ecológico Imigrantes e as Visitas Monitoradas de Turismo Industrial se caracterizam pela presença prioritária de estudantes e têm o período letivo como “alta temporada”. Já, a Cidade da Criança, o Parque da Juventude, o Parque Estoril e o Parque Caminhos do Mar se caracterizam pela presença das famílias e são procurados com maior regularidade aos finais de semana, feriados e nos períodos de férias escolares. O Festival do Cambuci, normalmente realizado em abril, a cada ano se consolida mais e, neste ano de 2024, marcou a presença de aproximadamente 17 mil pessoas em um único final de semana.

3.3 Número de Turistas/Visitantes (estimativa)

Atrativos/Eventos que também merecem destaque

Tabela 26– Número de Turistas - Atrativos/Eventos (estimativa)

Atrativos/Eventos	Turistas/Visitantes	Período
Represa Billings/Prainha do Riacho Grande/Turismo Náutico	13.500	Ano 2024
Rotas Ecoturísticas Caminhos do Sal e Caminhos do Capivary	4.800	Ano 2024
Turismo de Negócios	5.600	Ano 2024
Parques Municipais (Raphael Lazzuri; Salvador Arena; Parque das Bicicletas)	7.400	Ano 2024
Mesquita Abu Baker Assadik/ Santuário Nossa Senhora Aparecida	4.500	Ano 2024

4. CONSOLIDAÇÃO DOS ATRATIVOS E EVENTOS GERADORES DE FLUXO TURÍSTICO

Tabela 27 - Atrativos Turísticos – Top 10

Nome	Segmento
Cidade da Criança	Parque Temático
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial	Turismo Industrial
Parque Caminhos do Mar	Ecoturismo/Histórico-Cultural
Parque Ecológico Imigrantes	Ecoturismo/Educacional
Parque Estoril (e Zoológico)	Ecoturismo/Educacional
Represa Billings/Prainha do Riacho Grande/Turismo Náutico	Náutico/Contemplação/Pesca
Parque da Juventude Cittá di Maróstica	Esportivo/Aventura
Caminhos do Sal / Caminhos do Capivary	Ecoturismo/Cicloturismo
Santuário Nossa Senhora Aparecida / Mesquita Abu Baker Assadik	Turismo Religioso
Parques Municipais	Lazer

Tabela 28 - Eventos Geradores de Fluxo Turístico – Top 3

Nome	Tipo
Festival do Cambuci	Temático / Gastronômico (evento público)
Eventos na Esplanada Paço Municipal	Temático/Artístico (evento particular)
Eventos nos Shoppings Centers	Temáticos/Artísticos/Culturais/Gastronômicos/ Lazer (áreas interna e externa)

5. ESTIMATIVA DE RECEITAS (Serviços Turísticos)

5.1 Atrativos

Abaixo é retratado de forma dedutiva o comportamento dos turistas e visitantes quanto ao uso dos serviços turísticos básicos, tais como: Transporte, Alimentação, Hospedagem e Ingressos/Passaportes (tíquetes).

Legenda: TR – transporte / AL – alimentação / HO – hospedagem / IN – ingresso/passaporte

Tabela 29- Uso de serviços turísticos para estimativa de receitas – Atrativos

Nome	TR	AL	HO	IN
Cidade da Criança	X	X	-	X
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial (turistas com pernoite)	X	X	X	-
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial (visitantes sem pernoite)	X	X	-	-
Parque Caminhos do Mar	X	X	-	X
Parque Ecológico Imigrantes	X	X	-	X
Parque Estoril (e Zoológico)	X	X	-	X
Represa Billings/Prainha do Riacho Grande/Turismo Náutico	X	X	-	-
Parque da Juventude Cittá di Maróstica	X	X	-	-
Caminhos do Sal / Caminhos do Capivary	X	X	-	-
Santuário Nossa Senhora Aparecida / Mesquita Abu Baker Assadik	X	X	-	-
Parques Municipais (Raphael Lazzuri/Salvador Arena/das Bicicletas)	X	X	-	-
Turismo de Negócios	X	X	X	-

Na sequência serão apresentados custos médios diáários por pessoa para subsidiar a planilha final consolidada de Receitas Turísticas 2024.

