

PESQUISA

DE DEMANDA TURÍSTICA

2025 - 2028



Análise da Pesquisa de Demanda Turística de Sumaré/SP

2025

Prefeitura Municipal de Sumaré
Prefeito Henrique Stein Sciascio

Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
Cecilia Sousa Teixeira

Conselho Municipal de Turismo de Sumaré (COMTUR)
Presidente Helena Pereira Rosario

Turismóloga Responsável
Juliana Paiola

Coordenador da Pesquisa de Campo
Valter Rodrigues dos Santos

Participantes em campo:
Lucas de Castro Souza, Marcelo Sousa e
Valter Rodrigues dos Santos

Tabulação das pesquisas:
Isadora de Souza Gonçalves e
Caren Camilly Oliveira dos Anjos Rodrigues

Criação dos gráficos e tabulação de dados:
Isadora de Souza Gonçalves

SUMÁRIO

1. Introdução	6
2. Aspectos Metodológicos.....	6
• Objetivo.....	6
• Amostragem.....	6
• Margem de erro.....	7
• Instrumento de coleta.....	7
• Processo de tabulação.....	8
• Período de aplicação.....	9
• Local de coleta.....	9
• Quantidade de pessoas que realizaram a pesquisa de campo.....	9
3. Indicadores de Análise.....	9
• Perfil do turista	9
• Comportamento de consumo	10
• Tempo de permanência	10
• Satisfação e percepção.....	10
• Intenção de retorno e recomendação.....	10
4. Comparabilidade e Consistência.....	11
• Comparabilidade	11
• Consistência	11
5. Análise dos Gráficos	12
Questão 1) Você é morador de Sumaré?	12
Questão 2) Cidade / Estado?	13
Questão 3) Tipo de hospedagem:	14
Questão 4) Quantas noites permaneceu na cidade:.....	15
Questão 5) Meio de transporte principal para chegar à cidade:.....	16
Questão 7) Com quem viajou?	18
Questão 8) Há pessoas com deficiência no grupo?.....	19
Questão 9) Se sim, quantas?	20
Questão 10) Número de acompanhantes por idade?	21
Questão 11) O que influenciou sua decisão de visitar este destino?	22
Questão 12) Gasto total da viagem:	23
Questão 13) Visitou outras cidades na região?	24
Questão 14) Avalie as características da cidade: Hospedagem	25
Questão 14) Avalie as características da cidade: Alimentação.....	26
Questão 14) Avalie as características da cidade: Comércio em geral	27
Questão 14) Avalie as características da cidade: Mobilidade / Transporte	28
Questão 14) Avalie as características da cidade: Sinalização turística.....	29
Questão 14) Avalie as características da cidade: Informações turísticas.....	30
Questão 14) Avalie as características da cidade: Centro de Atendimento ao Turista	31
Questão 14) Avalie as características da cidade: Segurança	32
Questão 14) Avalie as características da cidade: Limpeza da cidade	33
Questão 14) Avalie as características da cidade: Rodovias de acesso	34
Questão 14) Avalie as características da cidade: Postos de gasolina	35

SUMÁRIO (continuação)

Questão 14) Avalie as características da cidade: Acessibilidade para pessoa com deficiência	36
Questão 14) Avalie as características da cidade: Agências de turismo/guias	37
Questão 14) Avalie as características da cidade: Artesanato / souvenirs	38
Questão 14) Avalie as características da cidade: Facilidade de estacionamento	39
Questão 14) Avalie as características da cidade: Hospitalidade dos moradores	40
Questão 15) Quanto a cidade atendeu às suas expectativas?	41
Questão 16) Probabilidade de retornar à cidade?	42
Questão 17) Probabilidade de indicar a cidade para outros:	43
Questão 18) Que palavra resume sua nota anterior?	44
Questão 19) Idade:	45
Questão 20) Sexo:	46
Questão 21) Cor/raça:	47
Questão 22) Renda familiar total: R\$	48
Questão 23) Quantas pessoas dependem dessa renda?	49
Questão 24) Escolaridade:	50
Questão 25) Ocupação:	51
8. Conclusão	58
Resumo executivo em tópicos (SWOT).....	60

1. Introdução

A presente Pesquisa de Demanda Turística, realizada no município de Sumaré em 2025, corresponde à quarta edição do estudo e está sendo oficialmente analisada para fins de apresentação pública. Seu objetivo central é identificar e compreender o perfil turístico local, verificando se o município atende ao papel de fornecer informações estratégicas, úteis e confiáveis para a gestão do turismo. Além disso, busca-se compreender o processo de escolha dos visitantes em relação aos produtos e serviços disponíveis, de modo a orientar a adequação da oferta ao público-alvo, estimulando novos investimentos e fortalecendo a economia local.

O levantamento foi conduzido entre os dias **06 de junho e 12 de julho de 2025**, por meio da aplicação de **390 formulários** junto a turistas e visitantes que estiveram em Sumaré nesse período. As questões abordadas foram elaboradas de forma a **identificar** não apenas **o perfil sociodemográfico e comportamental** do turista, mas também suas **percepções, níveis de satisfação, hábitos de consumo e demandas** durante a estadia na cidade.

Ao reunir e interpretar esses dados, este estudo possibilita uma visão abrangente da realidade do turismo em Sumaré, permitindo compreender quem são os visitantes, como se comportam e quais são suas expectativas. Dessa forma, constitui-se em uma ferramenta estratégica para subsidiar políticas públicas, fomentar a criação de novos atrativos e consolidar a atividade turística como vetor de desenvolvimento econômico, social e cultural para o município.

2. Aspectos Metodológicos

- **Objetivo**

- O intuito dessa pesquisa foi identificar quem é o turista que passou em Sumaré e conhecer suas características:
 - O perfil sócio demográfico: idade, origem, renda, escolaridade;
 - Suas motivações de viagem: lazer, negócios, eventos, visitas familiares;
 - Padrões de consumo: gasto médio, tempo de permanência, meios de transporte e hospedagem;
 - Nível de satisfação com os serviços e atrativos oferecidos pelo destino.

- **Amostragem**

- A quantidade de formulários utilizada foi 390, que poderia ser de 350 a 400 no total, considerando a margem de erro e nível de confiança estatístico, garantindo que os dados reflitam a diversidade do público visitante.

2. Aspectos Metodológicos (continuação)

- **Margem de erro**

- A margem de erro da pesquisa é de aproximadamente $\pm 4,97\%$ com 95% de confiança, sendo:
 - Tamanho da amostra: 390 questionários
 - Tamanho da população: aproximadamente 279.545 habitantes
 - Nível de confiança: normalmente 95% ($Z = 1,96$)
- Fórmula para cálculo a margem de erro com correção para população finita:

$$E = Z \times \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} \times \sqrt{\frac{N-n}{N-1}}$$

1. **Proporção:**

$$\frac{0.5 \times 0.5}{388} = \frac{0.25}{388} \approx 0.0006443$$

2. **Raiz quadrada da proporção:**

$$\sqrt{0.0006443} \approx 0.0254$$

3. **Correção para população finita:**

$$\sqrt{\frac{279545 - 388}{279545 - 1}} = \sqrt{\frac{279157}{279544}} \approx \sqrt{0.9986} \approx 0.9993$$

4. **Margem de erro final:**

$$E = 1.96 \times 0.0254 \times 0.9993 \approx 0.0497$$

- **Instrumento de coleta**

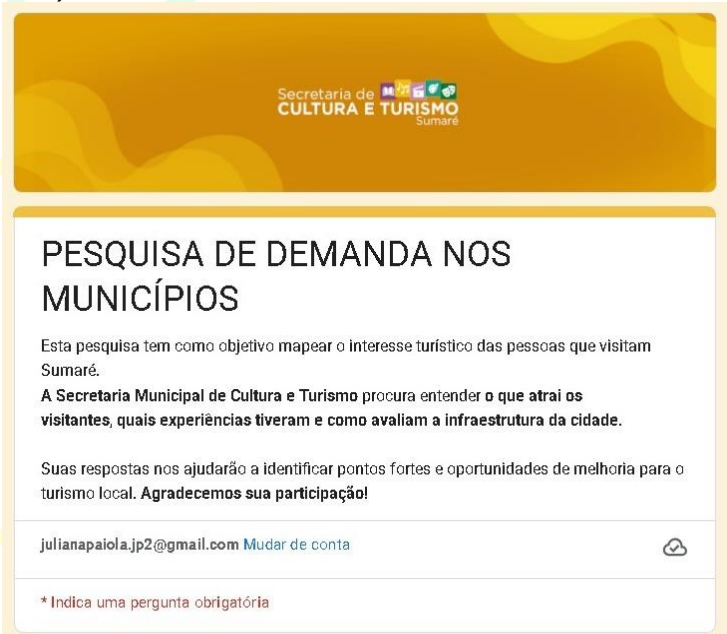
- O questionário da entrevista, foi impresso em papel A4 comum, onde as questões foram formatadas para serem dispostas em apenas uma folha, frente e verso (anexo 1), utilizando uma prancheta;
- Foi usado o **modelo de pesquisa** publicado em março de 2025 pela Secretaria de Turismo e Viagens do Governo do Estado de São Paulo (anexo 1);
- Geramos o Qr-Code e distribuímos e colocamos nos murais dos hotéis e outros locais de grande circulação (anexo 2); conforme figura a seguir:

2. Aspectos Metodológicos (continuação)



- **Instrumento de coleta**

- O Qr-code gerado direciona para o formulário do Google, que é a forma que foram digitadas todas as pesquisas que foram colhidas em campo. Como o formulário tem muitas questões, o Google dividiu em 3 folhas (anexo 3: parte1, 2 e 3).



- **Processo de tabulação**

- A tabulação com total de 390 formulários foi realizada por duas servidoras da Secretaria de Cultura e Turismo:
 - Isadora de Souza Gonçalves e
 - Caren Camilly Oliveira dos Anjos Rodrigues

2. Aspectos Metodológicos (continuação)

- **Período de aplicação**

- A coleta da pesquisa foi feita entre o **dia 06 de junho até o dia 12 de julho**, realizada pelos servidores da Secretaria de Cultura e Turismo.

- **Local de coleta**

- A pesquisa de campo foi realizada nos seguintes locais:
 - Rodoviária de Sumaré;
 - Paço Municipal da Prefeitura de Sumaré;
 - Centro Administrativo de Nova Veneza;
 - Nos 7 hotéis: Fildi Hotel, Hotel Jaguar, Hotel Marfim, Hotel Marcan, Hotel Santa Rita, Hotel Tangará e Hotel Menegon.
 - Evento: Arraiá (Festa Junina Promovida pela Prefeitura Sumaré)
 - Pesqueiros: Ponte Funda e Pesqueiro Ademair

- **Quantidade de pessoas que realizaram a pesquisa de campo**

- Foram designadas 3 pessoas, que são servidores da Secretaria de Cultura e Turismo:
 - Lucas de Castro Souza
 - Marcelo Sousa
 - Valter Rodrigues dos Santos
- Os participantes receberam orientações de como trabalhar de forma integrada para abordar os turistas.

3. Indicadores de Análise

- **Perfil do turista**

- As questões que definiram o perfil do turista foram:
 - **02, 06, 11, 19, 20, 21, 22, 23, 24 e 25:**
 - 2) Cidade/Estado
 - 6) Motivo principal da viagem
 - 11) O que influenciou sua decisão de visitar este destino?
 - 19) Idade
 - 20) Sexo
 - 21) Cor/raça
 - 22) Renda familiar total
 - 23) Quantas pessoas dependem dessa renda?
 - 24) Escolaridade
 - 25) Ocupação

3. Indicadores de Análise (continuação)

- **Comportamento de consumo**

- As questões que definiram comportamento de consumo do turista foram:
 - **03, 05, 07, 08, 09, 10 e 12:**
 - 3) Tipo de hospedagem
 - 5) Meio de transporte principal para chegar à cidade
 - 7) Com quem viajou?
 - 8) Há pessoas com deficiência no grupo?
 - 9) Se sim, quantas?
 - 10) Número de acompanhantes por idade:
 - 12) Gasto total da viagem

- **Tempo de permanência**

- As questões que definiram o tempo de permanência do turista foram:
 - **04 e 13:**
 - 4) Quantas noites permaneceu?
 - 13) Visitou outras cidades na região?

- **Satisfação e percepção**

- As questões que definiram a satisfação e percepção do turista foi a:
 - **Questão 14:**
 - 14) Avalie as características da cidade (1 = pior, 5 = melhor):

- **Intenção de retorno e recomendação**

- As questões que definiram a intenção de retorno e recomendação do turista foram:
 - **15, 16, 17 e 18:**
 - 15) Quanto a cidade atendeu às suas expectativas?
 - 16) Probabilidade de retornar à cidade:
 - 17) Probabilidade de indicar a cidade para outros:
 - 18) Que palavra resume sua nota anterior?

4. Comparabilidade e Consistência

- **Comparabilidade**

- Sumaré participou da elaboração do Plano Diretor Regional de Turismo da Região Bem Viver (Americana, Campinas, Elias Fausto, Hortolândia Nova Odessa e Santa Barbara D'Oeste) no ano de 2019;
- O PDT foi realizado em parceria com o SENAC-Americana;
- E a pesquisa de demanda regional foi realizada apenas pelas seguintes cidades:
 - Americana: 160, Campinas: 262, Elias Fausto: 3, Nova Odessa: 16 e Sumaré 91 formulários.

- **Consistência**

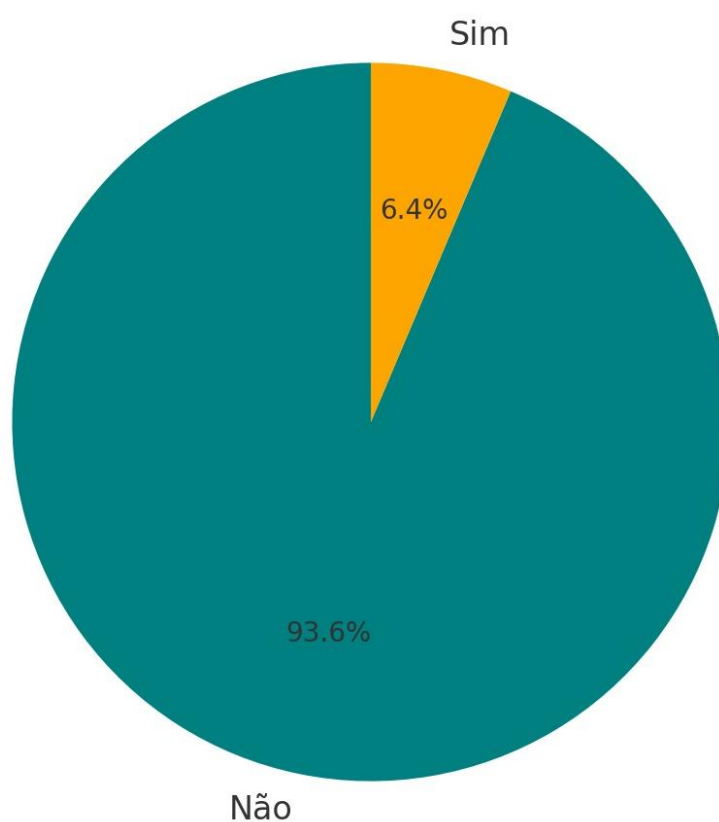
- Os dados identificados na pesquisa de 2025 é o mesmo identificado na pesquisa realizada em 2019, pela Região Turística Bem Viver.
- O perfil identificado pela RT Bem Viver na pesquisa é o Turismo forte em NEGÓCIOS, que está presente na RMC (Região Metropolitana de Campinas).

5. Análise dos Gráficos

Os gráficos a seguir seguem a ordem das questões do formulário utilizado na Pesquisa.

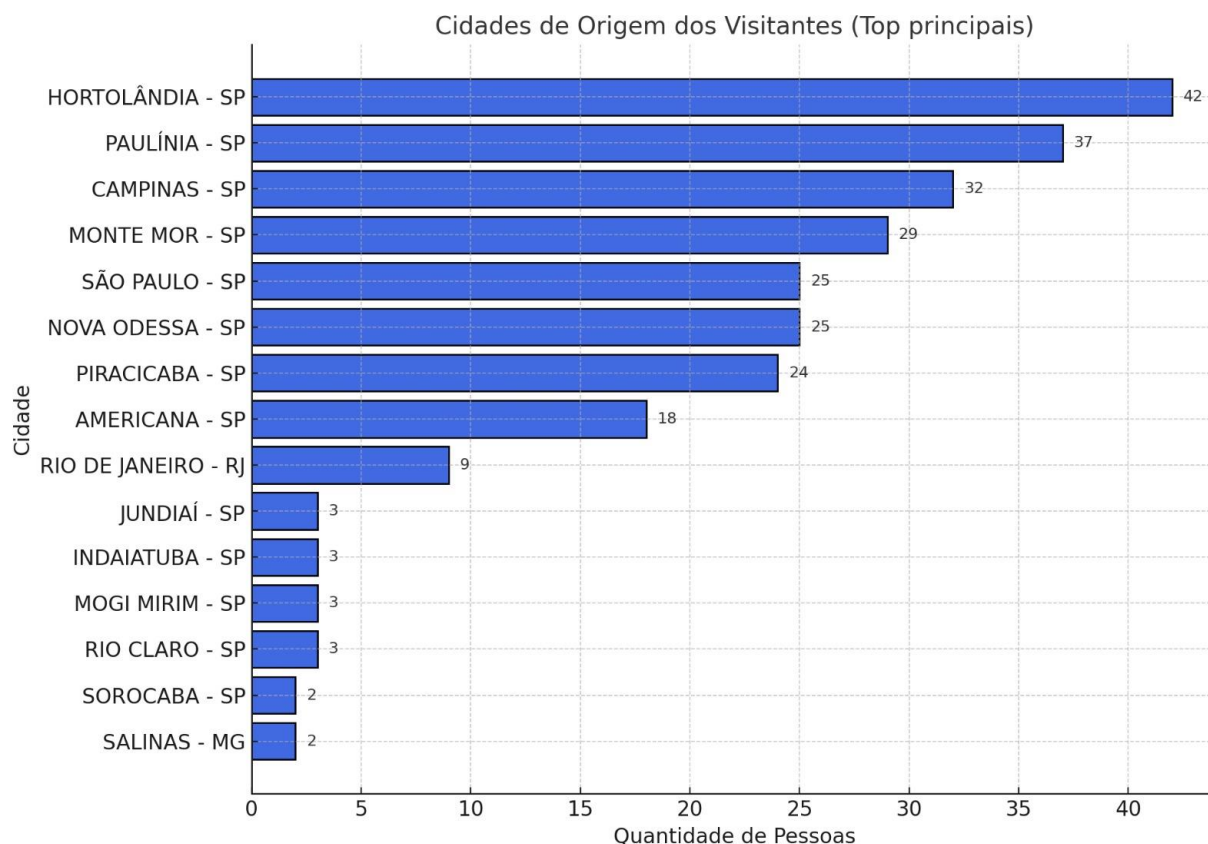
Questão 1) Você é morador de Sumaré?

Você é morador da cidade de Sumaré?



- Essa questão definiu as pessoas abordadas em campo, se poderiam participar da pesquisa ou não.
- Se são moradores de Sumaré, a pesquisa termina.
- Se não são moradores, a pesquisa continua.
- E neste caso **93,6%** das pessoas abordadas, de **390 formulários**, não eram de Sumaré.

Questão 2) Cidade / Estado?



- O gráfico acima, mostra a cidade de origem dos turistas, onde os dados foram **ajustados em números inteiros** para otimizar a análise das informações,
- E é possível observar que a maioria dos visitantes **são da Região Metropolitana de Campinas (RMC) e cidades mais próximas (257 dos entrevistados)**, e os demais entrevistados são provenientes de outras cidades e estados.

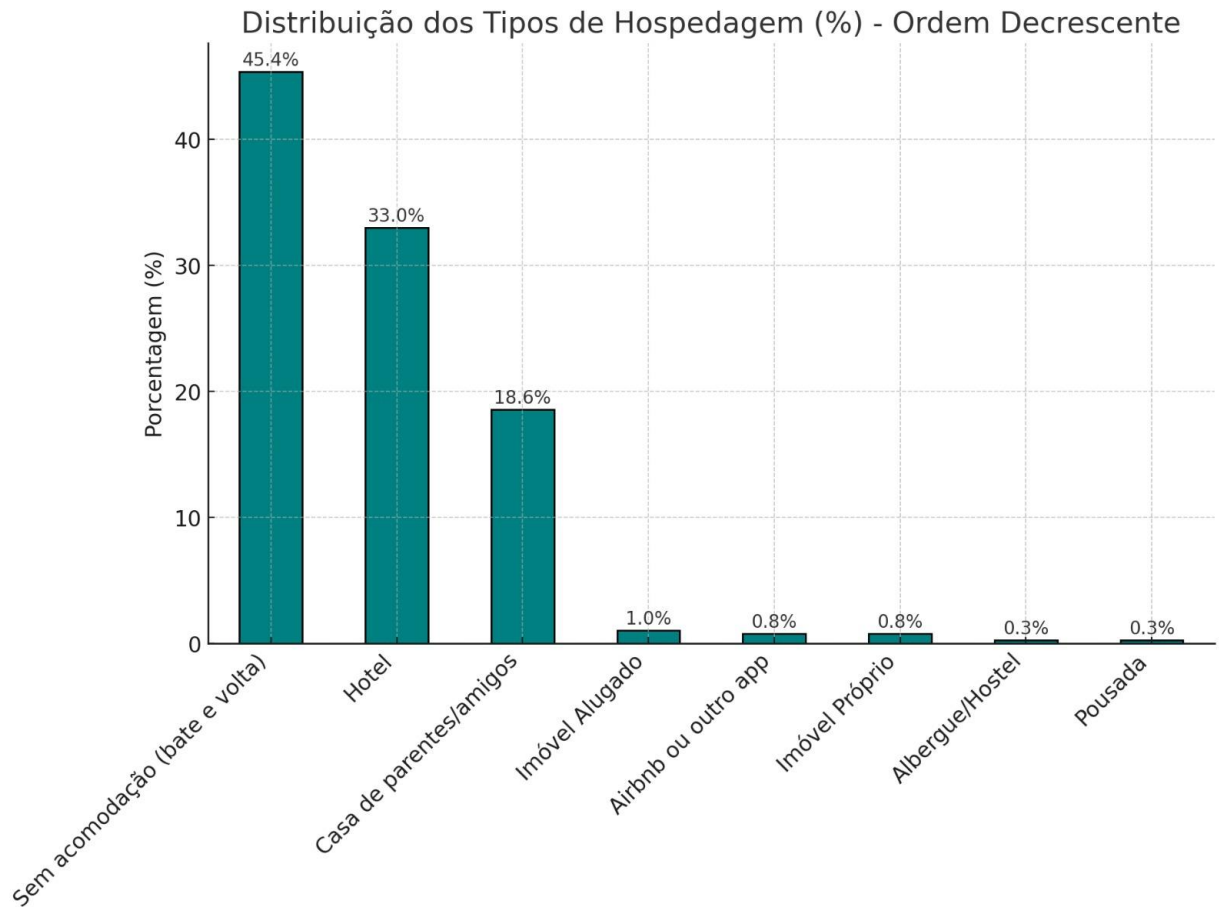
Pessoas de municípios que visitaram Sumaré, apenas uma vez temos 133, que são:

MG - Alfenas, Alvinópolis, Alterosa, Bueno Brandão, Betim, Formiga, Jacutinga, Mariana, Teófilo Otoni; **RJ** - Rio de Janeiro, Duque de Caxias, Madureira, Magé;

SP - Águas de São Pedro, Agudos, Araçatuba, Ribeirão Preto, São José do Rio Preto, Barueri, Boituva, Capivari, Guarulhos, Holambra, Ibitinga, Araras, Caieiras, Cosmópolis, Assis, Lins, Martinópolis, Dracena, Osasco, São João da Boa Vista, Salto, Santos, São Carlos, Tupã, Ubatuba, Suzano, Tambaú, Taubaté; **AM** - Coari, Jutai, Manacapuru, Tefé; **ES** - Vitória; **BA** - Ilhéus, Paripiranga; **CE** - Canindé, Juazeiro do Norte, Iguatu, Sobral; **GO** - Rio Verde, Goianésia, Senador Canedo; **MT** - Várzea Grande; **RS** - Pelotas, Caxias do Sul, Tramandaí; **RS** - Santa Maria; **PR** - Londrina; **SC** - Jaraguá do Sul.

