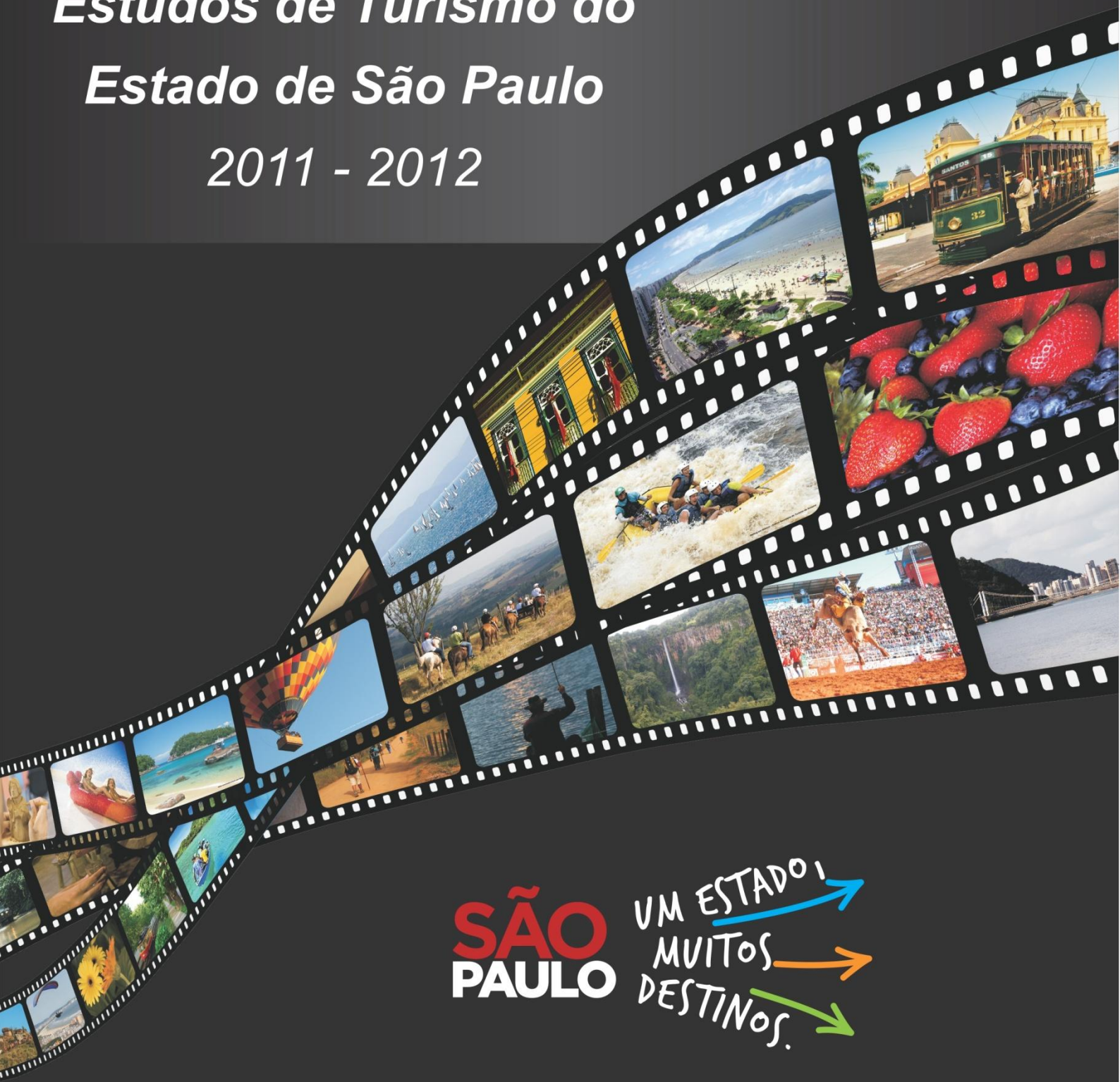
TUR.SP
EMPRESA PAULISTA
DE TURISMO E EVENTOS

GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO
Secretaria de Turismo

Estudos de Turismo do Estado de São Paulo

2011 - 2012



SÃO PAULO
UM ESTADO, MUITOS DESTINOS.

TUR.SP
EMPRESA PAULISTA
DE TURISMO E EVENTOS

GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO
Secretaria de Turismo

Estudos de Turismo do Estado de São Paulo

2011 - 2012

SÃO PAULO
UM ESTADO, MUITOS DESTINOS.

Sumário

O ESTADO DE SÃO PAULO 6
O ESTUDO 9
1. OFERTA TURÍSTICA 12
1.1 Região Administrativa de Araçatuba 13
1.2 Região Administrativa de Barretos 15
1.3 Região Administrativa de Bauru 17
1.4 Região Administrativa de Campinas 19
1.5 Região Administrativa Central 23
1.6 Região Administrativa de Franca 26
1.7 Região Administrativa de Marília 28
1.8 Região Administrativa de Presidente Prudente 30
1.9 Região Administrativa de Registro 32
1.10 Região Administrativa de Ribeirão Preto 34
1.11 Região Administrativa de São José dos Campos 36
1.12 Região Administrativa de São José do Rio Preto 39
1.13 Região Metropolitana de São Paulo 41
1.14 Região Metropolitana de Santos 44
1.15 Região Administrativa de Sorocaba 46
2. DEMANDA TURÍSTICA 50
2.1 Perfil socioeconômico 50
2.1.1 Local de residência 50
2.1.2 Gênero 52
2.1.3 Idade 52
2.1.4 Grau de instrução 53
2.1.5 Ocupação principal 53
2.1.6 Renda familiar mensal 54
2.2 Características da viagem 55
2.2.1 Motivo principal da viagem 55
2.2.2 Motivo das viagens a lazer 56
2.2.3 Composição do grupo de viagem 57
2.2.4 Meio de transporte 58
2.2.5 Meio de hospedagem 59
2.2.6 Tempo de permanência 60
2.2.7 Municípios visitados 61
2.2.8 Gastos 62

2.2.9 Composição dos gastos *63*
2.3 Organização da viagem 64
2.3.1 Primeira viagem pelo Estado de São Paulo *64*
2.3.2 Viagens no Estado de São Paulo nos últimos 12 meses *65*
2.3.3 Uso de agências de viagens *66*
2.3.4 Serviços adquiridos junto às agências de viagem *67*
2.3.5 Fontes de informação *68*
2.4 Avaliações 68
2.4.1 Avaliações de infraestrutura e serviço *68*
2.4.2 Recomendação de destinos *69*
2.4.3 Elementos característicos do Estado de São Paulo *69*
2.4.4 Elementos característicos do turismo no Estado de São Paulo *70*
3. **PRODUTOS PAULISTAS NO MERCADO TURÍSTICO** 72
3.1 Perfil das empresas consultadas 72
3.1.1 Principais produtos nacionais *73*
3.2 Inserção do Estado de São Paulo na carteira de produtos 74
3.2.1 Comercialização de produtos paulistas *74*
3.2.2 Perfil dos produtos paulistas comercializados *75*
3.3 Potencialidades e entraves para a comercialização do Estado 79
3.3.1 Imagem do turismo no Estado de São Paulo *79*
3.3.2 Elementos que facilitam e dificultam as vendas *79*
3.3.3 Segmentos e destinos de destaque *81*
3.4 Considerações sobre a inserção dos produtos paulistas no mercado turístico 82
4. DIAGNÓSTICO 85
EQUIPE TÉCNICA 88

O Estado de São Paulo

O Estado de São Paulo

São Paulo é um Estado de muitos superlativos, sua amplitude, diversidade e economia forte o tornam o mais importante Estado do país. É um Estado onde a diversidade cultural está presente desde seus primeiros dias. Imigrantes europeus, convivendo com indígenas e afrodescendentes já dariam uma prévia da mistura de culturas que formaria o povo brasileiro, e particularmente o do Estado de São Paulo. A rica diversidade do ambiente natural do Estado pautou seu desenvolvimento econômico, e o turismo, intrinsecamente ligado aos ambientes culturais e naturais, segue inexoravelmente esse mesmo caminho da diversidade.

Atualmente, uma população de mais de 40 milhões de habitantes, que supera a de países como Canadá e Argentina, e representa quatro vezes mais a população de países como Suécia, Noruega, Bélgica e Suíça, e ainda, uma área territorial maior do que a de países como Inglaterra e Portugal, são alguns dos seus destaques.

Em um comparativo interno, a economia do Estado de São Paulo tem participação em 33,5% do Produto Interno Bruto (PIB) Nacional. Além disso, apresenta o 3º maior IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) dentre os Estados do país, o que posicionaria o Estado entre os países com os 50 maiores IDHs do mundo, caso fosse um país, enquanto que o Brasil é o 84º colocado neste ranking. É detentor de grandes indústrias, multinacionais e de excelente infraestrutura. Seus 645 municípios abrigam uma variedade imensa de atrações a serem visitadas e exploradas.

Sua capital, de mesmo nome, é metrópole de destaque mundial. Considerada uma cidade global, dinâmica e diversificada, é o maior centro econômico da América Latina, ao mesmo tempo em que se configura como um dos maiores polos de cultura nacionais. É uma cidade populosa, com mais de 11 milhões de habitantes, e que não para de crescer e de se desenvolver. Possui excelência e qualidade nos diversos setores da economia, especialmente no de serviços. É uma cidade que não para, em ação 24h por dia, oferecendo opções para todos os gostos e bolsos, atraindo pessoas de todos os lugares do país e do mundo. Anualmente a cidade recebe mais de 12 milhões de visitantes que movimentam mais de 10 bilhões de reais.

Porta de entrada da maioria dos turistas estrangeiros recebidos pelo Brasil, o Estado de São Paulo recebe mais de 2 milhões de passageiros internacionais anualmente, desembarcados em seus aeroportos, o que representa mais de 38% do total de chegadas de

turistas do exterior ao Brasil. São Paulo está também na principal rota de cruzeiros marítimos do Brasil: somente no Terminal Marítimo de Passageiros de Santos, mais importante do país, foram mais de 1,2 milhão de usuários desembarcados na última temporada.

São Paulo conta com a melhor malha rodoviária do país, com mais de 198 mil quilômetros que o interligam com ao restante do país. Sua hotelaria rica e diversificada é composta desde pequenas pousadas em meio à paisagem natural da Mata Atlântica até grandes resorts e hotéis de negócios de redes internacionais. Abriga o maior aeroporto do país e o maior porto da América Latina.

Um Estado com muitos destinos, São Paulo atrai visitantes com diversas motivações: sol e praia, turismo rural, turismo de aventura e ecoturismo, histórico e cultural, compras e artesanato, gastronomia, esportes, grandes eventos, termas e águas, etc.

Referência em infraestrutura, abriga 67 municípios considerados estâncias paulistas, cerca de 300 municípios de interesse turístico, assim como 26 circuitos turísticos nas 14 regiões administrativas no qual o Estado se subdivide, além da Região Metropolitana de São Paulo.

No conjunto de atrativos disponíveis no Estado, só de praias, são mais de 400 quilômetros, compostos por mais de 290 praias distribuídas em 15 destinos litorâneos. No que diz respeito ao turismo rural, o destaque são as fazendas e sítios remanescentes do período colonial e do café, assim como as vinícolas e fazendas com culinária típica e passeios a cavalo. Outro destaque é o turismo de aventura e o ecoturismo: atividades como rafting, tirolesa, rapel, voo livre, passeio de balão e trilhas ecológicas são algumas das diversas atrações encontradas em mais de 80 municípios do Estado, alguns deles plenamente adaptados e referências nacionais no atendimento de visitantes com mobilidade reduzida. Gastronomia, compras, artesanato, história, cultura, esportes e grandes eventos são também encontrados em grande parte dos destinos, com características singulares e tradicionais.

Com isso tudo, o Estado de São Paulo alia desenvolvimento econômico, diversidade de atrações e destinos, entretenimento, negócios e completa infraestrutura, em um Estado que não para de crescer e de encantar a todos que o visitam.

O Estudo

JAPÃO
66
1958
Comportamento e música calcados nos Beatles, a Jovem Guarda entra em cena. Roberto Carlos é o seu rei.

O Estudo

O documento Estudos de Turismo do Estado de São Paulo, desenvolvido pela Secretaria de Turismo do Estado, por meio da Empresa Paulista de Turismo e Eventos – TUR.SP, apresenta um conjunto de estudos desenvolvidos tendo como tema central a atividade turística estadual, abrangendo tanto aspectos relacionados à demanda turística, a oferta e mercado.

Diante da relevância do desenvolvimento de estudos que contribuam com a melhoria dos programas, ações, serviços e equipamentos inseridos no dinâmico e agitado mercado turístico insere-se o presente documento. O Estado de São Paulo apresenta os maiores índices de desenvolvimento econômico do país e ampla rede de oportunidades, muitas delas relacionadas a atividade turística, que deve ser desenvolvida de forma ampla, culminando com os patamares da sustentabilidade, desenvolvida e promovida de maneira eficiente, através da geração de novos empregos e renda a população local, da valorização da cultura e identidade local, da preservação do meio ambiente, e da maior responsabilidade dos envolvidos, turistas e gestores, em ações que maximizem os impactos positivos e minimizem os negativos.

De maneira geral, a partir desses estudos, foi possível identificar o perfil da demanda de visitantes atendidos pelo Estado de São Paulo, majoritariamente interna e regional. O Estado é um destino com fluxo turístico originário do próprio Estado. A dinâmica de turismo, além de marcada pelos fluxos intrarregionais, também é bastante influenciada pela capital paulista. A cidade de São Paulo e sua região metropolitana concentram grande contingente populacional e, portanto, a maior parcela da demanda estadual por viagens. Dessa forma, os paulistanos são fatia relevante do fluxo turístico estadual e, como consequência, aqueles destinos bem conectados à capital ou mais próximos da mesma acabam sendo, em geral, os que recebem maiores fluxos de visitantes.

A oferta do Estado tem a diversidade como peça chave. São diversos os segmentos turísticos observados, em geral, com boas condições de infraestrutura e uma oferta variada de serviços. Nesse estudo, são apontadas as potencialidades das 14 regiões administrativas no qual o Estado se subdivide, mais a Região Metropolitana de São Paulo, apresentando as características singulares e similares de cada uma no que diz respeito as suas atrações turísticas, eventos e equipamentos turísticos.

O mercado turístico é bastante dinâmico e amplo, e dentre os principais produtos do Estado que se inserem na carteira de produtos das operadoras de turismo nacionais destacam-se os resorts de alto padrão, os parques temáticos e os eventos, além de alguns destinos turísticos famosos, como Campos do Jordão e o Litoral Norte.

Além disso, uma das características fortes do mercado turístico estadual é a grande ocorrência de viagens independentes, planejadas pelos próprios viajantes, e intrarregionais, sendo que a utilização de operadoras e agências de viagens são mais frequentes para realização de viagens para outros estados ou países.

O objetivo central dos estudos cujos resultados são apresentados ao longo deste documento é prover uma base para que municípios, regiões e o próprio Estado criem estratégias de desenvolvimento, organização e estruturação da atividade turística coerentes com a realidade estadual, assim como para o estabelecimento de diretrizes e linhas de ação para o desenvolvimento do turismo nessas três esferas de gestão pública.

O trabalho está estruturado dividido em três capítulos: o primeiro apresenta dados referentes à oferta turística estadual e às características especificas das 14 regiões administrativas de São Paulo, mais a Região Metropolitana de São Paulo, que se relaciona com o segundo capítulo a respeito do perfil da demanda de turistas do Estado. O terceiro capítulo aborda questões ligadas a inserção dos produtos paulistas no mercado turístico e identifica como o Estado é divulgado e vendido por operadores de viagens. Na sequência, está uma síntese e diagnóstico apurado ao longo destes capítulos, destacando os pontos fracos, fortes, as ameaças e oportunidades para o turismo estadual.

Oferta Turística

1. Oferta turística

Diversidade é uma das principais características da oferta turística do estado de São Paulo, são rios, lagos, belezas naturais, esportes radicais, praias, museus, igrejas, fazendas rurais, eventos de negócios e corporativos, shows internacionais, festas tradicionais e gastronomia típica algumas das potencialidades desse Estado, que se aliam a facilidade de acesso a maior parte dos municípios por meio das estradas e rodovias que os interligam internamente e facilmente com os estados vizinhos.

Esses dados são resultantes de uma pesquisa de análise da oferta turística estadual, desenvolvida por meio de um trabalho de cunho primordialmente analítico, com ênfase na análise das situações observadas. O mais importante nessa fase do trabalho foi a análise técnica em si, elaborada a fim de traçar um diagnóstico da atual oferta de bens e serviços turísticos do estado como um todo. O objetivo foi identificar o cotidiano de turistas nas localidades visitadas, coletando informações, visitando atrativos e recursos turísticos e avaliando empreendimentos diversos. A metodologia de trabalho utilizada contou com a realização de análise de campo em todas as regiões administrativas do estado, os municípios mais representativos de cada região, considerando tanto aqueles já consolidados, quanto aqueles com potencial latente. Contou também com o auxílio de fontes secundárias como o Guia Quatro Rodas Brasil e o Guia Rotas de São Paulo, que juntamente com os dados coletados possibilitaram traçar um panorama geral mais amplo da dinâmica do turismo em cada uma das regiões administrativas enfocadas no presente trabalho.

O capítulo está estruturado em distintos itens, cada um deles dedicado a expor os principais resultados da análise conduzida em cada uma das Regiões Administrativas paulistas, tendo sempre como foco central a dinâmica turística de cada região.

Cabe mencionar que, diante da variedade das divisões espaciais possíveis na área paulista, optou-se por adotar para estes estudos a divisão estadual mais consolidada, ou seja, sua divisão política em regiões administrativas. Outras regionalizações são possíveis no Estado, cabendo notar que a adotada no presente estudo foi selecionada por melhor atender às necessidades de compreensão da variada dinâmica turística estadual, que apresenta diferentes nuances em cada uma das regiões do Estado – e muitas vezes, dentro de uma mesma região.

1.1 Região administrativa de Araçatuba

1.1.1 Caracterização da região

Localizada no noroeste do Estado, a região administrativa de Araçatuba compreende 43 municípios, conforme exposto em tabela a seguir:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Araçatuba	*, Braúna, Brejo Alegre, Buritama, Castilho, Clementina, Coroados, Gabriel Monteiro, Gastão Vidigal, General Salgado, Glicério, Guaraçaí, Guararapes, Guzolândia, Ilha Solteira, Itapura, Lavínia, Lourdes, Luiziânia, Mirandópolis, Murutinga do Sul, Nova Castilho, Nova Independência, Nova Luzitânia, Penápolis, Pereira Barreto, Piacatu, Rubiácea, Santo Antonio do Aracanguá, Santópolis do Aguapeí, São João do Iracema, Sud Mennucci, Suzanápolis, Turiúba e Valparaíso.*

A Região Administrativa de Araçatuba, após o desenvolvimento inicial promovido pela implantação da ferrovia, criada para escoar a produção de café, atualmente se destaca pela atividade pecuária, pelo cultivo de cana-de-açúcar, suas usinas e destilarias, e pelo fornecimento energético, com a presença das hidrelétricas de Engenheiro Souza Dias – Jupiá, Ilha Solteira e Três Irmãos –, além de um trecho do Gasoduto Brasil-Bolívia.

A região abriga unidades de conservação em seu território, como o Parque Estadual do Aguapeí e a Reserva Biológica de Andradina.

1.1.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

Na Região Administrativa de Araçatuba o grande potencial de atratividade está ligado aos rios e lagos formados pelas usinas hidrelétricas presentes na região. Ilha Solteira, estância turística, possui o maior número de atrativos relacionados ao uso da represa, que são explorados nos segmentos de turismo de pesca esportiva, náutico e sol e praia.

Os parques municipais que abrigam praias de água doce são comuns nas cidades da região, que possuem represas, geralmente criados a partir de contrapartidas ambientais pelo enchimento dos lagos das usinas. Isso levou à criação de espaços de lazer com infraestrutura de quiosques para aluguel diário, churrasqueiras, vestiários, sanitários, estrutura de alimentação e espaço para camping. São estruturas adequadas para a utilização por excursionistas de cidades vizinhas.

Um das grandes atrações da região é a pesca, que tem potencial para atrair públicos de centros emissores mais distantes, principalmente pescadores advindos de cidades como São Paulo e Campinas, exigindo deslocamentos de mais de 600 km e no mínimo duas noites de hospedagem nas cidades da região.

1.1.3 Pontos fortes

- Acesso por boas estradas
- Disponibilidade multimodal de transporte
- Agroindústria desenvolvida impulsiona turismo de negócios
- Bons indicadores no IPRS-escolaridade e IPRS-longevidade
- Rios e represas da região
- Pesca esportiva
- Praias de água doce
- Estrutura de recepção ao pescador
- Estrutura dos parques municipais onde estão localizadas as praias
- Eventos anuais

1.2 Região administrativa de Barretos

1.2.1 Caracterização da região

Situada no norte do Estado, a Região Administrativa de Barretos é formada por 19 municípios, conforme tabela a seguir:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Barretos	*Altair, Barretos, Bebedouro, Cajobi, Colina, Colômbia, Embaúba, Guaíra, Guaraci, Jaborandi, Monte Azul Paulista, Olímpia, Pirangi, Severínia, Taiaçu, Taiúva, Terra Roxa, Viradouro e Vista Alegre do Alto.*

Historicamente, a região de Barretos se desenvolveu com base na pecuária e na cultura do café, especialmente após a chegada da ferrovia e das rodovias Anhanguera e Washington Luís, aproximando-a da capital. A agroindústria da laranja, dos frigoríficos e de óleos vegetais são os atuais destaques econômicos atualmente.

A região abriga uma unidade de conservação em seu território, a Floresta Estadual de Bebedouro.

1.2.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

Barretos ganhou renome nacional – e inclusive internacional – ao promover uma das maiores festas de rodeio do mundo. A Festa do Peão de Barretos é sede de campeonatos mundiais de montaria, além de promover grandes shows anualmente.

Assim como o turismo na cidade de Barretos gira em torno de um único evento, a cidade de Olímpia se desenvolveu turisticamente ao redor de um único atrativo: o parque aquático Thermas dos Laranjais, que atrai turistas de todas as partes de São Paulo, e até de outros estados.

Esses destaques na região, tanto em Barretos como em Olímpia, geram visitas de turistas de todo o país. Ambos os municípios vivem um momento de evidente desenvolvimento turístico, com boas perspectivas para os próximos anos. O aumento de fluxo turístico está ocorrendo, acompanhado de um aumento na oferta hoteleira destas localidades.

Mas além da Festa do Peão, que ocorre durante 11 dias do ano, Barretos está consolidando um robusto calendário de eventos e tem projetos de estruturar um roteiro de visitas à cidade e busca um melhor aproveitamento turístico do Parque do Peão, assim como de visitas a fábricas e propriedades rurais, complementos importantes para sua oferta turística regional.

O fluxo gerado pelo Hospital do Câncer merece atenta consideração, pois sua distinção técnica provoca uma movimentação significativa de viajantes pelo Estado. Trata-se de uma oportunidade a ser explorada tanto no segmento de turismo de saúde como no turismo técnico-científico.