Tabela 30 - Custos médios por pessoa para estimativa de receitas - Atrativos

Nome	TR	AL	HO	IN
Cidade da Criança	R\$ 12,00	R\$ 35,00	----	R\$ 80,00
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial (turistas com pernoite)	R\$ 12,00	R\$ 70,00	R\$150,00**	----
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial (visitantes sem pernoite)	R\$ 12,00	R\$ 35,00	----	----
Parque Caminhos do Mar	R\$ 12,00	R\$ 35,00	----	R\$ 50,00
Parque Caminhos do Mar – Tirolesa Voo da Serra	---	---	---	R\$ 75,00***
Parque Ecológico Imigrantes	R\$ 20,00	R\$ 35,00	----	R\$ 20,00
Parque Estoril (e Zoológico)	R\$ 12,00	R\$ 35,00	----	R\$ 5,00
Represa Billings/Prainha do Riacho Grande	R\$ 12,00	R\$ 35,00	----	-----
Parque da Juventude Cittá di Maróstica	R\$ 12,00	R\$ 35,00	----	-----
Caminhos do Sal / Caminhos do Capivary	R\$ 12,00	R\$ 35,00	----	-----
Santuário Nossa Senhora Aparecida / Mesquita Abu Baker Assadik	R\$ 12,00	R\$ 35,00	----	-----
Parques Municipais *	----	----	----	----
Turismo de Negócios	R\$ 90,00	R\$ 90,00	R\$ 230,00	----

* atividade complementar a outras visitas

** valor por pessoa em quarto duplo (Turismo Industrial)

*** valores variam de R\$ 75,00 a R\$ 165,00 (conforme site www.voodaserra.com.br)

TRANSPORTES

Utilizado valor padrão de R\$ 12,00, considerando que o turista ou visitante se valha apenas de uma passagem intermunicipal ida e volta, ou divisão por pessoa em carro particular, ônibus ou van turística. No caso dos valores apresentados de R\$ 20,00 considerou-se a necessidade de pagamento de pedágio* (valor dividido por pessoa).

Para a modalidade Turismo de Negócios considera-se o valor de R\$ 90,00 para deslocamentos padrão de aplicativo nos trechos Aeroporto de Congonhas – São Bernardo do Campo – Aeroporto de Congonhas, complementado por deslocamentos internos pela cidade (hotel/empresa/hotel) .

* necessário pagamento de pedágio para o Atrativo Parque Ecológico Imigrantes (Sistema Anchieta/Imigrantes)

ALIMENTAÇÃO

Utilizado valor padrão de R\$ 35,00 (sanduíche + refrigerante/combo) na tabela acima. Sabe-se que muitas pessoas trazem seu próprio lanche e outras procuram restaurantes, com tíquete médio mais alto. Para o Turismo de Negócios estabeleceu-se o valor de R\$ 90,00, que equivale a preço de prato executivo com bebida para o almoço e jantar.

HOSPEDAGEM

Considerando a localização privilegiada, o fácil acesso e a pouca distância da capital paulista e das outras 38 cidades da Região Metropolitana de São Paulo, a hospedagem ainda é pouco utilizada, se considerarmos os atrativos acima descritos. Nota-se claramente grupos de turistas de outras cidades do Brasil e internacionais que fazem uso da hospedagem quando participam do Turismo Industrial. A maior parte da utilização do serviço para fins turísticos é motivada pelo Turismo de Negócios (São Bernardo do Campo é o coração da indústria na América Latina – cerca de 1200 indústrias na cidade). Para efeito deste estudo aplicou-se tarifa média de R\$ 230,00.