- Sumaré recebe predominantemente visitantes de **cidades vizinhas da RMC**, com destaque absoluto para Hortolândia, Paulínia e Campinas. O turismo de maior alcance (capital paulista e outros estados) ainda é pontual, reforçando o caráter **regional e funcional** da cidade como destino turístico.

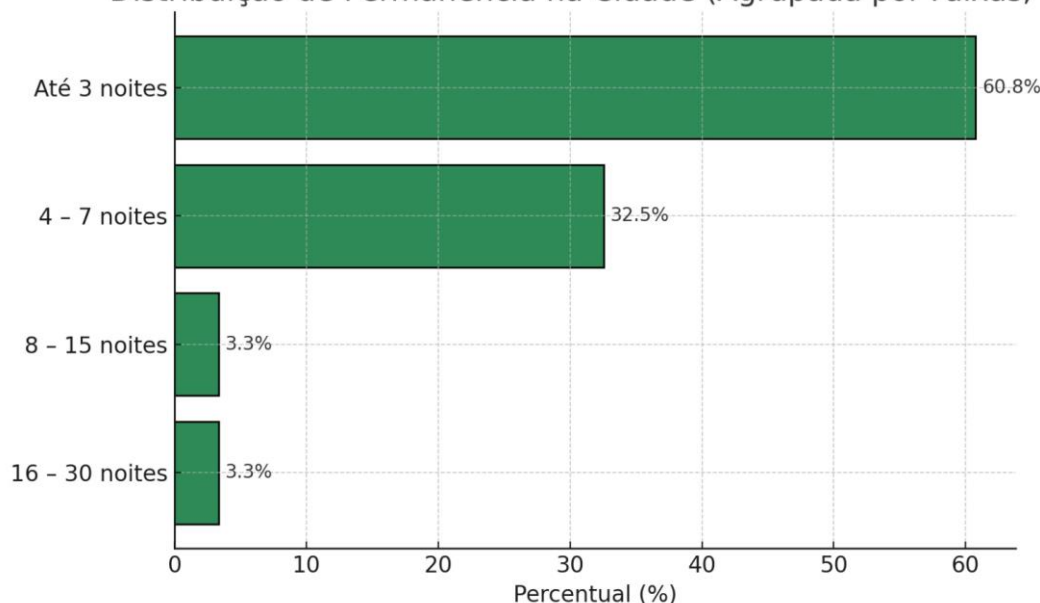
Questão 3) Tipo de hospedagem:



- A análise dos dados sobre os meios de hospedagem aponta que, das três respostas com maior relevância:
 - **45,4% dos visitantes não se hospedaram** (ficaram apenas um dia);
 - **33% se hospedaram em hotéis;**
 - **18,6% ficaram em casa de parentes e/ou amigos.**
- Chegando ao total de **97%** e o restante soma **3%**.
- Este gráfico nos mostra claramente a baixa permanência dos turistas na cidade, de **45,4%** dos visitantes não se hospedam e passam o dia para trabalhar ou para lazer e depois vão embora porque são pessoas que moram nas cidades vizinhas, e **33%** se hospedam e **ficam poucos dias, até 5 dias em média.**

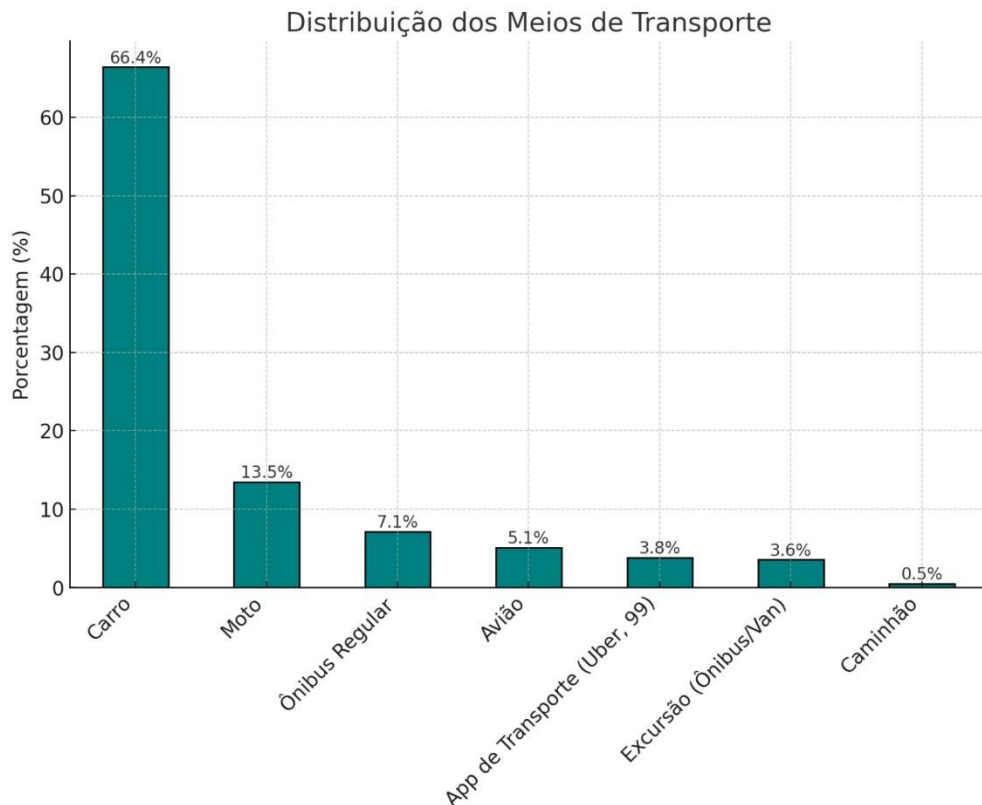
Questão 4) Quantas noites permaneceu na cidade:

Distribuição de Permanência na Cidade (Agrupada por Faixas, %)



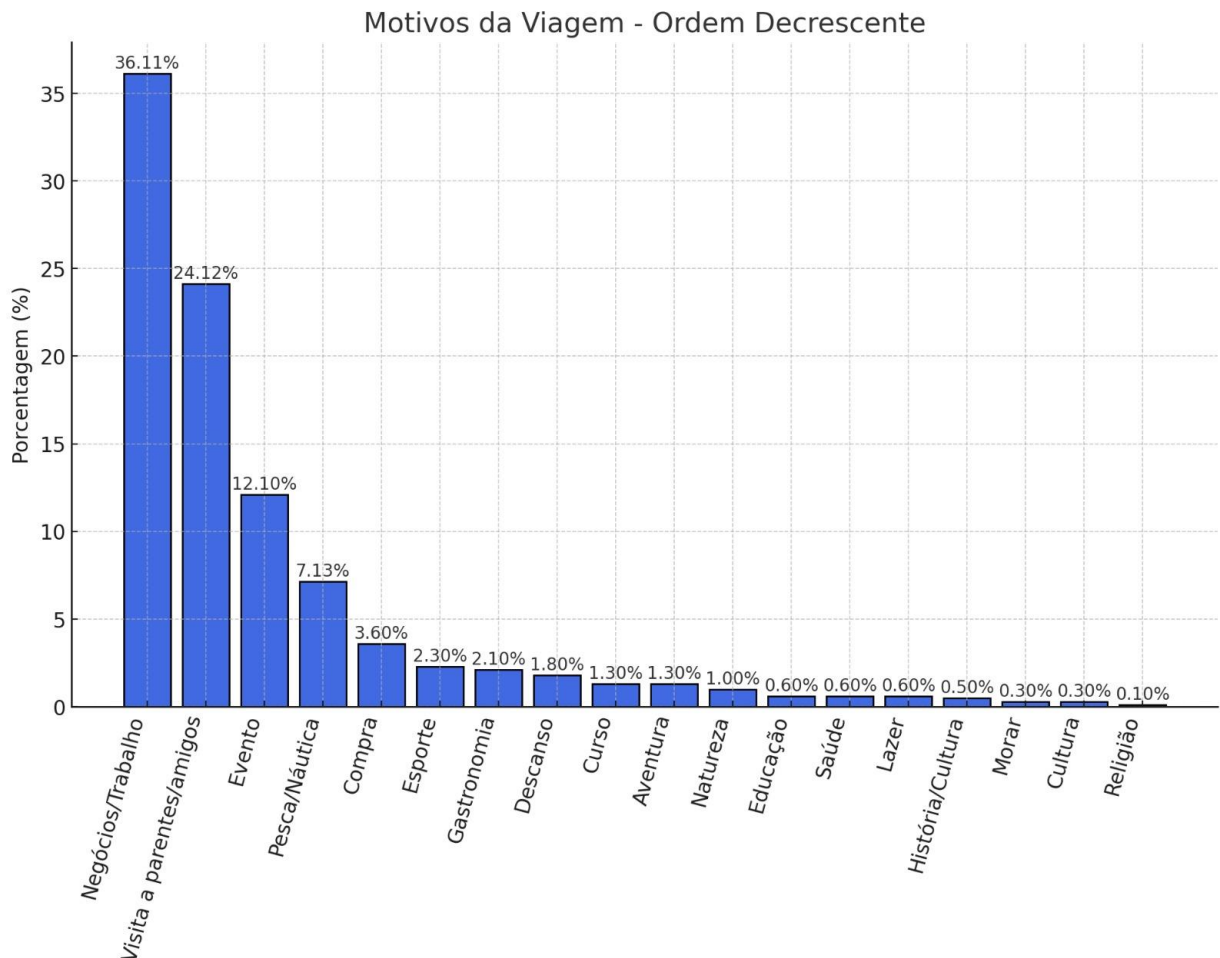
- Pode-se verificar no gráfico acima que:
 - A curta permanência, até **3 noites de 60,8%**: com a maioria absoluta dos turistas que fica pouco tempo na cidade, revela que **Sumaré é um destino de passagem** ou de estadias rápidas. Isso pode estar **associado a viagens de negócios, compromissos específicos ou visitas familiares**, mais do que ao turismo de lazer prolongado.
- Média permanência, de **4 a 7 noites de 32,5%**:
 - Uma parcela significativa permanece por quase uma semana, o que pode estar relacionado a eventos corporativos, cursos e trabalhos temporários.
- A longa permanência: de 8 a 15 noites e 16 a 30 noites corresponde a **3,3%** cada:
 - Muitos poucos visitantes permanecem por longos períodos, o que mostra que Sumaré ainda não se configura como destino turístico de longa estadia.
- O padrão de permanência curta reforça a ideia de que Sumaré é **mais atrativa para turismo de negócios e compromissos pontuais** do que para lazer.
- **Pontos fortes:** Capacidade de atrair visitantes recorrentes para estadias curtas, possivelmente ligadas ao setor empresarial.
- **Fragilidade:** Baixa taxa de permanência prolongada, o que limita o impacto econômico do turismo na cidade.

Questão 5) Meio de transporte principal para chegar à cidade:



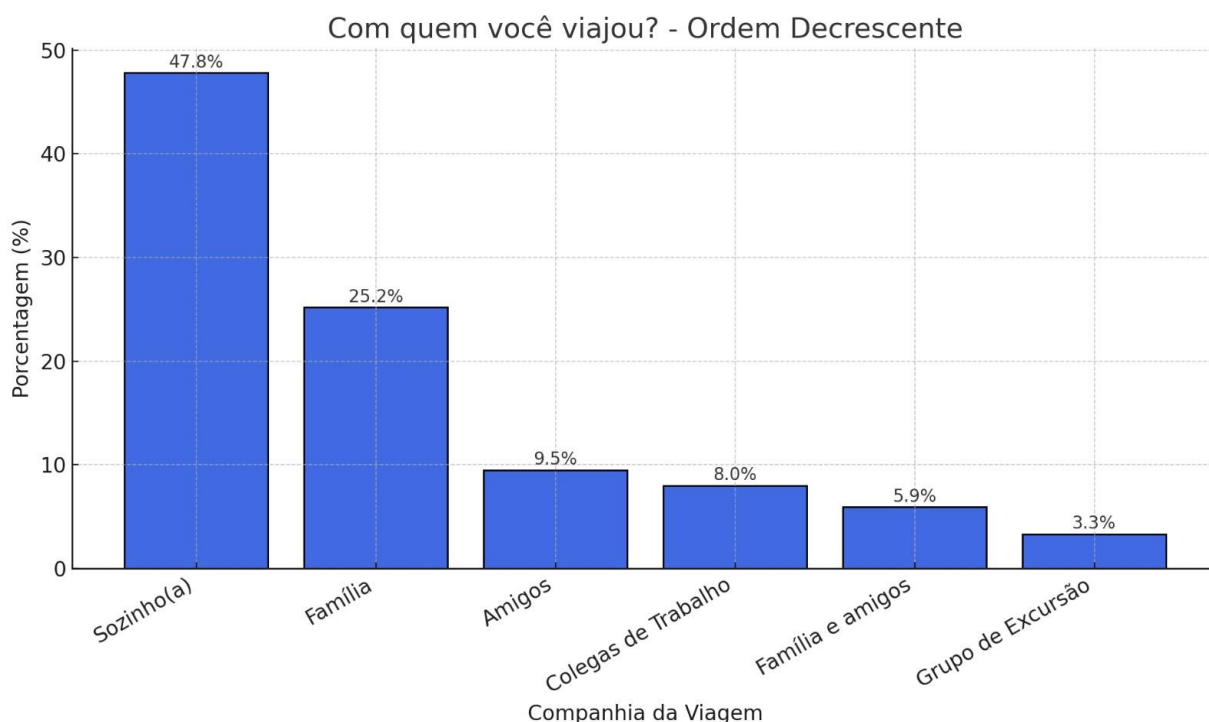
- Analisando as três respostas de maior relevância, temos:
 - **66,4% carro;**
 - **13,5% moto;**
 - **7,1 % ônibus regular.**
- Através do mapeamento foi apontado que a maioria dos visitantes utilizam o transporte rodoviário individual de carro (**66,4%**).
- Os menos utilizados são: caminhão, excursão e aplicativo e transporte aéreo.
- As Rodovias: Anhanguera, Dom Pedro e Bandeirantes, são o principal meio utilizado para a visitação do município de Sumaré. Lembrando que as rodovias do Estado de São Paulo são as melhores do Brasil, e recentemente a Rodovia Anhanguera no trecho de Sumaré foi toda recapeada.

Questão 6) Motivo principal da viagem:



- Um ponto importante para compreensão do perfil dos turistas é a sua motivação, que pode ser bem diversificada, porém é possível agrupá-las em segmentos em comum.
- Através do gráfico acima, observa-se um expressivo percentual que aponta Sumaré, como **importante roteiro de negócios**, com a taxa de **36,11% para negócios e trabalho**.
- Dentro das quatro respostas de maior relevância temos:
 - **36,11%** Negócios/Trabalho **24,12%** Visita a parentes
 - **12,10%** Eventos **7,13%** Pesca
- **IMPORTANTE:** Vale lembrar que não foram computados nessa pesquisa, a “Estância Árvore da Vida” que recebe por volta de 200.000 pessoas por ano para eventos;
- Ressaltamos que nos pesqueiros podemos encontrar pessoas de Sumaré e de fora da cidade, e que durante a semana encontramos o foco maior para pesca e tranquilidade no local, e nos finais de semana, os pesqueiros são destino para desfrutar a gastronomia local, como por exemplo o **Pesqueiro Ademar, recebem por volta de 3.000 pessoas** por semana, sendo fluxo maior nos finais de semana, eles criam seu próprio peixe e também desenvolveram uma porção especial de chips de pele de tilápia que é fantástica! Os outros pesqueiros têm seus atrativos singulares, mas conquistam seus clientes também pela gastronomia local e pelas suas lagoas e áreas verdes.

Questão 7) Com quem viajou?



➤ Tratando da forma como o turista viaja, é possível observar que a opção de **viajar sozinho tem expressivo percentual de 47,8%**, sendo a opção da maioria dos entrevistados. Provavelmente porque são pessoas que estão a negócios ou a trabalho.

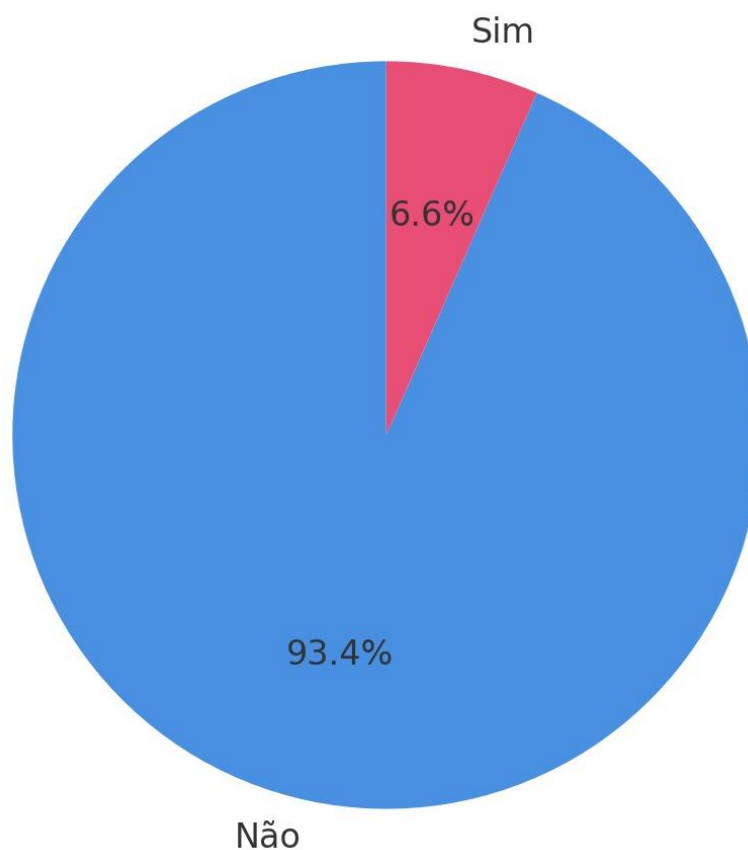
➤ Entre o perfil de maior relevância, temos:

- **47,8% viajam sozinhos;**
- 25,2% viajam em família;
- 9,5% viajam com amigos;
- 8% viajam com colegas de trabalho;
- 10% as outras opções.

➤ Interessante ressaltar que **47,8%** viajam sozinhos e a somatória restante atinge **53,5%**, que são pessoas que viajam acompanhadas.

Questão 8) Há pessoas com deficiência no grupo?

No seu grupo há pessoas com alguma deficiência?

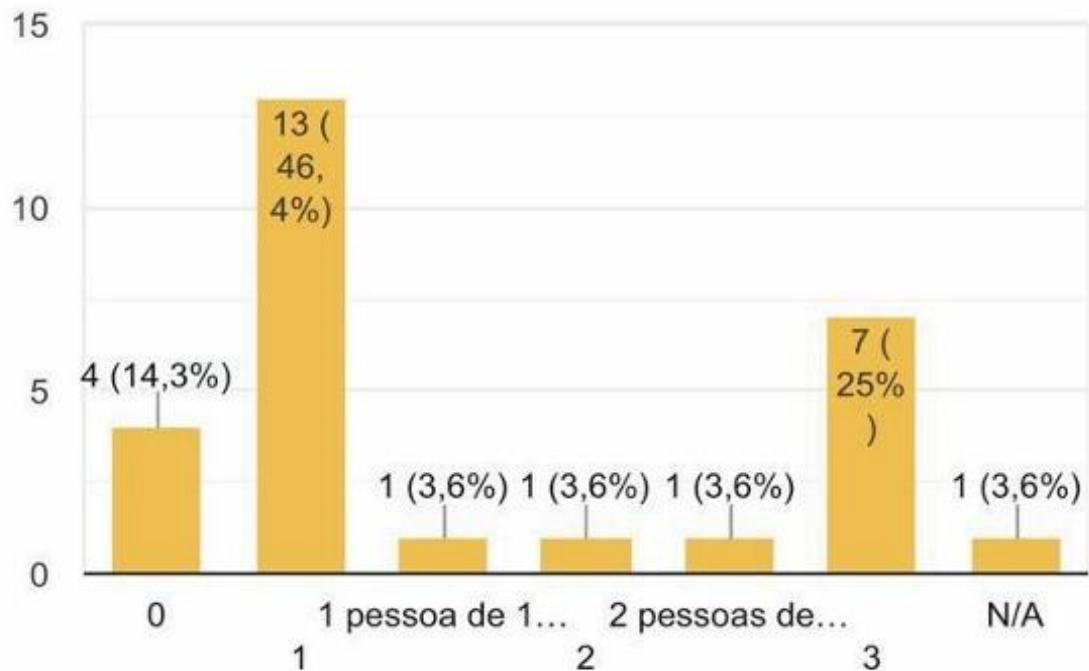


- Neste gráfico, que mostra a proporção de respostas entre duas opções:
 - **93,4% (azul) não estava acompanhado de pessoas com deficiência;**
 - **6,6% (vermelho)**
- Podemos ver que a grande maioria dos grupos de turistas com **93,4%**, não acompanha pessoas com deficiência, e apenas **6,6%** dos grupos afirmaram ter pelo menos uma pessoa com alguma deficiência.
- Esse dado pode ser um indicativo importante para o futuro planejamento de políticas de acessibilidade no turismo da cidade.

Questão 9) Se sim, quantas?

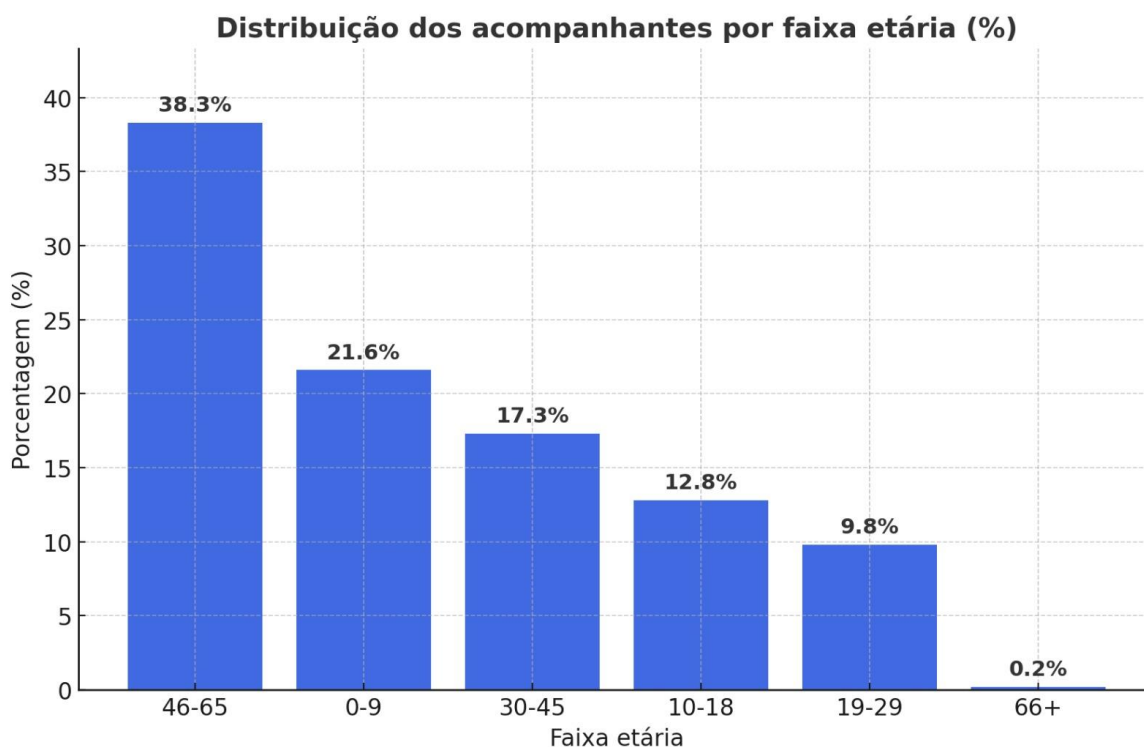
Se sim, quantas?