Já Olímpia tem atualmente o Termas, administrado por uma associação particular, que oferece um produto de qualidade e altamente competitivo, que contribui com o desenvolvimento turístico e com o crescimento da economia da cidade como um todo. Como demanda complementar da atratividade, o município realiza anualmente o Festival do Folclore, que se constitui de uma das iniciativas públicas na direção da diversificação da oferta turística do município.

Outros municípios da região possuem atrativos de alcance regional, que são importantes para agregar valor à oferta da região e ampliar as opções oferecidas ao turista, sendo esta uma forma de ampliar a estada dos visitantes na localidade. Um exemplo está em Bebedouro, o Museu do Automóvel Andrea Matarazzo, que exibe um acervo de antigos automóveis, tratores, aeronaves, locomotivas, veículos bélicos e locomotivas.

1.2.3 Pontos fortes

- Existência do parque aquático Thermas dos Laranjais
- Existência da Festa do Peão de Barretos
- Investimentos na ampliação da rede hoteleira
- Existência do Hospital do Câncer de Barretos, referência nacional
- Potencial para o desenvolvimento do turismo rural

1.3 Região administrativa de Bauru

1.3.1 Caracterização da região

A Região Administrativa de Bauru fica situada na região centro-oeste do Estado de São Paulo, e abrange 39 municípios, conforme exposto na tabela abaixo:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Bauru	*Agudos, Arealva, Avaí, Balbinos, Bariri, Barra Bonita, Bauru, Bocaina, Boracéia, Borebi, Cabrália Paulista, Cafelândia, Dois Córregos, Duartina, Getulina, Guaiçara, Guaimbê, Guarantã, Iacanga, Igaraçu do Tietê, Itaju, Itapuí, Jaú, Lençóis Paulista, Lins, Lucianópolis, Macatuba, Mineiros do Tietê, Paulistânia, Pederneiras, Pirajuí, Piratininga, Pongaí, Presidente Alves, Promissão, Reginópolis, Sabino, Ubirajara e Uru.*

A população da região administrativa de Bauru gira em torno de 1,5 milhão de pessoas e possui uma das melhores condições socioeconômicas do Estado, com elevados índices de escolaridade e dinâmico setor produtivo. Seu desenvolvimento se iniciou com a cultura do café, especialmente pela sua situação estratégica como entroncamento ferroviário, mas hoje se destaca pela indústria de bebidas, papel e celulose, extração e processamento de cana-de-açúcar, além do setor de serviços, entre os quais o turismo vem despontando como uma boa alternativa para o desenvolvimento da região. A Região Administrativa de Bauru também está na rota do Gasoduto Brasil-Bolívia, o que representa outro potencial de desenvolvimento para a economia regional.

A região abriga as Estações Ecológicas de Bauru e Sebastião Aleixo da Silva e as Estações Experimentais de Bauru, Jaú e Pederneiras. Em seu território há os circuitos turísticos: Caminhos do Tietê, que inclui os municípios de Bariri, Barra Bonita, Bocaina, Dois Córregos, Igaraçu do Tietê, Itapuí, Jaú e Mineiros do Tietê; Centro-Oeste Paulista, do qual fazem parte Agudos, Arealva, Avaí, Bauru, Duartina, Iacanga, Lençóis Paulista, Macatuba, Pederneiras e Piratininga; e o Roteiro das Fazendas Históricas, que engloba o município de Jaú.

1.3.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

A Região Administrativa de Bauru é uma das mais organizadas em termos de articulação turística. As perspectivas para a região são positivas, de crescimento sustentável, não só pela infraestrutura qualificada, especialmente de acesso, como pela boa gestão, com ações pensadas a respeito da capacitação da mão de obra, da valorização dos eventos e da formatação de uma estrutura de receptivo com roteiros integrados.

A região abriga muitos dos recursos turísticos locais com forte potencial de visitação – como o zoológico e o museu ferroviário, em Bauru, as compras populares de calçados em Jaú e as termas em Piratininga –, que possuem nível de atratividade regional. Além disso, a região conta também com à exploração das eclusas de Barra Bonita,que possuem maior alcance de visitação se comparada aos demais atrativos da região.

1.3.3 Pontos fortes

- Malha viária de boa qualidade
- Oferta hoteleira diferenciada e de qualidade em alguns dos municípios da região
- Oferta de estabelecimentos de alimentação variada em cidades polo da região
- Presença de atrativos e recursos naturais passíveis de exploração relacionados à presença de rios e cursos de água
- Eclusas de Barra Bonita, já atualmente exploradas turisticamente, são um atrativo de alcance estadual

1.4.1 Caracterização da região

A Região Administrativa de Campinas é formada por 90 municípios, conforme tabela abaixo:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Campinas	*Aguaí, Águas da Prata, Águas de Lindóia, Águas de São Pedro, Americana, Amparo, Analândia, Araras, Artur Nogueira, Atibaia, Bom Jesus dos Perdões, Bragança Paulista, Brotas, Cabreúva, Caconde, Campinas, Campo Limpo Paulista, Capivari, Casa Branca, Charqueada, Conchal, Cordeirópolis, Corumbataí, Cosmópolis, Divinolândia, Elias Fausto, Engenheiro Coelho, Espírito Santo do Pinhal, Estiva Gerbi, Holambra, Hortolândia, Indaiatuba, Ipeúna, Iracemápolis, Itapira, Itatiba, Itirapina, Itobi, Itupeva, Jaguariúna, Jarinu, Joanópolis, Jundiaí, Leme, Limeira, Lindóia, Louveira, Mococa, Mogi Guaçu, Mogi Mirim, Mombuca, Monte Alegre do Sul, Monte Mor, Morungaba, Nazaré Paulista, Nova Odessa, Paulínia, Pedra Bela, Pedreira, Pinhalzinho, Piracaia, Piracicaba, Pirassununga, Rafard, Rio Claro, Rio das Pedras, Saltinho, Santa Bárbara d'Oeste, Santa Cruz da Conceição, Santa Cruz das Palmeiras, Santa Gertrudes, Santa Maria da Serra, Santo Antonio de Posse, Santo Antonio do Jardim, São João da Boa Vista, São José do Rio Pardo, São Pedro, São Sebastião da Grama, Serra Negra, Socorro, Sumaré, Tambaú, Tapiratiba, Torrinha, Tuiuti, Valinhos, Vargem, Vargem Grande do Sul, Várzea Paulista e Vinhedo. Destes, 19 também fazem parte da Região Metropolitana de Campinas.*

A região se destaca como um dos principais polos de tecnologia da América Latina, nos mais diversos setores industriais. A sede da região, o município de Campinas, é o maior do interior paulista em termos populacionais e conta com um importante polo industrial, algumas das principias universidades do país e renomados institutos de pesquisa.

Por sua extensão, quantidade de municípios e diversidade econômica, a região administrativa de Campinas pode ser comparada a um microestado dentro do Estado de São Paulo, com sua sede, Campinas, atuando como centro comercial de negócios e serviços.

A visitação da região ficou, por muito tempo, restrita às visitas de proprietários de segundas residências, concentradas nas cidades mais próximas à capital, tais como Itupeva, Itatiba, Jarinu, Atibaia e Nazaré Paulista. Contudo, nos últimos dez anos, a região tem investido numa reorganização das cidades em circuitos turísticos, sendo os mais consolidados deles o Circuito das Águas, que abarca os municípios de Águas de Lindóia, Amparo, Jaguariúna, Lindóia, Monte Alegre do Sul, Pedreira, Serra Negra e Socorro; e o Circuito das Frutas, composto por Atibaia, Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jarinu, Jundiaí, Louveira, Morungaba, Valinhos e Vinhedo.

Há também os circuitos Entre Serras e Águas (em Atibaia, Bom Jesus dos Perdões, Bragança Paulista, Jarinu, Joanópolis, Nazaré Paulista, Pedra Bela, Pinhalzinho, Piracaia, Tuiuti e Vargem), Rota Chapada Guarani (em Analândia, Brotas, Itirapina e Torrinha) e Roteiro das Fazendas Históricas Paulistas (em Campinas, Cordeirópolis, Itatiba, Mococa, Santa Cruz das Palmeiras e Santa Gertrudes). O turismo de aventura e natureza também se desenvolveu na região, especialmente em Brotas e Socorro, que se tornaram grandes referências no segmento.

Em seu território, abriga unidades de conservação, como o Parque Estadual Assessoria da Reforma Agrária, as Estações Ecológicas de Ibicatu, de Itirapina, de Mogi-Guaçu e de Valinhos, a Reserva Biológica de Mogi-Guaçu, a Reserva Estadual de Águas da Prata, e as Estações Experimentais de Casa Branca, de Mogi-Guaçu, de Mogi-Mirim e de Tupi.

1.4.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

A análise da região turística torna-se complexa na medida em que se percebe o quão diversificada ela é. Localizada estrategicamente entre a capital e outros grandes municípios do interior, como Ribeirão Preto, Sorocaba, São Carlos, Araraquara e São José dos Campos, a região administrativa de Campinas constitui passagem para muitos dos que se dirigem a essas regiões e também pode se tornar destinação para quem reside nessas cidades.

Como consequência, muitos dos municípios menores do entorno do município sede, como Atibaia, Itatiba, Nazaré Paulista, Itupeva, Cabreúva, acabam recebendo a demanda por segundas residências de pessoas de São Paulo ou Campinas.

A região possui um total de 23 estâncias paulistas1: 8 estâncias hidrominerais (Águas da Prata, Águas de Lindóia, Águas de São Pedro, Amparo, Atibaia, Lindóia, Serra Negra, Socorro), 4 estâncias climáticas (Analândia, Bragança Paulista, Caconde, Morungaba) e 11 estâncias turísticas (Águas da Prata, Águas de Lindóia, Águas de São Pedro, Amparo, Atibaia, Holambra, Joanópolis, Monte Alegre do Sul, São Pedro, Serra Negra, Socorro), e apresenta um bom número de destinos já bastante consolidados, e essa característica deve ser aproveitada e transferida para os circuitos dos quais fazem parte. Em Águas de São Pedro, o turismo termal, de saúde, rural e de terceira idade estão consolidados, e o município ainda conta com o hotel-escola do SENAC, o Grande Hotel São Pedro. O aproveitamento turístico dos Circuitos das Frutas e das Águas podem ser considerados como modelos de regionalização mais avançado na região.

Brotas e Socorro despontam como destinos nacionalmente conhecidos e consolidados de esportes de aventura. A potencialização desse segmento parece ser um caminho natural das duas cidades, com Brotas diversificando sua atuação e atraindo cada vez mais famílias e Socorro tornando-se uma referência em esportes de aventura adaptados para portadores de necessidades especiais. São Pedro é um destino consolidado em turismo rural, de natureza e de aventura, destacando-se pelas cachoeiras e o oferecimento de voos de parapente.

Holambra, conhecida pelo cultivo de flores ornamentais e por manter elementos da cultura holandesa, sedia anualmente a Expoflora, com barracas de comida, desfiles, exposições e espetáculos. Nesse período, atrai um fluxo volumoso e já consolidado no mercado estadual, centrado nas flores.

Campinas é o centro econômico da região, onde se desenvolve o turismo de negócios, que também é destaque em Atibaia. Possui uma dinâmica de turismo oposta a praticamente todas as demais cidades da região: a temporada de férias de verão (dezembro a fevereiro) representa um menor movimento de visitantes em Campinas, e ao mesmo tempo, representa o auge do turismo para as cidades de sua região administrativa que têm no turismo de lazer sua principal atividade.

[1] Os 67 municípios paulistas classificados como estâncias se subdividem em 4 classificações: Estâncias Balneárias, Estâncias Climáticas, Estâncias Hidrominerais e Estâncias Turísticas.

A grande e diversificada oferta de meios de hospedagem mostra um bom nível de estruturação, bastante segmentado e completo para atender aos distintos públicos já existentes, de acordo com as mais variadas atividades que os atraem à região.

Dentre os meios de alimentação, as propriedades rurais despontam como grande nicho de desenvolvimento. Há uma demanda considerável por este tipo de equipamento, o que beneficia os empresários e população em geral da região. Além da renda para o estabelecimento em si, há um efeito indireto decorrente da atração de fluxo turístico, através da comercialização da produção de agricultores da região, tanto para os restaurantes, como para visitantes.

1.4.3 Pontos fortes

- Força econômica da cidade de Campinas.
- Bons indicadores de condição de vida.
- Proximidade da região a grandes centros urbanos, emissores de visitantes, como São Paulo e a própria cidade de Campinas.
- Boas condições de estradas de acesso à região.
- Quantidade de atrativos turísticos voltados para os segmentos de natureza e aventura em Brotas e Socorro.
- Posicionamento e estruturação de Socorro como destino acessível para portadores de necessidades especiais.
- Potencial para desenvolvimento e ampliação do segmento de turismo rural.
- Existência do Circuito das Frutas e das Águas, entre aqueles em mais avançado estágio de consolidação no Estado.
- Presença de algumas associações que agregam setores do trade turístico.

1.5 Região administrativa de Central

1.5.1 Caracterização da região

A Região Administrativa Central compreende 26 municípios:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa Central	*Américo Brasiliense, Araraquara, Boa Esperança do Sul, Borborema, Cândido Rodrigues, Descalvado, Dobrada, Dourado, Fernando Prestes, Gavião Peixoto, Ibaté, Ibitinga, Itápolis, Matão, Motuca, Nova Europa, Porto Ferreira, Ribeirão Bonito, Rincão, Santa Ernestina, Santa Lúcia, Santa Rita do Passa Quatro, São Carlos, Tabatinga, Taquaritinga e Trabiju.*

Como sugere o nome, a região se situa em posição estratégica, no centro do Estado – São Carlos e Araraquara distam apenas 240 km e 280 km da capital, respectivamente –, o que favoreceu a instalação dos modais ferroviário e rodoviário em seu território, inicialmente para escoar a produção de café e, posteriormente, serviços e mercadorias associadas ao desenvolvimento econômico inicial. Após o ciclo do café, outras culturas ganharam espaço, especialmente em Araraquara: laranja, algodão, cana-de-açúcar e as indústrias a elas relacionadas. São Carlos, por sua vez, ganhou fôlego após a implantação dos campi da Universidade de São Paulo e da Universidade Federal de São Carlos, se tornando um dos principais polos de ciência e alta tecnologia do país, atraindo visitantes do Brasil e do exterior.

A região abriga algumas unidades de conservação, como o Parque Estadual de Porto Ferreira, as Estações Experimentais de Araraquara e Itirapina e a Estação Ecológica de São Carlos.

Da Região Administrativa Central, o Circuito Chapada Guarani inclui os municípios de Itirapina e São Carlos, e o Circuito Fazendas Históricas Paulistas engloba São Carlos e Dourado.

1.5.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

A Região Administrativa Central apresenta potencial para o desenvolvimento da atividade turística com diversos recursos naturais e histórico-culturais passíveis de aproveitamento turístico, além de forte presença do turismo de compras de produtos populares, como bordados e bichos de pelúcia.

O fluxo mais expressivo de visitantes e turistas para a região está diretamente relacionado com negócios, eventos e ciência e tecnologia, que são capazes de atrair um público nacional, em virtude da sua especificidade. Algumas dessas cidades possuem também uma identidade forte e consolidada, relacionada a algum tipo de produto comercializado no local.

Além do segmento de negócios e eventos, o grande potencial da região está no segmento técnico-científico relacionado à produção científica e à atividade industrial da região, mais precisamente São Carlos, sede da UFSCar e de uma unidade da USP, importante centro educacional e de pesquisa do Estado. Sua localização estratégica e o sistema viário regional possibilitaram o surgimento de significativo número de empresas industriais de grande e médio porte. Divide com Araraquara a função de cidade-sede da Região Administrativa Central. Em São Carlos, além do ecoturismo na Represa do Broa e no Parque Ecológico, os casarões construídos na zona rural e no centro urbano permitem a realização de atividades de cunho histórico-cultural, explorando a arquitetura do período cafeeiro.

A Estância Turística de Ibitinga, por sua vez, é considerada a capital nacional do bordado. Recebe visitantes de todo o Estado de São Paulo, além de Estados da região Sul do Brasil (PR, SC e RS), Mato Grosso do Sul e Bahia. São milhares de turistas em busca de bordados e enxovais, tanto para revenda como para presentes e uso próprio.

A região possui, ainda, outros recursos e atrativos turísticos de cunho histórico-cultural, ecológico ou de lazer, em Araraquara, Dourado, São Carlos e Descalvado. Neste último município há atividades de lazer e pesca utilizando as corredeiras e o próprio rio Mogi Guaçu, além do Salto do Gasoso, do jardim japonês e da praça e Igreja de Nossa Senhora do

Belém. O município de Borborema também possui potencial turístico, por ser um balneário situado às margens do Rio Tietê.

Outra cidade com status de estância na região é a Estância Climática de Santa Rita do Passa Quatro, cujas atrações principais são o museu Zequinha de Abreu, parques, cachoeiras e a produção local de artesanato.

1.5.3 Pontos fortes

- Diversidade de empreendimentos de hospedagem propicia o atendimento de diferentes tipos de público
- Diversidade de empreendimentos de alimentação fora do lar
- Parceria entre poder público, universidade e iniciativa privada, possibilitando a criação de incubadora de empresas
- Existência de uma incubadora de empresas de Turismo em São Carlos, incubando inclusive uma agência de turismo receptivo
- Existência de produtos com identidade local
- Existência de muitos recursos naturais e histórico-culturais passíveis de aproveitamento turístico na região
- Existência da Feira do Bordado de Ibitinga
- Estradas e aeroportos com condições adequadas
- Localização estratégica no centro do Estado e a menos de 300 km da capital
- Existência de postos de informação turística e do Centro Integrado de Turismo em São Carlos
- Sinalização turística eficiente em São Carlos
- Identidade da cidade de Ibitinga como “Capital do Bordado”
- Identidade da cidade de Tabatinga como “Capital Nacional do Bichinho de Pelúcia”
- Identidade da cidade de São Carlos como “Pólo de Ciência e Tecnologia
- Participação no Circuito Chapada Guarani gera sinergia de São Carlos e Itirapina com atrativos próximos localizados em outros municípios, como Brotas

1.6 Região administrativa de Franca

1.6.1 Caracterização da região

A Região Administrativa de Franca é composta por 23 municípios, conforme descrito na tabela abaixo:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Franca	*Aramina, Batatais, Buritizal, Cristais Paulista, Franca, Guará, Igarapava, Itirapuã, Ituverava, Jeriquara, Miguelópolis, Patrocínio Paulista, Pedregulho, Restinga, Ribeirão Corrente, Rifaina, São José da Bela Vista, Ipuã, Morro Agudo, Nuporanga, Orlândia, Sales Oliveira e São Joaquim da Barra.*

O primeiro ciclo de desenvolvimento da região se deu com o café e a instalação da Estrada de Ferro Mogiana. Em meados do século passado, além do café, a região passou a se destacar pela produção de soja, calçados e artigos de couro para exportação.

A região abriga algumas unidades de conservação, como a Floresta Estadual de Batatais e o Parque Estadual Furnas do Bom Jesus.

Da Região Administrativa de Franca, fazem parte do Circuito dos Lagos os municípios de Aramina, Buritizal, Igarapava, Ituverava, Miguelópolis, Pedregulho e Rifaina.

1.6.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

As principais atrações turísticas da região são a represa de Jaguara-Rio Grande, que tem atratividade em âmbito regional. As duas cidades de maior destaque na região no que diz respeito ao turismo são Franca e Rifaina.

Em Franca, percebe-se à grande relevância da indústria de calçados na econômica da cidade, que inclusive é responsável também pelo grande fluxo turístico da cidade, que se destaca nos segmentos de negócios e eventos. A oferta de serviços, principalmente de alimentação, é diversificada em Franca, havendo ruas ou complexos que possuem a concentração desses empreendimentos.

Em Rifaina, a represa de Jaguara-Rio Grande, constitui o maior atrativo da cidade, possui potencial para prática de atividades náuticas, além de uma praia artificial, que passou por processo de revitalização das estruturas e da orla.

1.6.3 Pontos fortes

- Boas condições das estradas
- Dinamismo da economia local gera eventos e oportunidades que atraem turistas de negócios
- Existência de marinas em Rifaina
- Presença do Shopping de Calçados em Franca
- Potencial de aproveitamento turístico da Represa de Jaguará
- Fluxo turístico já existente, especialmente de turismo de segunda residência

1.7 Região administrativa de Marília

1.7.1 Caracterização da região

A Região Administrativa de Marília é composta por 51 municípios:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Marília	*Álvaro de Carvalho, Alvinlândia, Arco Íris, Assis, Bastos, Bernardino de Campos, Borá, Campos Novos Paulista, Cândido Mota, Canitar, Chavantes, Cruzália, Echaporã, Espírito Santo do Turvo, Fernão, Florínia, Gália, Garça, Herculândia, Iacri, Ibirarema, Ipaussu, João Ramalho, Júlio Mesquita, Lupércio, Lutécia, Maracaí, Marília, Ocauçu, Óleo, Oriente, Oscar Bressane, Ourinhos, Palmital, Paraguaçu Paulista, Parapuã, Pedrinhas Paulista, Platina, Pompéia, Quatá, Queiroz, Quintana, Ribeirão do Sul, Rinópolis, Salto Grande, Santa Cruz do Rio Pardo, São Pedro do Turvo, Tarumã, Timburi, Tupã e Vera Cruz.*

A sede regional, Marília, distante 450 km da capital, polariza uma ampla área do sudoeste do Estado, com articulações que se estendem a vários municípios do norte do Paraná. No entanto, o grau de polarização não é tão acentuado como ocorre em polos de outras regiões administrativas, uma vez que as atividades econômicas regionais se distribuem mais uniformemente entre outros subcentros regionais, tais como: Ourinhos, Assis e Tupã. Estas cidades apresentam boa qualidade de vida e expressiva produção agrícola; por isso, acabam polarizando vários municípios vizinhos.

A região abriga algumas unidades de conservação, como as Estações Experimentais de Assis, Marília e Paraguaçu Paulista e as Estações Ecológicas de Assis e de Caetéus, em Alvinlândia e Gália.

A região administrativa de Marília possui três municípios classificados como estâncias turísticas: Campos Novos Paulista, Paraguaçu Paulista e Tupã.

1.7.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

A cidade de Marília, especificamente, possui um fluxo relevante de turistas que estão a negócios ou participando de algum evento, em geral, de cunho educacional, no local. A vida de noturna de Marília é uma das mais movimentadas da região e atrai fluxo regional em busca de diversão e lazer. Regionalmente, essas características são utilizadas como diferencial para o desenvolvimento turístico local.

Paraguaçu Paulista encontra-se em fase de revitalização e três empreendimentos estão gerando muita expectativa nos munícipes: a construção da nova Estação da Maria Fumaça, a reconstrução da barragem e consequentemente do Balneário Municipal, e a instalação do Resort Thermas Águas das Araras (antigo Thermas Paraguaçu).