INGRESSOS/PASSAPORTES

Muitos atrativos são gratuitos, principalmente aqueles sob gestão do Poder Público ou entidades religiosas, os demais, operados pela iniciativa privada contam com políticas de preços determinadas pelo mercado.

Cidade da Criança – R\$ 80,00 (média do custo dos passaportes, que alternam períodos promocionais e de tarifa cheia).

Parque Caminhos do Mar – R\$ 50,00 (média do custo dos passaportes, que alternam períodos promocionais e de tarifa cheia. Existem várias possibilidades de passaportes e combos promocionais, inclusive contemplando a tirolesa que liga São Bernardo do Campo a Cubatão “Voo da Serra”, que alterna preços aos dias de semana e finais de semana e feriados, além de tarifas diferenciadas para voos simples ou em dupla).

Parque Ecológico Imigrantes – R\$ 20,00 (média do preço por pessoa para as visitas guiadas).

Parque Estoril – R\$ 5,00 (acesso ao Parque) – Zoológico gratuito e estacionamento pago a parte.

Tabela 31 - Receitas estimadas – Atrativos turísticos

Atrativo	Valor/dia	Nº Turistas	Valor Estimado
Cidade da Criança	R\$ 127,00	48.700	6.184.900,00
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial (outros estados e países)	R\$ 232,00	260	60.320,00
Visitas Monitoradas de Turismo Industrial (outros cidades do estado)	R\$ 47,00	3.540	166.380,00
Parque Caminhos do Mar	R\$ 97,00	75.600	7.333.200,00
Parque Caminhos do Mar – Voo da Serra	R\$ 75,00	7.500	562.500,00
Parque Ecológico Imigrantes	R\$ 75,00	6.400	480.000,00
Parque Estoril (e Zoológico)	R\$ 52,00	13.000	676.000,00
Represa Billings/Prainha do Riacho Grande/Turismo Náutico	R\$ 47,00	13.500	634.500,00
Parque da Juventude Cittá di Maróstica	R\$ 47,00	13.200	620.400,00
Caminhos do Sal / Caminhos do Capivary	R\$ 47,00	4.800	225.600,00
Santuário N.S. Aparecida / Mesquita Abu Bakr Assidik	R\$ 47,00	4.500	211.500,00
Parques Municipais *	----	7.400	0,00
Turismo de Negócios	R\$ 410,00	5.600	2.296.000,00
Sub –Total Estimado			R\$ 19.451.300,00

5.2 Eventos

Tabela 32 - Eventos Geradores de Fluxo Turístico – Público Estimado

Nome	Público Estimado
Festival do Cambuci	3.000
Eventos na Esplanada Paço Municipal	7.600
Eventos nos Shoppings Centers	4.800

Abaixo é retratado de forma dedutiva o comportamento dos visitantes quanto ao uso dos serviços turísticos básicos, tais como: Transporte, Alimentação e Hospedagem (em eventos geradores de fluxo turístico).

Legenda: TR – transporte / AL – alimentação / HO – hospedagem

Tabela 33 - Uso de serviços turísticos para estimativa de receitas – Eventos

Nome	TR	AL	HO
Festival do Cambuci	X	X	
Eventos na Esplanada Paço Municipal	X	X	
Eventos nos Shoppings Centers	X	X	

Na sequência serão apresentados custos médios estimados por pessoa nos referidos eventos.

Tabela 34 - Custos médios estimados por pessoa - Eventos

Nome	TR	AL	HO
Festival do Cambuci	R\$ 12,00	R\$ 35,00	
Eventos na Esplanada Paço Municipal	R\$ 12,00	R\$ 42,00	
Eventos nos Shoppings Centers	R\$ 12,00	R\$ 42,00	

TRANSPORTES

Utilizado valor padrão de R\$ 12,00 considerando que o visitante se valha apenas de uma passagem intermunicipal ida e volta, ou divisão por pessoa em carro particular, ônibus ou van turística.