28 respostas



- Este gráfico nos mostra que apenas **28 pessoas** responderam essa questão, e que estavam acompanhados com pessoas portadoras de deficiência (física, motora ou intelectual).
- A maior parte dos respondentes, **46,4%**, indicou que estava acompanhada por 1 pessoa com deficiência física.
- O segundo maior grupo de **25%**, relatou estar com 3 pessoas com deficiência física. Lembrando que **25%** em relação às **28 pessoas** que responderam esta questão.
- Há também um pequeno número de grupos com 2 pessoas ou respostas incompletas/inconsistentes.
- A opção "N/A" (não aplicável) também apareceu uma vez (3,6%).

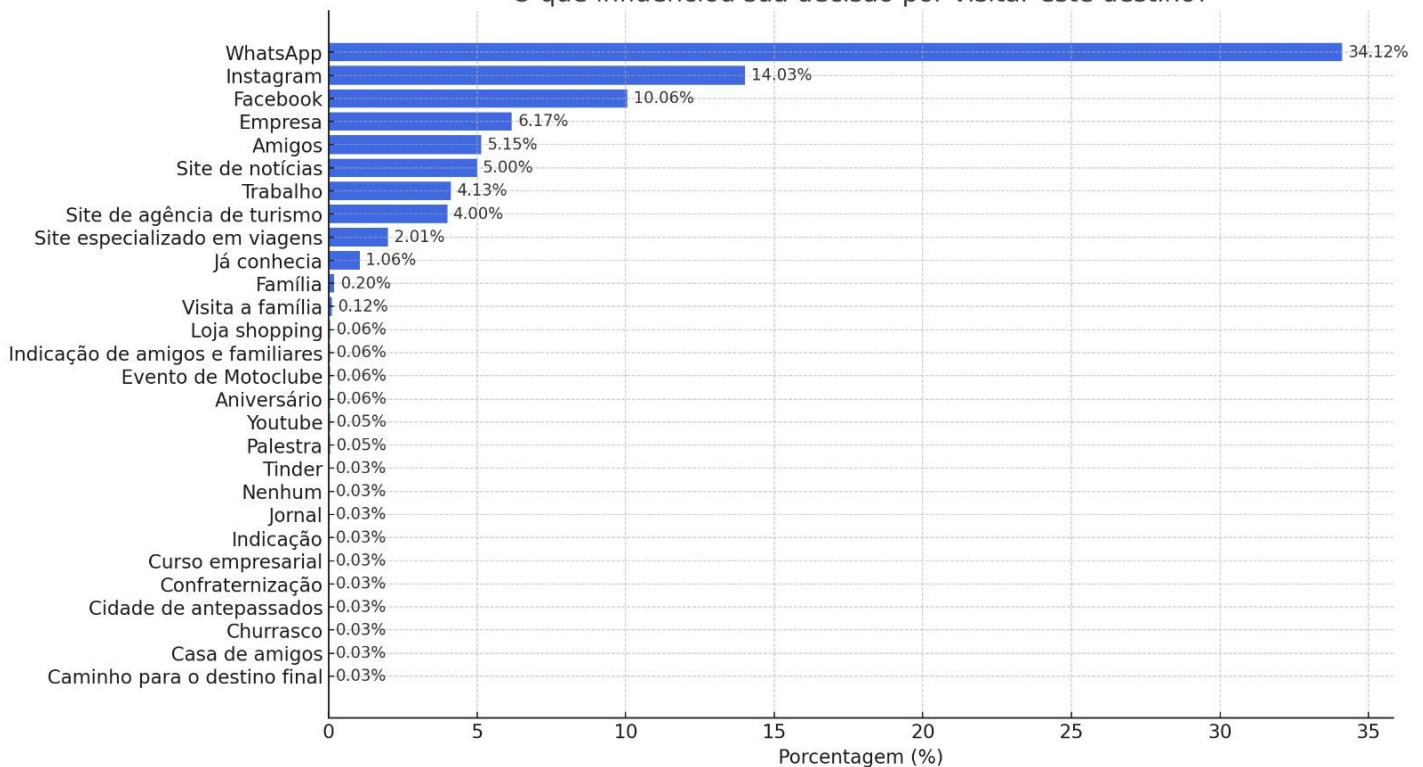
Questão 10) Número de acompanhantes por idade?



- Este gráfico nos mostra claramente que a **faixa etária mais comum entre os acompanhantes é de 46 a 65 anos**, com **38,3%**, o que indica que muitos visitantes estão acompanhados por pessoas de meia idade.
- A segunda maior presença é de crianças de **0 a 9 anos (21,6%)**, o que pode indicar **viagens em família**, com filhos pequenos.
- Grupos com acompanhantes de **30 a 45 anos (17,3%)** e **10 a 18 anos (12,8%)** também aparecem com alguma frequência.
- Jovens adultos (19 a 29 anos) aparecem com **9,8%**, enquanto idosos acima de 66 anos são raros, com apenas 0,2%, o que pode indicar:
 - **Dificuldade de locomoção para essa faixa etária;**
 - **Falta de estrutura acessível;**
 - **Ou menor interesse desse público pelo turismo em Sumaré.**
- Podemos concluir que os dados mostram que a maioria dos acompanhantes são **adultos maduros e crianças**, o que reforça a necessidade de **estrutura turística adaptada para famílias multigeracionais**.
- A presença significativa de crianças (0-9) também sugere que **atrações familiares ou infantis** são importantes para a cidade.

Questão 11) O que influenciou sua decisão de visitar este destino?

O que influenciou sua decisão por visitar este destino?



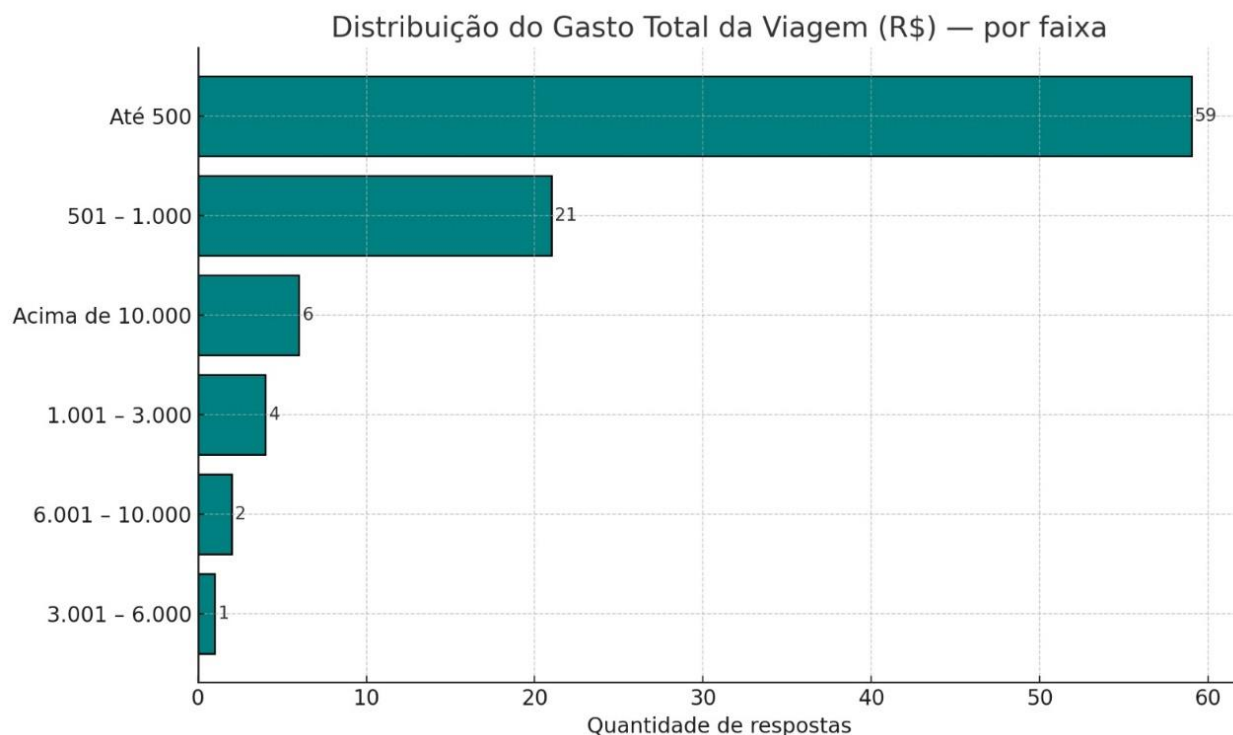
➤ Os principais resultados são:

- **WhatsApp (34,12%)** - É disparado o principal meio de influência, mostrando que **a comunicação direta e pessoal** é a maior forma de motivação. Indica que o **boca a boca digital** é mais relevante do que campanhas institucionais;
- **Redes sociais: Instagram (14,03%) e Facebook (10,06%)** - Juntas, representam **24,09%**, evidenciando que a decisão do turista está fortemente ligada à presença digital e ao conteúdo visual sobre Sumaré;
- **Influência corporativa: Empresa (6,17%) e Trabalho (4,13%)** - Mostram que viagens a negócios também influenciam bastante, o que está alinhado ao perfil de Sumaré como cidade industrial e polo de serviços;
- **Amigos (5,15%) e Família (2,01%)** - O fator pessoal/social também aparece como importante, embora em menor escala que as redes digitais.
- **Visitas familiares (1,12%) e já conhecer a cidade (1,06%)** também têm peso, ainda que baixo.
- **Outros fatores menores (abaixo de 1%).**

➤ Podemos concluir que o turista que visita Sumaré é fortemente impactado por canais digitais e interpessoais, mais do que por campanhas formais de turismo. As redes sociais, em especial o **Instagram**, são determinantes para a imagem da cidade.

➤ O peso de empresas e trabalho confirma o perfil de turismo ligado a **negócios e compromissos profissionais**, e não prioritariamente de lazer.

➤ O baixo impacto de sites especializados em viagens e agências de turismo sugere que **Sumaré ainda não é vendida como destino turístico estruturado**. Até porque não possui Agências de receptivo, que vendem Sumaré. É raro encontrar cidade na RMC com agência de Receptivo.

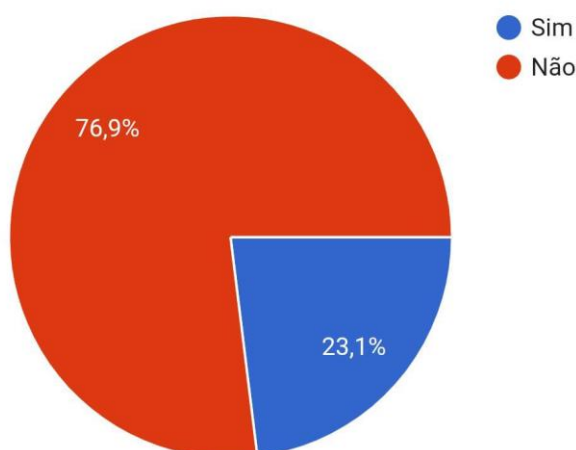
Questão 12) Gasto total da viagem:

- Os gastos dos turistas estão diversificados, e não gastam muito porque a maioria fica apenas um dia. **Apenas 91 pessoas** responderam essa questão. Pode ser que as pessoas preferem não responder essa questão, por que expõe suas rendas.
- De acordo com o gráfico, podemos entender que:
 - **59 pessoas** gastaram até 500 reais por dia;
 - **21 pessoas** gastaram de 500 até 1.000 reais;
 - **6 pessoas** gastaram de 1.001 a 3.000 reais;
 - **1 pessoa** gastou de 3.001 a 6.000 reais;
 - **2 pessoas** gastaram de 6.001 a 10.000 reais.
- O perfil predominante é de **viagem de baixo custo e curta duração**, reforçando o caráter de Sumaré como destino voltado a **negócios rápidos ou visitas breves**.
- O fato de a maior parte gastar **até R\$ 500** sugere que muitos turistas não utilizam hospedagem formal (possivelmente ficam em casa de amigos/familiares ou vêm para compromissos de apenas um dia).
- A existência de um pequeno grupo que gasta acima de R\$ 10.000 mostra que há **potencial para atrair visitantes de maior poder aquisitivo**, mas isso ainda não é consolidado.

Questão 13) Visitou outras cidades na região?

Você visitou outras
cidades na região?

373 respostas



➤ Dada a importância do posicionamento não só de um município, mas também da **Região Turística Bem Viver** que Sumaré faz parte, foi indagado aos turistas se visitaram outras cidades na região.

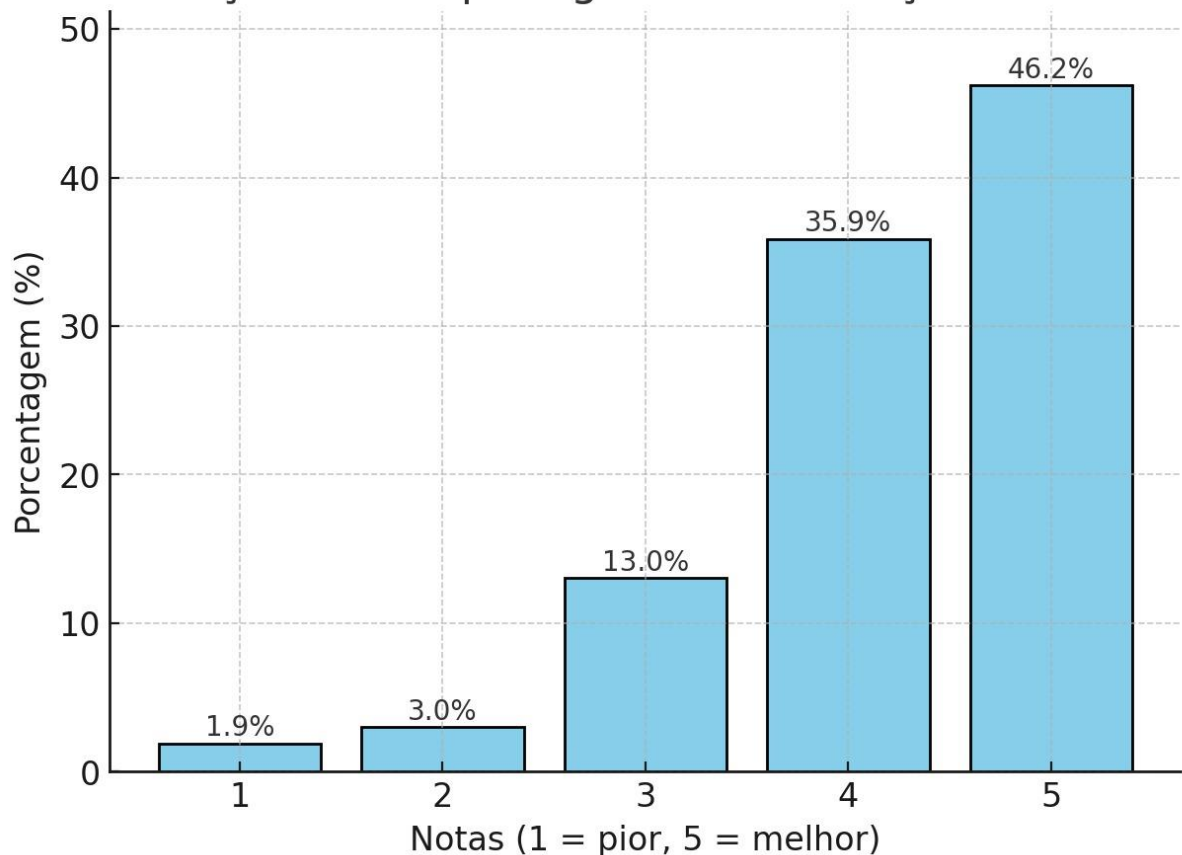
➤ Conforme apresentado no gráfico acima, **76,9%** das pessoas responderam que não visitaram outros municípios e tinham foco apenas para Sumaré.

➤ **23,1%** respondeu que visitou outros municípios, além de Sumaré.

23,1% Visitaram Sumaré e também:

Americana; **Americana e Campinas**; Americana e Nova Odessa; **Americana, Campinas e Vinhedo**; Americana, Campinas, Hortolândia; **Americana, Campinas, Hortolândia, Monte Mor, Nova Odessa e Santa Bárbara D'Oeste**; Americana e Santa Bárbara D'Oeste; **Americana, Jundiaí, Santa Bárbara do Oeste, Sorocaba e Valinhos**; Americana, Campinas, Paulínia e Santa Bárbara D'Oeste; **Americana, Nova Odessa e Santa Bárbara D'Oeste**; Americana, Limeira, Nova Odessa e Paulínia; **Arthur Nogueira e Campinas**; Americana, Campinas, Hortolândia, Monte Mor, Nova Odessa e Santa Bárbara; **Campinas**; Campinas, Jundiaí e Vinhedo; **Campinas, Cosmópolis, Hortolândia e Limeira**; Campinas, Monte Mor, Nova Odessa, Paulínia, Piracicaba e Santa Bárbara d'Oeste; **Campinas e Indaiatuba**; Campinas, Hortolândia, Nova Odessa, Paulínia e Santa Bárbara; **Campinas, Hortolândia e Paulínia**; Campinas e Paulínia; **Hortolândia e Paulínia**; Hortolândia, Monte Mor, Nova Odessa e Paulínia; **Hortolândia e Nova Odessa**; **Jaguariúna, Pedreira e Serra Negra**; Limeira; **Nova Odessa**; Paulínia; **Hortolândia e Nova Odessa e Paulínia**

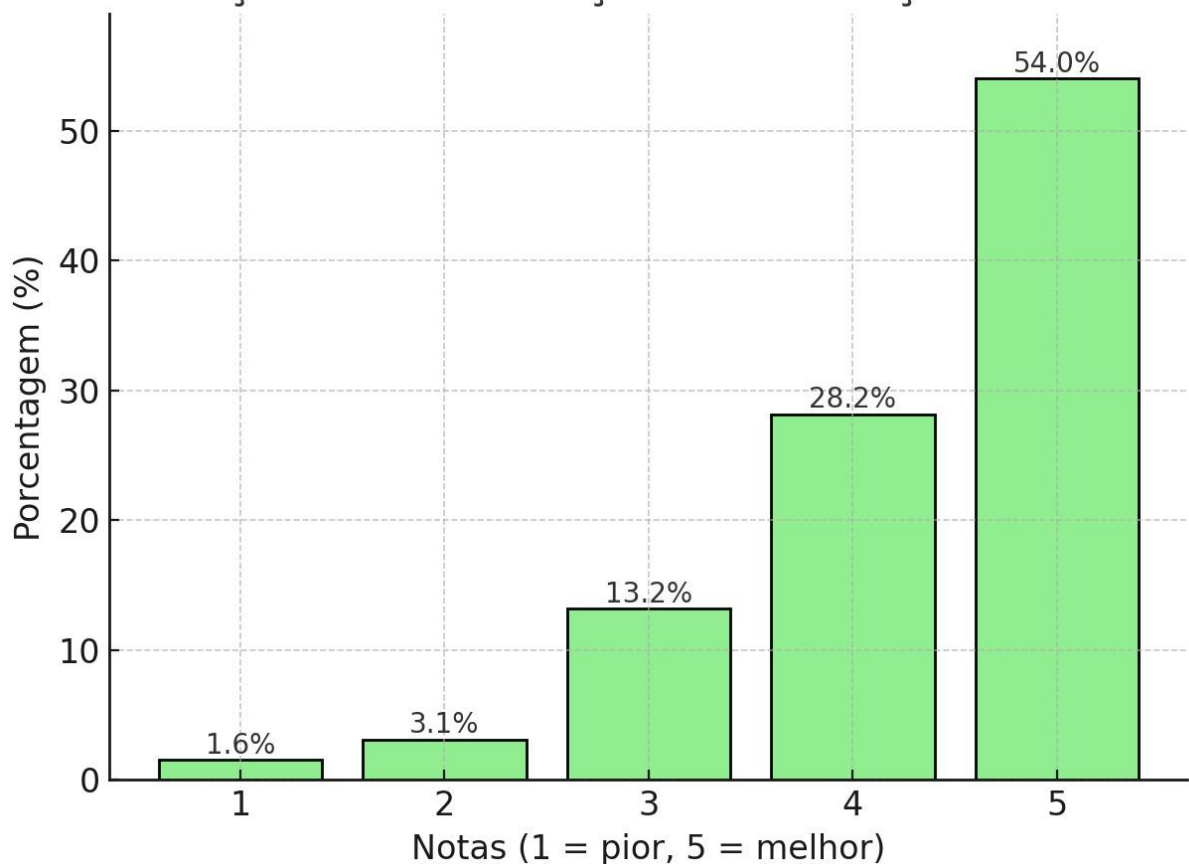
➤ A estatística acima apresenta a relação das cidades visitadas dentro do período de captação da pesquisa de demanda.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Hospedagem**Avaliação de Hospedagem - Distribuição das Notas**

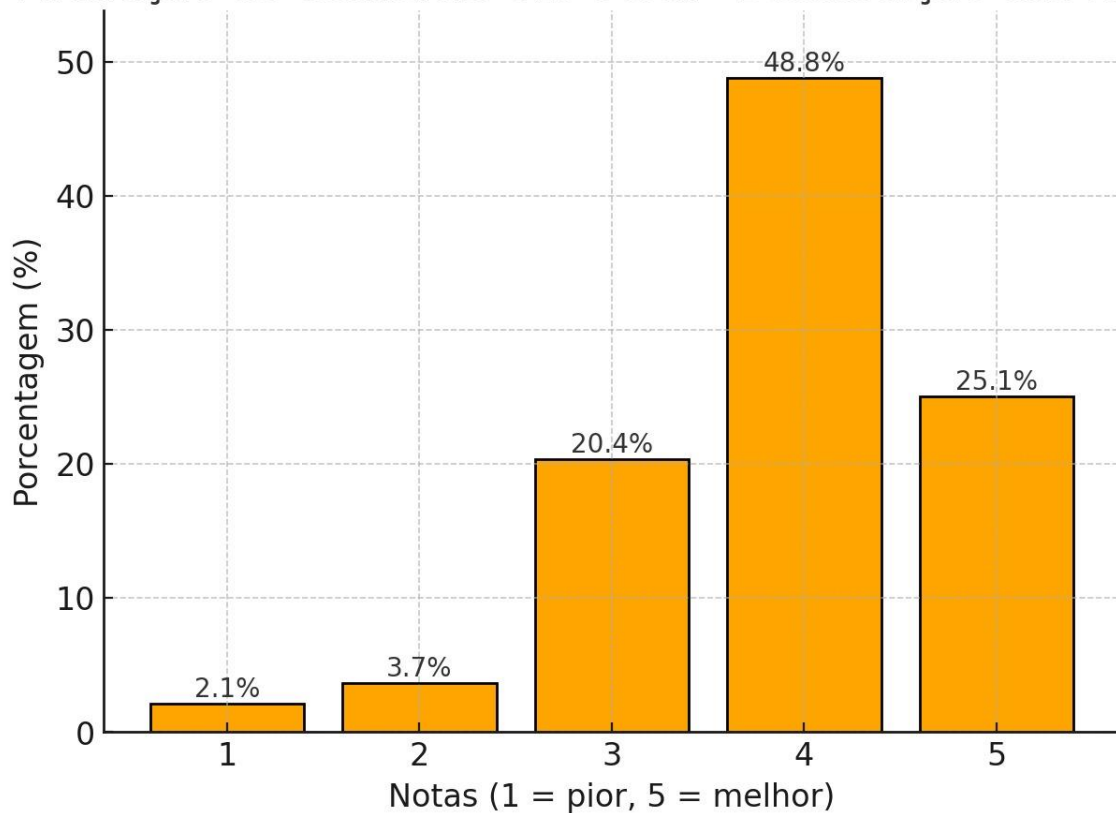
- No gráfico acima, podemos destacar **os pontos positivos** de que:
 - **82,1%** (46,2% + 35,9%) dos entrevistados atribuíram notas 4 ou 5 à hospedagem, indicando uma forte satisfação com os serviços hoteleiros oferecidos na cidade.
 - A nota 5 foi atribuída por **46,2%**, o que sugere que quase metade dos turistas consideram a hospedagem excelente.
- **Pontos de Atenção:**
 - Apesar da maioria positiva, **4,9%** (1,9% + 3%) das pessoas deram notas 1 ou 2.
 - Isso pode indicar problemas pontuais que devem ser investigados.
- Podemos concluir que a percepção da hospedagem em Sumaré/SP é **altamente favorável entre os turistas**, com **mais de 80% de avaliações positivas**.
- Contudo, é importante que os gestores turísticos e os empreendedores da área de hospedagem investiguem as causas das notas baixas e intermediárias, buscando padronizar a qualidade e melhorar pontos específicos de atendimento e infraestrutura.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Alimentação