No que diz respeito à oferta técnica, de maneira geral, os meios de hospedagem da região são de pequeno e médio porte; empreendimentos em sua maioria familiares. Nas cidades maiores existem algumas redes de restaurantes do tipo fast-food, e alguns restaurantes de especialidades e cozinhas típicas de diferentes países. A infraestrutura das cidades é boa. As estradas estão conservadas, principalmente após a privatização e o investimento do governo federal em trechos de estradas federais que cortam a região.

1.7.3 Pontos fortes

- Rodovias de acesso avaliadas com conceito "bom" na Pesquisa CNT de Rodovias 2010
- Oferta hoteleira de Marília em expansão
- Previsão de instalação de um resort no município em Paraguaçu Paulista
- Existência de recursos naturais e culturais para aproveitamento turístico

1.8.1 Caracterização da região

Localizada no extremo oeste paulista, a Região Administrativa de Presidente Prudente abrange 53 municípios, conforme exposto na tabela a seguir:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Presidente Prudente	*Adamantina, Alfredo Marcondes, Álvares Machado, Anhumas, Caiabu, Caiuá, Dracena, Emilianópolis, Estrela do Norte, Euclides da Cunha Paulista, Flora Rica, Flórida Paulista, Iepê, Indiana, Inúbia Paulista, Irapuru, Junqueirópolis, Lucélia, Marabá Paulista, Mariápolis, Martinópolis, Mirante do Paranapanema, Monte Castelo, Nantes, Narandiba, Nova Guataporanga, Osvaldo Cruz, Ouro Verde, Pacaembu, Panorama, Paulicéia, Piquerobi, Pirapozinho, Pracinha, Presidente Bernardes, Presidente Epitácio, Presidente Prudente, Presidente Venceslau, Rancharia, Regente Feijó, Ribeirão dos Índios, Rosana, Sagres, Sandovalina, Santa Mercedes, Salmourão, Santo Anastácio, Santo Expedito, São João do Pau d'Alho, Taciba, Tarabaí, Teodoro Sampaio e Tupi Paulista.*

Sua economia é baseada na agropecuária e em atividades agroindustriais. A cidade de Presidente Prudente é o principal polo econômico da região, reunindo as principais referências em serviços, comércio, educação e saúde.

Nesta região administrativa, dez municípios fazem parte do Circuito Turístico Oeste Rios: Iepê, Martinópolis, Panorama, Paulicéia, Presidente Epitácio, Presidente Prudente, Rancharia, Rosana, Santo Expedito e Teodoro Sampaio.

Outra cidade com potencial turístico diferenciado é Teodoro Sampaio, que além de participar do circuito turístico, possui em seu território o Parque Estadual Morro do Diabo, aberto à visitação.

Além do Parque Estadual, a região abriga ainda outras unidades de conservação, como a Estação Ecológica Mico-Leão-Preto, as Reservas Estaduais Lagoa São Paulo e Pontal do Paranapanema e os Parques Estaduais do Rio do Peixe e de Aguapeí.

1.8.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

A Região Administrativa de Presidente Prudente tem nos rios e reservatórios um grande potencial turístico. De certa forma, este potencial já vem sendo aproveitado de duas formas: pela pesca esportiva e com os balneários municipais.

Por estar muito distante de grandes cidades do Estado, a região deve basear seu desenvolvimento turístico buscando um público de caráter regional nas proximidades.

A pesca esportiva, ao contrário dos balneários municipais, possui um raio de atração mais extenso, atraindo inclusive muitos turistas da capital do Estado, a mais de oito horas de viagem (650 km). Percebe-se assim que a pesca nestes locais tem um caráter diferenciado. É um segmento específico e altamente sensível às condições ambientais, que gera renda a uma extensa rede de serviços: piloteiros (guias), marinas, lojas de artigos de pesca, criadores de iscas, manutenção de motores de popa, pousadas especializadas e todos os demais elos tradicionais da cadeia produtiva do turismo.

A potencialidade do turismo náutico, utilizando de muitos recursos em comum com o turismo de pesca, é outro potencial a ser considerado.

Outro atrativo, com potencial de alcance regional, é o Parque Estadual Morro do Diabo. Por ser uma das raras unidades de conservação nesta área do Estado, constitui um diferencial aproveitado regionalmente.

1.8.3 Pontos fortes

- Potencial da pesca esportiva
- Estrutura para pesca em Presidente Epitácio
- Existência de balneários municipais
- Hidrografia (rios e reservatórios) com potencial para aproveitamento turístico
- Existência do Parque Estadual Morro do Diabo em Teodoro Sampaio
- Posição intermediária entre São Paulo e Bonito
- Culinária regional característica (peixes de água doce)

1.9 Região administrativa de Registro

1.9.1 Caracterização da região

Situada no Vale do Ribeira, no extremo sul do Estado de São Paulo, a região é formada por 14 municípios situados no eixo da Rodovia Régis Bittencourt, a saber:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Registro	*Barra do Turvo, Cajati, Cananéia, Eldorado, Iguape, Ilha Comprida, Itariri, Jacupiranga, Juquiá, Miracatu, Pariquera-Açu, Pedro de Toledo, Registro e Sete Barras.*

É uma região pouco urbanizada, com uma economia centrada na agricultura da banana e com grandes extensões de vegetação nativa em seu território, que abrangem boa parte de sua área litorânea. Possui características geológicas e geomorfológicas que favorecem a formação de grutas, cavernas e cachoeiras, além de abrigar os maiores remanescentes de Mata Atlântica do Estado, protegidas em diversas Unidades de Conservação, dentre as quais se destacam os Parques Estaduais da Ilha do Cardoso, Carlos Botelho, Caverna do Diabo, Intervales e a Estação Ecológica de Juréia-Itatins.

Apesar da sua riqueza natural, a região possui apenas um circuito turístico em seu território, o Cavernas da Mata Altantica (inclui Barra do Turvo e Eldorado).

1.9.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

A região de Registro já possui um fluxo turístico na região, seu acesso rodoviário, majoritariamente feito pela Rodovia Régis Bittencourt (BR-116), que envolve áreas protegidas e de mananciais, dependendo de licenças ambientais, possui, dessa maneira, alguns trechos problemáticos, especialmente na Serra do Cafezal, único trecho no Estado em que a estrada possui pistas simples. Seu papel como principal ligação ao Sul do país e ao Mercosul resulta em movimento intenso e tráfego constante de caminhões, o que não contribui para um fluxo mais tranquilo dos viajantes às destinações da região.

Por ser a maior área de Mata Atlântica remanescente no Estado e abrigar um grande número de unidades de conservação, o principal potencial turístico da região está relacionado ao desenvolvimento de segmentos de turismo que tenham como base a natureza, como o ecoturismo.

O turismo pedagógico apresenta grande potencialidade na região, tanto pelo fluxo existente na Ilha do Cardoso, quanto pela visitação ao Quilombo Ivaporunduva e ao centro histórico de Iguape. Adicionalmente, a região possui diversos outros atrativos e recursos que podem ser direcionados para este segmento de mercado.

A oferta de atrativos de motivações e segmentos diversificados abre possibilidades para a criação de produtos com forte atração, reunindo diferentes apelos: histórico, da cultura local, pedagógico, gastronômico, de aventura, de sol e praia, aventura e natureza.

1.9.3 Pontos fortes

- Diversidade dos produtos turísticos existentes
- Proximidade de grandes centros emissores, como São Paulo, Sorocaba e Curitiba
- Diversidade de recursos naturais e histórico-culturais passíveis de aproveitamento turístico
- Maior remanescente de Mata Atlântica do Estado; Patrimônio Natural Mundial da UNESCO

1.10 Região administrativa de Ribeirão Preto

1.10.1 Caracterização da região

A Região Administrativa de Ribeirão Preto é composta por 25 municípios, conforme tabela abaixo:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Ribeirão Preto	*Altinópolis, Barrinha, Brodowski, Cajuru, Cássia dos Coqueiros, Cravinhos, Dumont, Guariba, Guatapará, Jaboticabal, Jardinópolis, Luis Antônio, Monte Alto, Pitangueiras, Pontal, Pradópolis, Ribeirão Preto, Santa Cruz da Esperança, Santa Rosa do Viterbo, Santo Antonio da Alegria, São Simão, Serra Azul, Serrana, Sertãozinho e Taquaral.*

Dentre todos os municípios, destaca-se o sede, Ribeirão Preto, distante 320 km da capital. Trata-se do maior município da região.

O ciclo do café e a instalação da Companhia Mogiana de Estrada de Ferro foram os motivadores do primeiro grande ciclo de desenvolvimento na região, expandindo a economia local em diversos setores além da agricultura, como a indústria, o comércio, o setor financeiro, etc. Atualmente, a atividade sucroalcooleira desta região é uma das mais expressivas do Estado.

O setor terciário faz de Ribeirão Preto um polo de atração regional de comércio e serviços, especialmente de saúde e educação. A região conta com um aeroporto regional, em Ribeirão Preto, e uma rede viária composta por rodovias, estradas vicinais, e ferrovias.

O turismo de negócios e a realização de feiras, congressos e eventos - como a Agrishow – ajudam a dinamizar ainda mais a economia regional.

A região abriga algumas unidades de conservação, como a Floresta Estadual do Cajuru, as Estações Experimentais de Ribeirão Preto, Bento Quirino e São Simão, as Estações Ecológicas de Ribeirão Preto e Santa Maria e a Reserva Biológica de Sertãozinho.

Apenas o circuito Roteiro das Fazendas Históricas engloba áreas da região administrativa de Ribeirão Preto, mais especificamente o município de Cajuru.

1.10.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

A cidade de Ribeirão Preto, forte polo regional, possui vocação para o turismo de negócios e eventos. É o município mais importante da região e abriga grandes eventos, tanto de cunho comercial, como esportivos e de entretenimento, concentrando também boa parte da oferta técnica.

Os atrativos da região, no geral, possuem alcance regional, sendo utilizados por visitantes das imediações e pela própria população local dos municípios.

A oferta técnica da região está concentrada na cidade de Ribeirão Preto, que possui uma diversidade de meios de hospedagens e serviços de alimentação, tornando o município o grande polo comercial e de lazer da região. Em alguns casos, visitas a outras cidades da região são feitas tendo como base a cidade de Ribeirão Preto, em função da oferta técnica disponível na cidade.

1.10.3 Pontos fortes

- Facilidade de acesso rodoviário e aeroviário
- Dinamismo da economia gera fluxo de turismo de negócios e eventos
- Diversidade da oferta de hospedagem e alimentação em Ribeirão Preto
- Existência de muitos recursos passíveis de aproveitamento turístico de cunho natural em Cássia dos Coqueiros
- Boas condições das estradas e aeroportos
- Devido à sua importância como polo regional, o município sede concentra meios de hospedagem e equipamentos de alimentação, potencializando o excursionismo a municípios vizinhos

1.11.1 Caracterização da região

A Região Administrativa de São José dos Campos abrange 39 municípios:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de São José dos Campos	*Aparecida, Arapeí, Areias, Bananal, Caçapava, Cachoeira Paulista, Campos do Jordão, Canas, Caraguatatuba, Cruzeiro, Cunha, Guaratinguetá, Igaratá, Ilhabela, Jacareí, Jambeiro, Lagoinha, Lavrinhas, Lorena, Monteiro Lobato, Natividade da Serra, Paraibuna, Pindamonhangaba, Piquete, Potim, Queluz, Redenção da Serra, Roseira, Santa Branca, Santo Antonio do Pinhal, São Bento do Sapucaí, São José do Barreiro, São José dos Campos, São Luís do Paraitinga, São Sebastião, Silveiras, Taubaté, Tremembé e Ubatuba.*

Localizada entre as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, a Região Administrativa de São José dos Campos está situada em posição estratégica, o que ajudou muito em seu desenvolvimento. O ciclo cafeeiro, a implantação das ferrovias e, posteriormente, a construção da Rodovia Presidente Dutra, a instalação de indústrias bélicas e escolas como o ITA (Instituto Tecnológico de Aeronáutica) no Vale do Paraíba, a criação de um polo petroquímico em São Sebastião, todos fatores que impulsionaram o desenvolvimento econômico e de infraestrutura na região.

Por sua diversidade geográfica e sua história, São José dos Campos representa uma das mais importantes e complexas áreas do Estado de São Paulo em termos turísticos.

Alguns municípios estão organizados em circuitos turísticos, como o Circuito da Mantiqueira, Litoral Norte Paulista, Vale Histórico, Rota Caminhos da Liberdade e Roteiro Turístico Religioso.

Em seu território, esta região administrativa abriga importantes unidades de conservação, como o Parque Nacional da Serra da Bocaina, os Parques Estaduais de Campos do Jordão e dos Mananciais de Campos do Jordão, da Ilha Anchieta, de Ilhabela e núcleos do Parque Estadual da Serra do Mar, além da Estação Ecológica de Bananal.

1.11.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

Não é simples caracterizar turisticamente a Região Administrativa de São José dos Campos. Isto porque a região apresenta um enorme potencial turístico, sendo boa parte dele explorado há algumas décadas, e outros ainda sem seu potencial totalmente aproveitado, como, por exemplo, a maioria das destinações e atrativos presentes no Vale Histórico.

Antes de fazer uma análise geral, é preciso contextualizar espacialmente a região. São alguns importantes núcleos de visitação a se considerar, entendidas, em alguns casos, regiões turísticas por si só. São os casos, além do citado Vale Histórico, a região do Litoral Norte, da Serra da Mantiqueira, e o novo complexo religioso que une a tradicional destinação de Aparecida a sua vizinha Guaratinguetá, angariada a condição de destinação de grande potencial pela recente santificação do Frei Antônio Sant'anna Galvão. Cachoeira Paulista, também próxima, abriga o complexo religioso cristão da Canção Nova, formando um importante corredor para este segmento.

Personalidades, inclusive, ajudam a valorar o turismo na região. Monteiro Lobato, por exemplo, empresta seu nome a uma bucólica cidade que dá acesso a Serra da Mantiqueira, e sua obra mais famosa, intitulada “Sítio do Pica-Pau Amarelo”, possui dois atrativos histórico-rurais: em Taubaté e no próprio município de Monteiro Lobato.

A região também apresenta destinações menos conhecidas, mas igualmente atraentes, como Cunha e sua atmosfera charmosa de excelentes restaurantes e ateliês, especialmente de cerâmica; São Luiz do Paraitinga, com seus casarões históricos e peculiar carnaval; e mesmo centros urbanos maiores, como São José dos Campos, que abriga um imenso potencial para turismo de negócios, principalmente para alguns segmentos, como o aeroespacial e mesmo para o lazer, no bucólico e charmoso distrito de São Francisco Xavier.

Isto posto é preciso considerar que se trata de uma região de localização estratégica, por situar-se entre os dois principais centros urbanos e econômicos do país e estar na

confluência dos três estados mais importantes do Brasil: São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Mais do que isso, trata-se da única região do Estado que abriga a curtas distâncias, alguns dos principais expoentes de turismo de serra, turismo balneário, turismo rural e turismo de negócios.

1.11.3 Pontos Fortes

- Destinos consagrados nacional e internacionalmente, podendo impulsionar a imagem turística do Estado.
- Conservação ambiental e valorização cultural da maioria das microrregiões, aumentando sua atratividade.
- Recursos e atrativos com grande potencial em todas as suas microrregiões
- Segmentos consolidados, tais como: Turismo Religioso, Negócios, Histórico-Rural, Sol e Praia e de Montanha.

1.12.1 Caracterização da região

A Região Administrativa de São José do Rio Preto engloba 96 municípios no extremo noroeste do Estado de São Paulo, conforme exposto na tabela abaixo:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de São José do Rio Preto	*Adolfo, Álvares Florence, Américo de Campos, Aparecida d'Oeste, Ariranha, Aspásia, Bady Bassitt, Bálsamo, Cardoso, Catanduva, Catiguá, Cedral, Cosmorama, Dirce Reis, Dolcinópolis, Elisiário, Estrela d'Oeste, Fernandópolis, Floreal, Guapiaçu, Guarani d'Oeste, Ibirá, Icém, Indiaporã, Ipiguá, Irapuã, Itajobi, Jaci, Jales, José Bonifácio, Macaubal, Macedônia, Magda, Marapoama, Marinópolis, Mendonça, Meridiano, Mesópolis, Mira Estrela, Mirassol, Mirassolândia, Monções, Monte Aprazível, Neves Paulista, Nhandeara, Nipoã, Nova Aliança, Nova Canaã Paulista, Nova Granada, Novais, Novo Horizonte, Onda Verde, Orindiúva, Ouroeste, Palestina, Palmares Paulista, Palmeira d'Oeste, Paraíso, Paranapuã, Parisi, Paulo de Faria, Pedranópolis, Pindorama, Planalto, Poloni, Pontalinda, Pontes Gestal, Populina, Potirendaba, Riolândia, Rubinéia, Sales, Santa Adélia, Santa Albertina, Santa Clara d'Oeste, Santa Fé do Sul, Santa Rita d'Oeste, Santa Salete, Santana da Ponte Pensa, São Francisco, São João das Duas Pontes, São José do Rio Preto, Sebastianópolis do Sul, Tabapuã, Tanabi, Três Fronteiras, Turmalina, Ubarana, Uchôa, União Paulista, Urânia, Urupês, Valentim Gentil, Vitória Brasil, Votuporanga e Zacarias.*

Sua baixa densidade populacional, de 50,9 habitantes por quilômetro quadrado, reflete uma população urbana inferior a 80% do total populacional, quando a média estadual é de 93,4%. É uma das economias menos industrializadas do Estado.

São José do Rio Preto é a capital regional desta região administrativa. Com uma população de cerca de 400 mil habitantes, concentra negócios, serviços, comércio e o setor industrial da região, além de universidades de renome, como a UNESP (Universidade Estadual Paulista) e a FAMERP (Faculdade de Medicina de São José do Rio Preto).

A região abriga unidades de conservação em seu território, como a Estação Ecológica do Noroeste Paulista e a Floresta Estadual de Bebedouro, e não faz parte de circuitos turísticos.

1.12.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

O principal fluxo turístico já existente na região é o de turismo de negócios e eventos, a julgar pela rede hoteleira instalada principalmente no município sede. A oferta técnica é de boa qualidade e bastante variada.

Adicionalmente ao turismo de negócios, duas potencialidades parecem mais evidentes na região: as águas termais, presentes em Ibirá2, e São José do Rio Preto, e a utilização dos rios e lagos do Noroeste Paulista, ainda que com atratividade meramente regional.

Santa Fé do Sul, uma estância turística da região com cerca de 30 mil habitantes, vem experimentando um incremento de visitação turística, com grande mérito da administração municipal. A cidade participa do Circuito Espelho D'Água, junto com outras quatro cidades da região: Santa Clara D'Oeste, Rubinéia, Santa Rita d'Oeste e Três Fronteiras. O circuito é administrado por um Conselho Intermunicipal de Turismo.

Muitos municípios possuem grande oferta de ranchos, uma característica local. Entretanto, seu apelo turístico é regional, de pouco alcance, como, de forma geral, toda a sua oferta diferencial.

São José do Rio Preto, com seu aeroporto que dispõe de voos regulares pode se tornar um ponto estratégico no processo de desenvolvimento turístico da região.

1.12.3 Pontos fortes

- Presença de água termal natural
- Rios e represas das divisas de São Paulo com o Mato Grosso do Sul e Minas Gerais
- Polo econômico de São José do Rio Preto
- Infraestrutura de acesso
- Turismo de pesca esportiva
- Qualidade e variedade da oferta técnica

[2] Os termas de Ibirá no momento de realização da pesquisa encontravam-se fechado para reformas estruturais.

1.13 Região metropolitana de São Paulo

1.13.1 Caracterização da região

A Região Metropolitana de São Paulo é o principal centro econômico e financeiro do país, formada por 39 municípios, descritos na tabela abaixo:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Metropolitana de São Paulo	*Arujá, Barueri, Biritiba Mirim, Caieiras, Cajamar, Carapicuíba, Cotia, Diadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Itapecerica da Serra, Itapevi, Itaquaquecetuba, Jandira, Juquitiba, Mairiporã, Mauá, Mogi das Cruzes, Osasco, Pirapora do Bom Jesus, Poá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Salesópolis, Santa Isabel, Santana do Parnaíba, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, São Lourenço da Serra, São Paulo, Suzano, Taboão da Serra e Vargem Grande Paulista.*

Pela região passam as principais rodovias que dão acesso ao interior do Estado e o conectam aos estados de Minas Gerais, Paraná e Rio de Janeiro.

A Região Metropolitana de São Paulo, por ter a maior população do Estado, é um grande centro emissor de turistas, que possui ao mesmo tempo uma metrópole internacional e municípios com características relacionadas à atividade rural. O dinamismo e as dimensões de sua economia geram oportunidades que já são presentemente exploradas pelo turismo nos setores de negócios, compras, eventos e cultura, entre outros.

Abriga unidades de conservação, como os Parques Estaduais Alberto Loefgren, da Cantareira, do Jaraguá, de Juquery, das Fontes do Ipiranga e alguns núcleos do Parque Estadual da Serra do Mar, a Reserva Biológica de Paranapiacaba, os Parques Ecológicos do Tietê, de Guarapiranga, das Nascentes do Tietê, e a Estação Ecológica de Itapeti e a Reserva Estadual do Morro Grande.

Na região metropolitana de São Paulo estão situados os circuitos Turístico da Capital, Itupararanga e Taipa de Pilão.

1.13.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

O município de São Paulo é indubitavelmente a grande referência da região. Com imensa e segmentada oferta técnica, boa parte de sua fama resulta da importância do turismo de negócios. Entretanto, nos últimos anos, a cidade vem ganhando também reconhecimento em outros segmentos do turismo, especialmente nas compras, na cultura e nos eventos culturais e esportivos.

Além dos problemas de toda megalópole, como tráfego intenso e dificuldades de locomoção, violência urbana e custo de vida em relação a outras localidades, outros problemas se somam em períodos específicos, como as inundações no verão e a inversão térmica no inverno, os congestionamentos nas estradas e os atrasos nos aeroportos, são questões que apontam para um subdimensionamento de infraestrutura que precisa ser observado com atenção na orientação do desenvolvimento turístico.

Outra dificuldade enfrentada pela cidade de São Paulo é a sua imagem difusa, como um lugar genérico onde se encontra de tudo – tudo não define nada. Além disso, a imagem de local de trabalho – e não de lazer – foi sedimentada ao longo do tempo e parece ser alimentada pelos próprios habitantes da cidade, que com isso inadvertidamente reduzem a atratividade do município numa propaganda boca-a-boca contraproducente.

De todo modo, a agenda de eventos é expressiva e parece haver uma curva ascendente na recepção de shows internacionais, que atraem fãs de todo o país. Além disso, há no horizonte próximo o efeito de dois megaeventos – a Copa do Mundo em 2014 e a Olimpíada do Rio de Janeiro em 2016 –, para os quais devem ser feitos grandes investimentos em infraestrutura e na oferta técnica.

As duas outras localidades analisadas nesse presente documento – Paranapaicaba e as áreas das APAs Bororé-Colônia e Capivari-Monos - são casos extremamente específicos no que tange a situação do turismo na região.

Em Paranapiacaba o fluxo de turistas existe e é expressivo, há serviços de hospedagem e de alimentação e há um produto muito bem definido e em processo de consolidação. O Expresso Paranapiacaba reativou a operação da linha Luz-Paranapiacaba após dez anos de inatividade.