ALIMENTAÇÃO

Utilizado valor padrão de R\$ 35,00 para os Festivais organizados pela Prefeitura (comidas e bebidas típicas) e R\$ 42,00 para os eventos particulares realizados na Esplanada do Paço Municipal e nos Shopping Centers, pela sua peculiaridade (comidas e bebidas típicas e artesanais / franquias, respectivamente).

Tabela 35 -Receitas estimadas –Eventos geradores de fluxo turístico

Atrativo	Valor/dia	Nº Turistas	Valor Estimado
Festival do Cambuci	R\$ 47,00	3.000	R\$ 141.000,00
Eventos na Esplanada Paço Municipal	R\$ 54,00	7.600	R\$ 410.500,00
Eventos nos Shoppings Centers	R\$ 54,00	4.800	R\$ 259.200,00
R\$ 810.700,00			

5.3 Estimativa de Receitas com o Turismo – Ano Base 2024

$$\text{Atrativos} - \text{R\$ } 19.451.300,00 + \text{Eventos} - \text{R\$ } 810.700,00 = \text{R\$ } 20.262.000,00$$

Comparativo com Anos Bases 2019, 2020, 2021, 2022 e 2023

Tabela 36 -Receitas consolidadas- Atrativos e Eventos

Ano Base	Estimativa de Receitas com o Turismo
2019	R\$ 9.333.950,00
2020	R\$ 3.237.475,00
2021	R\$ 7.915.650,00
2022	R\$ 9.353.000,00
2023	R\$ 15.211.170,00
2024	R\$ 20.262.000,00



Nota-se no gráfico acima que em 2019, o Turismo da cidade movimentou aproximadamente 9,3 milhões, no primeiro estudo após a cidade ser classificada como Município de Interesse Turístico.

Em 2020, por conta da pandemia de coronavírus e todas suas danosas consequências, houve uma queda vertiginosa e o movimento naquele ano foi próximo de 3,2 milhões, ou seja, 66% menor.

Com a discreta retomada da economia, a partir do 2º semestre de 2021, os números alcançaram 7,9 milhões, ou seja, 246% em relação a 2020, mas ainda 16% abaixo de 2019.

Em 2022, já em uma situação de retomada plena, o turismo da cidade movimentou cerca de 9,3 milhões, ou seja, 18% a mais que em 2021 e praticamente o mesmo valor do início desta série, em 2019.

Em 2023, foi percebida de forma clara o fomento da atividade em São Bernardo do Campo. Os parques Cidade da Criança e Caminhos do Mar sob gestão da iniciativa privada, a inauguração da tirolesa que liga São Bernardo do Campo à Cubatão, a

diversidade de eventos geradores de fluxo turístico, principalmente na Esplanada do Paço Municipal e a retomada plena do Turismo Industrial foram responsáveis por um salto que atingiu a marca de 15,2 milhões.

O mesmo cenário ocorreu em 2024, com avanços consideráveis, haja vista o trabalho em sinergia da Administração Municipal com a cadeia turística local, com apoio irrestrito do Conselho Municipal de Turismo. Foi lançada uma campanha publicitária com vídeo institucional veiculado em todo estado de São Paulo “São Bernardo – Tudo o que você quer tem aqui! e o Guia Turístico Gastronômico de São Bernardo do Campo, inclusive distribuído pelo Jornal Estado de São Paulo para seus assinantes, com centenas de opções de bares, restaurantes e similares, além de apresentar os atrativos turísticos da cidade. Em 2024, o Turismo de São Bernardo do Campo movimentou aproximadamente 20,3 milhões.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finaliza-se este estudo ratificando que os objetivos traçados para esta pesquisa foram cumpridos, ressaltando que dados mais abrangentes e precisos serão frutos da implantação de um Observatório de Turismo na cidade, ação constante no Plano Diretor de Turismo de São Bernardo do Campo, porém ainda sem previsão de implantação. No entanto, através deste Estudo foi possível definir características claras sobre quem realmente visita São Bernardo do Campo e, por meio dos resultados obtidos, nortear futuras ações de melhorias, correções, mudanças e manutenção de estratégias por parte do poder público acerca da atividade turística.