Avaliação de Alimentação - Distribuição das Notas



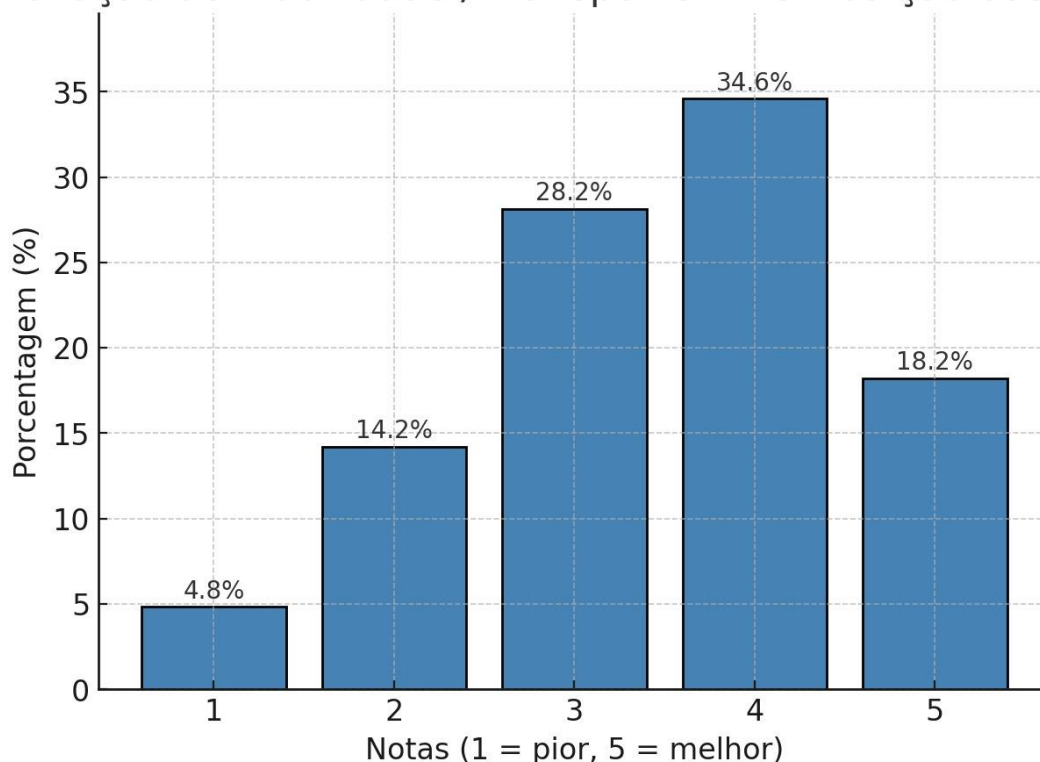
- Ao analisar o gráfico apresentado acima, podemos destacar os pontos positivos:
 - **Como avaliação positiva**, temos **82,2%** (54% + 28,2%) dos entrevistados que atribuíram notas 4 ou 5 para a alimentação em Sumaré, é um indicativo claro de **alta satisfação**.
 - **Nota 5 é a mais frequente**: com **54,0%** dos votos, a nota máxima representa **mais da metade** das respostas, sugerindo uma **excelente percepção** da gastronomia local, tanto em qualidade quanto em variedade ou atendimento.
- Temos as notas baixas (1, 2 e 3):
 - Embora pequenas, **4,7%** (1,6% + 3,1%) das avaliações ficaram nas notas 1 e 2. Isso sugere que, para alguns turistas, há falhas pontuais, que devem ser investigadas.
 - **Nota 3 (13,2%)**: Esse grupo indica uma experiência mediana, que pode ser decisiva na fidelização de visitantes. Melhorias nesse ponto podem converter avaliações neutras em positivas.
- A alimentação em Sumaré foi muito bem avaliada pelos turistas, com destaque para a **alta taxa de satisfação (nota 5)**. Essa é uma força do turismo local e pode ser mais explorada. Contudo, é importante que o setor continue atento às críticas pontuais, buscando uniformizar a qualidade da experiência gastronômica oferecida na cidade.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Comércio em geral**Avaliação de Comércio em Geral - Distribuição das Notas**

- Considerando o gráfico exposto acima, podemos destacar os pontos positivos:
 - **73,9%** dos turistas deram **nota 4 ou 5** ao comércio da cidade, o que demonstra uma percepção positiva do setor comercial, indicando que os visitantes encontram boas opções de compras, serviços e atendimento;
 - A nota 4 foi a mais frequente, com **48,8%**, sugerindo que muitos visitantes consideram o comércio bom, mas com espaço para melhorias.
- Importante ter atenção:
 - Na alta concentração em nota 3 (**20,4%**), indicando uma experiência regular ou mediana;
 - Notas baixas (1 e 2) somam **5,8%**, apesar de ser uma minoria, **é importante observar essa insatisfação** para identificar falhas estruturais no comércio local que impactam negativamente a experiência turística.
- A avaliação do comércio de Sumaré pelos turistas **é positiva em sua maioria**, com quase metade dos entrevistados atribuindo **nota 4**, e um quarto deles considerando a experiência excelente (**nota 5**). No entanto, há uma presença significativa de avaliações medianas (**nota 3**), o que aponta para oportunidades de aprimoramento no setor.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Mobilidade / Transporte

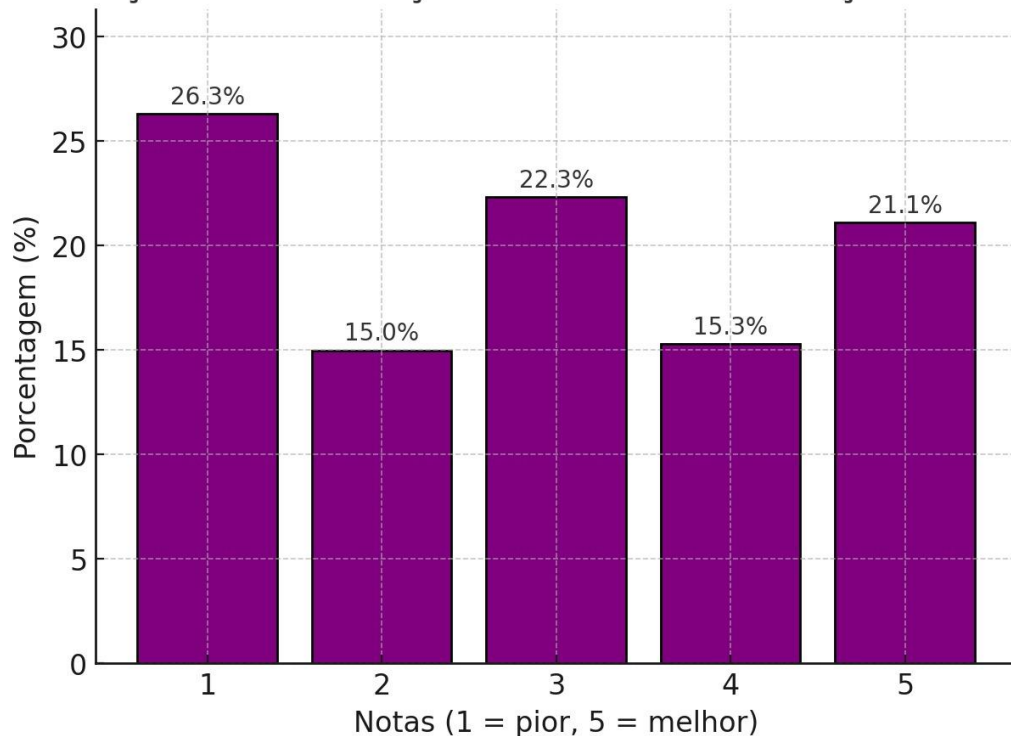
Avaliação de Mobilidade / Transporte - Distribuição das Notas



- Com base no gráfico apresentado, podemos destacar os pontos positivos:
 - **Predomínio de avaliações razoáveis a boas**, sendo 52,8% atribuíram nota 4 ou 5, o que indica que **mais da metade dos turistas teve uma percepção positiva** da mobilidade na cidade;
 - Nota 4 foi a mais frequente (**34,6%**), a maior concentração de respostas na nota 4 sugere que os visitantes **reconhecem aspectos positivos**, mas ainda **não consideram a mobilidade excelente**.
- Pontos de atenção:
 - Alta concentração em **nota 3 (28,2%)**, sendo quase um terço dos entrevistados que avaliou a mobilidade como mediana;
 - **Notas baixas** (1 e 2) somam **19%**, esse percentual é relativamente alto, e indica insatisfação de quase 1 em cada 5 visitantes.
- Concluimos assim que a avaliação da Mobilidade/Transporte em Sumaré revela um cenário **intermediário**, com predomínio de opiniões razoáveis e positivas (**notas 3 e 4**), mas também com uma **presença significativa de críticas**.
- Melhorar a mobilidade urbana não apenas eleva a experiência do visitante, mas também beneficia diretamente os moradores, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do turismo local.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Sinalização turística

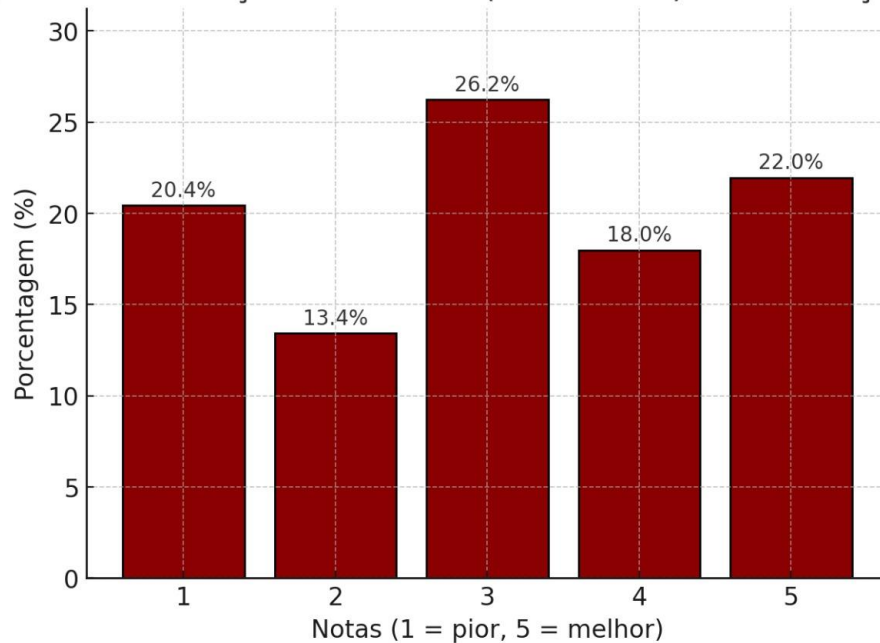
Avaliação de Sinalização Turística - Distribuição das Notas



- Vale lembrar que **Sumaré atualmente não possui sinalização turística (placas marrons)**.
- Observando o gráfico supracitado, a pontuação positiva pode estar **relacionada à sinalização urbana convencional** (ruas, avenidas, bairros), que pode ter sido considerada suficiente por parte dos visitantes, ainda que não seja direcionada ao turismo.
- **Pontos Críticos:**
 - **41,3%** (26,3%+15%) dos entrevistados atribuíram nota **1 ou 2**, ou seja, uma percepção negativa quanto à sinalização voltada ao turismo.
- **Pontos Positivos:**
 - Notas 4 e 5 somam **36,4%** (15,3%+21,1%), apesar da ausência de sinalização turística, mais de um terço dos visitantes teve uma percepção positiva, o que pode ser explicado por: **boa organização urbana, uso de aplicativos de navegação** (como Google Maps ou Waze) e **sinalização urbana clara**, mesmo que não turística.
 - Nota 3 foi significativa, com **22,3%**, muitos visitantes consideraram a sinalização **razoável**, o que pode representar uma **base mínima de orientação urbana funcional**, mesmo sem estrutura turística oficial.
- A **sinalização turística é uma das fragilidades mais evidentes da infraestrutura turística de Sumaré**. A ausência de placas específicas, informações interpretativas ou direcionamento a pontos turísticos prejudica a **autonomia e experiência dos visitantes**.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Informações turísticas

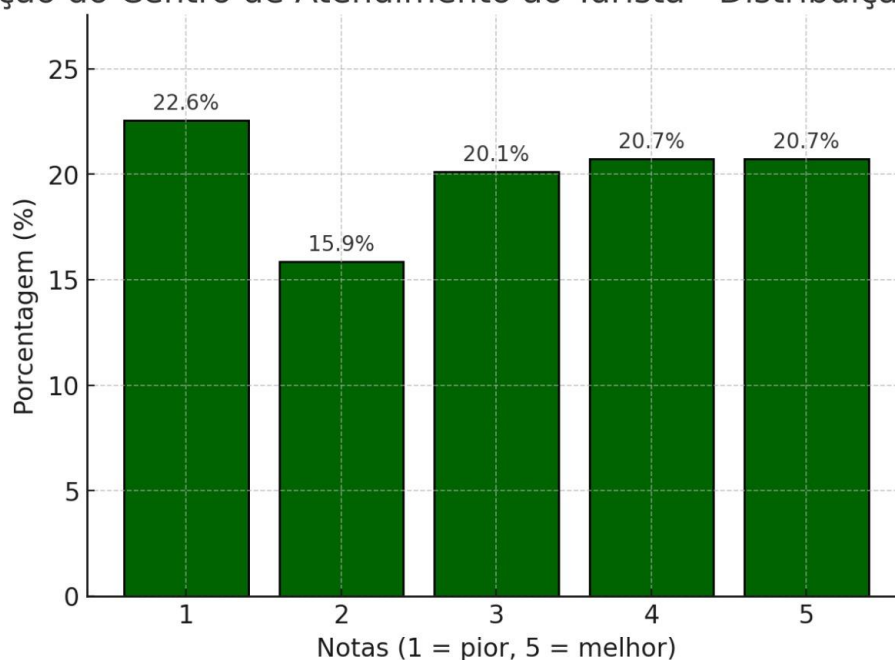
Avaliação de Informações Turísticas (Site Oficial) - Distribuição das Notas



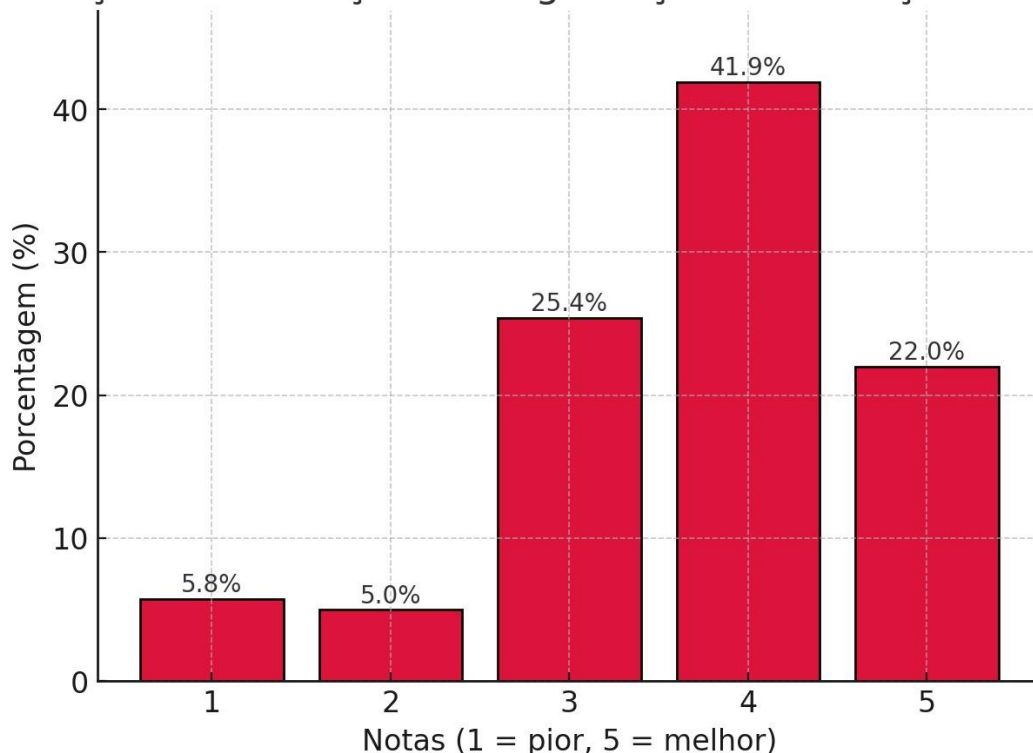
- Diante do gráfico apresentado, analisamos que:
 - Uma divisão significativa entre avaliações ruins **33,8%** (notas 1 e 2) e positivas **40%** (notas 4 e 5). Isso indica que a experiência do visitante com o site não é uniforme;
 - Temos predomínio da nota intermediária **26,2%**, sugerindo que a maioria considera o site “regular”, com margem para melhorias;
 - Podemos considerar que a **satisfação é razoável**, porque **22%** deram nota máxima.
- O Portal atual de Sumaré está sendo todo reformulado e atualizado, e isso inclui principalmente na aba do menu principal, o item TURISTA.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Centro de Atendimento ao Turista

Avaliação do Centro de Atendimento ao Turista - Distribuição das Notas



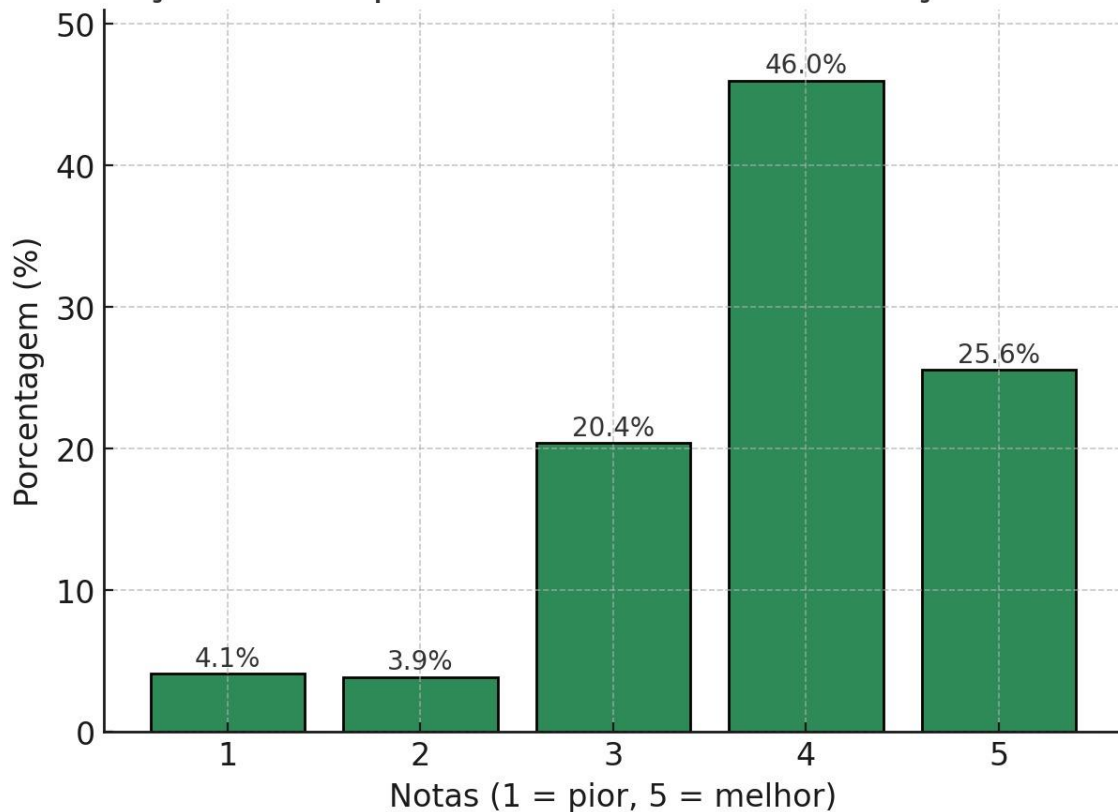
- O Centro de informações ao Turista fica localizado na Secretaria de Cultura e Turismo, localizado na Rua Dezesesseis de Dezembro, 85 – Centro, local de fácil acesso no centro de Sumaré, e possuímos uma Turismóloga, disponível das 8h às 17 horas, para quaisquer informações sobre a cidade.
- Conforme demonstra o gráfico acima, identifica-se que:
 - **Nota 1: 22,6%**, é a mais frequente, mostrando um índice relevante de insatisfação;
 - **Nota 2: 15,9%**, é também expressa uma percepção negativa, mas em menor proporção;
 - **Nota 3: 20,1%**, são avaliações intermediárias, indicando percepção neutra/mediana;
 - **Nota 4: 20,7%**, parte considerável avalia o atendimento como bom;
 - **Nota 5 (melhor): 20,7%**, mesmo percentual de satisfação máxima, equilibrando o gráfico.
- Podemos notar que existe uma divisão clara entre quem deu nota baixa (**38,5% somando notas 1 e 2**) e quem avaliou de forma positiva (**41,4% entre notas 4 e 5**). Mas existe um **equilíbrio entre satisfação e insatisfação**, onde enquanto há reconhecimento da qualidade em parte dos atendimentos, também há críticas expressivas ao serviço prestado.
- Mas existe a **nota 3 (20,1%)** reforça que há uma parcela que considera o serviço apenas regular, sem grandes destaques positivos ou negativos.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Segurança**Avaliação da Sensação de Segurança - Distribuição das Notas**

- Sobre o critério segurança, o gráfico acima identifica que:
 - **Predomínio das avaliações positivas (63,9%)** → a soma das notas 4 e 5 mostra que a maioria dos turistas teve uma experiência de segurança satisfatória;
 - **Baixo índice de percepções negativas (10,8%)** → apenas uma minoria avaliou mal (notas 1 e 2), o que sugere que problemas de segurança existem, mas não são generalizados na experiência turística;
 - **Sensação geral de confiabilidade** → a nota 4, com **41,9%**, foi a mais frequente, indicando que os visitantes percebem a cidade como relativamente segura, embora não de forma perfeita (o que explicaria a menor incidência de nota máxima);
 - **Relevância da nota 3 (25,4%)** → uma parcela significativa se manteve neutra ou cautelosa, talvez indicando que, apesar de não terem enfrentado situações de risco, também não perceberam medidas visíveis de segurança.
- No geral podemos entender que a cidade **transmite boa sensação de segurança** aos visitantes, sendo este um ponto positivo para a atratividade turística. Contudo, o fato de muitos terem dado nota 3 sugere que há espaço para **reforçar a presença de policiamento, sinalização, monitoramento e campanhas de orientação**, garantindo que mais turistas se sintam plenamente seguros.
- Concluimos **que a segurança é um ponto favorável** para o turismo em Sumaré, mas ainda pode ser fortalecida para alcançar maior confiança e fidelização do visitante.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Limpeza da cidade