Considerando que a capital do Estado é um imenso polo emissor, o excursionismo é um potencial explorado pelos municípios vizinhos. Em Juquitiba, há muitos pesqueiros e atividades de aventura, como trilhas no Parque Estadual da Serra do Mar e rafting no Rio Juquiá.

Em Mairiporã, há potencial para pesca e esportes náuticos sem motor na represa e atividades de ecoturismo no Parque Estadual da Serra da Cantareira. A pesca e a contemplação também são atividades realizadas na represa de Jaguari, no município de Santa Isabel.

Já são realizadas atividades de ecoturismo e aventura, como trekking, biking, rapel, tirolesa e cascading em Salesópolis, município onde nasce o Rio Tietê, abriga o Parque Ecológico Nascentes do Tietê e tem em seu território áreas do Parque Estadual da Serra do Mar.

1.13.3 Pontos fortes

- Oferta técnica ampla e segmentada, extremamente concentrada na cidade de São Paulo.
- Consolidação da capital paulista nos segmentos de negócios e compras.
- Dinâmica econômica da região metropolitana, relevante no âmbito latino-americano.
- Diversidade de serviços oferecidos na região.
- Agenda de eventos culturais e de negócios expressiva.
- Maior polo emissor de turistas no Brasil.

1.14 Região metropolitana de Santos

1.14.1 Caracterização da região

Ligada a São Paulo através do sistema Anchieta-Imigrantes, a Região Metropolitana de Santos é uma região litorânea composta por nove municípios, conforme tabela abaixo:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Metropolitana de Santos	*Bertioga, Cubatão, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe, Praia Grande, Santos e São Vicente.*

Todos os outros municípios dessa região, com exceção de Cubatão, que possui um perfil mais industrial, são destinos turísticos de sol e praia e recebem grandes fluxos turísticos, principalmente advindos da capital paulista.

Esta é também uma área de escoamento de produção, conduzida pelas rodovias citadas, pela rede ferroviária – que liga a cidade de Santos ao interior – e pelo Porto de Santos, principal porto de escoamento da produção brasileira.

Abriga unidades de conservação, como o Parque Estadual Marinho da Laje de Santos, alguns núcleos do Parque Estadual da Serra do Mar e a Estação Ecológica dos Tupiniquins.

Os nove municípios da região metropolitana de Santos compõem o circuito Costa da Mata Atlântica.

1.14.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

Nas cidades que fazem parte da Região Metropolitana de Santos encontram-se alguns dos principais destinos turísticos do Estado de São Paulo, principalmente pela proximidade da capital e do acesso facilitado pelo sistema Anchieta-Imigrantes.

Desenvolvidos com base na vocação de sol e praia, trata-se de um turismo bastante massificado, com o maior volume de turistas e de segundas residências do Estado. São destinos bastante populares, voltados para a classe média e média-baixa, enquanto os turistas de maior poder aquisitivo se concentram no litoral norte, na região administrativa de São José dos Campos. Pela proximidade com o litoral norte, Bertioga apresenta perfil similar à região vizinha, especialmente na área da Riviera de São Lourenço, rica em condomínios de alto padrão que servem de segunda residência.

Embora o turismo de sol e praia seja explorado em todas as cidades, há diferenças a serem notadas dentro da região, que apresenta uma relativa variedade de atrativos e segmentos turísticos: ecoturismo em áreas protegidas, turismo histórico-cultural e turismo de negócios, também em função da zona portuária.

Há cidades que passaram por um intenso processo de urbanização e conurbação, como Santos e Guarujá, e outras, mais afastadas da capital e um pouco mais preservadas, como Peruíbe, de onde se acessam atrativos na Estação Ecológica de Jureia-Itatins, que possibilita a exploração de atividades de ecoturismo e aventura. Cenário semelhante é encontrado em Bertioga, embora de caráter menos popular que Peruíbe.

É importante pensar na potencialidade de crescimento do turismo de negócios na região, especialmente em Santos, com os novos projetos relacionados ao pré-sal.

A conjugação do turismo de sol e praia com os atrativos histórico-culturais e as atividades de ecoturismo e aventura realizadas nas áreas de conservação consiste em uma oportunidade de agregar valor à oferta turística existente e qualificar a experiência turística na região.

1.14.3 Pontos fortes

- Boa qualidade dos serviços
- Boa estruturação dos atrativos
- Existência de terminal marítimo de passageiros e recepção de cruzeiros na região
- Proximidade com São Paulo
- Setor hoteleiro e de alimentação com alta diversificação e qualidade

1.15 Região administrativa de Sorocaba

1.15.1 Caracterização da região

A Região Administrativa de Sorocaba está situada na porção sudoeste de São Paulo e é a maior região administrativa do Estado. É formada por 79 municípios:

REGIÃO	MUNICÍPIOS
Região Administrativa de Sorocaba	*Águas de Santa Bárbara, Alambari, Alumínio, Angatuba, Anhembi, Apiaí, Araçariguama, Araçoiaba da Serra, Arandu, Areiópolis, Avaré, Barão de Antonina, Barra do Chapéu, Bofete, Boituva, Bom Sucesso de Itararé, Botucatu, Buri, Campina do Monte Alegre, Capão Bonito, Capela do Alto, Cerqueira César, Cerquilho, Cesário Lange, Conchas, Coronel Macedo, Fartura, Guapiara, Guareí, Iaras, Ibiúna, Iperó, Iporanga, Itaberá, Itaí, Itaóca, Itapetininga, Itapeva, Itapirapuã Paulista, Itaporanga, Itararé, Itatinga, Itu, Jumirim, Laranjal Paulista, Mairinque, Manduri, Nova Campina, Paranapanema, Pardinho, Pereiras, Piedade, Pilar do Sul, Piraju, Porangaba, Porto Feliz, Pratânia, Quadra, Ribeira, Ribeirão Branco, Ribeirão Grande, Riversul, Salto, Salto de Pirapora, São Manuel, São Miguel Arcanjo, São Roque, Sarapuí, Sarutaiá, Sorocaba, Taguaí, Tapiraí, Taquarituba, Taquarivaí, Tatuí, Tejupá, Tietê, Torre de Pedra e Votorantim.*

Sua sede é o município de Sorocaba, considerado o principal centro de negócios da região. Outros municípios economicamente importantes são Itapetininga, Botucatu, Avaré e Itapeva. Sua atividade industrial é destacada, com tradição na fabricação têxtil e considerável produção metalúrgica – especialmente de alumínio.

O setor de serviços vem ganhando importância nos últimos anos; em parte, como reflexo da atividade turística. A região possui uma estância hidromineral, Águas de Santa Bárbara, e seis estâncias turísticas: Avaré, Itu, Paranapanema, Piraju, Salto e São Roque. Além disso, abriga importantes unidades de conservação, como a Floresta Nacional de Ipanema e os Parques Estaduais Carlos Botelho, Intervales e Turístico do Alto Ribeira (PETAR).

A Região Administrativa de Sorocaba engloba parcialmente os circuitos Cavernas da Mata Atlântica (em Apiaí e Iporanga), Circuito Turístico Itupararanga (em Alumínio, Ibiúna, Mairinque, Piedade, São Roque e Votorantim), Circuito Taipa de Pilão (em São Roque) e Roteiro das Fazendas Históricas Paulistas (em Itu) e totalmente o Circuito de Aventura e Lazer (em Apiaí, Capão Bonito, Ribeirão Grande e São Miguel Arcanjo) e Polo Cuesta (em Anhembi, Areiópolis, Bofete, Botucatu, Conchas, Itatinga, Paranapanema, Pardinho, Pratânia e São Manuel).

1.15.2 Percepções gerais sobre o turismo na região

A região de Sorocaba é composta por municípios com distintos perfis, inclusive no que diz respeito ao tipo de turismo neles desenvolvido ou com potencial para ser desenvolvido. Conta com destinos turísticos já consolidados, como Itu, e outros ainda em constante fase de amadurecimento.

A atratividade turística da região está relacionada majoritariamente a atrativos e recursos de cunho natural, sejam eles quedas d'água, rios ou unidades de conservação. Propriedades produtivas também formam importante parte da oferta turística regional.

Ao sul, o grande número de unidades de conservação enseja a realização de atividades de ecoturismo e aventura. O Alto Paranapanema concentra boa parte do seu patrimônio turístico ligado a unidades de conservação.

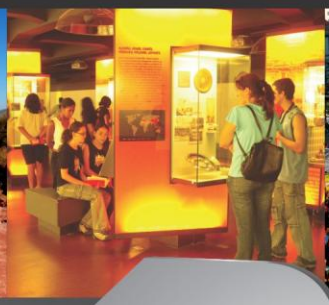
Na divisa com a região administrativa de Registro, o foco de desenvolvimento turístico deve ser o ecoturismo, pela existência de importantes unidades de conservação nessa área. Neste cenário se destaca o Parque Estadual do Alto Ribeira (PETAR), com relevo acidentado e rico em grutas, cavernas e cachoeiras. Único no Estado, encontra-se estruturado, com oferta técnica simples, mas adequada ao segmento turístico no qual o atrativo se insere.

No Polo Cuesta, apresenta-se uma região de potencial turístico, especialmente em patrimônio natural. Além dessa parte, muitos municípios próximos a Sorocaba são destinos de segunda residência para paulistanos, como Ibiúna, Piedade, Mairinque e São Roque, alguns deles contando com represas em seu território.

Na parte norte da região administrativa de Sorocaba, há vários destinos com potencial para a exploração do excursionismo, de oferta diferencial de segmentos distintos: Itu possui atrativos de cunho histórico-cultural; já Boituva oferece algumas atividades de aventura. A possibilidade da conjugação dessas diferentes atratividades é uma das opções para estender a permanência do visitante na região.

1.15.3 Pontos fortes

- Diversidade de atrativos e recursos turísticos existentes
- Presença de distintos recursos de cunho natural, especialmente os localizados em unidades de conservação
- Importância de Sorocaba como polo emissor
- Estrutura de alimentação diversificada em cidades de maior porte
- Estruturação regional pioneira no Polo Cuesta



Demanda Turística

2. Demanda turística

Embora muitos acreditem que o Estado de São Paulo seja somente procurado pelos negócios, é possível apontar que a demanda de turistas possui um perfil bastante variado, caracterizado principalmente pelo fluxo intrarregional motivado por variadas aspirações, dentre elas lazer e visita a amigos e parentes. O grande fluxo de eventos nacionais e internacionais existentes principalmente na capital são uma atração a parte. Alto poder aquisitivo, alto número de viagens realizadas, viagens planejadas de forma independente e alto índice de satisfação são algumas das características desses turistas.

Nessa fase do estudo serão apresentados dados coletados por meio de uma pesquisa de demanda real, que foi realizada no período de março a agosto de 2011, no qual foi possível apontar o perfil socioeconômico, a organização, as características e as avaliações da viagem realizadas pelos visitantes durante suas viagens pelo estado. A pesquisa foi desenvolvida em diversos pontos, como aeroportos, terminais rodoviários, postos de abastecimento e restaurantes, com público que estava iniciando ou finalizando sua viagem. Seus resultados são baseados em uma amostra de 7.866 questionários aplicados nesse período, conforme dados a seguir[3].

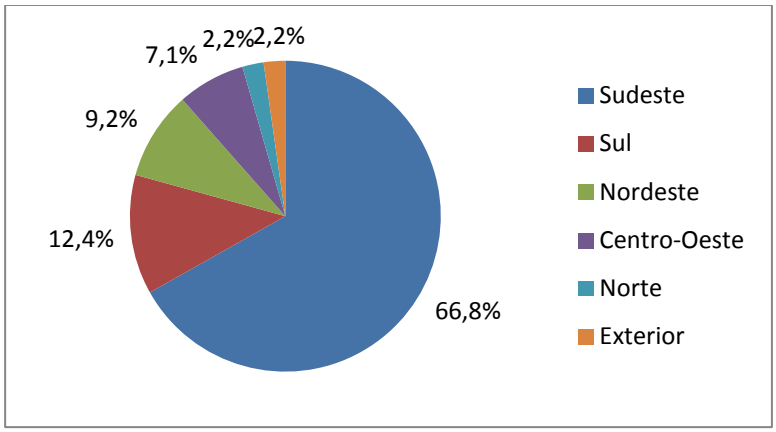
2.1 Perfil socioeconômico

2.1.1 Local de residência

Cerca de dois terços (66,8%) dos entrevistados residem na própria região Sudeste, sendo esta destacadamente a principal região emissora de visitantes para o Estado de São Paulo, segundo a pesquisa. As regiões Sul (12,4%), Nordeste (9,2%) e Centro-Oeste (7,1%) também têm participação importante, somando juntas quase 30% do total. A participação da região Norte é reduzida (2,2%), e equivalente àquela dos estrangeiros, que também são 2,2% dos entrevistados.

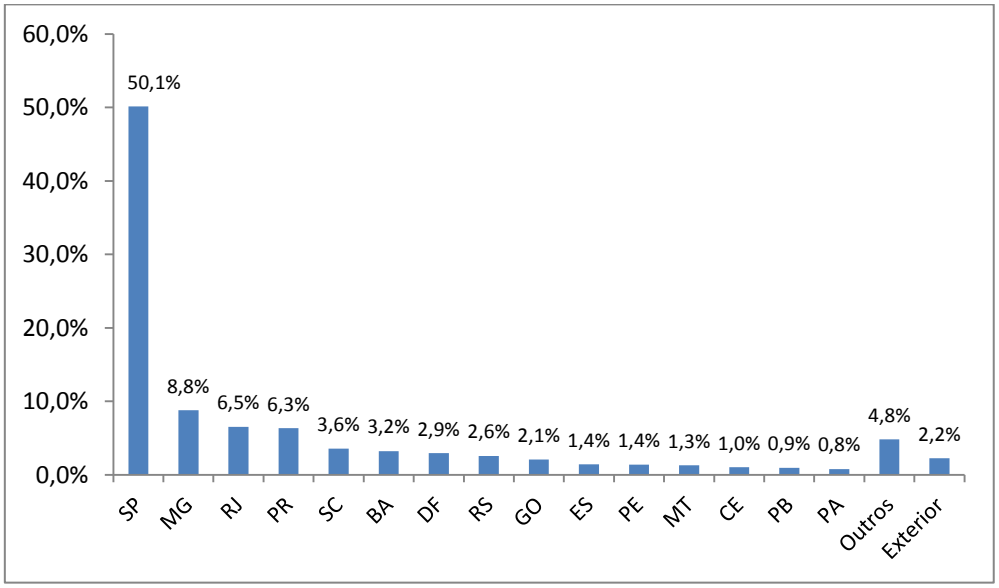
[3] Os dados analisados apresentam uma margem de erro de apenas 1,2% em um nível de confiança de 95%.

Gráfico 1 - Região de residência



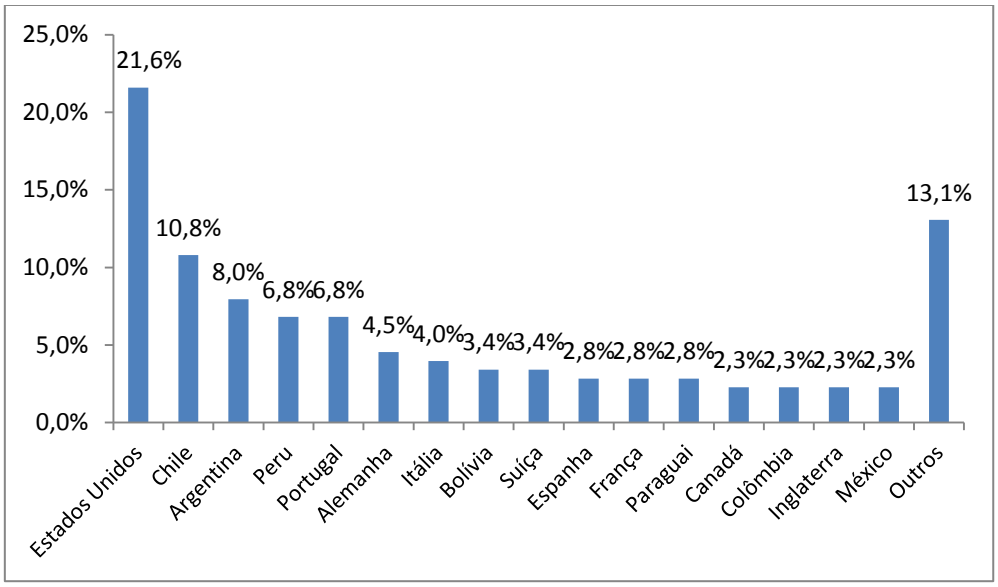
De modo mais específico, no que diz respeito às unidades da federação (UF) de origem dos entrevistados, nota-se que o próprio estado de São Paulo é destacadamente a principal UF emissora de turistas, respondendo por 50,1% das origens dos entrevistados. Os estados vizinhos Minas Gerais (8,8%), Rio de Janeiro (6,5%) e Paraná (6,3%) estão logo a seguir. Apenas estes quatro primeiros estados somam 71,7% do total. A participação dos residentes no exterior (2,2%) os colocaria como a nona principal UF emissora para o Estado de São Paulo, caso fossem considerados dessa forma.

Gráfico 2 - UF de residência



Entre os entrevistados estrangeiros, predominam os residentes nos Estados Unidos (21,6%), seguidos por Chile (10,8%) e Argentina (8%).

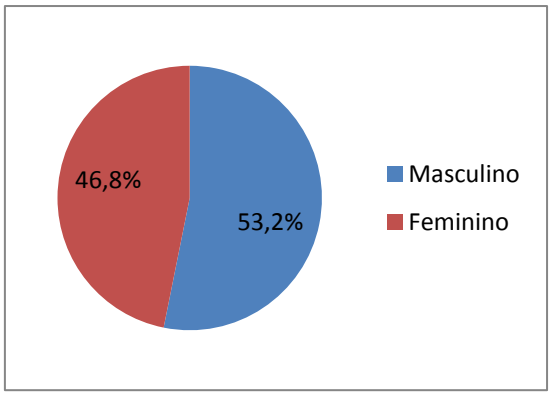
Gráfico 3 - País de residência dos estrangeiros



2.1.2 Gênero

Quanto ao gênero dos visitantes, a maior parcela era do gênero masculino: 53,2% dos entrevistados eram homens, e 46,8% eram mulheres.

Gráfico 4 - Gênero



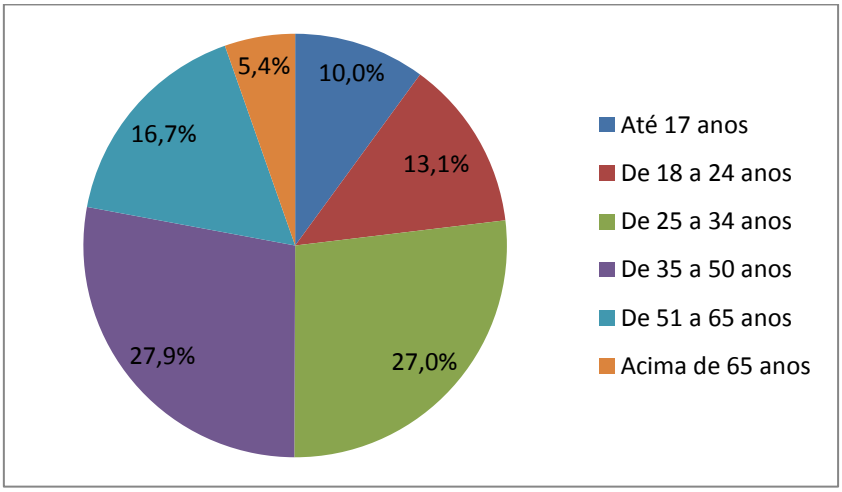
2.1.3 Idade

Dentre os visitantes envolvidos nos grupos de viagem entrevistados ao longo da pesquisa[4], a faixa etária mais numerosa é formada por indivíduos que têm entre 35 e 50 anos (27,9%). Os indivíduos com idade entre 25 e 34 anos formam a segunda classe mais relevante (27%). Em seguida aparecem os grupos de 51 a 65 anos (16,7%) e de 18 a 24 anos (13,1%). Os

[4] Perguntou-se a faixa de idade de todas as pessoas que acompanhavam o entrevistado durante a viagem, não somente a do próprio informante.

grupos de indivíduos com menos de 18 ou mais de 65 anos têm participação menos relevante (10% e 5,4%, respectivamente).

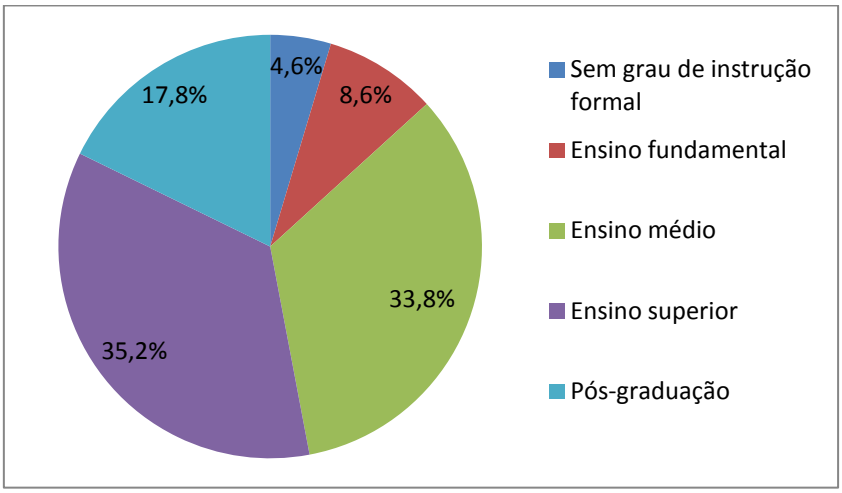
Gráfico 5 - Idade



2.1.4 Grau de instrução

Cerca de metade dos entrevistados possuem ao menos o ensino superior completo: 35,2% possuem este grau, e 17,8% têm pós-graduação. A participação de entrevistados com ensino médio completo também é significativa (33,8%).