A pesquisa também permitiu traçar as principais características que compõem o perfil do turista ou visitante que se desloca para São Bernardo do Campo. Certo ainda afirmar que, os questionários podem ser melhorados no que tange a absorção de mais dados, como também necessária maior robustez da equipe que atua nas pesquisas em campo.

Durante o ano de 2024, foi mantido um diálogo constante com o SENAC São Bernardo do Campo, vislumbrando e analisando as possibilidades de parceria e atuação conjunta. Retomamos a análise para possibilidade de aplicação do formulário eletrônico criado pelos professores de Turismo e TI, juntamente com os alunos do curso de Técnico em Guia de Turismo. Houve a apresentação de uma proposta, que poderá ser colocada em prática em 2025, caso o processo de informatização na coleta dos dados seja implantado pela Prefeitura, aplicando o questionário em tablets ou dispositivos similares. Também foi proposta a criação de um Código de Referência Rápida - *Quick Reference Code (QRCode)* para coleta de pesquisas em atrativos pontuais, eventos e possivelmente nos meios de hospedagem. O presente tema será discutido no âmbito do COMTUR/SBC.

Deste modo, o presente documento em relação às pesquisas de campo demonstrou que São Bernardo realmente é um destino turístico em ascensão, dado à quantidade de bons atrativos, o crescimento dos serviços turísticos e a proximidade com o maior centro emissivo de turistas do país, a capital paulista. Os eventos, geralmente voltados para as famílias, têm surgido e se consolidado como boa alternativa de atração de pessoas e fortalecimento da marca turística. A concessão dos Parques Caminhos do Mar e Cidade da Criança, a realização de diversos eventos privados na Esplanada do Paço Municipal, a

consolidação dos eventos organizados pelo Turismo (Festival do Cambuci) e a implantação do Posto de Atendimento ao Turista no Terminal Rodoviário, certamente contribuíram para este processo de consolidação da cidade como destino turístico.

O presente trabalho também apresentou dados referentes à sazonalidade e estimativas sobre os gastos dos turistas/visitantes tanto em eventos quanto nos principais atrativos da cidade. Por fim, gráficos demonstraram tendência de crescimento e evolução do turismo em receitas geradas, o que caracteriza, por conseguinte, a geração de emprego e renda.

Pontos positivos:

- Retomada e expansão dos eventos presenciais;
- Pesquisas realizadas no Festival do Cambuci, organizado pelo Turismo da cidade, apontaram índices elevados de aprovação, indicação e possibilidade de retorno;
- Destaque para a presença de turistas/visitantes oriundos da Região do Grande ABC, Capital Paulista, Região Metropolitana e cidades distantes até 100km, dada à facilidade logística;
- Houve crescimento do número de visitantes no Parque Temático Cidade da Criança, devido aos novos investimentos pós concessão;
- Houve considerável crescimento do número de visitantes no Parque Caminhos do Mar, devido aos novos investimentos pós concessão, com destaque para a implantação da tirolesa Voo da Serra, atividades de cicloturismo e náuticas;
- Sinalização turística e segurança nos atrativos e eventos;
- Atrativos prioritariamente voltados à família;

Pontos a serem melhorados:

- Introduzir informações sobre Turismo Acessível;
- Prospectar dados mais precisos sobre a avaliação da cidade em geral (infraestrutura);