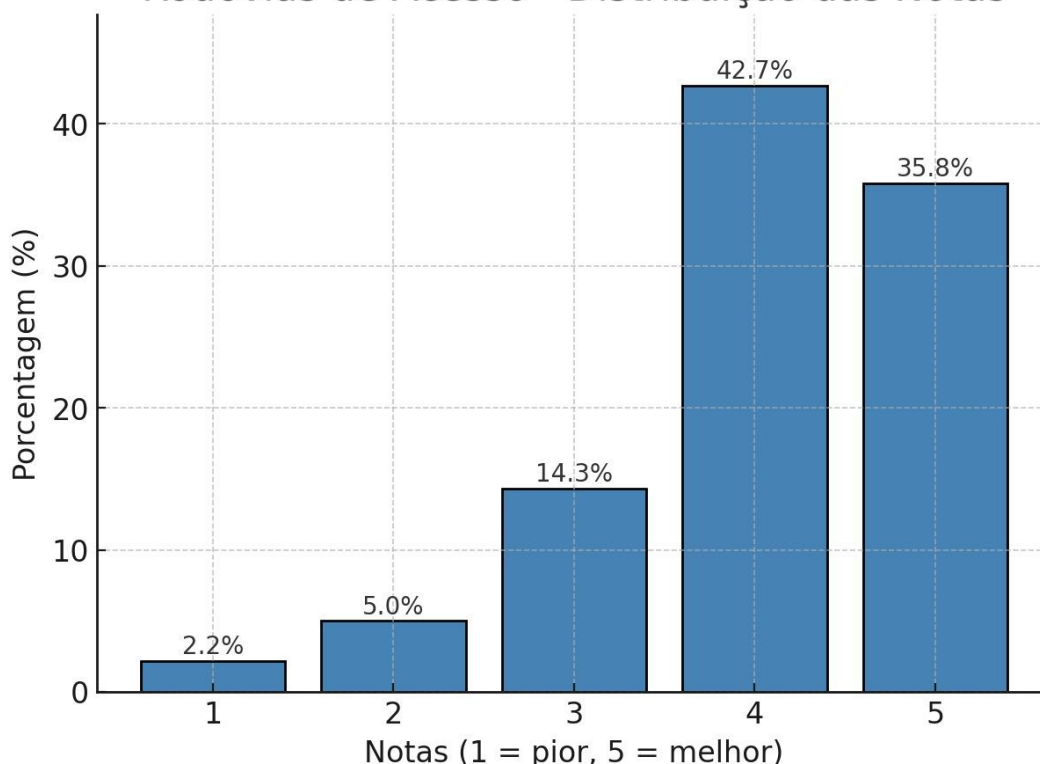
Avaliação da Limpeza da Cidade - Distribuição das Notas



- A partir da análise do gráfico acima podemos concluir que:
 - Tivemos o **predomínio de avaliações positivas de 71,6%**, a soma de notas 4 e 5 demonstra que a maioria reconhece um **bom nível de limpeza na cidade**;
 - **A baixa percepção negativa de 8,0%**, das notas 1 e 2 representam uma minoria, o que mostra que a limpeza urbana não é um problema crítico para a imagem turística;
 - **Nota 3 corresponde a 20,4%**, indica que alguns visitantes percebem a limpeza como suficiente, mas não destacável, apontando espaço para melhorias consistentes;
 - **Destaque para a nota 4, de 46%**, sugere que os visitantes valorizam os esforços da cidade em manter ruas, praças e espaços públicos limpos, embora ainda não considerem o serviço perfeito (o que explica a diferença entre notas 4 e 5).
- **A limpeza da cidade é um ponto forte** para a atratividade turística de Sumaré, visto que mais de 70% dos entrevistados a avaliaram positivamente. Esse aspecto contribui para a **boa imagem urbana e qualidade de vida percebida pelos visitantes**. No entanto, a presença de notas medianas e a diferença entre notas 4 e 5 mostram que é importante **manter e ampliar ações de conservação, coleta de resíduos e conscientização da população**, de modo a transformar a percepção de “boa” em “excelente”.
- Em resumo, a limpeza urbana é uma **fortaleza turística de Sumaré**, mas com espaço para alcançar maior reconhecimento e consolidar-se como referência de organização e cuidado ambiental.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Rodovias de acesso

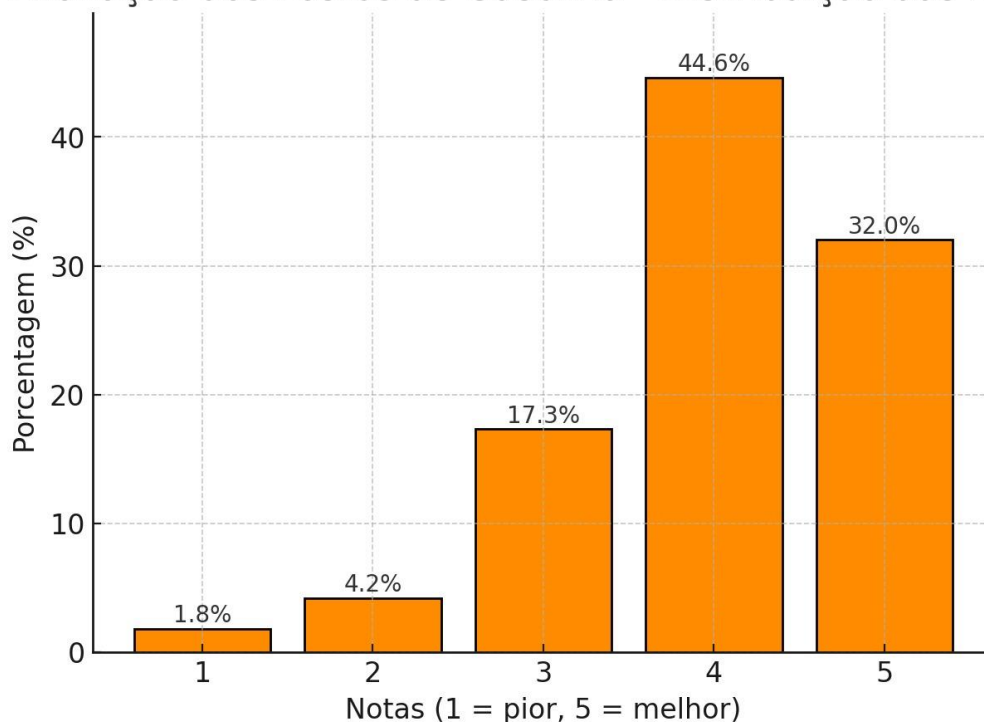
Rodovias de Acesso - Distribuição das Notas



- Segundo o gráfico apresentado podemos avaliar que:
- Existe um predomínio absoluto de **avaliações positivas 78,5%**, onde somando notas 4 e 5, percebe-se que a maioria dos entrevistados tem uma visão favorável da infraestrutura viária que conecta Sumaré;
 - A **baixa insatisfação de 7,2%**, nas notas 1 e 2 representam uma minoria, sugerindo que problemas como conservação ou sinalização não são amplamente percebidos;
 - Como nota **intermediária de 14,3%**, indica que uma parte dos visitantes identifica pontos que ainda podem melhorar, talvez relacionados a trânsito intenso em horários de pico, acessos secundários ou manutenção em determinados trechos;
 - Mas temos **destaque para a nota 4, de 42,7%**, que mostra que muitos consideram as rodovias boas, mas ainda não perfeitas, possivelmente pela necessidade de ajustes de mobilidade ou infraestrutura complementar.
- Vale lembrar que o Estado de São Paulo possui as 10 melhores estradas do Brasil, e as **rodovias de acesso são um ponto positivo para o turismo na cidade**, com a grande maioria dos visitantes satisfeita com a facilidade e qualidade da mobilidade.
- Esse fator reforça a **competitividade de Sumaré como destino**, pois a acessibilidade adequada é essencial para a atração de turistas. Contudo, ainda há espaço para melhorias em **sinalização, fluidez do trânsito e conservação de vias secundárias**, visando transformar a boa percepção em excelência plena.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Postos de gasolina

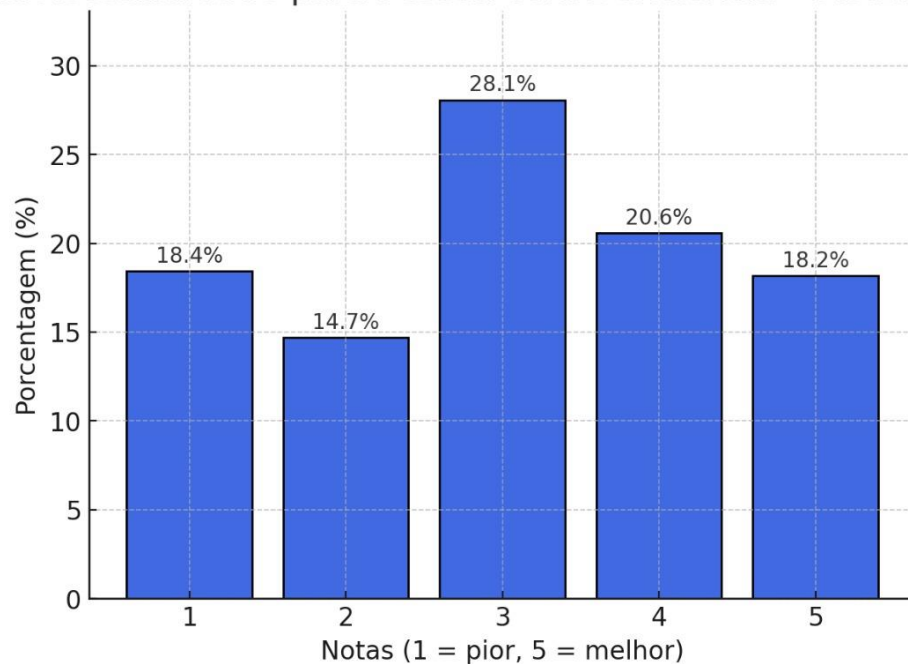
Avaliação dos Postos de Gasolina - Distribuição das Notas



- De acordo com o gráfico acima, no quesito postos de gasolina tivemos:
 - **Avaliações positivas predominam com 76,6%**, somando as notas 4 e 5, percebe-se que a maior parte dos turistas está satisfeita com os postos de combustível, o que transmite boa imagem de infraestrutura de apoio;
 - **Baixa insatisfação de 6%** (somando as notas 1 e 2), onde poucos relataram problemas significativos, sugerindo que aspectos como preço, atendimento e condições de abastecimento são, em geral, satisfatórios;
 - **Avaliação intermediária de 17,3%** (nota 3), um grupo ainda considera que os postos precisam melhorar, possivelmente em quesitos como limpeza, serviços adicionais (banheiros, lojas de conveniência) ou padronização no atendimento;
 - **Destaque para nota 4 de 44,6%**, indica que muitos usuários acham os postos bons, mas ainda há espaço para alcançar excelência plena.
- Concluimos que em Sumaré, os **postos de gasolina são um ponto positivo para o turismo no município**, com ampla aprovação dos visitantes. Eles garantem **conveniência, apoio logístico e sensação de segurança** ao turista que se desloca de carro. Contudo, o percentual de avaliações regulares e as poucas negativas apontam para a necessidade de **investimentos em qualidade de serviços, infraestrutura complementar e experiência do cliente**, de modo a transformar a boa avaliação em um diferencial competitivo para o destino.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Acessibilidade para pessoa com deficiência

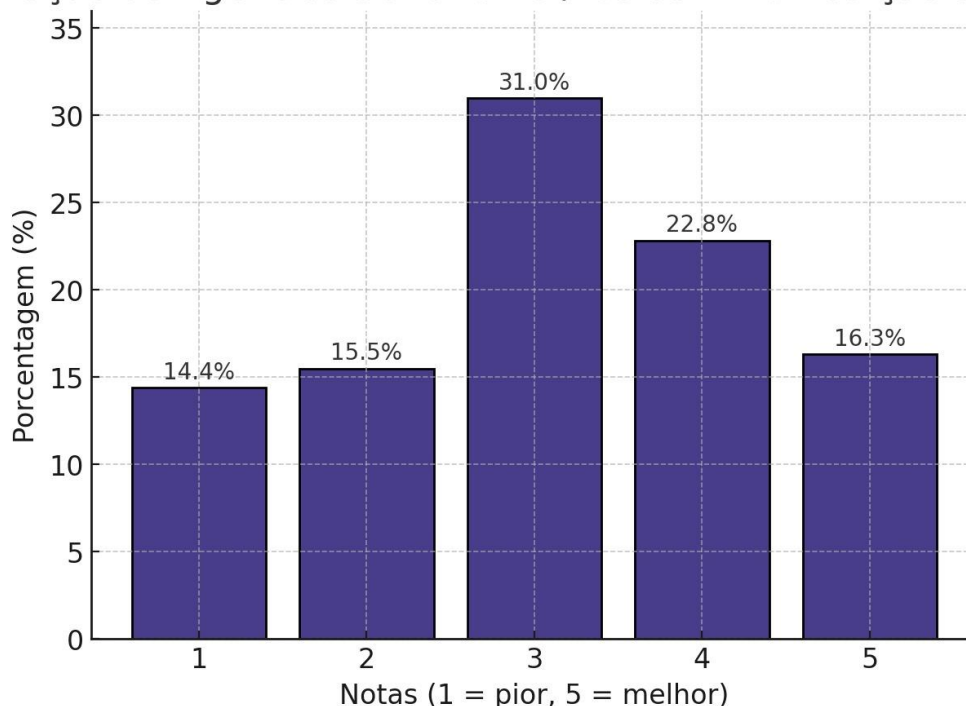
Avaliação da Acessibilidade para Pessoa com Deficiência - Distribuição



- O gráfico evidencia que a **acessibilidade para pessoas com deficiência em Sumaré é um desafio**.
- Embora haja **avanços reconhecidos por parte da população com quase 40% (notas 4 e 5)**, a soma de **avaliações negativas de 33,1%** (notas 1 e 2) e notas regulares de 28,1%, que revela que as ações existentes ainda não garantem uma cidade plenamente inclusiva.
- **Avaliações positivas de 38,8%, entre notas 4 e 5**, apesar das críticas, uma parcela significativa percebe avanços, sugerindo que há iniciativas de acessibilidade na cidade, embora insuficientes para atender plenamente às necessidades.
- O fato de notas altas e baixas terem percentuais próximos reforça que a acessibilidade em Sumaré é **heterogênea**, funcionando bem em alguns pontos, mas falhando em outros.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Agências de turismo/guias

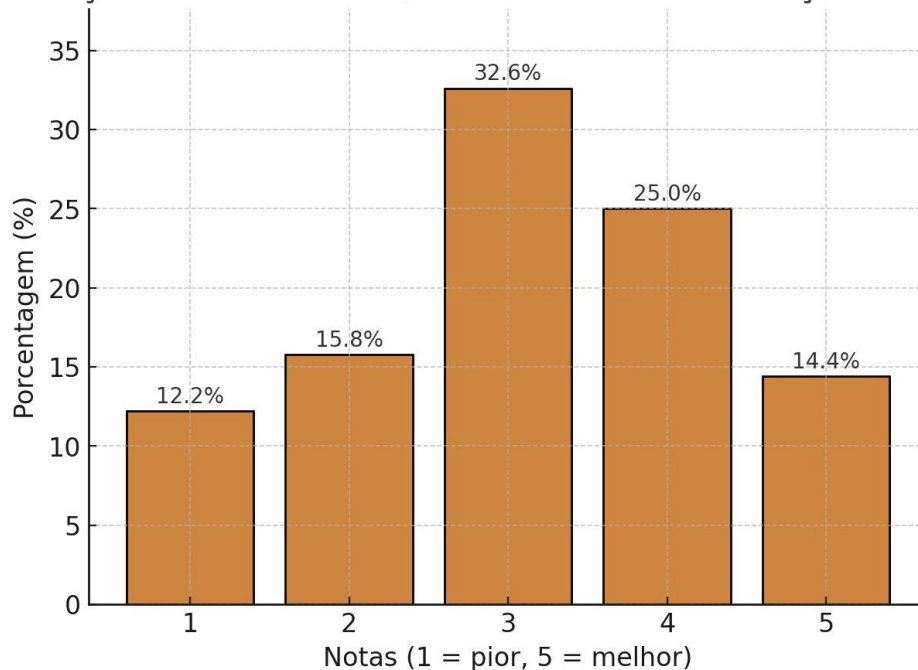
Avaliação de Agências de Turismo / Guias - Distribuição das Notas



- Tendo em vista o gráfico acima de avaliação das Agências de Turismo/Guias em Sumaré mostra que a maior parte dos turistas atribuiu nota 3 (**31%**), evidenciando uma percepção mediana dos serviços. Em seguida, nota 4 (**22,8%**) e nota 5 (**16,3%**) somam **39,1%**, mais de um terço das respostas, enquanto notas baixas (1 e 2) representam **29,9%** do total.
- Em Sumaré, as agências de turismo atuam majoritariamente levando os munícipes para outras cidades, **não exercendo o papel de agências receptivas**. Ou seja, por enquanto não há foco em atender turistas que chegam ao município, o que ajuda a explicar a avaliação apenas razoável.
- **Vale destacar que esse cenário não é exclusivo de Sumaré, mas de toda a Região Metropolitana de Campinas (RMC), que ainda carece de agências especializadas em turismo receptivo.** Como consequência, a percepção do visitante fica prejudicada, uma vez que não encontra suporte estruturado para conhecer a cidade com guias locais ou serviços organizados.
- O gráfico revela um **setor avaliado como regular**, mais por ausência de um **modelo de receptivo turístico consolidado**, do que pela qualidade pontual dos serviços. O dado sugere a necessidade de investimento em estrutura receptiva, qualificação de guias locais e fortalecimento do papel das agências como agentes de acolhimento do turista que chega à cidade.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Artesanato / souvenirs

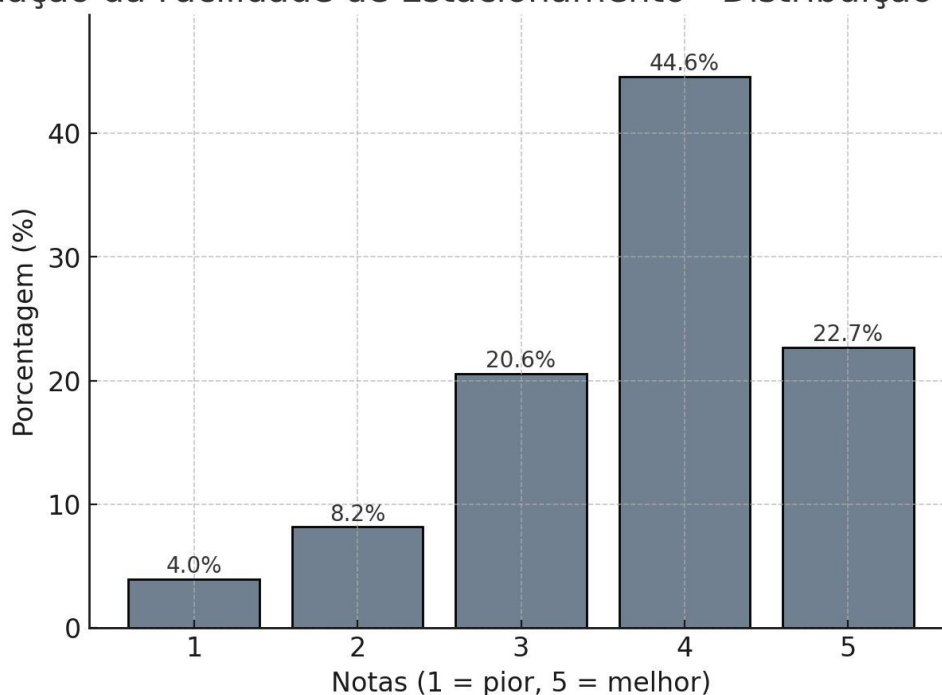
Avaliação do Artesanato / Souvenirs - Distribuição das Notas



- A partir dos dados ilustrados no gráfico acima uma percepção **mediana** dos turistas em relação a esse aspecto. **Existe predomínio da nota 3 (32,6%)**, onde a maior parte dos entrevistados avaliou o artesanato/souvenirs como regular, mostrando que existe oferta, mas sem grande destaque ou atratividade diferenciada.
- **As avaliações positivas** das notas **4 (25,0%)** e **5 (14,4%)** somam **39,4%**, revelando que parte dos visitantes reconhece qualidade, mas ainda não é um aspecto consolidado como atrativo turístico forte.
- Um pouco de presença de críticas, nas notas **1 (12,2%)** e **2 (15,8%)**, que representam **28%** das respostas. Isso pode estar relacionado à falta de lojas de artesanato em locais de grande movimentação, o que pode dar mais visibilidade ao artesanato no município. A feira de artesanato acontece todo segundo sábado do mês, em rua travessa da Feira Livre da Rebouças que é a feira livre mais movimentada da região central, e que é a oportunidade de vendas para os artesãos. A feira de artesanato de Sumaré existe desde 2015.
- O resultado mostra que o artesanato e os souvenirs em Sumaré, tem potencial de crescimento, e em 2025, foi feito um trabalho especial com os artesãos trazendo eles mais para perto da Secretaria de Cultura e Turismo, que fez um trabalho engajador, oferecendo treinamento, cursos e divulgação para eles, dando apoio aos artesãos locais e criação de **estratégias de comercialização**, facilitando o acesso do visitante.
- O artesanato de Sumaré é avaliado de forma mediana pelos turistas, demonstrando fragilidade enquanto atrativo consolidado. No entanto, os resultados apontam oportunidade de fortalecimento, lembrando que a gestão atual da prefeitura está se dedicando para esse trabalho com os artesãos do município. Ver ANEXO Fotos FEIRAS, todo trabalho realizado com a Feira de Artesanato.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Facilidade de estacionamento

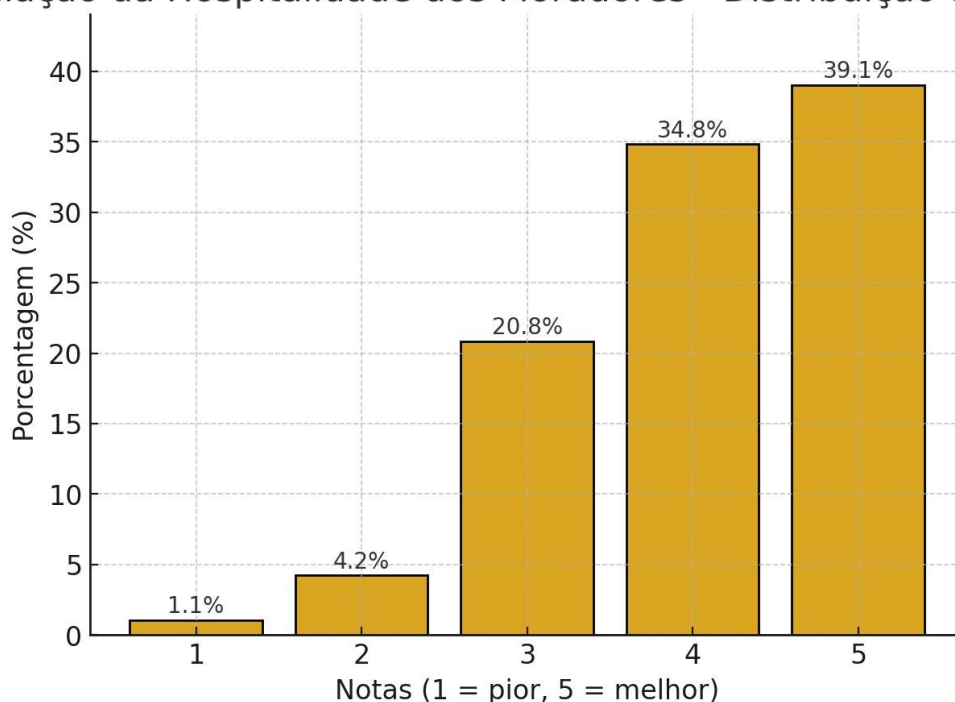
Avaliação da Facilidade de Estacionamento - Distribuição das Notas



- **Avaliações altas predominam** com a nota 4, que foi a mais atribuída, com **44,6%** das respostas, seguida pela nota 5 (22,7%). Isso significa que quase **70% dos entrevistados avaliaram positivamente** a facilidade de estacionamento no município.
- A **nota 3 concentrou 20,6%** das respostas, mostrando que uma parcela significativa percebe a situação como regular, sem grandes dificuldades, mas também sem grandes facilidades.
- Tem um pouco de baixa insatisfação, nas **notas 1 (4,0%) e 2 (8,2%)**, que somam apenas **12,2%**, o que demonstra que a **insatisfação é minoritária** entre os turistas entrevistados.
- Como interpretação geral, **a facilidade de estacionamento aparece como um ponto forte** da experiência turística em Sumaré, especialmente em comparação a outros itens avaliados na mesma pesquisa.
- Esse aspecto pode estar relacionado ao perfil do visitante, que tende a utilizar transporte individual, valorizando a acessibilidade e a disponibilidade de vagas.
- Podemos concluir que o estacionamento em Sumaré foi considerado adequado e satisfatório pela maior parte dos turistas, representando um fator positivo na infraestrutura urbana do município. Apesar disso, os 20,6% de avaliações medianas sugerem que ainda há espaço para melhorias, como maior sinalização, segurança e organização dos locais destinados a veículos.
- Até o primeiro semestre de 2025 Sumaré possuía zona azul, acabou o contrato com a empresa que tinha a cessão da zona azul, que organizava as vagas dos veículos no centro. Agora o município está fazendo uma nova licitação para a zona azul a partir de 2026.