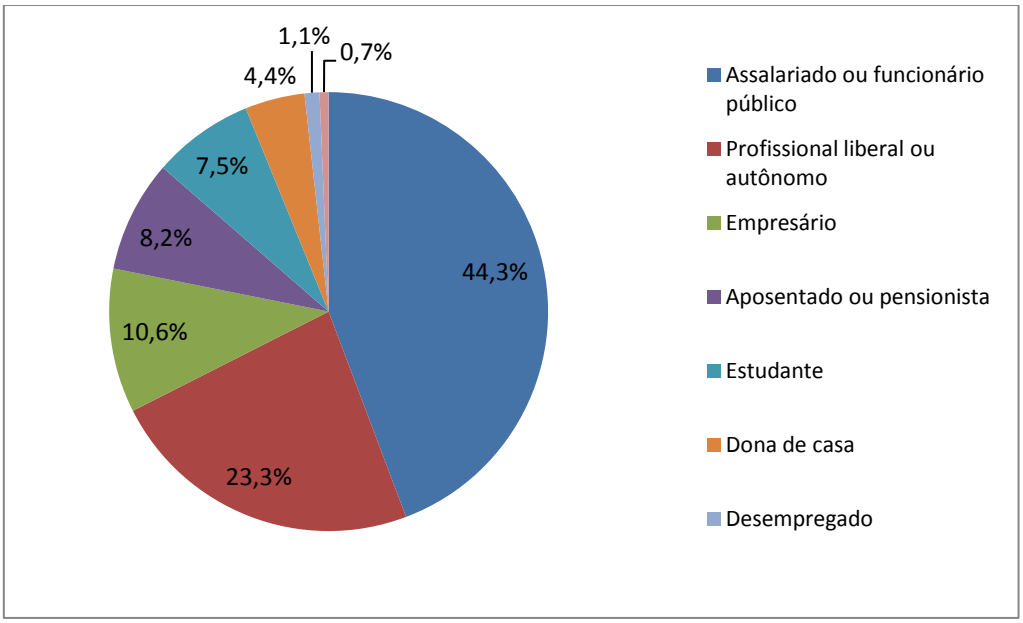
Gráfico 6 - Grau de instrução



2.1.5 Ocupação principal

A ocupação mais frequente entre os entrevistados é assalariado ou funcionário público (44,3%). A participação de profissionais liberais ou autônomos também é alta (23,3%). Outras ocupações frequentes são empresário (10,6%) e aposentado ou pensionista (8,2%).

Gráfico 7 - Ocupação principal



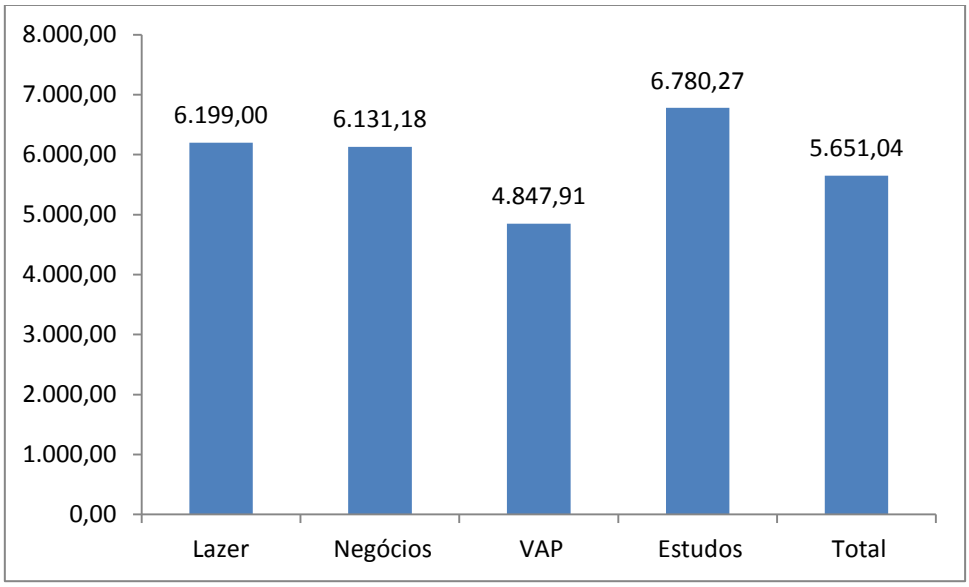
2.1.6 Renda familiar mensal

A renda familiar mensal dos entrevistados é de R$ 5.651,04. A título de comparação, segundo dados do IBGE, o rendimento médio familiar mensal no Estado de São Paulo em 2009 era de R$ 2.403,005, e de R$ 1.935,00 em todo o Brasil.

Verificando-se esta renda média segundo o motivo da viagem dos entrevistados, verifica-se que os visitantes de estudos possuem a renda média mais elevada (R$ 6.780,27). Os turistas de lazer e de negócios também têm renda média mais elevada que o total da amostra (R$ 6.199,00 e R$ 6.131,18, respectivamente). Somente os entrevistados em viagens de visitas a amigos e parentes possuem renda média inferior à média geral (R$ 4.847,91).

[5] IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – 2009. Tabela 1940. Disponível em http://www.sidra.ibge.gov.br. Acesso em 05/04/2011.

Gráfico 8 - Renda familiar



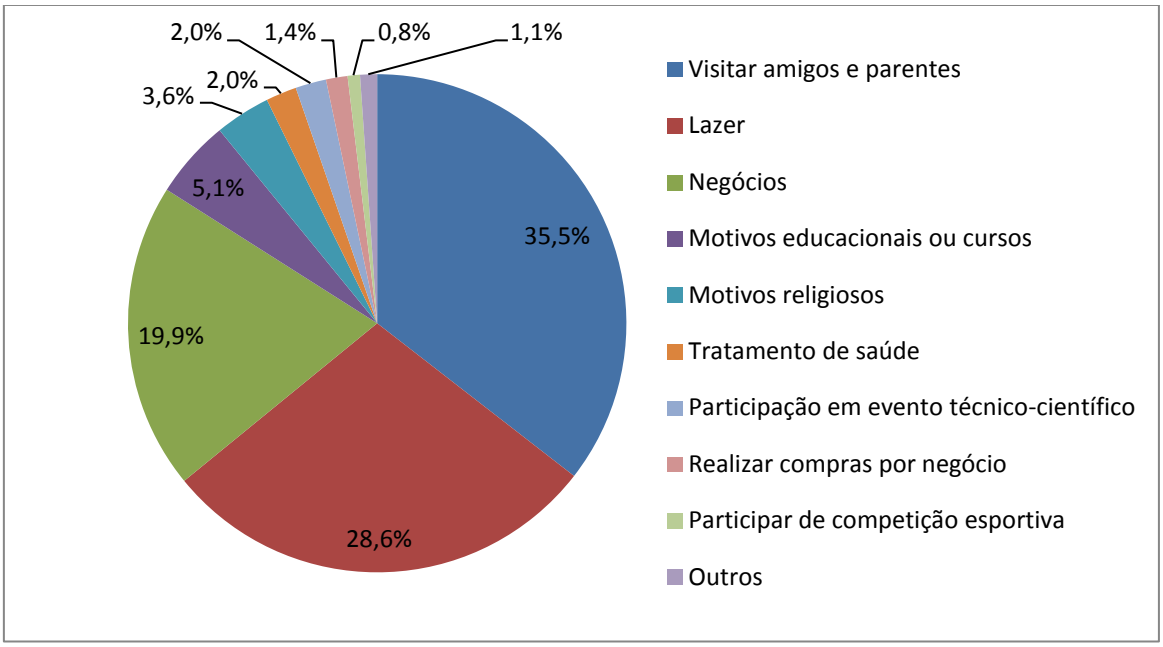
*VAP = Visita a amigos e parentes

2.2 Características da viagem

2.2.1 Motivo principal da viagem

Visitar amigos e parentes é o motivo da viagem ao Estado mais citado pelos entrevistados (35,5%), seguido de perto por lazer (28,6%). Os negócios, terceiro motivo mais importante, tem 19,9% do total dos motivos indicados pelos visitantes entrevistados. Estas três motivações respondem juntas por mais de 80% do total. As viagens por motivos educacionais ou cursos são a quarta motivação mais importante, com 5,1% do total.

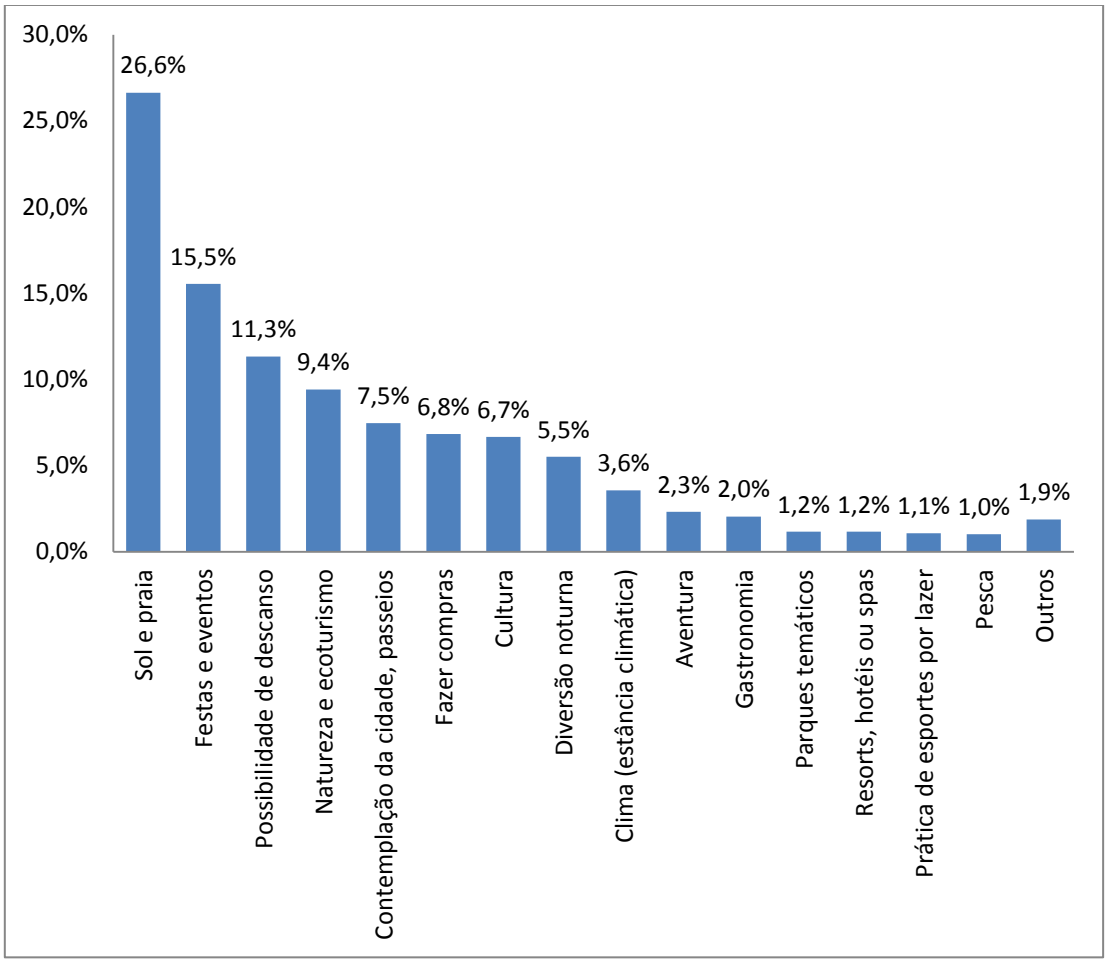
Gráfico 9 - Motivo principal da viagem



2.2.2 Motivo das viagens a lazer

Entre os visitantes que tiveram o lazer como motivo principal de sua viagem, o desfrute do sol e da praia foi o que mais os atraiu aos destinos visitados, tendo sido mencionado por 26,6% dos entrevistados. Com menor incidência, mas ainda destacável, aparecem a participação em festas e eventos (15,5%), a possibilidade de descanso (11,3%) e a natureza e o ecoturismo (9,4%).

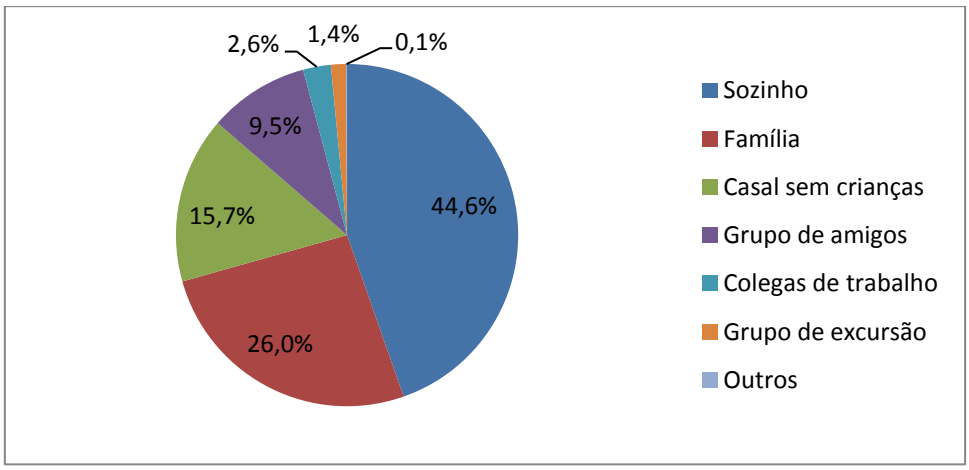
Gráfico 10 - Motivo da viagem a lazer



2.2.3 Composição do grupo de viagem

Uma parcela próxima da metade dos entrevistados (44,6%) viajava sozinho pelo Estado de São Paulo. A família (26%) é o grupo com a segunda maior frequência, seguido por casal sem crianças (15,7%) e grupo de amigos (9,5%).

Gráfico 11 - Composição do grupo

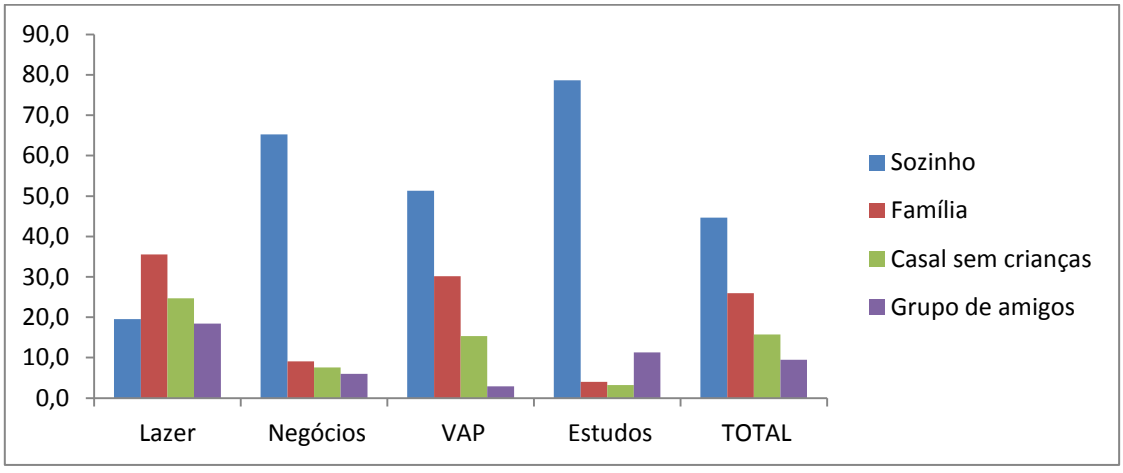


Os tipos de grupos de viagem variam muito segundo o motivo da viagem. Nas viagens de lazer, a família é notadamente o grupo principal (35,6%), sendo as viagens em casal o segundo grupo de maior destaque (24,7%), seguido pelos viajantes sozinhos (19,6%) e com amigos (18,5%). Por outro lado, nas viagens por motivos de estudos, de negócios, e de visita a amigos e parentes, os viajantes sozinhos são o maior destaque (78,6%, 65,3% e 51,3%, respectivamente). Nas viagens de visita a amigos e parentes também vale ressaltar o grupo familiar (30,1%).

Tabela 1 - Grupo por motivo de viagem

Composição do grupo	Motivo da viagem				
	Lazer FREQ	Negócios FREQ	VAP FREQ	Estudos FREQ	Total FREQ
Sozinho	19,6	65,3	51,3	78,6	44,6
Família	35,6	9,1	30,1	4,0	26,0
Casal sem crianças	24,7	7,5	15,3	3,3	15,7
Grupo de amigos	18,5	6,0	2,9	11,3	9,5
Colegas de trabalhos ou clientes	0,1	11,0	0,0	1,8	2,6
Grupo de excursão	1,5	1,0	0,2	1,0	1,4
Outros	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

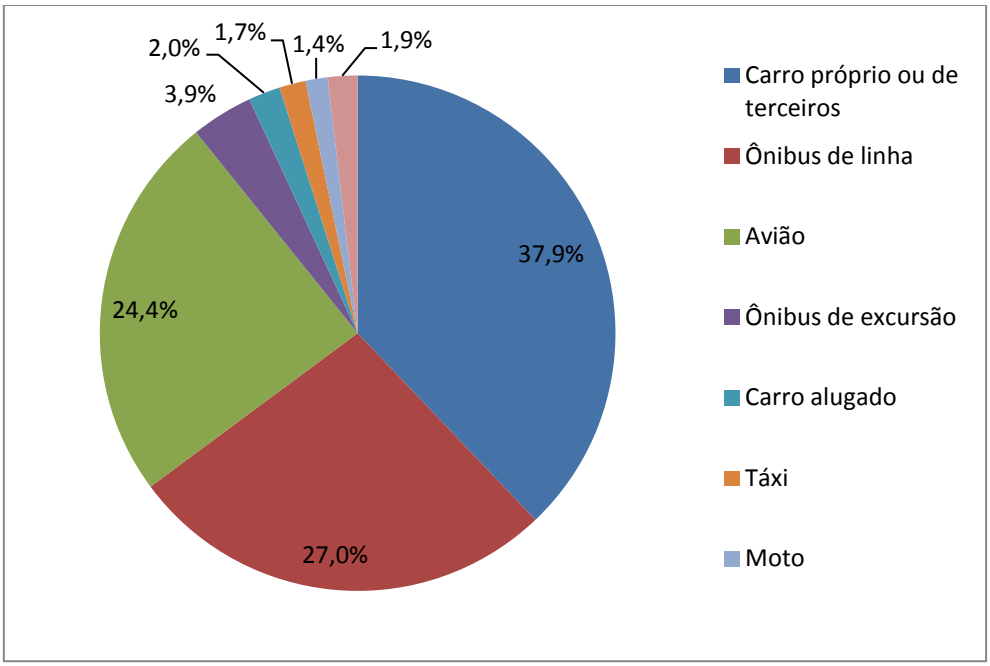
Gráfico 12 - Grupo por motivo de viagem



2.2.4 Meio de transporte

O carro próprio ou de terceiros é o meio de transporte usado com mais frequência pelos entrevistados em sua viagem pelo Estado de São Paulo (37,9%). O segundo tipo mais utilizado é o ônibus de linha, usado por quase um terço dos entrevistados (27%). Em seguida aparece o avião, com 24,4% das menções. Estes três tipos de transportes juntos contabilizam quase 90% das respostas.

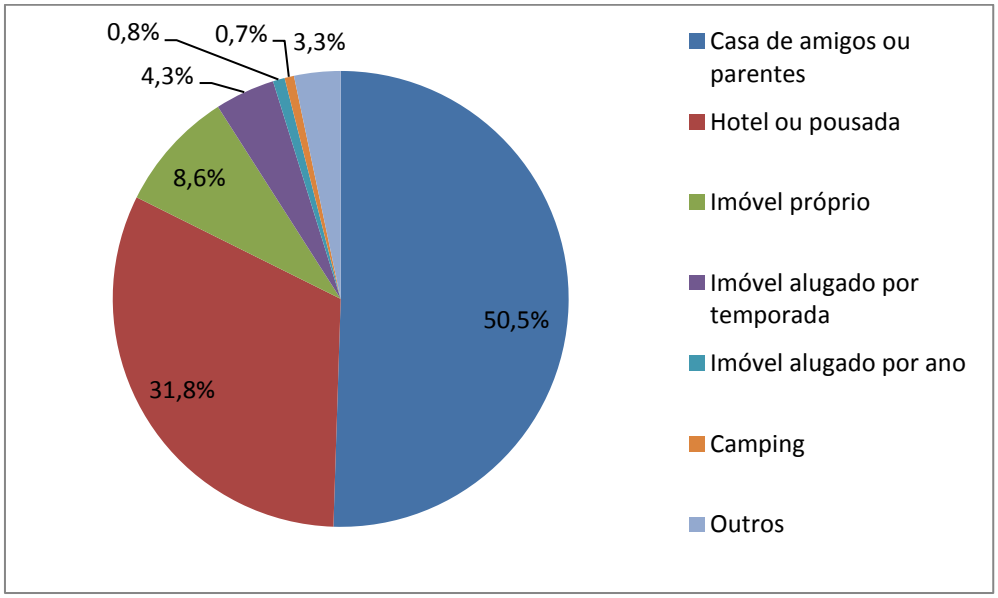
Gráfico 13 - Meio de transporte



2.2.5 Meio de hospedagem

Metade dos entrevistados hospedou-se em casa de amigos e parentes (50,5%), sendo esta opção muito mais frequente que as demais. Hotéis e pousadas são a segunda opção mais citada (31,8%). Em seguida, com menos destaque, aparecem imóvel próprio (8,6%) ou alugado por temporada (4,3%).

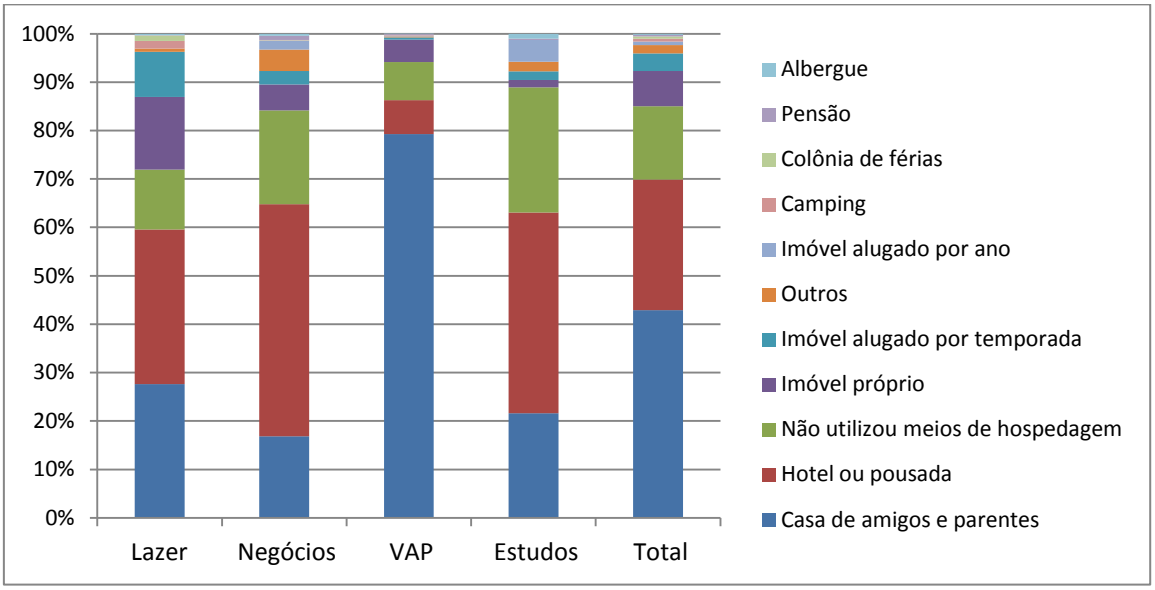
Gráfico 14 - Meio de hospedagem



A opção pelo meio de hospedagem está muito relacionada ao motivo da viagem. Nas viagens de negócios o uso de hotéis e pousadas é majoritário, escolhidos por quase a metade

dos visitantes (48%). Já nas viagens de visitas a amigos e parentes, há um predomínio da casa de amigos e parentes (79,3%). Nas viagens de lazer têm destaque os hotéis e pousadas, que corresponderam a mais de um terço das respostas (31,9%), as casas de amigos e parentes, segunda opção mais citada (27,7%), e os imóveis próprios (15%). Nas viagens para estudos as opções de hospedagem mais utilizadas são os hotéis e pousadas (41,5%) e as casas de amigos e parentes (21,6%).