- Complementar informações do estudo: avaliação dos serviços turísticos, faixas de renda dos turistas, motivação por não retornar ou não indicar atrativo ou eventos, entender a falta de interesse por atrativos ou serviços complementares, etc;
- Aumentar a frequência e os locais para aplicação das entrevistas;
- Aumentar a equipe de entrevistadores, dando a todos a devida capacitação técnica;
- Modernizar o processo de entrevista (digital);
- Complementar com entrevistas encaminhadas por e-mail pós-visita;
- Complementar com entrevistas por meio de QRCode em atrativos, eventos e meios de hospedagem;

Posto os resultados, conclui-se que essa pesquisa conseguiu detalhar análises importantes sobre o perfil de quem visita o Município de Interesse Turístico de São Bernardo do Campo.

Este documento deve ser analisado em consonância com o Inventário da Oferta Turística, o Inventário de Serviços e Equipamentos de Emergência e Segurança e ser balizado pelo Plano Diretor de Turismo, sempre com a anuência e colaboração do Conselho Municipal de Turismo e a devida publicidade junto à Sociedade Civil.

Realização conjunta:



São Bernardo do Campo, 05 de fevereiro de 2025.

CAMILA FERNANDA SARTORI FINARDI
Coordenadora Técnica
SENAC SBC

FERNANDO BONISIO
Coordenador Técnico
PMSBC

DARLAN OLIVEIRA ROCHA
Senac São Bernardo

RAFAEL DEMARCHI
Município de São Bernardo do Campo

MARCELO DE LIMA FERNANDES
Prefeito

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo.** São Paulo: Atlas, 2005

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1996

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1999.

LEMOS, L. **Turismo:** que negócio é este? Campinas: Papirus, 2001

MATHIESON, A; WALL, G. **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts.** Londres: Longman, 1982

PETROCCHI, M. **Planejamento e gestão do turismo.** São Paulo: Futura, 2002

PETROCCHI, M. e BONA, A. **Agências de Turismo:** planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2003.