Questão 14) Avalie as características da cidade: Hospitalidade dos moradores

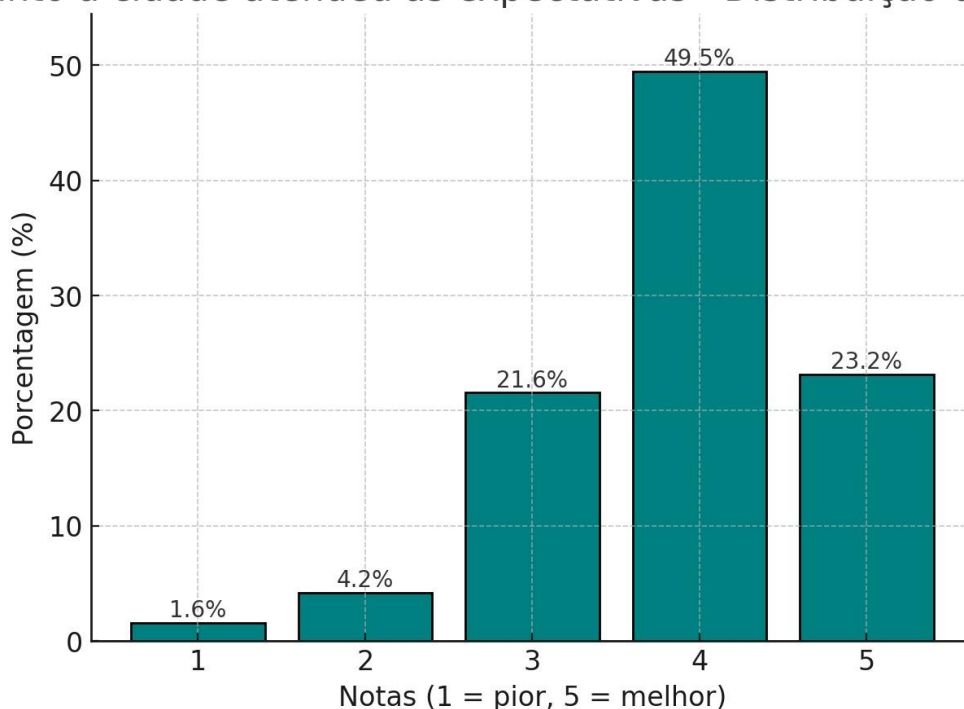
Avaliação da Hospitalidade dos Moradores - Distribuição das Notas



- De acordo com as informações representadas no gráfico, podemos ver as avaliações muito positivas predominam, porque a nota 5 foi a mais atribuída, com 39,1%, seguida da nota 4 (34,8%), e juntas, essas notas representam 73,9% das respostas, revelando uma experiência acolhedora para a maioria dos turistas.
- Avaliações intermediárias, como a **nota 3 aparece com 20,8%**, indicando que uma parte dos visitantes percebeu a hospitalidade como adequada, mas não excepcional.
- **A notas 1 (1,1%) e 2 (4,2%) somam apenas 5,3%**, mostrando baixa insatisfação, de que experiências negativas foram **raras e pontuais**.
- Como interpretação geral, a hospitalidade é reconhecida como um diferencial competitivo do município, pois os turistas se sentiram bem recebidos pela população local.
- Esse fator humano é essencial para fortalecer a imagem do destino, compensando até mesmo fragilidades em outras dimensões, como infraestrutura turística ou ausência de atrativos consolidados.
- A hospitalidade dos moradores de Sumaré recebeu uma avaliação amplamente positiva, configurando-se como um dos principais pontos fortes do turismo local. Esse resultado indica que o acolhimento da comunidade pode ser utilizado como elemento estratégico para consolidar a identidade turística da cidade, estimulando ações que integrem moradores e visitantes em eventos, atividades culturais e iniciativas de receptividade.

Questão 15) Quanto a cidade atendeu às suas expectativas?

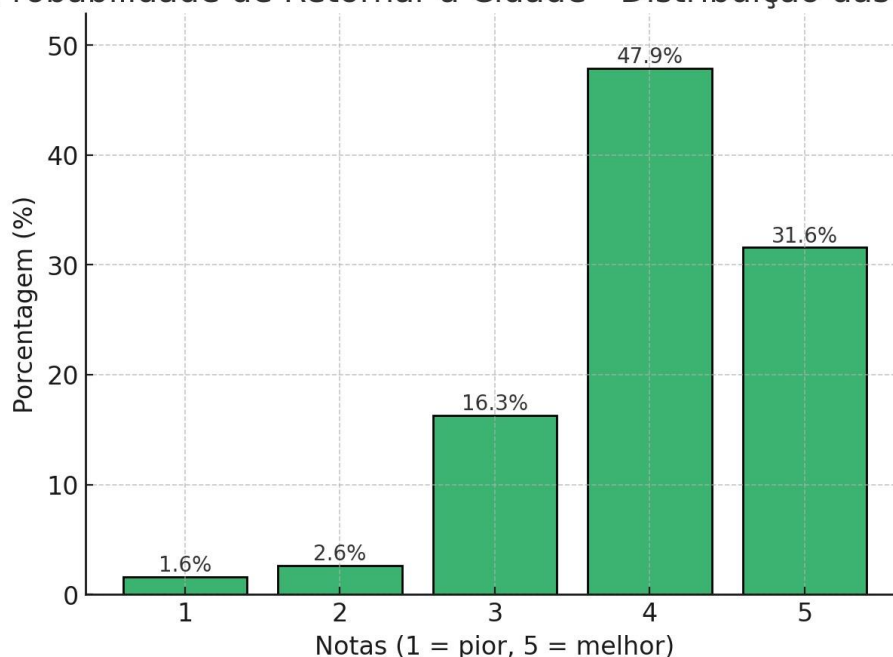
Quanto a cidade atendeu às expectativas - Distribuição das Notas



- Segundo os resultados expressos no gráfico, temos um panorama geral bastante **positivo**, indicando que a maioria dos visitantes saiu da cidade com uma boa impressão.
- **Existe predomínio da nota 4 (49,5%)**, onde quase metade dos entrevistados avaliou que Sumaré **atendeu bem às expectativas**, embora sem chegar ao nível máximo de satisfação. Isso demonstra que a cidade cumpre o que o visitante espera, mas ainda há espaço para melhorar a experiência turística.
- **Tivemos avaliações muito positivas, nota 5 de 23,2%**, que quase um quarto dos turistas declarou que a cidade **superou suas expectativas**, o que reforça que há aspectos percebidos como diferenciais (como hospitalidade, facilidade de deslocamento ou estrutura básica adequada).
- **Com nota 3 – 21,6%**, um grupo pequeno avaliou a cidade como **regular**, ou seja, a experiência não foi negativa, mas também não surpreendeu.
- **Tivemos insatisfação baixa**, nas notas **1 (1,6%) e 2 (4,2%)**, somando apenas **5,8%**, revelando que experiências ruins foram **minoritárias e pontuais**.
- No geral o resultado mostra que Sumaré consegue **corresponder às expectativas da maioria dos turistas**, especialmente no perfil de visitantes de negócios e curta permanência, que representam o público predominante. Entretanto, o alto índice de notas **4** em vez de **5** sugere que, apesar de a cidade oferecer o essencial, ainda **falta atratividade diferenciada** que encante e surpreenda o visitante.
- Podemos concluir que a avaliação demonstra que Sumaré **atende de forma satisfatória as expectativas do turista**, com baixos índices de insatisfação. Porém, para elevar a cidade a um patamar mais competitivo, é necessário investir em **atrações, serviços receptivos e identidade turística**, de forma a transformar notas 4 em 5 e consolidar uma experiência mais marcante.

Questão 16) Probabilidade de retornar à cidade?

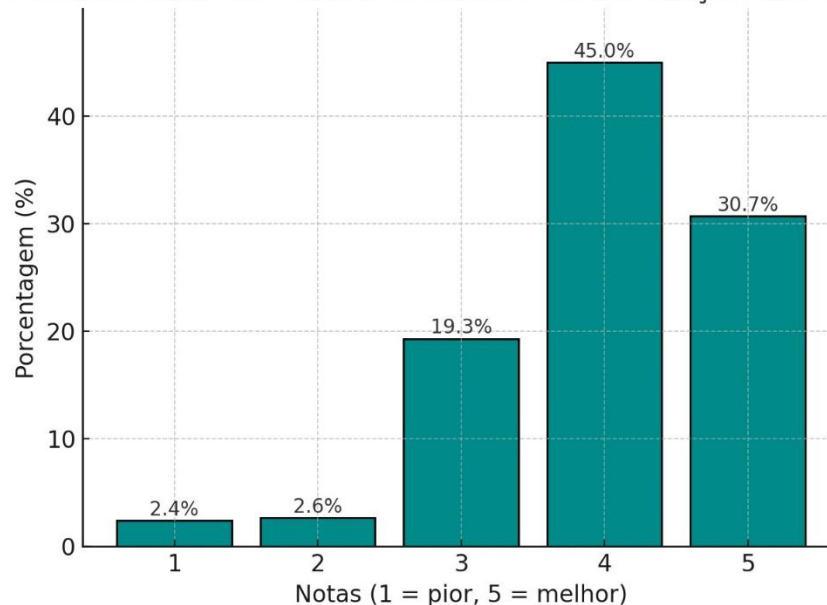
Probabilidade de Retornar à Cidade - Distribuição das Notas



- Com fundamento no gráfico apresentado anteriormente, temos um cenário bastante positivo para o município, onde **temos como intenção alta de retorno, as notas 4 e 5, somando 79,5%, a soma das avaliações mais positivas são 47,9% da nota 4 e 31,6% da nota 5**, indicando que quase **8 em cada 10 turistas** consideram muito provável voltar a Sumaré:
 - Isso reflete que a cidade oferece uma experiência satisfatória e com boa aceitação, principalmente dentro do perfil de visitantes.
- A probabilidade moderada **da nota 3 de 16,3%**, é de um grupo menor, que vê a **chance de retorno como intermediária**, possivelmente relacionado a turistas que estiveram por motivos específicos, como trabalho e compromissos pontuais, e que não dependem de voltar frequentemente.
- Como baixa intenção de retorno das **notas 1 e 2, com 4,2%**, o índice de rejeição é baixo, de apenas **1,6% para nota 1 e 2,6% para nota 2**, mostrando que a **insatisfação é minoritária**.
- A pesquisa evidencia que Sumaré tem uma **alta taxa de fidelização turística**, ou seja, a maioria dos visitantes estaria disposta a retornar. Isso é muito relevante porque manter turistas recorrentes é tão importante quanto atrair novos.
- No entanto, assim como no gráfico de **atendimento das expectativas**, percebe-se uma **concentração em nota 4**, maior que em nota 5. Isso indica que a experiência é boa, mas ainda não surpreende a ponto de gerar um “encantamento” que leve o turista a avaliar a cidade no nível máximo.
- Resumindo:
 - Temos como **ponto forte**: alta probabilidade de retorno, com baixa rejeição.
 - **Fragilidade**: necessidade de investir em atrativos, diferenciais e melhorias que mostram a boa experiência (nota 4) em uma experiência memorável (nota 5).

Questão 17) Probabilidade de indicar a cidade para outros:

Probabilidade de Indicar a Cidade - Distribuição das Notas



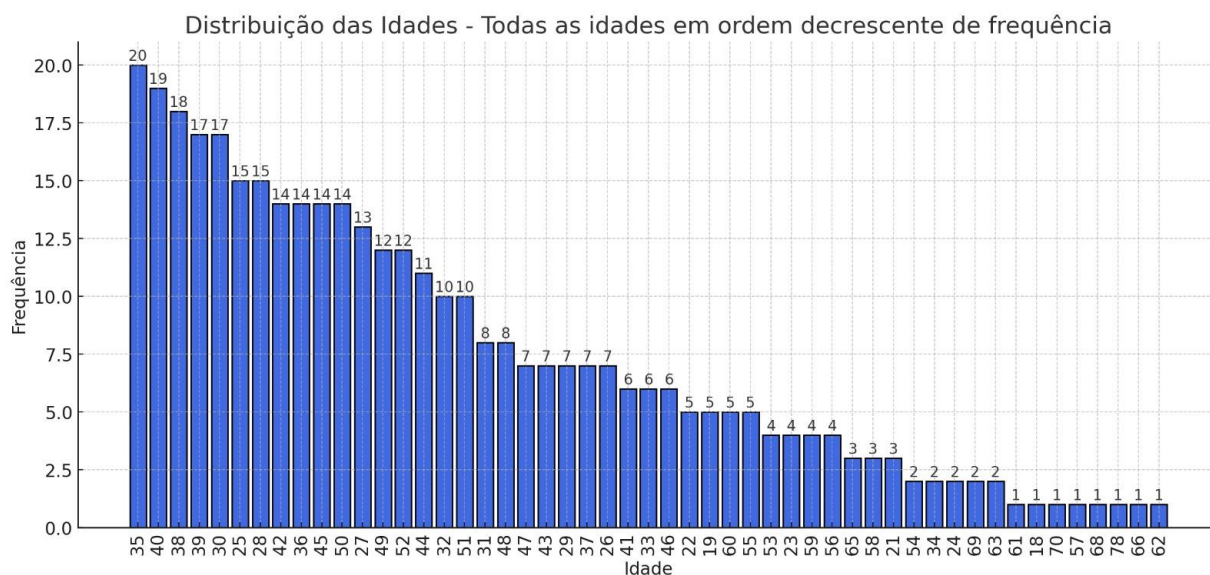
- Considerando a representação gráfica acima apresentada sobre a **probabilidade de indicar Sumaré para outros**, mostra uma percepção bastante favorável da cidade, embora com alguns pontos a serem desenvolvidos:
- **Alta probabilidade de recomendação notas 4 e 5, com 75,7%:**
 - Onde a maioria dos turistas avaliou positivamente com **45%, de nota 4** e **30,7% com nota 5**. Esse resultado indica que **3 em cada 4 turistas recomendariam Sumaré**, o que é um sinal de **credibilidade e boa reputação** do destino.
- **Probabilidade moderada, nota 3 de 19,3%:**
 - Uma parcela relevante dos visitantes está em posição intermediária, sem rejeitar, mas também sem forte entusiasmo em recomendar. Isso sugere que ainda faltam elementos diferenciais para transformar a satisfação em um sentimento de orgulho de indicar a cidade.
- **Baixa probabilidade de recomendação, notas 1 e 2 de 5%:**
 - **Apenas 2,4%** atribuíram nota 1 e **2,6% nota 2, representando um índice reduzido de insatisfação**. Esse percentual é baixo e mostra que a rejeição é pouco significativa.
- **Conclui-se que:** o indicador de recomendação é um dos mais relevantes em turismo, pois a “boca a boca” e as recomendações pessoais influenciam diretamente a decisão de viagem.
- Em Sumaré, **o cenário é positivo**, mas nota-se que a maioria das avaliações concentra-se no **“muito bom” (nota 4)** e não no “excelente” (nota 5). Isso repete o padrão observado nas outras perguntas (“atender expectativas” e “retornar à cidade”), revelando que Sumaré agrada e atende, mas ainda não encanta plenamente o turista.
 - **Pontos fortes:** alto potencial de recomendação, com baixa rejeição.
 - **Fragilidade:** Carência de diferenciais ou atrativos marcantes que façam com que a cidade seja lembrada de forma mais entusiasmada e indicada com nota máxima.

Questão 18) Que palavra resume sua nota anterior?

Respostas Positivas	Respostas Negativas
Bom (102 respostas), boa (34 respostas), muito bom (17 respostas), excelente (6), hospitalidade (6), praticidade (3), satisfeito (3), curso de integração (2), movimento da cidade (2), ótimo, acolhedora, amigos de longa data, boa estrutura, boa mobilidade, boa para trabalhar, bom para negócio, sinceridade, cidade boa, precisa melhorar, justo, mediana, cidade ótima, precisa melhorar em alguns pontos como qualquer outra cidade grande, tudo ok, Sumaré muito boa de se morar, negócios, cidade muito tranquila, adorei, cidade bonita e com boa infraestrutura, Satisfatório, Satisfeito, cidade comum como as outras, acolhedora, uma cidade tranquila para dar uma volta, gostei da cidade, movimento de cidade do interior, segurança, lazer, excepcional, cidade receptivo e aconchegante, segurança, normal, ótimo, boa, boa estrutura, ótimo, evolução, estrutura, praticidade, diversidades de opção, praticidade, conveniência, eficiência, diversidade, comodidade, confraternização familiar, movimento da cidade, serviço, shopping, referência de trabalho, família, harmonia em equipe, hospitalidade, fase de desenvolvimento, hospitalidade, receptividade, preço e qualidade, gosto muito da cidade, pesqueiro bom, estrutura boa do pesqueiro, ótimo pesqueiro, pesqueiros são ótimos, pesqueiro com muitos peixes, ver e conhecer parentes, boa mobilidade, praticidade, cidade em desenvolvimento, pesqueiro com diversidade, pesqueiro top, qualidade e preço, satisfeita, melhorias, curso básico de integração, palestra motivacional, shopping, centro e pesqueiros, uma cidade linda e simples, bem organizada, bom para negócios, palestra teológica, preço e variedade, organização do futebol, meus parentes estão todos empregados, cidade tranquila, salário da empresa, tratamento, salário, serviço e salário, objetivo atingido em 70%, suporte da empresa p/ família, empresa oferece benefícios, empresa muito boa, curso de integração, hospitalidade, qualidade e eficiência, amigos de longa data, satisfeito, moderno, boa para trabalhar, cidade boa para trabalhar, praticidade, excelência, trabalho, gostei.	Precisa melhorar, falta de estrutura, melhorar, pouco atrativo, precisa de mais sinalização, regular, segurança deixa muito a desejar, abandonada, precisa melhorar mais, precisa de mais sinalização, falta mais áreas de lazer, tem que melhorar bastante, falta sinalização, mal sinalizado, pouco atrativo, mais organização, precisa melhorar mais, pouca área de lazer, cidade feia, suja, desorganizada, regular, falta atrativos na cidade, tem que melhorar, precisa melhorar, melhorar, sem eventos interessantes, evoluir, muito buracos nas ruas, desnível de asfalto, abandonada, melhorias nas vias e limpeza, falta de fomentos e atrativos turísticos, além da ausência de informações e falta infraestrutura, para melhor minhas notas falta trazer mais eventos grandes, de variados tipos, muito morador de rua, muitos usuários de droga, muito pedinte, muitas pessoas dormindo na rua, cidade tá abandonada, ruas cheias de buracos, cheio de sujeira e lixo, as praças públicas abandonadas, sem falar, na sensação de insegurança que passamos, me sinto mais seguro em SP, não recomendo para turismo, nem para morar, regular, nenhuma, a segurança deixa muito a desejar, sem palavras, parada, falta de estrutura, reciprocidade, precisa de sinalização, precisa melhorar, mais divulgação na cidade, precisa de parques na cidade, melhorar, falta do básico, preço do peixe, melhoria da infraestrutura, mobilidade urbana ruim, pouco atrativo, mais ou menos, não tive boa experiência, regular, falta de estrutura básica, ruas esburacadas, estrutura ruim.

- Nesta questão os turistas puderam expressar de forma espontânea sua percepção geral sobre a cidade. A tabela apresenta um conjunto de **respostas positivas** e **respostas negativas**, que nos permitem entender melhor a **imagem de Sumaré** na visão do visitante.
- **Nos pontos positivos:** Sumaré é percebida como **acolhedora, tranquila e funcional**, com hospitalidade e potencial para negócios e lazer em alguns segmentos.
- **Nos pontos negativos:** os visitantes que criticaram a cidade destacaram principalmente a **falta de investimentos em infraestrutura, segurança, lazer e turismo estruturado**, fatores que reduzem sua atratividade.
- Conclusão geral:
 - Há uma **predominância de comentários positivos**, o que indica que a imagem de Sumaré é em sua maioria favorável;
 - Porém, os **comentários negativos apontam fragilidades estruturais claras**, que, se não forem trabalhadas, podem limitar o desenvolvimento turístico e a permanência do turista;
 - A percepção de que a cidade é **boa para negócios, tranquila e acolhedora**, mas ainda **carente em lazer, atrativos e organização urbana**, confirma o perfil atual de Sumaré como **destino de negócios e visitas rápidas**, com **potencial de crescimento no turismo de lazer** se houver investimentos.

Questão 19) Idade:



➤ Conforme se verifica no gráfico em questão que apresenta a idade dos entrevistados, e apresenta a **distribuição das idades em ordem decrescente de frequência** entre os turistas e visitantes entrevistados:

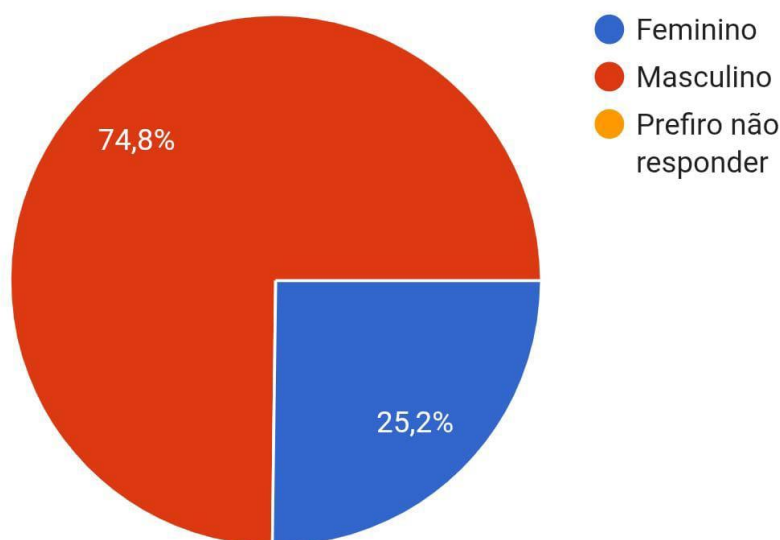
- As idades mais frequentes foram **35 anos (20 pessoas), 40 anos (19 pessoas), 38 anos (18 pessoas) e 39 e 25 anos (17 pessoas cada)**.
- Nota-se uma forte concentração de entrevistados entre os **25 e 45 anos**, faixa etária que reúne a maior parte dos respondentes.
- Essa predominância reflete um público em idade ativa, geralmente associado a viagens de **negócios, trabalho ou compromissos profissionais**, o que é coerente com o perfil de visitantes que Sumaré recebe.
- Há também registros de entrevistados acima dos 50 anos, mas em menor frequência, além de poucos casos acima de 65 anos.
- Jovens abaixo dos 20 anos foram pouco representativos na amostra, indicando que não constituem o público principal do fluxo turístico local.