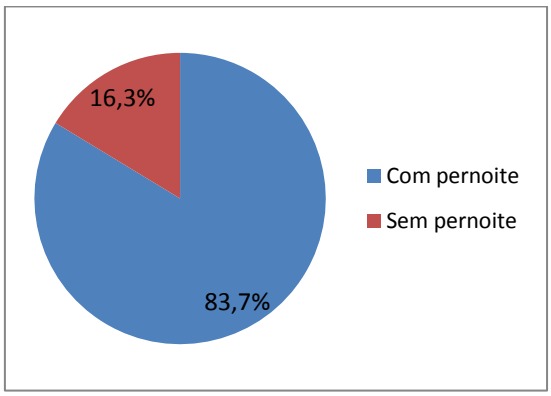
Gráfico 15 - Meio de hospedagem por motivo de viagem



2.2.6 Tempo de permanência

Quase 84% dos entrevistados pernoitaram ao menos uma noite no Estado de São Paulo durante a viagem informada na entrevista. Os demais entrevistados não tiveram nenhum pernoite no Estado na viagem sobre a qual foram questionados.

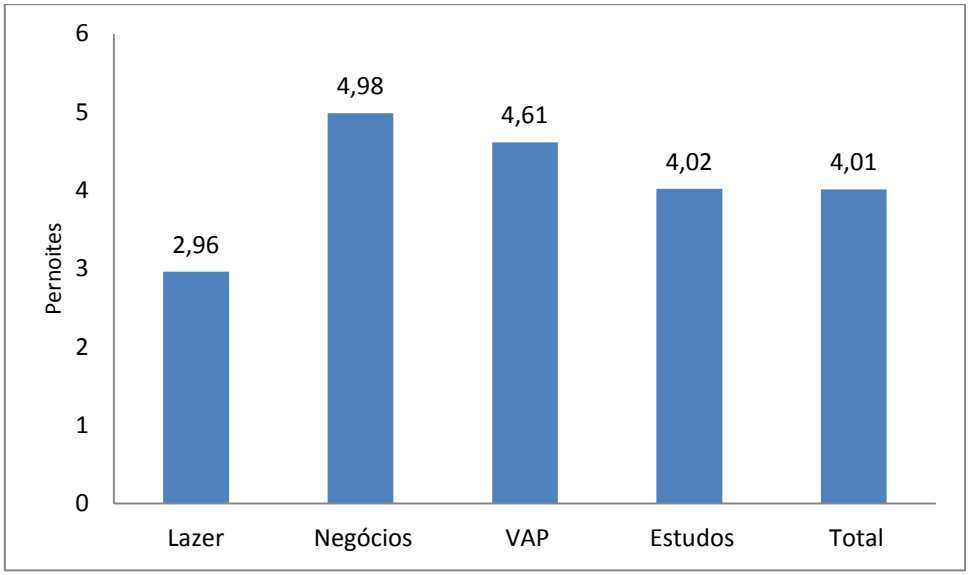
Gráfico 16 - Pernoites



Em média, foram realizados 4,1 pernoites pelos entrevistados que dormiram ao menos uma vez no Estado de São Paulo durante sua viagem. As viagens de lazer são mais curtas, com

média de 2,96 pernoites. Por sua vez, as viagens de negócios são as de maior duração (4,98 pernoites), seguidas das viagens de visitas a amigos e parentes (4,61 pernoites) e de estudos (4,02 pernoites).

Gráfico 17 – Número médio de pernoites



2.2.7 Municípios visitados

Os municípios do Estado de São Paulo mais visitados foram São Paulo, com mais de um terço do total das respostas, seguindo de Campinas, Ribeirão Preto, Santos e São José do Rio Preto.

Tabela 2 - Municípios mais visitados

	Municípios mais visitados	%
1	São Paulo	34,16%
2	Campinas	4,84%
3	Ribeirão Preto	3,43%
4	Santos	3,01%
5	São José do Rio Preto	2,91%
6	Ubatuba	2,01%
7	Bauru	2,00%
8	Praia Grande	1,92%
9	Aparecida	1,89%
10	Campos do Jordão	1,88%
11	Guarujá	1,78%
12	Guarulhos	1,16%
13	Sorocaba	1,15%
14	Caraguatatuba	1,08%
15	São José dos Campos	0,83%
16	Jundiaí	0,74%
17	São Bernardo do Campo	0,73%
18	São Sebastião	0,72%
19	Bertioga	0,70%
20	Guaratinguetá	0,70%

Entre as viagens com pernoite e sem pernoite houve algumas alterações no ranking. Nas viagens sem pernoite, por exemplo, as cidades mais visitadas no Estado foram São Paulo (26,91%), Aparecida (6,22%), Campinas (5,54%), Bauru (5,10%) e Santos (4,18%). E nas viagens com ao menos um pernoite foram São Paulo (36,25%), Campinas (4,65%), Ribeirão Preto (3,44%), São José do Rio Preto (3,32%) e Santos (2,67%).

Tabela 3 - Municípios mais visitados sem e com pernoite

	Sem Pernoite			Com Pernoite	
	Municípios mais visitados	%		Municípios mais visitados	%
1	São Paulo	26,91%	1	São Paulo	36,25%
2	Aparecida	6,22%	2	Campinas	4,65%
3	Campinas	5,54%	3	Ribeirão Preto	3,44%
4	Bauru	5,10%	4	São José do Rio Preto	3,32%
5	Santos	4,18%	5	Santos	2,67%
6	Ribeirão Preto	3,40%	6	Ubatuba	2,48%
7	Campos do Jordão	2,14%	7	Guarujá	1,99%
8	Praia Grande	1,70%	8	Praia Grande	1,99%
9	São José do Rio Preto	1,51%	9	Campos do Jordão	1,80%
10	Sorocaba	1,51%	10	Caraguatatuba	1,20%
11	São Roque	1,36%	11	Guarulhos	1,13%
12	Ibitinga	1,31%	12	Bauru	1,11%
13	Guarulhos	1,26%	13	Sorocaba	1,05%
14	São José dos Campos	1,26%	14	São Sebastião	0,83%
15	Guaratinguetá	1,17%	15	Votuporanga	0,76%
16	Itu	1,12%	16	Itanhaém	0,74%
17	Guarujá	1,07%	17	São Bernardo do Campo	0,73%
18	Jundiaí	0,97%	18	São José dos Campos	0,70%
19	São Vicente	0,97%	19	Bertioga	0,69%
20	Taubaté	0,78%	20	Santo André	0,69%

2.2.8 Gastos

O gasto total médio dos entrevistados em suas viagens pelo estado de São Paulo foi de R$ 954,90. Os gastos totais nas viagens de lazer (R$ 1.174,17) e de negócios (R$ 1.125,27) são mais elevados que essa média, enquanto que os patamares de gastos nas viagens para estudos (R$ 864,16) e visitas a amigos e parentes (R$ 691,42) são inferiores.

O gasto per capita médio nestas viagens, ou seja, o gasto por pessoa nos distintos grupos de visitantes entrevistados, é de R$ 532,39. Os turistas de negócios possuem a maior média de gasto per capita (R$ 818,49), seguidos pelos visitantes motivados por estudos (R$ 745,17). As viagens a lazer (R$ 518,80) e para visitar a amigos e parentes (R$ 397,31) têm a média de gastos per capita inferior àquela observada para o total de entrevistados.

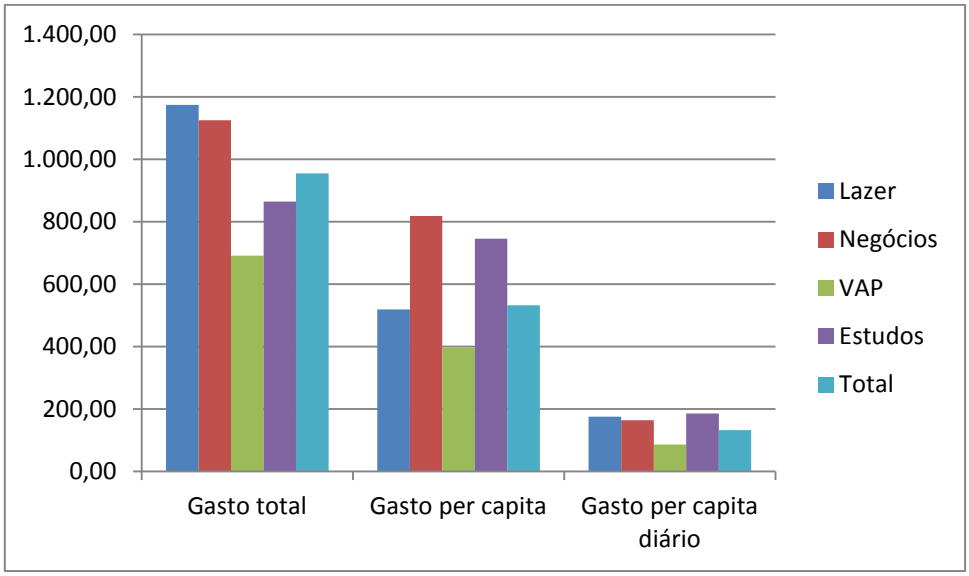
Em relação ao gasto per capita diário, ou seja, os gastos realizados por viajante individual em um dia de visita, observa-se uma média de R$ 132,70. Os visitantes motivados por lazer (R$ 175,34) e estudos (R$ 185,36) apresentam as maiores médias, seguidos pelos

visitantes motivados por negócios (R$ 164,20). Estes valores são muito superiores ao registrado entre os visitantes motivados pela visita a amigos e parentes (R$ 86,17).

Tabela 4 - Gastos por motivo de viagem

Gastos	Lazer R$	Negócios R$	VAP R$	Estudos R$	Total R$
Gasto total	1.174,17	1.125,27	691,42	864,16	954,90
Gasto per capita	518,80	818,49	397,31	745,17	532,39
Gasto per capita diário	175,34	164,20	86,17	185,36	132,70

Gráfico 18 - Gastos por motivo de viagem



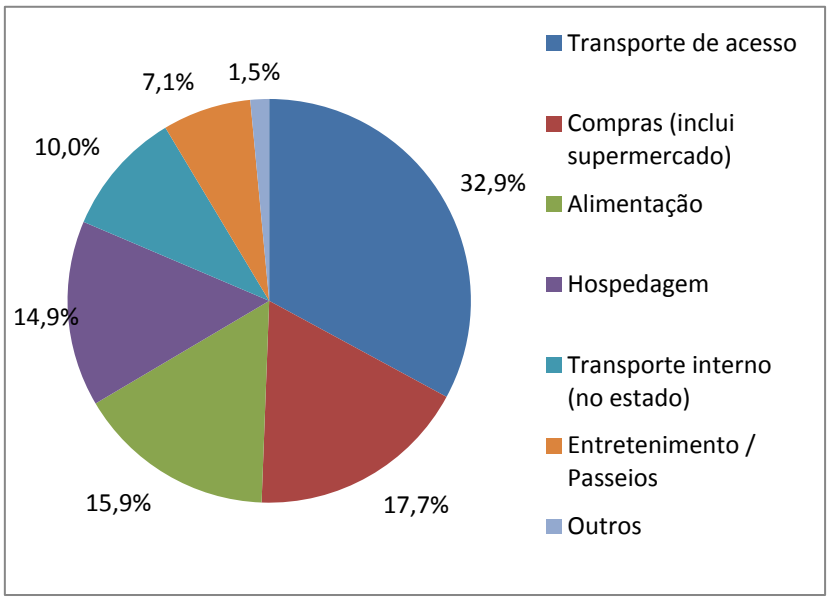
2.2.9 Composição dos gastos

O item que consome a maior parte dos gastos dos visitantes é o transporte de acesso aos destinos (32,9% do total gasto, ou R$ 334,29). Numa segunda faixa de importância, tem-se compras, que incluem supermercado (17,7%), alimentação (15,9%), hospedagem (14,9%), e transporte interno (10%). O menor percentual é dedicado a entretenimento e passeios (7,1%).

Tabela 5 – Composição do gasto

Composição do gasto	R$	%
Transporte de acesso	330,33	32,9
Compras (inclui supermercado)	178,10	17,7
Alimentação	160,07	15,9
Hospedagem	149,36	14,9
Transporte interno (no estado)	99,95	10,0
Entretenimento / Passeios	71,69	7,1
Outros	14,17	1,5
Total	**1.003,67**	**100,0**

Gráfico 19 – Composição dos gastos

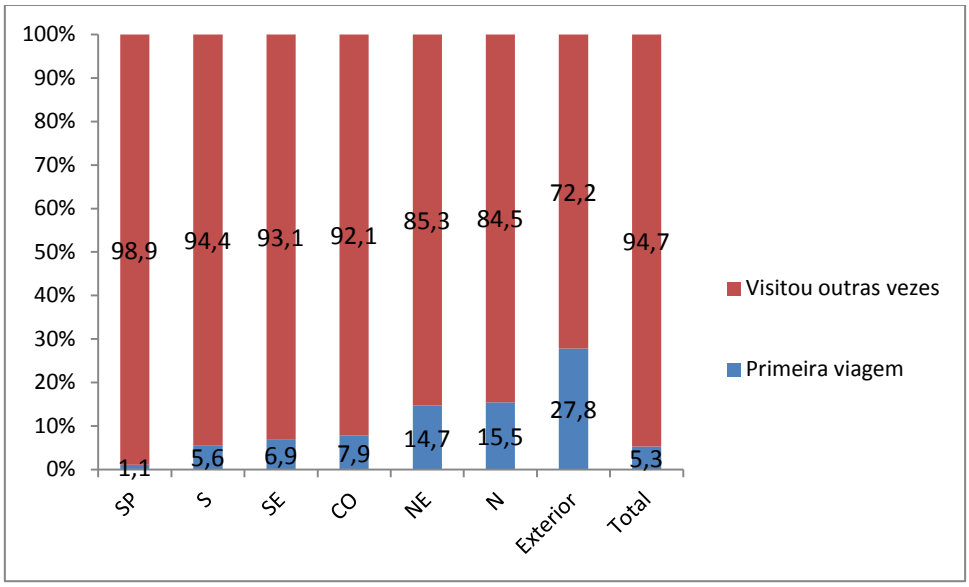


2.3 Organização da viagem

2.3.1 Primeira viagem pelo Estado de São Paulo

A quantidade de entrevistados que visitou o Estado de São Paulo pela primeira vez quando da entrevista é bastante reduzida, indicando o alto índice de retorno de visitantes ao Estado. O maior índice de ineditismo da viagem ao Estado foi encontrado entre os visitantes do exterior, das regiões Norte e Nordeste (27,8%, 15,5% e 14,7%, respectivamente). A distância, por dificultar as viagens e reduzir a probabilidade de repetição das viagens a São Paulo, pode ser a explicação para tal. Por outro lado, e como se poderia esperar, poucos paulistas faziam sua primeira viagem pelo próprio Estado de São Paulo (1,1%). É interessante notar que o Sudeste, apesar da proximidade e das facilidades de acesso, apresenta um índice de primeira viagem (6,9%) maior do que o Sul (5,6%).

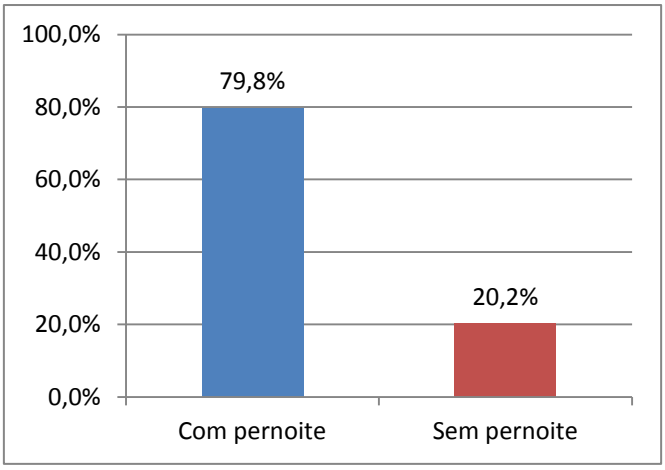
Gráfico 20 - Primeira viagem pelo Estado de SP



2.3.2 Viagens no Estado de São Paulo nos últimos 12 meses

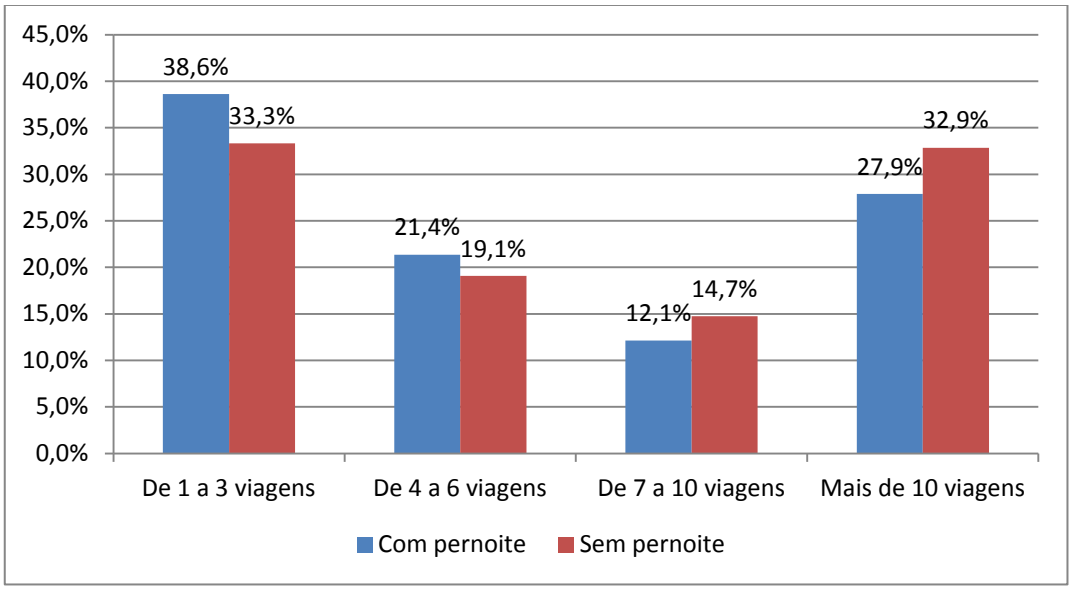
Entre os entrevistados que já haviam viajado pelo Estado de São Paulo, 79,8% deles realizaram viagens com pernoite em São Paulo nos últimos 12 meses, e 20,2% fizeram viagens sem pernoite.

Gráfico 21 - Tipo de viagem em São Paulo nos últimos 12 meses



Quanto à frequência destas viagens, aqueles que pernoitaram no Estado em sua maioria fizeram entre 1 e 3 viagens (38,6%), seguidos dos que fizeram mais de 10 viagens (27,9%). Entre os entrevistados que realizaram viagens sem pernoite, a maioria também realizou entre 1 e 3 viagens (33,3%), também seguidos pelos que fizeram mais de 10 viagens (32,9%).

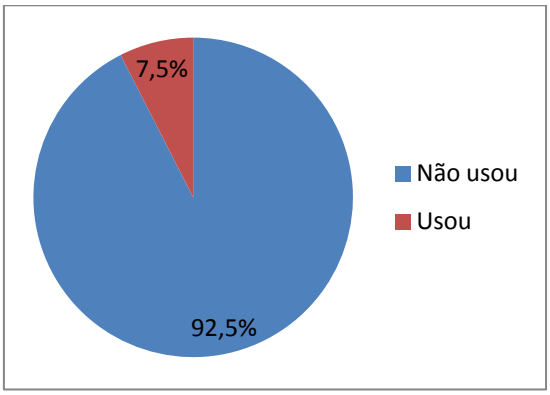
Gráfico 22 - Frequência das viagens nos últimos 12 meses



2.3.3 Uso de agências de viagens

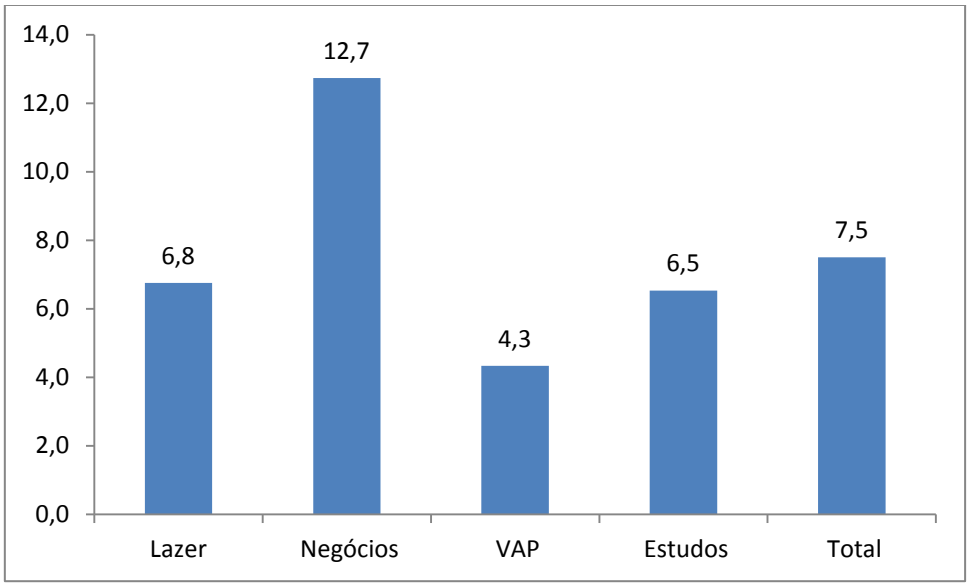
O uso de agência de viagens na organização da visita ao Estado de São Paulo é pouco frequente. Apenas 7,5% do total de entrevistados fez uso deste serviço.

Gráfico 23 - Uso de agências



Sua utilização é mais frequente entre os visitantes que viajaram ao Estado por motivo de negócios (12,7% das viagens de negócios), seguidos pelos que viajaram por motivo de lazer e estudos (6,8% e 6,5% dos respectivos tipos de viagens), sendo as viagens para visitas a amigos e parentes o tipo de viagem com menor incidência da utilização de agências (4,3% dessas viagens).