8. ANEXOS

ANEXO I - RELATÓRIO FOTOGRÁFICO - ATRATIVOS TURÍSTICOS OBJETOS DE PESQUISA DE CAMPO

CIDADE DA CRIANÇA – Parque Temático



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3

PARQUE CAMINHOS DO MAR – Ecoturismo



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3

PARQUE DA JUVENTUDE CITTÁ DI MARÓSTICA – Esportivo/Aventura



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3

PARQUE ESTORIL - Ecoturismo



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3

PARQUE ESTORIL - Zoológico



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3

PARQUE ECOLÓGICO IMIGRANTES – Ecoturismo



Fonte: www.saobernardo.sp.gov.br



Fonte: M.Scandaroli

VISITAS MONITORADAS DE TURISMO INDUSTRIAL – Turismo Industrial



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3

ANEXO II - RELATÓRIO FOTOGRÁFICO EVENTO GERADOR DE FLUXO TURÍSTICO - OBJETO DE PESQUISA DE CAMPO

6^a EDIÇÃO DO FESTIVAL DO CAMBUCI



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3

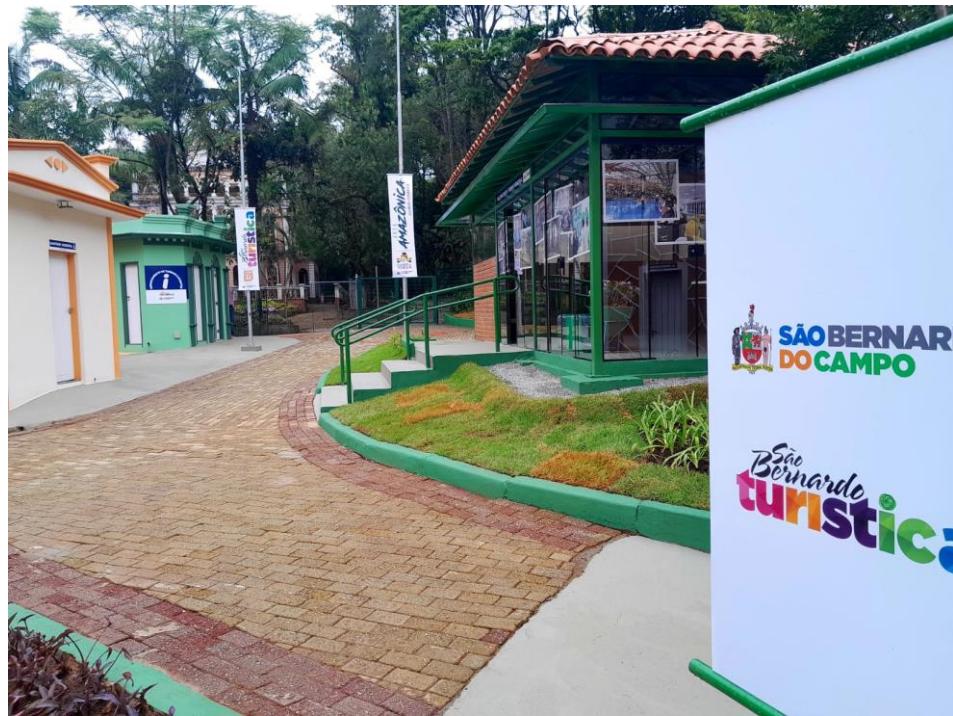


Fonte: SDECT-3

**ANEXO III - CENTRO TURÍSTICO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO
INAUGURADO EM JUNHO/2024**



Fonte: SDECT-3



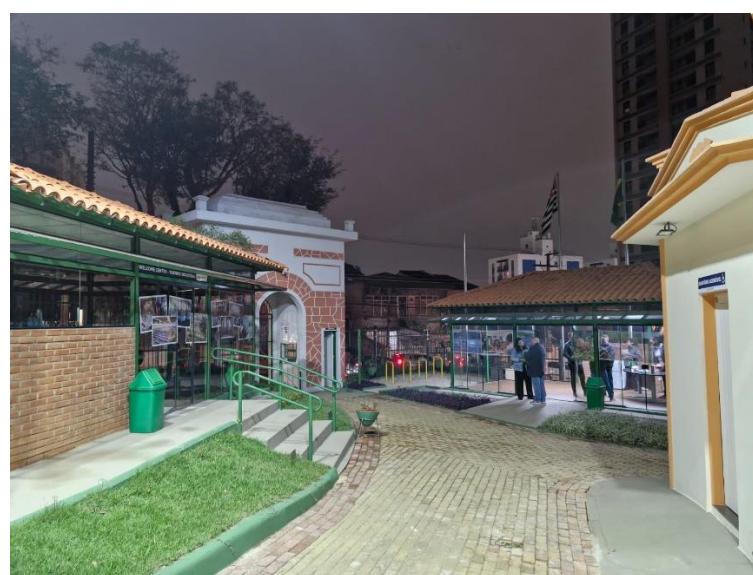
Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3



Fonte: SDECT-3

ANEXO IV - CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL



Fonte: SDECT-3

Foto: Querida/Especial para o Estúdio Blue Studio

ESTADÃO
BLUE STUDIO

APOIO SÃO BERNARDO DO CAMPO

-GUIA-
TURÍSTICO
SÃO BERNARDO DO CAMPO

3 DE DEZEMBRO DE 2023

PARA TODOS OS GOSTOS

Localizada a 21 km da capital paulista, São Bernardo do Campo oferece opções de passeios dos mais diversos. Há restaurantes de diferentes sabores, locais históricos, centros culturais, além de trilhas em meio à Mata Atlântica e esportes náuticos.

Casarão histórico
 Revitalizada, Chácara Silvestre conta com trilhas, playground acessível e atrações culturais para toda a família • p. 3

Parque Industrial
 Mais de 20 empresas da região abrem as portas para visitas monitoradas • p. 7