➤ Podemos concluir que o perfil etário da demanda turística de Sumaré é **majoritariamente adulto-jovem**, composto por pessoas em idade economicamente ativa, o que reforça a ideia de que o município é mais procurado para **atividades profissionais e de negócios** do que para lazer ou turismo familiar.

Questão 20) Sexo:

Sexo

381 respostas



- Com base no gráfico apresentado podemos ver a distribuição das respostas entre os 381 participantes:
 - **Masculino:** 74,8%
 - **Feminino:** 25,2%
 - **Prefiro não responder:** 0% (não houve registro nesta categoria).

- Nessa questão a pesquisa evidencia que a **grande maioria dos visitantes entrevistados é do sexo masculino**, representando quase três quartos da amostra. Esse resultado reforça o perfil já identificado em outras análises:

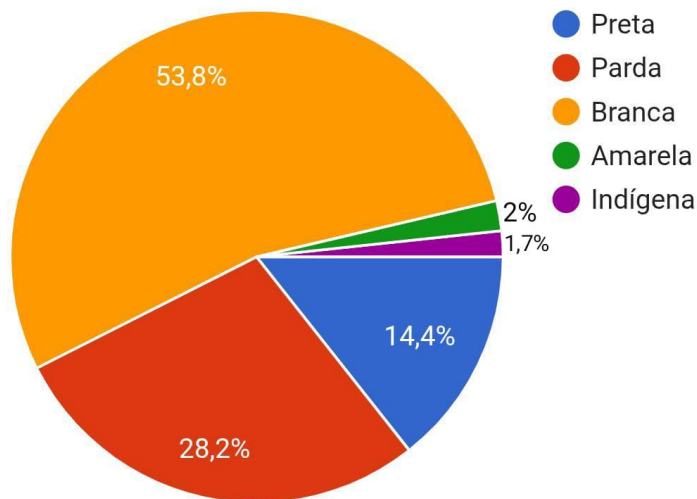
- O público predominante que visita Sumaré está **ligado a negócios, trabalho ou compromissos profissionais**, segmentos que geralmente apresentam maior presença masculina;
- A baixa participação do público feminino (25,2%) sugere que o município ainda não se consolida como destino voltado ao turismo de lazer ou familiar, em que a presença de mulheres tende a ser maior;
- A ausência de respostas na opção "Prefiro não responder" indica que os entrevistados se sentiram confortáveis em declarar sua identidade de gênero.

- Em resumo, o gráfico reforça o **perfil profissional e majoritariamente masculino** dos turistas de Sumaré, alinhado ao fato de que **a cidade é mais procurada para atividades de trabalho** do que para turismo de lazer.

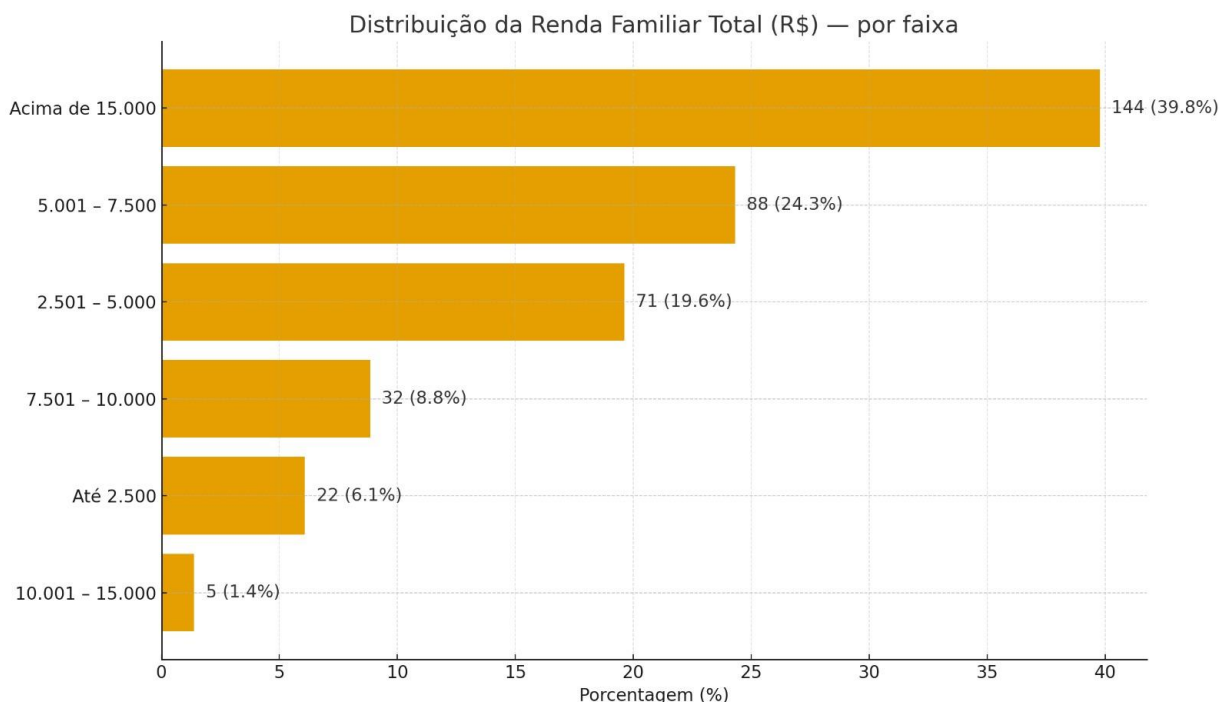
Questão 21) Cor/raça:

Cor/Raça

355 respostas



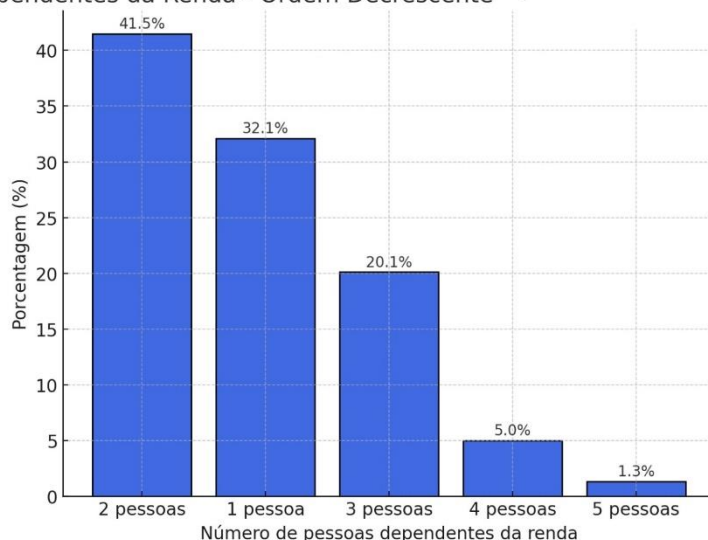
- Observando o gráfico supracitado sobre cor ou raça, a distribuição das respostas entre 355 participantes, fica assim definida:
 - **Branca:** 53,8% Indígena: 1,7%
 - **Parda:** 28,2% Amarela: 2%
 - **Preta:** 14,4%
- Entendemos que **predominância é branca:** e mais da metade dos entrevistados (**53,8%**) se autodeclararam brancos, o que reflete a composição populacional de parte da Região Metropolitana de Campinas (RMC), onde Sumaré está inserida, e pode estar associado ao perfil dos profissionais que viajam a trabalho, público predominante no município.
- Como **diversidade racial significativa**, apesar da maioria branca, há presença marcante de **pessoas pardas com 28,2%** e **pretas com 14,4%**, somando **42,6% do total**. Isso demonstra que o público que visita a cidade é relativamente diverso, acompanhando a realidade multicultural do Brasil.
- **Baixa representatividade amarela e indígena:** apenas **3,7%** dos entrevistados pertencem a esses grupos. Embora minoritários, sua presença mostra que o turismo de negócios em Sumaré também alcança públicos variados, ainda que em pequena escala.
- **Concluimos que o gráfico indica que os visitantes de Sumaré formam um público** majoritariamente branco, **mas com** representatividade expressiva de pardos e pretos, **o que sugere uma diversidade coerente com a composição social brasileira.**
- **Esse perfil reforça que o turismo do município, voltado sobretudo para negócios e trabalho**, atrai diferentes grupos raciais, **ainda que de maneira desigual.**

Questão 22) Renda familiar total: R\$

- Diante do gráfico apresentado referente à renda familiar total (R\$) dos entrevistados:
 - **Até R\$ 2.500** → 6,1% (22 pessoas)
 - **De R\$ 2.501 a R\$ 5.000** → **19,6%** (71 pessoas)
 - **De R\$ 5.001 a R\$ 7.500** → **24,3%** (88 pessoas)
 - **De R\$ 7.501 a R\$ 10.000** → 8,8% (32 pessoas)
 - **De R\$ 10.001 a R\$ 15.000** → 1,4% (5 pessoas)
 - **Acima de R\$ 15.000** → **39,8%** (144 pessoas)
- **Existe o predomínio de alta renda:** onde quase 40% dos entrevistados declararam renda **acima de R\$ 15.000**, evidenciando um público de maior poder aquisitivo.
- **Faixa intermediária expressiva:** onde cerca de **24,3%** estão na faixa de **R\$ 5.001 a R\$ 7.500** e **19,6%** entre **R\$ 2.501 e R\$ 5.000**, ou seja, o segundo maior grupo é formado por famílias de classe média.
- **Menor participação das rendas mais baixas:** com apenas **6,1%** têm renda **até R\$ 2.500**, o que mostra que o turismo de Sumaré não tem grande alcance entre classes populares - reforçando o perfil de visitantes que se deslocam com objetivos profissionais e corporativos.
- **Baixíssima presença na faixa de R\$ 10.001 a R\$ 15.000:** onde apenas 1,4% dos entrevistados estão nessa faixa, o que pode indicar que muitos já se encaixam diretamente no grupo acima de R\$ 15.000.

Questão 23) Quantas pessoas dependem dessa renda?

Dependentes da Renda - Ordem Decrescente



➤ Conforme demonstra o gráfico acima de quantas pessoas dependem da renda familiar:

- **2 pessoas** → 41,5%
- **1 pessoa** → 32,1%
- **3 pessoas** → 20,1%
- **4 pessoas** → 5,0%
- **5 pessoas** → 1,3%

➤ **Predomínio de famílias pequenas:** a maioria dos entrevistados declarou que **1 ou 2 pessoas** dependem da renda (somando **73,6%**). Isso indica que a renda é geralmente utilizada para sustentar **núcleos familiares reduzidos**, característica comum entre pessoas solteiras, casais sem filhos ou com apenas um dependente.

➤ **Menor número de famílias numerosas:** apenas **6,3%** (4 ou 5 dependentes) estão em lares maiores, o que sugere que famílias extensas não representam a maioria entre os turistas que circulam em Sumaré.

➤ **A relação com o perfil do visitante:** esse dado reforça o perfil já identificado em outras questões da pesquisa:

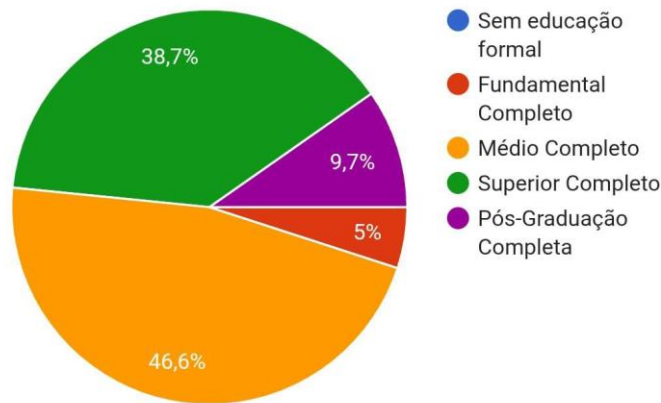
- **Muitos visitantes vêm a trabalho ou negócios, permanecendo pouco tempo na cidade (em média um dia).**
- **São pessoas com boa renda familiar (muitas acima de R\$ 15.000), que geralmente não têm um número elevado de dependentes.**
- **Isso indica que o público visitante é composto em grande parte por profissionais independentes ou famílias de pequeno porte, com maior capacidade de consumo per capita.**

➤ Podemos concluir que nessa questão mostra que os turistas de Sumaré apresentam um **perfil socioeconômico de famílias pequenas**, em sua maioria sustentadas por 1 ou 2 pessoas, o que reforça a predominância de visitantes de negócios e profissionais com alto poder aquisitivo.

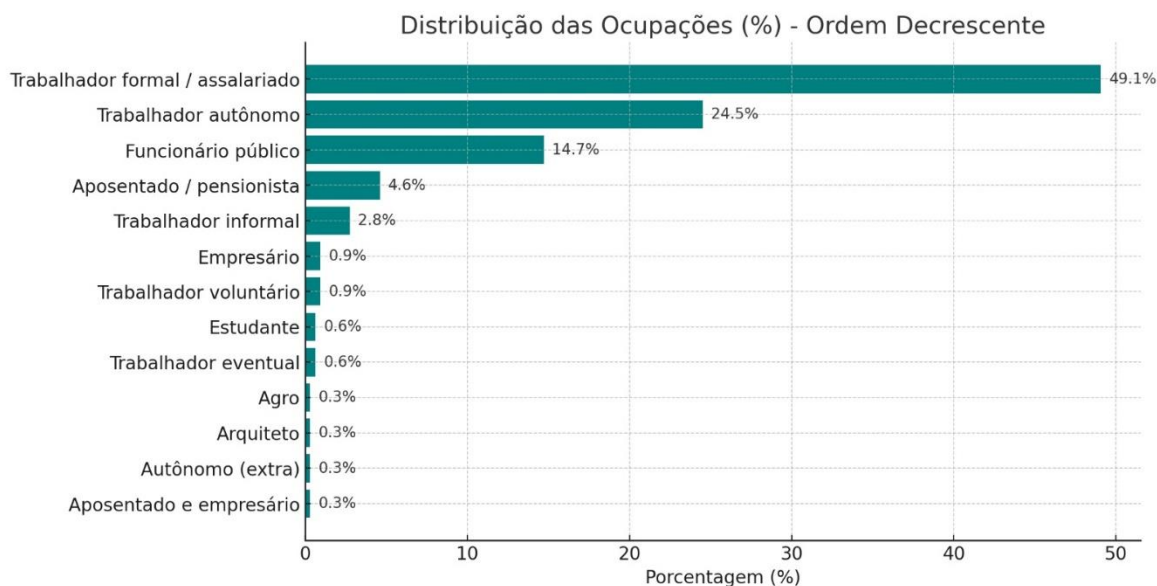
Questão 24) Escolaridade:

Qual a sua
escolaridade?

380 respostas



- A distribuição apresentada no gráfico acima, com 380 respostas, mostra:
 - **Médio completo** → 46,6%
 - **Superior completo** → 38,7%
 - **Pós-graduação completa** → 9,7%
 - **Fundamental completo** → 5%
 - **Sem educação formal** → 0%
- No **predomínio de escolaridade média e superior**: onde a grande maioria dos entrevistados (85,3%) possui **ensino médio completo ou superior completo**, revelando um perfil de visitantes com **boa formação educacional**.
- **A qualificação acadêmica avançada**: quase 10% declararam ter **pós-graduação**, o que reforça a presença de um público de **profissionais qualificados**, em linha com o perfil de negócios e trabalho já identificado em outras questões da pesquisa.
- **A baixa escolaridade é exceção**: onde apenas 5% têm apenas o **fundamental completo**, e **nenhum** dos entrevistados afirmou não ter educação formal.
- **Relação com outros resultados da pesquisa**:
 - Esse nível de escolaridade se conecta com a **alta renda familiar** observada (quase 40% acima de R\$ 15.000).
 - Também se relaciona com o **perfil de turistas de negócios**, que geralmente apresentam maior escolaridade e qualificação profissional.
- **Concluimos** que a questão demonstra que os turistas de Sumaré apresentam **alto nível educacional**, concentrados principalmente no **ensino médio completo e superior**.
- Essa característica reforça a ideia de que a cidade recebe visitantes ligados ao setor **profissional e corporativo**, com capacidade de consumo acima da média.

Questão 25) Ocupação:

- Sobre a **ocupação dos entrevistados** na pesquisa de demanda turística em Sumaré, fica distribuído dessa forma:
 - **Trabalhador formal/assalariado** → **49,1%** **Trabalhador informal** → **2,8%**
 - **Trabalhador autônomo** → **24,5%** **Aposentado/pensionista** → **4,6%**
 - **Funcionário público** → **14,7%**
 - Demais ocupações (empresário, voluntário, estudante, eventual, agro, arquiteto, etc.), somadas, aponta menos de 5%.
- Podemos entender que o **predomínio de trabalhadores formais e assalariados**: quase metade dos entrevistados (**49,1%**) atua como **trabalhador formal**, o que reforça o perfil de visitantes ligados ao **mercado corporativo e atividades profissionais regulares**.
- **Relevância dos autônomos e funcionários públicos**:
 - 24,5% são **autônomos**, mostrando diversidade de perfis, mas ainda com forte ligação ao mundo do trabalho;
 - 14,7% são **funcionários públicos**, grupo que costuma viajar a trabalho ou para participação em eventos.
- Baixa representatividade de estudantes e ocupações eventuais, de apenas **0,6%** dos respondentes eram estudantes, o que confirma que Sumaré **não é destino educacional ou de turismo jovem**, mas sim um polo de passagem profissional.
- **Turistas aposentados** é menor com apenas **4,6%** se declararam aposentados, indicando que **Sumaré não é foco de turismo de lazer da terceira idade**, diferentemente de outros destinos.
- **Outras ocupações pouco relevantes são**: empresários, voluntários, trabalhadores informais e outras categorias representam percentuais muito baixos, reforçando que o turismo local é **essencialmente motivado pelo trabalho assalariado ou autônomo**.
- Concluimos que a pesquisa revela que os turistas de Sumaré possuem **perfil predominantemente profissional**, com quase 90% dos entrevistados divididos entre **assalariados, autônomos e funcionários públicos**. Isso reforça a característica já observada em outras questões: Sumaré é majoritariamente um **destino de negócios e trabalho**, com turismo de lazer ainda pouco expressivo.

6. Resumo, sem os gráficos, só os dados estatísticos.

Questão 1) Você é morador de Sumaré?

93,6%	não
6,4%	sim

Questão 2) Cidade / Estado?

42 pessoas	Hortolândia
37 pessoas	Paulínia
32 pessoas	Campinas
29 pessoas	Monte Mor
25 pessoas	Nova Odessa
18 pessoas	Americana

Questão 3) Tipo de hospedagem:

45,4%	não se hospedaram
33%	se hospedaram em hotéis;
18,6%	ficaram em casa de parentes e/ou amigos.

Questão 4) Quantas noites permaneceu na cidade:

60,8%	3 noites
32,5%	4 a 7 noites
3,3%	8 a 15 noites
3,3%	16 a 30 noites

Questão 5) Meio de transporte principal para chegar à cidade:

66,4%	carro
13,5%	moto
7,1 %	ônibus regular

Questão 6) Motivo principal da viagem:

36,11%	Negócios/Trabalho
24,12%	Visita a parentes
12,10%	Eventos
7,13%	Pesca

Questão 7) Com quem viajou?

47,8%	viajam sozinhos;
25,2%	viajam em família;
9,5%	viajam com amigos;
8%	viajam com colegas de trabalho;
10%	as outras opções.

Questão 8) Há pessoas com deficiência no grupo?

93,4%	não estava com pessoas com deficiência;
6,6%	estava com pessoas com deficiência;

Questão 9) Se sim, quantas?

46,4%	1 pessoa com deficiência física.
25%	3 pessoas com deficiência física.

Questão 10) Número de acompanhantes por idade?

38,3%	46 a 65 anos
21,6%	0 a 9 anos
17,3%	30 a 45 anos
12,8%	10 a 18 anos

Questão 11) O que influenciou sua decisão de visitar este destino?

34,12%	WhatsApp
14,03%	Instagram
10,06%	Facebook
6,17%	Empresa
4,13%	Trabalho

Questão 12) Gasto total da viagem:

59 pessoas	até 500 reais por dia;
21 pessoas	de 500 até 1.000 reais;
6 pessoas	de 1.001 a 3.000 reais;
2 pessoas	de 6.001 a 10.000 reais.
1 pessoa	de 3.001 a 6.000 reais

Questão 13) Visitou outras cidades na região?

76,9%	não visitaram outros municípios
23,1%	visitou outros municípios

Questão 14) Avalie as características da cidade: Hospedagem

46,2%	nota 5
35,9%	nota 4
13%	nota 3
3%	nota 2
1,9%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Alimentação

54%	nota 5	3,1%	nota 2
28,2%	nota 4	1,6%	nota 1
13,2%	nota 3		

Questão 14) Avalie as características da cidade: Comércio em geral

25,1%	nota 5
48,8%	nota 4
20,4%	nota 3
5,8%	nota 2
2,1%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Mobilidade / Transporte

18,2%	nota 5
34,6%	nota 4
28,2%	nota 3
14,2%	nota 2
4,8%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Sinalização turística

21,1%	nota 5
15,3%	nota 4
22,3%	nota 3
15%	nota 2
26,3%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Informações turísticas

22%	nota 5
18%	nota 4
26,2%	nota 3
13,4%	nota 2
20,4%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Centro de Atendimento ao Turista

20,7%	nota 5
20,7%	nota 4
20,1%	nota 3
15,9%	nota 2
22,6%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Segurança

22%	nota 5
41,9%	nota 4
25,4%	nota 3
5%	nota 2
5,8%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Limpeza da cidade

25,6%	nota 5
46%	nota 4
20,4%	nota 3
3,9%	nota 2
4,1%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Rodovias de acesso

35,8%,	nota 5
42,7%	nota 4
14,3%	nota 3
5%	nota 2
2,2%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Postos de gasolina

32%	nota 5
44,6%	nota 4
17,3%	nota 3
4,2%	nota 2
1,8%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Acessibilidade

18,2%	nota 5
20,6%	nota 4
28,1%	nota 3
14,7%	nota 2
18,4%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Agências de turismo/guias

16,3%	nota 5
22,8%	nota 4
31%	nota 3
15,5%	nota 2
14,4%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Artesanato / souvenirs

14,4%	nota 5
25,0%	nota 4
32,6%	nota 3
15,8%	nota 2
12,2%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Facilidade de estacionamento

22,7%	nota 5
44,6%	nota 4
20,6%	nota 3
8,2%	nota 2
4,0%	nota 1

Questão 14) Avalie as características da cidade: Hospitalidade dos moradores

39,1%	nota 5
34,8%	nota 4
20,8%	nota 3
4,2%	nota 2
1,1%	nota 1

Questão 15) Quanto a cidade atendeu às suas expectativas?

23,2%	nota 5
49,5%	nota 4
21,6%	nota 3
4,2%	nota 2
1,6%	nota 1

Questão 16) Probabilidade de retornar à cidade?

31,6%	nota 5
47,9%	nota 4
16,3%	nota 3
2,6%	nota 2
1,6%	nota 1

Questão 17) Probabilidade de indicar a cidade para outros:

30,7%	nota 5
45%	nota 4
19,3%	nota 3
2,6%	nota 2
2,4%	nota 1

Questão 18) Que palavra resume sua nota anterior? Não tem gráfico.

Questão 19) Idade:

25 anos	17 pessoas
35 anos	20 pessoas
38 anos	18 pessoas
39 anos	17 pessoas
40 anos	19 pessoas

Questão 20) Sexo:

74,8%	masculino
25,2%	feminino

Questão 21) Cor/raça:

53,8%	Branca
14,4%	Preta
28,2%	Parda
2%	Amarela
1,7%	Indígena

Questão 22) Renda familiar total: R\$

6,1%	Até R\$ 2.500
19,6%	De R\$ 2.501 a R\$ 5.000
24,3%	De R\$ 5.001 a R\$ 7.500
8,8%	De R\$ 7.501 a R\$ 10.000
1,4%	De R\$ 10.001 a R\$ 15.000
39,8%	Acima de R\$ 15.000

Questão 23) Quantas pessoas dependem dessa renda?