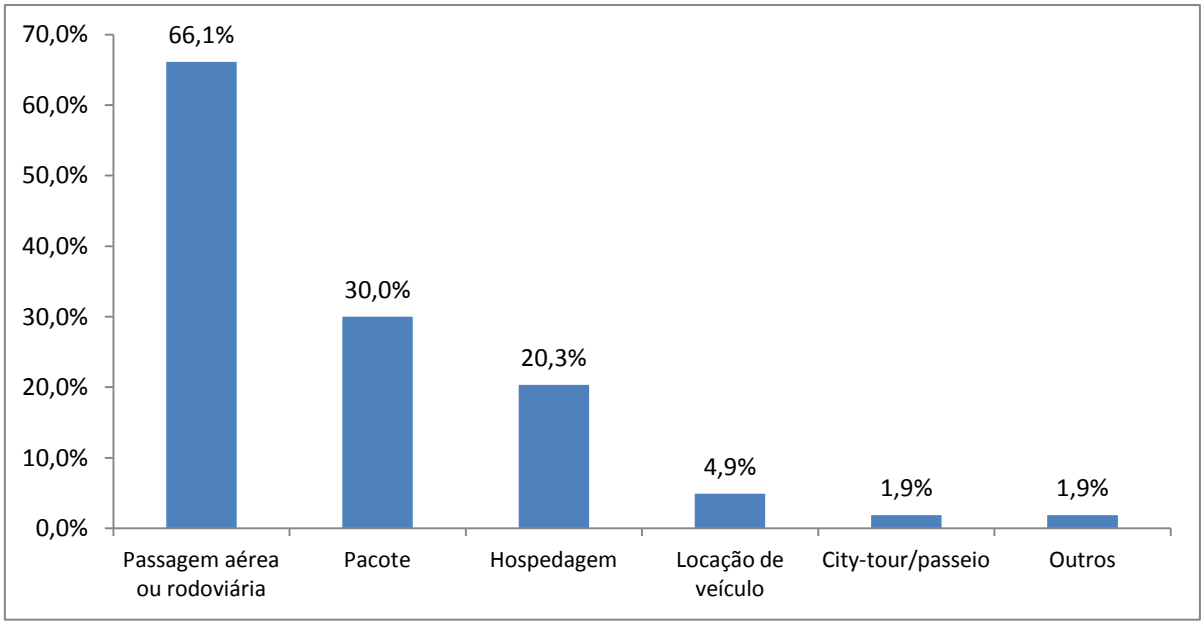
Gráfico 24 - Uso de agências por motivo de viagem



2.3.4 Serviços adquiridos junto às agências de viagem

O serviço mais frequentemente adquirido nas agências de viagens são passagens aéreas ou rodoviárias (66,1%). Em segundo lugar estão os pacotes de viagem (30%) e em seguida a hospedagem (20,3%).

Gráfico 25 - Serviços adquiridos nas agências*

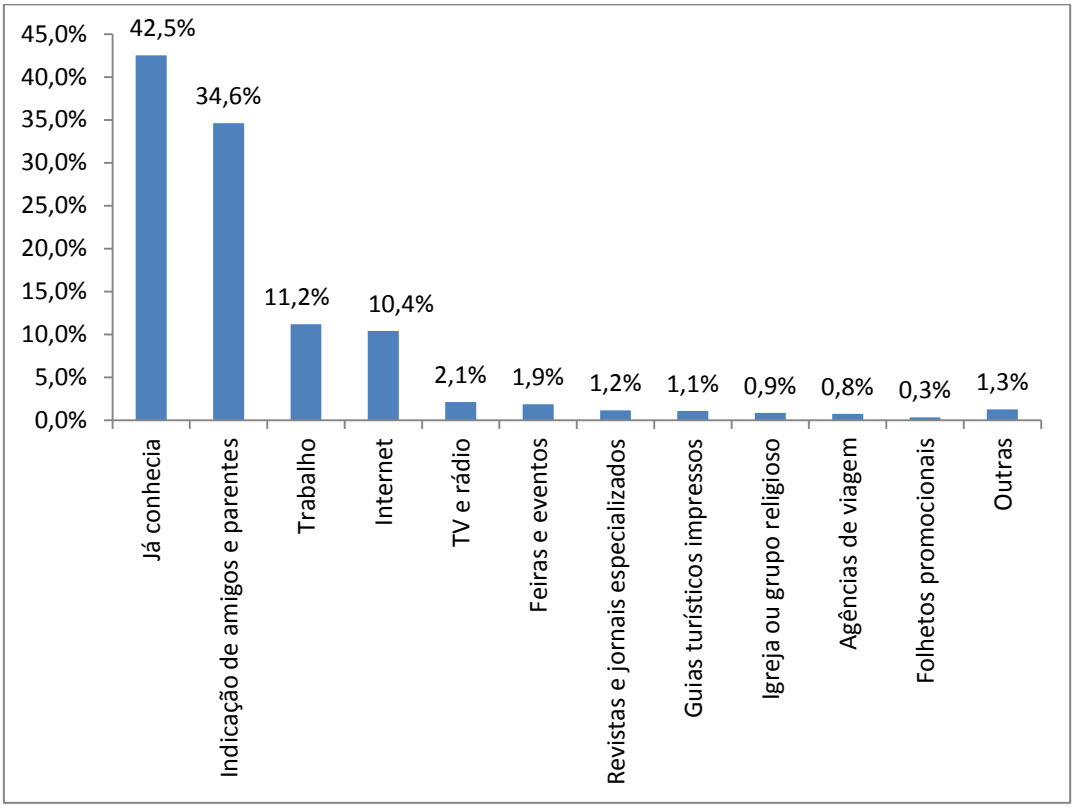


** Resposta múltipla*

2.3.5 Fontes de informação

Os municípios visitados já eram conhecidos por 42,5% dos entrevistados, o que facilita a organização de suas viagens ao Estado de São Paulo. Outra parcela significativa (34,6%) teve como principal fonte de informação a indicação de amigos e parentes. O trabalho (11,2%) e a internet (10,4%) são outras fontes de informação de maior relevância, sendo a fonte de informação trabalho extremamente relacionada às viagens de negócios.

Gráfico 26 - Fontes de informação



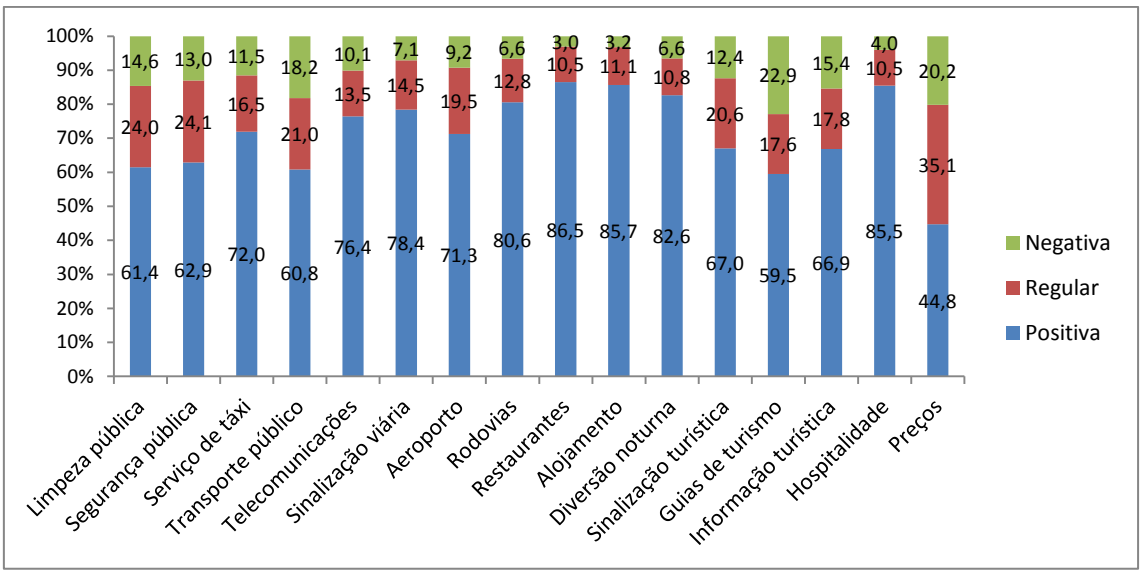
2.4 Avaliações

2.4.1 Avaliações de infraestrutura e serviço

Os itens que receberam os melhores índices de avaliação positiva foram restaurantes (86,5%), alojamento (85,7%), hospitalidade (85,5%), diversão noturna (82,6%) e rodovias (80,6%). No outro extremo, os itens pior avaliados foram os preços (44,8% de avaliações positivas), os guias de turismo (59,5% de avaliações positivas), o transporte público (60,8%) e a limpeza pública (61,4%).

De modo geral, nota-se que os itens que são de responsabilidade principal do setor privado, como restaurantes, alojamento e diversão noturna, têm melhor avaliação do que aqueles que em geral são de domínio do setor público, como transporte público e limpeza pública. Vale também destacar o bom desempenho das rodovias nas avaliações.

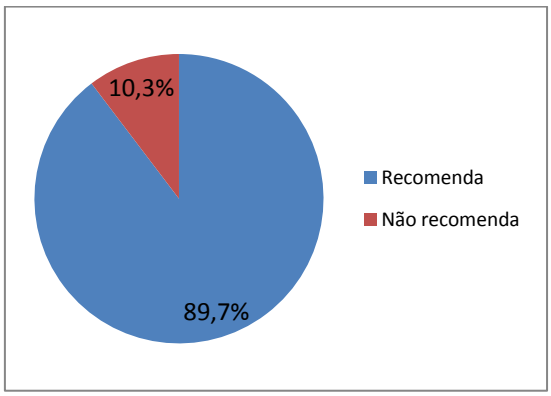
Gráfico 27 - Avaliações de infraestrutura e serviço



2.4.2 Recomendação de destinos

A maioria (89,7%), dos entrevistados recomenda os municípios que visitou. Proporcionalmente, são poucos os visitantes que não recomendam os destinos visitados (10,3%).

Gráfico 28 - Recomendação do destino



2.4.3 Elementos característicos do Estado de São Paulo

O elemento mais comumente associado pelos entrevistados ao Estado de São Paulo é o desenvolvimento, a economia forte, a grandeza e a riqueza. Em segundo lugar, aparece o trabalho e os negócios. O terceiro elemento mais frequente é o trânsito, como sendo algo

explicitamente negativo. O ritmo frenético e excessos de pessoas, a qualidade do Estado e o lazer e a diversão são outros aspectos citados com frequência.

É interessante notar que muitos dos principais elementos mencionados pelos entrevistados estão fortemente associados à imagem que a capital paulista possui em âmbito nacional, e não ao Estado de São Paulo como um todo.

Tabela 6 - Ranking das características do Estado

Ranking dos elementos mais apontados	
1	Desenvolvimento, economia forte, grandeza e riqueza
2	Trabalho e negócios
3	Trânsito - negativo
4	Ritmo frenético, excesso de pessoas
5	Qualidade
6	Lazer e diversão
7	Variedade
8	Segurança - negativo
9	Compras
10	Gastronomia, bares, restaurantes
11	Artes, cultura e história
12	Acessos - positivo
13	Poluição
14	Diversão noturna
15	Família e amigos

2.4.4 Elementos característicos do turismo no Estado de São Paulo

As praias (sem nenhum tipo de valoração) foram o elemento mais lembrado pelos entrevistados quando questionados sobre o turismo no Estado de São Paulo. Em segundo lugar, aparece artes, cultura e história. Os outros itens citados com mais frequência são a qualidade do turismo no geral, nomes de municípios específicos do Estado e o lazer e diversão.

Tabela 7 - Ranking das características do turismo no Estado

Ranking dos elementos mais apontados	
1	Praias - de modo indiferente
2	Artes, cultura e história
3	Qualidade
4	Municípios específicos
5	Lazer e diversão
6	Variedade
7	Falta de opções, pouco ou nada atrativo
8	Compras
9	Gastronomia, bares, restaurantes
10	Natureza
11	Pontos da capital
12	Diversão noturna
13	Desenvolvimento, economia forte, grandeza e riqueza
14	Divulgação - negativo
15	Campo e montanha

Produtos Paulistas no Mercado Turístico

3. Produtos paulistas no mercado turístico

Neste capítulo são apresentados os resultados de pesquisa direta conduzida junto a operadores de turismo com o objetivo de identificar em que medida os produtos turísticos paulistas encontram-se disponíveis na carteira ofertada por estes operadores, seja aquela ofertada para o público paulista, nacional ou até mesmo internacional.

Os operadores que participaram desta pesquisa foram selecionados a partir de uma fonte fidedigna: a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (BRAZTOA). A partir disso, foi realizada entrevista com 23 operadoras de turismo atuantes em nível nacional e internacional. Desse total, nem todas as empresas consultadas comercializavam produtos paulistas, mesmo assim foi realizado contato com essas empresas para identificar quais os principais motivos para a não comercialização do estado em sua carteira de produtos.

3.1 Perfil das empresas consultadas

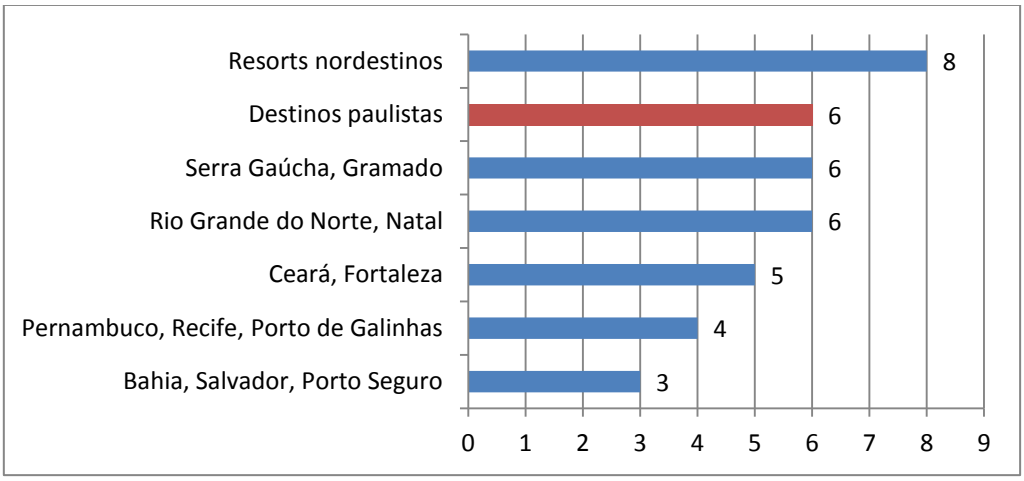
Das 23 empresas contatadas, a maior parte está localizada no estado de São Paulo (13) e Rio de Janeiro (4), estados com grande representatividade no mercado nacional, o restante das empresas localizavam-se no estado de Minas Gerais (1) e Espírito Santo (1).

Dezesseis empresas consultadas tinham como foco de venda tanto os destinos nacionais quanto os internacionais, e o que se observou nestas empresas foi que apesar do foco ser igual, o volume vendido de destinos nacionais frente aos internacionais somente é distribuído igualmente - 50% para cada um - em duas operadoras. Outras sete empresas indicaram que o volume de vendas é maior para os destinos nacionais, variando de 60% a 95% das vendas. Somente três entrevistados indicaram que o volume de venda de destinos internacionais é maior que o nacional, com porcentagens de 60%, 85% e 97%.

Cinco empresas disseram ter foco nos destinos internacionais, mas somente duas não trabalham de fato com destino nacionais e têm foco exclusivo em destinos internacionais. As outras três, dão preferência aos destinos internacionais, porém não deixam de trabalhar também destinos nacionais.

3.1.1 Principais produtos nacionais

Dentre os principais produtos oferecidos pelas empresas em suas carteiras, três se destacam: as praias do Nordeste, destinos da região Sul, em especial gaúchos, e destinos paulistas, conforme se pode observar na figura a seguir:



O primeiro destes destinos, as **praias do Nordeste**, de algum modo estão inclusas na carteira de produtos de todas as empresas consultadas. Dentre os produtos relacionados às praias do Nordeste brasileiro, o grande destaque fica para as dezesseis citações de resorts em localidades diversas.

O segundo elemento geográfico que podemos destacar são **destinos paulistas,** no qual não é possível se identificar um destaque em concreto, sendo mencionado de forma generalizada pela maioria dos operadores. A cidade de São Paulo é citada, sendo que em uma delas está inserida especificamente no segmento de negócios, assim como produtos ligados a cruzeiros e turismo náutico também aparecem, focados no litoral do estado. Outros produtos citados foram: resorts no interior do estado; hotelaria de luxo na capital; festas e eventos como, por exemplo, rodeios; e, finalmente, os parques temáticos do estado.

Dentre as menções realizadas por empresas que destacam a **região sul**, região em que também se observa a indicação de alguns resorts, principalmente em Santa Catarina, nas cidades de Florianópolis e Balneário Camboriú. No entanto, o grande destaque fica para os destinos das Serras Gaúchas, que aparecem nos produtos indicados como mais importantes por distintas operadoras.

3.2 Inserção do Estado de São Paulo na carteira de produtos

3.2.1 Comercialização de produtos paulistas

Dentre as vinte e três empresas entrevistadas, **quinze afirmaram comercializar produtos que englobem destinos paulistas**, sendo que a ênfase para a comercialização destes produtos é muito variada. Por outro lado, **oito empresas disseram não comercializar produtos no estado de São Paulo**. Dentre as empresas que não comercializam produtos paulistas, observa que seis são sediadas no próprio estado de São Paulo.

As justificativas para a não comercialização de destinos paulistas, entre as empresas que não o fazem, são variadas. Alguns dos operadores indicam aspectos de caráter estratégico da empresa, ou seja, não o fazem por ter seu **foco de operações em produtos internacionais ou em outros destinos, que não os paulistas**. Nesse sentido, um dos entrevistados afirma que atende a uma demanda formada justamente por paulistas que busca destinos fora do estado e, por este motivo, não trabalha internamente.

Dentre outros motivos mencionados esta a **falta de interesse da demanda por destinos paulistas** como motivo para que não tenham em sua prateleira destino paulistas. Em sentido parecido, outra empresa afirma que dispõe desses produtos em sua carteira, **porém os mesmos não têm saída**, ou seja, não são buscados por sua clientela.

É interessante destacar ainda a justificativa apresentada por um dos entrevistados, que indicou que os **paulistas, público que atende, têm muita facilidade para organizar suas próprias viagens dentro do estado**, motivo pelo qual não contratam os serviços de operadores para fazê-lo.

Quando se questionou esses operadores que não comercializam destinos paulistas sobre se passariam a fazê-lo sob alguma condição, três deles afirmaram não ter interesse, já que os destinos não estão afinados com seu foco de atuação. Outros três operadores indicaram que a possibilidade de vender destinos paulistas está ligada à demanda por esses produtos, sendo que um deles, localizado fora do estado, indicou que trabalharia se conseguisse captar demanda internacional de turistas de negócios interessados em dirigir-se à capital paulista.

3.2.2 Perfil dos produtos paulistas comercializados

3.2.2.1 Motivos que levaram a comercializar destino de São Paulo

Junto às empresas que dispõem de produtos paulistas em sua carteira de produtos, dentre as razões para essa comercialização estão: a demanda, a qualidade e variedade de atrativos, e a qualidade dos serviços prestados.

O primeiro aspecto, a **existência de demanda**, foi mencionado de alguma forma por nove dos entrevistados. Segundo as empresas, o fato de existir interesse pelos produtos oferecidos no estado de São Paulo por parte do público foi o que os levou a comercializar tais destinos.

A **qualidade e a variedade de atrativos** também são motivo destacado nas entrevistas de seis operadores. Neste ponto, os entrevistados mencionam a grande qualificação de São Paulo em termos de serviços turísticos, centrando sua avaliação na capital paulista.

O terceiro motivo mais mencionado pelos entrevistados refere-se à **qualidade de serviços prestados**. Serviços como hotéis e restaurantes são citados com especial destaque pelos entrevistados, que afirmam que os mesmos prestam serviços de alta qualidade, além de serem variados.

Entre todos os motivos citados é possível observar uma grande associação do turismo no estado de São Paulo ao turismo realizado na capital paulista. A imagem do turismo no estado está fortemente relacionada à capital. A cidade de São Paulo apresenta uma diversidade muito grande de hotéis, restaurantes e atrativos culturais – incluindo-se shows e eventos – com bons níveis de qualificação. Esta qualificação acentuada, somada aos fluxos de negócios expressivos recebidos pela cidade, faz com que assuma posição predominante na visão que os entrevistados têm do turismo no estado, diminuindo em importância o turismo no interior.

3.2.2.2 Parcerias junto a agências de receptivo

Dentre as empresas consultadas que comercializam produtos paulistas, cinco afirmaram não atuar de modo algum com operadores de receptivo para a efetivação das vendas de seus produtos no estado. Por outro lado, sete dos entrevistados disseram que atuam em todos os casos com empresas de receptivo. Por fim, outras quatro empresas atuam junto a receptivos, porém de forma esporádica, em alguns casos específicos ou em momentos em que a necessidade de atendimento extrapola a capacidade da própria operadora.

Dentre as empresas que atuam junto a agências de receptivo, grande parte afirma ter um relacionamento formal junto a estes parceiros, realizado através de contratos ou parcerias formalizadas. Dois entrevistados indicaram possuir um bom relacionamento com agências de receptivo, porém nenhum acordo formal, e outros dois atores afirmam que possuem inclusive agências de receptivo oficiais que atuam em nome da operadora.

3.2.2.3 Principais produtos paulistas comercializados

Os produtos comercializados pelas operadoras que envolvem destinos de São Paulo são vendidos adotando-se distintas nomenclaturas, que podem ser categorizadas segundo três grandes grupos: resorts e hotéis, atrativos, e localidades propriamente ditas.

O primeiro grupo de produtos tem seu nome associado a **hotéis e resorts**, paulistas, meios de hospedagem comercializados pelas empresas e que, por seu nível de diferenciação ou especialização, nomeiam os produtos comercializados por seis das empresas consultadas. Os empreendimentos mencionados pelos entrevistados localizam-se tanto na capital, como no interior e litoral do estado.

O segundo grupo de produtos tem seu nome associado aos **atrativos** englobados num pacote, especialmente **parques temáticos e eventos**. Entre as menções, destacam-se as de parques como o Hopi Hari, Wet'n Wil e Parque da Xuxa; e eventos como a Festa das Flores em (Holambra), rodeios ou Festas de Peão (Barretos, Jaguariúna e Limeira), a Fórmula 1 (São Paulo). Mencionaram-se ainda especificamente as cavernas do PETAR (Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira), atrativo localizado na região do Vale do Ribeira.

O terceiro grupo de produtos identificado utiliza os **próprios nomes das localidades ou destinos** visitados para intitular seus produtos. Dentre os mais citados pelos entrevistados estão: São Paulo, Brotas, Atibaia, Campos do Jordão, Guarujá, Santos, Ilhabela, Ubatuba, Águas de São Pedro e municípios do Circuito das Águas, como Lindóia.

Vale observar que a quantidade de produtos cujos títulos estão associados a hotéis, resorts e atrativos é bastante superior à quantidade de produtos que se intitulam segundo os destinos que englobam. Isto pode levar à conclusão de que o grande diferencial do estado para os operadores consultados é realmente a qualidade de sua oferta técnica e sua oferta diferencial, em especial acontecimentos esporádicos e parques temáticos, nichos de mercado nos quais o estado pode posicionar-se com maior destaque.