41,5%	2 pessoas
32,1%	1 pessoa
20,1%	3 pessoas
5,0%	4 pessoas
1,3%	5 pessoas

Questão 24) Escolaridade:

46,6%	Médio completo
38,7%	Superior completo
9,7%	Pós-graduação completa
5%	Fundamental completo
0%	Sem educação formal

Questão 25) Ocupação:

49,1%	Trabalhador formal/assalariado
24,5%	Trabalhador autônomo
14,7%	Funcionário público
4,6%	Aposentado/pensionista
5%	Demais ocupações
2,8%	Trabalhador informal

8. Conclusão

A análise da Pesquisa de Demanda Turística de Sumaré 2025 apresenta um retrato consistente do **perfil, comportamento e percepção** dos visitantes, permitindo compreender com maior clareza o posicionamento do município como destino turístico.

Constata-se que a maior parte **dos visitantes é oriunda da Região Metropolitana de Campinas** e arredores, utilizando predominantemente transporte rodoviário individual e permanecendo poucos dias na cidade, com **foco em compromissos de negócios, eventos e visitas familiares**. A baixa taxa de hospedagem, associada ao gasto reduzido da maioria, confirma Sumaré como destino de **estadia curta**, de **perfil corporativo e de lazer rápido**, como os pesqueiros.

Ressalta-se que não foram contabilizados nesta pesquisa os mais de **200 mil visitantes anuais da Estância Árvore da Vida**, que consolidam também o **segmento de turismo religioso** como uma importante **vocação local**. Importante destacar que esses visitantes não se limitam ao público regional, mas incluem pessoas de diversas partes do Brasil e do mundo, projetando Sumaré no cenário do turismo religioso nacional e internacional. Grande parte dessas pessoas que participam dos eventos da Estância Arvore da Vida, não vêm até ao centro da cidade, porque a interação nos eventos é grande e o local é afastado do centro, está localizado na área rural da cidade.

Outro segmento de relevância para o desenvolvimento turístico de Sumaré, ainda não captado de forma plena pela pesquisa, é o **turismo rural**, que se destaca especialmente nos **assentamentos da reforma agrária do município**. Em 2025, esses espaços receberam **356 alunos de escolas de São Paulo**, interessados em vivenciar práticas educativas ligadas à agricultura familiar, sustentabilidade e história social do campo. Desde sua fundação com 33 anos, Sumaré vem atraindo visitantes e pesquisadores interessados em conhecer a trajetória da luta pela terra e o cotidiano das comunidades assentadas.

Além do valor histórico e pedagógico, o turismo rural em Sumaré também se manifesta em eventos culturais e gastronômicos, como a tradicional **Festa da Mandioca**, realizada no Assentamento I, considerada uma das maiores festas populares do município, reunindo cerca de **10 mil pessoas**. Essa celebração reforça o potencial de integração entre o turismo rural, o turismo cultural e o turismo gastronômico, fortalecendo a identidade local e promovendo o desenvolvimento sustentável no campo.

Quanto à percepção da cidade, **pontos fortes se destacam: hospitalidade dos moradores, qualidade da alimentação e hospedagem, limpeza urbana e boas condições das rodovias de acesso**. Esses elementos contribuem para que a maioria dos visitantes afirme que suas expectativas foram atendidas, que retornariam à cidade e a recomendariam a outras pessoas, demonstrando alto potencial de fidelização.

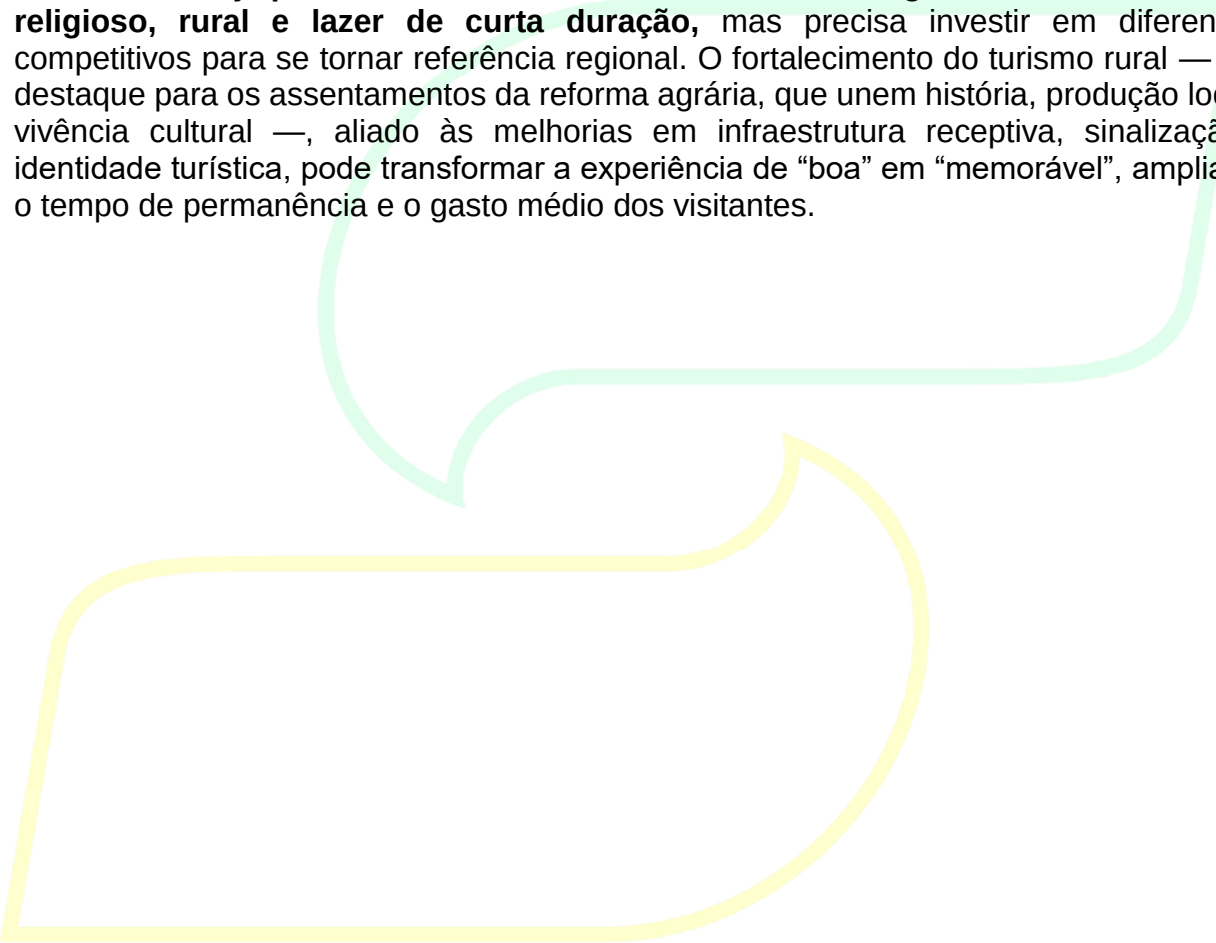
Por outro lado, a pesquisa evidencia **fragilidades que precisam de atenção**: ausência de sinalização turística específica, deficiências na mobilidade e acessibilidade, estrutura ainda limitada de agências de receptivo e oferta de artesanato/souvenirs pouco consolidada. Esses aspectos explicam por que **grande parte das avaliações permanece no nível “bom” (nota 4), mas ainda não alcança a excelência (nota 5), revelando que Sumaré atende, mas ainda não encanta plenamente**.

Conclusão (continuação)

Podemos ver que os resultados mostram que Sumaré possui bases sólidas para consolidar-se como destino regional de turismo de negócios, eventos, religioso, rural e lazer familiar de curta duração. O fortalecimento desses segmentos, aliado a políticas públicas de valorização da identidade local e investimentos em infraestrutura receptiva, pode ampliar o tempo de permanência dos visitantes e diversificar o perfil da demanda turística.

Para transformar visitantes ocasionais em promotores espontâneos da cidade, será necessário investir em diferenciais competitivos, como: sinalização, estrutura receptiva, identidade turística e valorização dos atrativos locais, **elevando a experiência de “satisfatória” para “memorável”**.

Sumaré já possui bases sólidas como destino de negócios, eventos, turismo religioso, rural e lazer de curta duração, mas precisa investir em diferenciais competitivos para se tornar referência regional. O fortalecimento do turismo rural — com destaque para os assentamentos da reforma agrária, que unem história, produção local e vivência cultural —, aliado às melhorias em infraestrutura receptiva, sinalização e identidade turística, pode transformar a experiência de “boa” em “memorável”, ampliando o tempo de permanência e o gasto médio dos visitantes.



Resumo executivo em tópicos (SWOT)

Pesquisa de Demanda Turística de Sumaré 2025,
incluindo a Estância Árvore da Vida como fator estratégico

Forças

- Boa localização e acessibilidade por rodovias.
- Hospitalidade da população.
- Qualidade de hospedagem e alimentação bem avaliadas.
- Estrutura de eventos corporativos e de negócios consolidada.
- Presença da Estância Árvore da Vida (cerca de 200 mil visitantes/ano), reforçando o turismo religioso.
- Pesqueiros e lazer familiar como atrativos diferenciados.
- Turismo rural ativo nos assentamentos da reforma agrária, com destaque para o Assentamento 17 de Abril (Sumaré I), considerado o primeiro do Brasil.
- Eventos rurais e gastronômicos consolidados, como a Festa da Mandioca, que reúne cerca de 10 mil pessoas.

Fraquezas

- Permanência média curta e baixo gasto turístico.
- Falta de sinalização turística adequada.
- Mobilidade e acessibilidade urbana com limitações.
- Oferta de receptivo turístico pouco estruturada.
- Artesanato e souvenirs ainda pouco desenvolvidos.
- Imagem de destino mais “funcional” do que “memorável”.
- Turismo rural e pedagógico ainda com pouca promoção e integração aos roteiros oficiais.

Oportunidades

- Fortalecer o turismo religioso em parceria com a Estância Árvore da Vida.
- Estimular produção cultural, artesanal e gastronômica local.
- Investir em marketing digital e identidade turística clara.
- Desenvolver roteiros temáticos (eventos, natureza, cultura e fé).
- Aumentar permanência média com pacotes e integração regional.
- Expandir o turismo rural e educativo, valorizando os assentamentos da reforma agrária como espaços de memória, sustentabilidade e vivência comunitária.
- Integrar o turismo rural, religioso e cultural em estratégias de promoção conjunta.

Ameaças

- Concorrência de cidades vizinhas com atrativos mais consolidados.
- Risco de permanecer como destino apenas de passagem.
- Falta de investimentos públicos contínuos em infraestrutura turística.
- Dependência excessiva do segmento corporativo/eventos.
- Descontinuidade de apoio institucional a iniciativas rurais e comunitárias

FIM.

ANEXO

Pesquisa de Demanda

2025

1. Formulário Pesquisa 2025

2. QRCODE Pesquisa

**3. Formulário da Pesquisa do google
(parte 1, 2 e 3)**

1) Você é morador de SUMARÉ? () Sim (finalizar a entrevista) () Não (continuar)		Data: ____ / ____ / 2025			
2) Cidade/Estado:		Temporada: () Alta () Baixa			
3) Tipo de hospedagem (marque apenas uma): ☐ Pousada ☐ Airbnb ou outro app ☐ Sem acomodação (bate e volta) ☐ Resort ☐ Imóvel alugado ☐ Casa de parentes/amigos ☐ Apart-hotel ☐ Imóvel próprio / 2ª residência ☐ Hotel ☐ Albergue/Hostel ☐ Outro:					
4) Quantas noites permaneceu? _____					
5) Meio de transporte principal para chegar à cidade: ☐ App de transporte ☐ Avião ☐ Carro ☐ Moto ☐ Navio ☐ Ônibus regular ☐ Bicicleta ☐ Outro: ☐ Excursão (ônibus/van) ☐ Trem					
6) Motivo principal da viagem: ☐ Negócios/trabalho ☐ Pesca/Náutica ☐ Visita a parentes/amigos ☐ Descanso ☐ Compras ☐ Gastronomia ☐ Clima ☐ Esporte ☐ Natureza ☐ História/Cultura ☐ Outro: ☐ Aventura ☐ Evento					
7) Com quem viajou? ☐ Amigos ☐ Família ☐ Grupo de excursão ☐ Família e amigos ☐ Colegas de trabalho ☐ Sozinho(a) ☐ Outro:		8) Há pessoas com deficiência no grupo? () Sim () Não			
10) Número de acompanhantes por idade: 0 a 9 anos: _____ 10 a 18 anos: _____ 19 a 29 anos: _____ 30 a 45 anos: _____ 46 a 65 anos: _____ +65 anos: _____		11) O que influenciou sua decisão de visitar este destino? (Marque quantos quiser) ☐ TikTok ☐ X (Twitter) ☐ Telegram ☐ TripAdvisor ☐ Blog ☐ Plataforma de reservas ☐ Programa de TV/filme ☐ Outro: ☐ Site de viagens ☐ Site de agência ☐ Site de notícias ☐ Instagram ☐ Facebook ☐ YouTube ☐ WhatsApp			
12) Gasto total da viagem (sem deslocamento): Previsto: R\$		Realizado: R\$			
13) Visitou outras cidades na região? () Não () Sim. Quais?					
14) Avalie as características da cidade (1 = pior, 5 = melhor):					
Item	1	2	3	4	5
Hospedagem	()	()	()	()	()
Alimentação	()	()	()	()	()
Comércio em geral	()	()	()	()	()
Mobilidade / Transporte	()	()	()	()	()
Sinalização turística	()	()	()	()	()
Informações turísticas (site)	()	()	()	()	()
CAT (Centro de Atendimento)	()	()	()	()	()
Segurança	()	()	()	()	()
Limpeza da cidade	()	()	()	()	()

Continuação:

14) Avalie as características da cidade (1 = pior, 5 = melhor):					
Item	1	2	3	4	5
Rodovias de acesso	()	()	()	()	()
Postos de gasolina	()	()	()	()	()
Acessibilidade	()	()	()	()	()
Agências de turismo/guias	()	()	()	()	()
Artesanato / souvenirs	()	()	()	()	()
Estacionamento	()	()	()	()	()
Hospitalidade dos moradores	()	()	()	()	()
15) Quanto a cidade atendeu às suas expectativas?	1() 2() 3() 4() 5()				
16) Probabilidade de retornar à cidade:	1() 2() 3() 4() 5()				
17) Probabilidade de indicar a cidade para outros:	1() 2() 3() 4() 5()				
18) Que palavra resume sua nota anterior?					

Informações Socioeconômicas

19) Idade:	
20) Sexo: () Feminino () Masculino () Prefiro não informar	
21) Cor/raça: () Preta () Parda () Branca () Amarela () Indígena	
22) Renda familiar total: R\$	
23) Quantas pessoas dependem dessa renda?	
24) Escolaridade:	() Médio completo
() Sem educação formal	() Superior completo
() Fundamental completo	() Pós-graduação completa
25) Ocupação:	() Trabalhador voluntário
() Aposentado / Pensionista	() Estudante
() Trabalhador formal / Assalariado	() Estagiário
() Trabalhador autônomo	() Funcionário público
() Trabalhador informal	() Empregado doméstico
() Trabalhador eventual	() Desempregado

PESQUISA DE DEMANDA DOS VISITANTES DE SUMARÉ

Scaneie o **QR Code** abaixo e responda a pesquisa da
Secretaria de Cultura e Turismo de Sumaré.



 Siga-nos no Instagram @culturasumare

Secretaria de 
CULTURA E TURISMO
Sumaré

 **PREFEITURA DE**
SUMARÉ
DE TODOS

PESQUISA DE DEMANDA DOS VISITANTES DE SUMARÉ

Scaneie o **QR Code** abaixo e responda a pesquisa da
Secretaria de Cultura e Turismo de Sumaré.



 Siga-nos no Instagram @culturasumare

Secretaria de 
CULTURA E TURISMO
Sumaré

 **PREFEITURA DE**
SUMARÉ
DE TODOS

PESQUISA DE DEMANDA DOS VISITANTES DE SUMARÉ

Scaneie o **QR Code** abaixo e responda a pesquisa da
Secretaria de Cultura e Turismo de Sumaré.



 Siga-nos no Instagram @culturasumare

Secretaria de 
CULTURA E TURISMO
Sumaré

 **PREFEITURA DE**
SUMARÉ
DE TODOS

PESQUISA DE DEMANDA DOS VISITANTES DE SUMARÉ

Scaneie o **QR Code** abaixo e responda a pesquisa da
Secretaria de Cultura e Turismo de Sumaré.



 Siga-nos no Instagram @culturasumare

Secretaria de 
CULTURA E TURISMO
Sumaré

 **PREFEITURA DE**
SUMARÉ
DE TODOS

PESQUISA DE DEMANDA DOS VISITANTES DE SUMARÉ

Scaneie o **QR Code** abaixo e responda a pesquisa da
Secretaria de Cultura e Turismo de Sumaré.



Siga-nos no Instagram @culturasumare

Secretaria de 
CULTURA E TURISMO
Sumaré

 **PREFEITURA DE**
SUMARÉ
DE TODOS

PESQUISA DE DEMANDA NOS MUNICÍPIOS

Esta pesquisa tem como objetivo mapear o interesse turístico das pessoas que visitam Sumaré.

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo procura entender o que atrai os visitantes, quais experiências tiveram e como avaliam a infraestrutura da cidade.

Suas respostas nos ajudarão a identificar pontos fortes e oportunidades de melhoria para o turismo local. **Agradecemos sua participação!**

julianapaiola.jp2@gmail.com [Mudar de conta](#)



* Indica uma pergunta obrigatória

E-mail *

Seu e-mail

Você é morador da cidade de **Sumaré**? *

- ☐ Sim (Finalizar a Entrevista)
- ☐ Não (Continuar)



Caso não seja morador, você já está no final de sua visita à cidade?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não se aplica

País de Residência

- ☐ Brasil
- ☐ Outro:

Cidade e Estado de Residência

Sua resposta



Que tipo de hospedagem utilizou? *

- ☐ Sem acomodação (bate e volta)
- ☐ Casa de parentes/amigos
- ☐ Hotel
- ☐ Pousada
- ☐ Resort
- ☐ Apart-Hotel
- ☐ Albergue/Hostel
- ☐ Airbnb ou outro app
- ☐ Imóvel Alugado (casa, apartamento, sítio, rancho, etc)
- ☐ Imóvel Próprio (casa, apartamento, sítio, rancho, etc)
- ☐ Outro:

Quantas noites permaneceu, caso tenha dormido na cidade?

Sua resposta



Qual o principal meio de transporte utilizado para chegar na cidade? *

- ☐ Carro
- ☐ Ônibus Regular
- ☐ Excursão (Ônibus/van)
- ☐ App de Transporte (Uber, 99)
- ☐ Moto
- ☐ Bicicleta
- ☐ Trem
- ☐ Avião
- ☐ Navio
- ☐ Outro:



Qual o principal motivo de sua viagem? *

- ☐ Visita a parentes/amigos
- ☐ Gastronomia
- ☐ Natureza
- ☐ Aventura
- ☐ Negócios/Trabalho
- ☐ Descanso
- ☐ Clima
- ☐ História/Cultura
- ☐ Evento
- ☐ Pesca/Náutica
- ☐ Compras
- ☐ Esporte
- ☐ Outro:

Com quem você viajou? *

- ☐ Família
- ☐ Família e amigos
- ☐ Amigos
- ☐ Sozinho(a)
- ☐ Grupo de Excursão
- ☐ Colegas de Trabalho
- ☐ Outro:



Número de Acompanhantes e respectivas idades (Exemplo: 3 pessoas - 20, 21 e 23 anos)

Sua resposta

No seu grupo há pessoas com alguma deficiência?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, quantas?

Sua resposta



O que influenciou sua decisão por visitar este destino?

- ☐ Site especializado em viagens
- ☐ Site de agência de turismo
- ☐ site de notícias
- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Youtube
- ☐ Tiktok
- ☐ WhatsApp
- ☐ X (Twitter)
- ☐ Telegram
- ☐ Trip Advisor
- ☐ Outro:



O que influenciou sua decisão por visitar este destino?

- ☐ Site especializado em viagens
- ☐ Site de agência de turismo
- ☐ site de notícias
- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Youtube
- ☐ Tiktok
- ☐ WhatsApp
- ☐ X (Twitter)
- ☐ Telegram
- ☐ Trip Advisor
- ☐ Blog
- ☐ Plataforma de reservas (booking, decolar, etc)
- ☐ Programa de TV
- ☐ Outro:

Qual o gasto total da viagem, não considerando deslocamento entre sua origem e o destino? (Gasto previsto e gasto realizado)

Sua resposta

Você visitou outras cidades na região?

- ☐ Sim
- ☐ Não



Se respondeu SIM na pergunta acima, quais cidades você visitou na região?

Sua resposta

Avançar

Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. - [Entre em contato com o proprietário do formulário](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Este formulário parece suspeito? [Denunciar](#)

Google Formulários





PESQUISA DE DEMANDA NOS MUNICÍPIOS

julianapaiola.jp2@gmail.com [Mudar de conta](#)



Rascunho salvo.

CLASSIFICAÇÕES: Considerando 1 a pior nota e 5 a melhor nota, como você avalia as seguintes características da cidade?

Hospedagem

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Alimentação (restaurantes, bares, etc)

1



2



3



4



5



Limpar seleção



Comércio em geral

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Mobilidade / transporte

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Sinalização turística

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Informações turísticas (site oficial)

1



2



3



4



5



Limpar seleção



Centro de atendimento ao turista

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Sensação de segurança

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Limpeza da cidade

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Rodovias de acesso

1



2



3



4



5



Limpar seleção



Postos de gasolina

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Acessibilidade para pessoa com deficiência

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Agências de turismo / guias

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Artesanato / souvenirs

1



2



3



4



5



Limpar seleção



Facilidade de estacionamento

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Hospitalidade dos moradores

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Em uma escala de 1 a 5, quanto a cidade atendeu às suas expectativas?

1



2



3



4



5



Limpar seleção

Em uma escala de 1 a 5, qual a probabilidade de você retornar à cidade em outra oportunidade?

1



2



3



4



5



Limpar seleção



Em uma escala de 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar a cidade para amigos ou parentes?

1



2



3



4



5

[Limpar seleção](#)

Que palavra você usaria para justificar sua nota acima?

trabalho

[Voltar](#)[Avançar](#)[Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. - [Entre em contato com o proprietário do formulário](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Este formulário parece suspeito? [Denunciar](#)

Google Formulários





PESQUISA DE DEMANDA NOS MUNICÍPIOS

julianapaiola.jp2@gmail.com [Mudar de conta](#)



Rascunho salvo.

SOCIOECONÔMICO

Sua Idade

49

Sexo



Feminino



Masculino



Prefiro não responder

[Limpar seleção](#)



Cor/Raça

- ☐ Preta
- ☐ Parda
- ☒ Branca
- ☐ Amarela
- ☐ Indígena

Limpar seleção

Qual sua renda familiar total R\$

5000

Quantas pessoas, incluindo você, dependem dessa renda?

1

Qual a sua escolaridade?

- ☐ Sem educação formal
- ☐ Fundamental Completo
- ☐ Médio Completo
- ☒ Superior Completo
- ☐ Pós-Graduação Completa

Limpar seleção



Qual a sua ocupação?

- ☐ Aposentado / pensionista
- ☐ Trabalhador formal / assalariado
- ☐ Trabalhador informal
- ☐ Trabalhador autônomo
- ☐ Trabalhador eventual
- ☐ Trabalhador voluntário
- ☐ Estudante
- ☐ Estagiário
- ☒ Funcionário público
- ☐ Empregado Doméstico
- ☐ Outro:

Limpar seleção

Uma cópia das suas respostas será enviada para o endereço de e-mail fornecido

Voltar

Enviar

Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

reCAPTCHA

[Privacidade](#)[Termos](#)

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. - [Entre em contato com o proprietário do formulário](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Este formulário parece suspeito? [Denunciar](#)

Google Formulários