Ao observarem-se os **segmentos abarcados** pelo conjunto de produtos paulistas comercializados por estes empresas, nota-se uma predominância daqueles relacionados a

negócios, eventos, cultura e compras, bastante baseados na capital estadual. Há ainda produtos associados ao segmento de sol e praia, focados nos destinos litorâneos do estado. Entre os produtos que englobam o interior, nota-se alguma diversidade nos segmentos, que abrangem o lazer em família e os eventos, sendo ambos bastante centrados nos resorts localizados nessas áreas. Em geral, a venda desses produtos é feita de forma regular para hotéis, resorts e atrativos. No caso dos produtos centrados em localidades específicas ou em grupos escolares e corporativos, há uma maior predominância das vendas sob solicitação. Em média, duram de duas a três noites, períodos que abrangem um final de semana e feriados prolongados. Os preços variam bastante, em função da duração, distância entre origem e destino e qualificação dos equipamentos utilizados, conforme se pode observar na figura a seguir, que sumariza as características descritas ao longo deste item

Figura 1. Características dos principais produtos comercializados

SÃO PAULO CAPITAL					
São Paulo	São Paulo	Compras	Regular	2 noites	R$ 1.000
Rede Atlântica Transamérica Estanplaza	São Paulo	Negócios	Sob solicitação	3 a 5 noites	R$ 750 a R$ 1.250
Hilton Renaissance Fasano Emiliano Unique	São Paulo	Casais	Sob solicitação	2 noites	R$ 900
PARQUES TEMÁTICOS					
Hopi Hari Wet`n Wild Playcenter Parque da Xuxa	Vinhedo Vinhedo São Paulo São Paulo	Parques Temáticos	Sob solicitação	3 dias	R$ 600
EVENTOS					
Festa das Flores Rodeios Formula 1	Holambra Barretos / Jaguariúna / Limeira São Paulo	Eventos	Regular	2 dias 3 dias 3 dias	R$ 680 R$ 680 R$ 2.600
RESORTS					
Sofitel Jequitimar Unique Garden Resort & SPA Bourbon Spa & Resort Paradise Golf & Lake Resort	Guarujá Mairiporã Atibaia Mogi das Cruzes	Corporativo / Lazer	Sob solicitação	2 a 4 noites	R$ 900 a R$ 1.800
Barretos Country Hotel	Barretos	Famílias	Sob solicitação	3 a 4 dias	R$ 600
Blue Tree Park Lins	Lins	Famílias	Regular	4 a 5 dias	R$ 900
LITORAL E MONTANHA					
Campos do Jordão	Campos do Jordão	Climático	Regular	3 noites	R$ 1.500
Litoral Norte	Ilhabela	Sol e Praia	Sob solicitação	3 dias	R$ 1.500

3.3 Potencialidades e entraves para a comercialização do Estado

3.3.1 Imagem do turismo no Estado de São Paulo

A imagem do destino estado de São Paulo **ligada ao turismo de negócios** é aquela mais presente na mente dos entrevistados, mencionada por oito dos operadores consultados. Parte das citações quanto ao segmento de negócios, reforçam a ideia da atividade de modo positivo, como São Paulo sendo "o melhor destino de negócios da América Latina". Por outro lado, alguns operadores citam o impacto positivo dessa associação do estado com os negócios. Em sua opinião, o potencial do estado para atingir públicos interessados em diversos segmentos não é visualizado pelos residentes de outros estados do Brasil, que **não conhecem ou não enxergam o turismo no estado como indo além dos negócios**, corporativo ou eventos. Em sua opinião, esse público também associa amplamente o estado como um todo a um único destino: **sua capital**.

Em outra linha, seis entrevistados indicam São Paulo como sendo um **estado muito bem estruturado em termos de infraestrutura turística**, com imagem positiva em relação ao turismo e excelente potencial de crescimento. Ainda sobre o potencial de desenvolvimento do turismo, três operadoras indicaram a atividade ainda é mal explorada em São Paulo, principalmente no interior. Segundo eles, o estado apresenta, de modo geral, diversos atrativos, mas é desconhecido do grande público brasileiro.

Ainda seguindo um mesmo fio comum, de que a **identidade de São Paulo frente aos emissores é frágil**, quatro operadores destacam que o estado não possui de fato uma identidade de localidade turística de lazer. Em sua opinião, é necessário identificar o turismo de lazer paulista com algum ícone, que defina a cidade e o estado de modo diferente dos demais disponíveis no mercado.

3.3.2 Elementos que facilitam e dificultam as vendas

3.3.2.1 Elementos que facilitam

Ao ser questionado sobre os elementos que facilitam a venda dos produtos que abarcam o estado de São Paulo, a maior parte dos entrevistados citou a **diversidade de atrativos** do estado, elemento facilitador mencionado por oito operadores distintos.

Segundo os entrevistados, a capital paulista por si só já comporta uma gama muito grande de atrativos, principalmente aqueles que envolvem o segmento cultural. O interior, no entanto, complementa esta oferta com atrativos e eventos variados.

A **infraestrutura turística** também é muito citada como elemento facilitador, sendo a hotelaria o ponto de maior destaque. De sete citações sobre infraestrutura turística, cinco tratam da qualidade e diversidade de oferta de meios de hospedagem. Para os operadores, a hotelaria paulista oferece opções desde os hotéis luxuosos até os mais simples, facilitando o atendimento a públicos diversificados.

A **qualidade das rodovias** é outro facilitador mencionado por quatro dos entrevistados, que atribuem importância à facilidade de circulação e de alcance dos atrativos por parte dos próprios paulistas. A **proximidade da capital**, que conta com uma ampla variedade de localidades e atrativos em um raio de 300 quilômetros de distâncias também é elemento destacado por estes entrevistados.

Os **atrativos culturais**, a **gastronomia** e a **beleza natural do litoral** são outros aspectos que figuram nas menções dos entrevistados como atributos que qualificam ainda mais a capacidade do estado em termos de venda.

3.3.2.2 Elementos que dificultam

O principal elemento que mais dificulta as vendas dos produtos paulistas, na opinião dos entrevistados, é seu **preço**. O alto custo dos serviços no estado dificulta sobremaneira a sua comercialização enquanto destino turístico, sendo este elemento citado como entrave por oito dos entrevistados.

Entre as menções ao preço foi possível identificar-se algumas variações a respeito da abrangência das opiniões dos entrevistados. Quatro deles citaram o preço muito alto como um **problema generalizado**, tanto no custo de transportes, como no setor de hospedagem e demais serviços e atrativos. Um dos operadores, porém, indicou que a questão do preço está relacionada à **negociação de comissionamento** de operadores junto a hotéis, principalmente da capital. Nesse sentido, o mesmo acredita que o uso da Internet como canal de venda direto entre clientes e meios de hospedagem dificulta ainda mais a obtenção de melhores preços. Dois outros operadores vislumbraram que o maior **problema é sazonal**, relacionado à realização de grandes eventos, quando os preços da hotelaria sobem e tornam impeditiva a venda de pacotes para turistas.

Não necessariamente fazendo menção aos preços praticados, mas sim às dificuldades em geral, quatro operadores mencionaram as **difíceis negociações com fornecedores na capital paulista**. Estes afirmam não conseguir obter vantagens junto aos meios de hospedagem da capital ao negociar como operadores, o que acaba por tornar a operação de alguns de seus produtos inviáveis ou pouco competitivos desde o ponto de vista comercial.

A **falta de divulgação dos destinos** do estado, de modo que sua imagem sobrepasse a de um destino de negócios, também é um dos motivos que dificultam a potencialização do turismo estadual na opinião dos operadores consultados. Para estes, apesar do estado possuir diversos atrativos interessantes, estes são desconhecidos do público brasileiro residente em outros estados e até mesmo do público internacional. São Paulo mantém uma imagem de destino exclusivamente de negócios para estes operadores e por este motivo deixa seu potencial sem desenvolver-se de fato.

3.3.3 Segmentos e destinos de destaque

3.3.3.1 Segmentos destacados

Dentre os segmentos mais destacados no turismo do estado de São Paulo existem dois que aparecem de forma mais relevante: o de negócios e o turismo cultural. O **turismo de negócios** foi indicado por dezessete operadores como a primeira opção para definir o segmento mais importante no estado de São Paulo, o que confirma sua posição de definidor da imagem turística paulista. A segunda opção mais mencionada foi o **turismo cultural**, indicado por sete empresas.

O que se observa de fato é que estes dois segmentos figuram de maneira muito intensa entre os entrevistados, não apenas neste ponto específico do roteiro de questionamentos, mas ao longo de suas entrevistas de um modo geral. A relação com os segmentos de negócio e cultura também evidencia cada vez mais a ampla relação estabelecida pelos entrevistados com o turismo realizado na capital paulista, e não no estado como um todo. Em sua visão, a capital é o grande ícone do turismo estadual.

Também relevante nesse cenário, embora em menor escala, é o **turismo de eventos**. Nota-se que as menções fazem referência aos grandes eventos que ocorrem na capital, mas também a eventos tradicionais do interior do estado.

Outro segmento citado é o de **sol e praia**, destacado por atividades turísticas no Guarujá e no litoral norte, principalmente. Citam-se ainda os segmentos de **aventura, saúde** e **hidrotermal,** mencionados cada um por três operadores. Diversos outros segmentos foram citados uma ou duas vezes, mas de modo mais disperso.

Quando questionados sobre se estes segmentos **efetivamente são explorados** na atualidade, dezessete dos entrevistados afirmaram que sim, que os segmentos os quais mencionaram como mais relevantes são explorados de modo adequado.

Alguns deles, contudo, indicaram que certos segmentos não são explorados adequadamente, principalmente porque há um foco demasiado na venda de produtos do segmento de negócios.

A falta de divulgação dos diversos atrativos existentes no estado de São Paulo também é fator ao qual se atribui a não exploração adequada de alguns dos segmentos mencionados.

3.3.3.2 Principais destinos

Durante as entrevistas, os operadores foram estimulados a indicarem os principais destinos paulistas, de forma hierarquizada. O que se observou, no entanto, é que o único destaque de fato ficou para a **cidade de São Paulo**, indicada por dez operadores como o destino com maior potencial turístico do estado.

Dentre os demais destinos citados pelos entrevistados, nenhum se destacou com grande número de indicações. Contudo, alguns deles foram mencionados de forma mais constante, motivo pelo qual serão enumerados neste ponto. O primeiro entre eles é a região do **Litoral Norte**, incluindo menções a Ubatuba e Ilhabela. Outra região importante segundo as citações é o **Circuito das Águas**, principalmente os municípios de Lindóia e Águas de São Pedro. **Campinas** foi outra localidade que apareceu de forma mais constante entre as menções dos entrevistados, sendo destacada por cindo deles como destino relevante em termos de potencialidade turística. **Brotas** e **Campos do Jordão** também receberam menções de cinco entrevistados acerca de seu potencial. Outros destinos mencionados, em menor proporção, foram: Aparecida, Atibaia, Ribeirão Preto e Barretos.

3.4 Considerações sobre a inserção dos produtos paulistas no mercado turístico

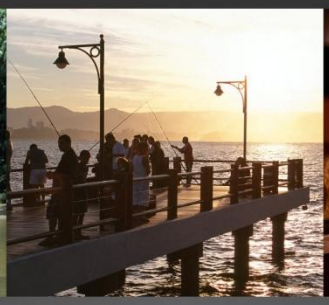
O turismo em São Paulo, segundo as percepções dos entrevistados, tem uma imagem extremamente relacionada aos públicos de negócios e corporativo, e, por consequência, muito focada na capital. A força destas atividades não são aspectos a serem encarados como prejudiciais à dinâmica turística estadual, uma vez que atraem um fluxo constante de turistas, com alto poder de compra que dinamizam cada vez mais o mercado da capital e seus arredores, propiciando a criação e renovação de empreendimentos de hotelaria, alimentação, receptivo turístico, entre outros.

Apesar dos muitos benefícios advindos desse segmento de turismo, sua ocorrência na atualidade acaba por encobrir a visão dos operadores e até mesmo do público final sobre os diversos outros segmentos que podem ser aproveitados, não só na capital, mas também no

interior e litoral do estado. A partir disto, a necessidade de que se estabeleçam novas estratégias de comunicação, buscando abarcar a públicos mais amplos e de interesses diversos, torna-se evidente.

São Paulo tem uma grande vantagem por possuir já desenvolvido serviços de atendimento ao turista de alta qualidade e deve maximizar esse ponto forte. Vale citar ainda outros dois grandes pontos fortes do estado no que diz respeito ao turismo: sua diversidade de variedade de atrativos, localizados nos mais variados ambientes naturais; e o fato de que se trata do principal emissor de viagens no Brasil, que concentra grande parte da demanda turística nacional em seu próprio território.

Em suma, os entrevistados traçam um panorama em que fica evidente o vigoroso potencial turístico do estado, que conta com ótimos serviços e atrativos valorosos, tanto na capital, como no interior e no litoral. Contudo, há a necessidade de que essas características sejam conhecidas do grande público e dos vendedores. Para tal, o melhor caminho é a articulação entre os diversos atores de setor público e privado que compõem a cadeia produtiva da atividade.



Diagnóstico

4. Diagnóstico

O turismo em São Paulo é marcado por uma rica diversidade, com inúmeras possibilidades de segmentação. As várias opções de desenvolvimento atual e potencial do turismo disponíveis, espalhados por todo o território estadual, se por um lado permitem o aproveitamento de inúmeros segmentos, por outro, não contribuem para a formação de uma imagem consolidada do destino São Paulo em nível nacional.

Nesse sentido, os segmentos do turismo paulista parecem ser trabalhados com um enfoque mais classificatório do que mercadológico. Evidentemente, é de grande importância que se associe cada atrativo a um segmento específico. Mas é igualmente desejável que este agrupamento não cerceie as imensas possibilidades de combinações entre segmentos. Mais do que isso, o enfoque classificatório é abrangente, ou seja, abarca todos sem distinção, o que é condizente com a noção comum de justiça.

Contudo, um dos conceitos mais usados associados à estratégia diz respeito à realização de escolhas, dentre as várias possibilidades, para se alcançar objetivo almejado. Seguindo-se essa linha, a construção de uma imagem ligada ao turismo passa, quase que obrigatoriamente, pela priorização de alguns segmentos estratégicos de turismo. Interessante salientar que, num contexto mais geral, São Paulo foi lembrado por distintos atores e até mesmo turistas consultados ao longo dos levantamentos que compuseram o projeto como a "terra do trabalho", um estado industrial e de negócios, visão antagônica à que comumente se associa às atividades de lazer e turismo.

As pesquisas de demanda real, associadas às visitas técnicas em alguns dos municípios de interesse turístico paulistas, mostram um estado em que o turismo é majoritariamente interno e regional. São Paulo é inegavelmente um grande destino turístico feito por paulistas para aproveitamento dos próprios paulistas, o que pode ser comprovado pelo alto percentual de turistas originários do próprio estado entrevistados nas etapas de pesquisa de demanda turística. Ainda com base em dados desta pesquisa, pode-se inferir que cerca de três quartos da demanda turística real de São Paulo estão concentrados em cinco das 26 unidades federativas da nação, todas elas limítrofes ao estado de São Paulo (Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná e Mato Grosso do Sul).

A dinâmica de turismo no estado, além de marcada pelos fluxos intrarregionais, também é bastante influenciada pela capital paulista. A cidade de São Paulo e sua região

metropolitana concentram grande contingente populacional e a maior parcela da demanda estadual por viagens. Dessa forma, os paulistanos são fatia relevante do fluxo turístico estadual e, como consequência, aqueles destinos bem conectados à capital ou mais próximos da mesma, acabam sendo, em geral, os que recebem maiores fluxos de visitantes.

Além de grande polo emissor, a capital paulista também é um dos principais polos receptores de turistas do estado, com destaque incontestável para o turismo de negócios, eventos ligados a negócios e compras. Contudo, é perceptível que o esforço municipal em promover outros segmentos tem gerado resultados positivos. O estabelecimento de um calendário de eventos, bem como a promoção da cidade, a estruturação de uma empresa de turismo, dentre muitos outros fatores têm contribuído para que a cidade de São Paulo venha se firmando cada vez mais como uma referência nacional em shows, entretenimento, lazer e gastronomia.

De modo geral, pode-se concluir que o cenário apresentado é extremamente positivo quanto às potencialidades de desenvolvimento turístico do estado. Questões estruturais básicas como infraestrutura de transporte e indicadores socioeconômicos, em geral, são considerados de boa qualidade em São Paulo. O mesmo ocorre com os serviços e equipamentos turísticos. Quanto aos atrativos turísticos do estado, se por um lado não são grandes vitrines nacionais, por outro possuem um bom apelo regional, com demanda de qualidade distribuída em vários centros regionais do estado. Por fim, o perfil trabalhador e empreendedor, característico do povo paulista, parece completar uma valiosa lista de ingredientes, ainda pouco coesos, mas de imenso potencial.

Equipe Técnica 2011

Governador do Estado de São Paulo: Geraldo Alckmin
Secretario de Turismo do Estado de São Paulo: Marcio França
Secretario Adjunto de Turismo: Claudio Valverde

Presidente da TUR.SP: Claudio Valverde
Diretora de Desenvolvimento do Turismo: Mariana Morato
Gerente de Pesquisa e Planejamento: Priscila Amorim
Equipe Técnica: Ana Cristina Fernandes Clemente, Anderson Patrick de Almeida, Angélica Suemitsu, Guilherme Bastos, Sinara Santos Silva, Yan Torres

Elaborado pela Equipe Técnica da Fundação para o Desenvolvimento das Artes e Comunicação - FUNDAC
Coordenadoras do Projeto: Juliana Bettini, Gabriela Fagliari
Assistentes de coordenação: Alexandre da Silva, César Juliano dos Santos Alves, Diego Mendes, Ewerton Monti, Fernando Yassuo Murata, Marcel Yuji Yomaizumi, Nilton Henrique Peccioli, Paola Pardini Gaeta, Rafael Chequer Bauer, Vinícius de Moraes Razl
Analistas de turismo: Alexandre da Silva, César Juliano dos Santos Alves, Diego Mendes, Ewerton Monti, Fernando Yassuo Murata, Marcel Yuji Yomaizumi, Nilton Henrique Peccioli, Paola Pardini Gaeta, Rafael Chequer Bauer, Vinícius de Moraes Razl
Supervisores de pesquisa de demanda: Ana Cristina Fernandes Clemente; Ana Luísa Guy de Medeiros; Anderson Patrick de Almeida; Atílio Raimundo de Paula; Beatriz Yumi Teixeira Santos; Brenno Vitorino Costa; Bruno Melnic Incao; Cassio Giorgetti; César Roberto Melo Silva; Fernanda Addeu Tucci; Fernando Yassuo Murata; Grislayne Guedes Lopes da Silva; Guilherme Bastos Daniel; Heike Andrea Klemm Duske; Juliana Ribeiro de Lima; Lilian Cristina Menezes; Lucas Martins Guzzo Tonicelli; Luiz Fernando Ayres Placido; Marcelo Yudi Baba; Micheli Regina Umebayashi; Olivia Chiavareto Pezzin; Paola Pardini Gaeta; Rafael Chequer Bauer; Ricardo Kioshi Tajima; Sinara Santos Silva; Thais Helena Franceschini; Vinícius Magnum Santos Rocha; Wanda Moreira Martins Santos.
Entrevistadores quantitativos: Ana Cristina Fernandes Clemente; Anderson Patrick de Almeida; Beatriz Yumi Teixeira Santos; Gizele de Melo Kitani; Grislayne Guedes Lopes da Silva; Guilherme Bastos Daniel; Paulo Tácio Aires Ferreira; Sinara Santos Silva; Talita Carolina Samuel Custodio.
Diagramação: Angélica Suemitsu

Créditos das Imagens

Página 5 (em sentido horário)

Artesanato na Feira Revelando São Paulo - São Paulo - SP
Crédito: Miguel Schincariol

Cavalgada - Brotas - SP
Crédito: Rubens Chiri

Avenida Paulista -São Paulo - SP
Crédito: Andre Stefano

Igreja Matriz do Bom Jesus da Cana Verde - Batatais - SP
Crédito: Rubens Chiri

Balonismo - São Pedro - SP
Crédito: Acervo Banco de Imagens do Estado de São Paulo

Litoral Norte - Ilhabela - SP
Crédito: Acervo Banco de Imagens do Estado de São Paulo

Página 8 (em sentido horário)

Serra da Mantiqueira - SP
Crédito: Acervo Circuito da Mantiqueira

Observatório de Capricórnio - Campinas - SP
Crédito: Acervo Circuito de Ciência e Tecnologia

Morro do Itaraté - São Vicente - SP
Crédito: Acervo Banco de Imagens do Estado de São Paulo

Búgio no PETAR - Iporanga - SP
Acervo Prefeitura Municipal Iporanga

Mongaguá - SP
Crédito: Fred Casagrande

Museu do Futebol - São Paulo - SP
Crédito: José Cordeiro

Página 11 (em sentido horário)

Teatro Municipal - São Paulo - SP
Crédito: Sylvia Masini

Vinhedo – São Roque – SP
Crédito: Miguel Schincariol

Fogão a Lenha - Fazendas Históricas - SP
Crédito: Rubens Chiri

Velas - Ilhabela - SP
Crédito: Miguel Schincariol

Caverna do Diabo - Eldorado - SP
Crédito: Miguel Schincariol

Rafting - Brotas - SP
Crédito: Acervo Banco de Imagens do Estado de São Paulo

Página 49 (em sentido horário)

Cruzeiro - Ilhabela - SP
Crédito: Robert Werner

Festa do Peão de Boiadeiro - Barretos - SP
Crédito: Acervo Os Independentes

Mountaina Bike - Serra da Bocaina - SP
Crédito: Acervo Caminhos da Corte

Museu da Língua Portuguesa - São Paulo - SP
Crédito: Rubens Chiri

Parada Gay - São Paulo - SP
Crédito: Alexandre Diniz

Praia do Boqueirão - Praia Grande - SP
Crédito: Edmilson Lelo

Página 71 (em sentido horário)

Cachoeira dos Quatis (canyoning) - Brotas - SP
Crédito: Rubens Chiri

Monumento às Bandeiras - São Paulo - SP
Crédito: Rubens Chiri

Templo Zu Lai - Cotia - SP
Crédito: Miguel Schincariol

Ilha Porchat - São Vicente - SP
Crédito: Márcio Pinheiro

Bonde na Estação do Valongo - Santos - SP
Crédito: Acervo Banco de Imagens do Estado de São Paulo

Carnaval no Sambódromo do Anhembi - São Paulo - SP
Crédito: Rubens Chiri

Página 84 (em sentido horário)

Museu Paulista - São Paulo - SP
Crédito: Rubens Chiri

Rio da Baía de Castelhanos - Ilhabela - SP
Crédito: Robert Werner

Deck do Pescado na Ponta da Praia - Santos - SP
Crédito: Tadeu Nascimento

Casa do Artesão - Apiaí - SP
Crédito: Miguel Schincariol

Trem da Serra - Campos do Jordão/Sto. Antônio do Pinhal - SP
Crédito: Miguel Schincariol

Santuário Nacional - Aparecida - SP
Credito: Miguel Schincariol

SÃO PAULO. UM ESTADO, MUITOS DESTINOS.

TUR.SP
EMPRESA PAULISTA DE TURISMO E EVENTOS

GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO
Secretaria de Turismo