

15º Congresso de Inovação, Ciência e Tecnologia do IFSP - 2024

TURISMO NO BAIRRO DA LIBERDADE: CONSIDERAÇÕES SOBRE O PERFIL DA DEMANDA

VICTOR MANOEL SOUZA¹, DOMINICK DHAYARA GODINHO SOARES²,
ROMULO DUARTE SILVA DE OLIVEIRA³, MARCOS HIDEYUKI YOKOYAMA⁴

¹ Graduando em Tecnologia em Gestão de Turismo, IFSP, *Campus* São Paulo, victor.manoel@aluno.ifsp.edu.br.

² Graduanda em Tecnologia em Gestão de Turismo, IFSP, *Campus* São Paulo, d.dhayara@aluno.ifsp.edu.br.

³ Docente do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo, IFSP, *Campus* São Paulo, romulo.duarte@ifsp.edu.br.

⁴ Docente do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo, IFSP, *Campus* São Paulo, marcoshy@ifsp.edu.br

Área de conhecimento (Tabela CNPq): 6.13.00.00-4 Turismo

RESUMO: O turismo é um setor responsável por impactos econômicos importantes na economia local, sobretudo por meio da movimentação de pessoas e da geração de receita. Para maximizar os ganhos com o setor, é fundamental conhecer o mercado turístico. O desenvolvimento de estudos de demanda é uma prática comum e relevante para a compreensão da demanda turística. O objetivo deste artigo é descrever o perfil do turista doméstico em visitas de lazer no bairro da Liberdade (SP). Para tanto, foi conduzida uma *survey* com turistas in loco. Os resultados revelaram que a demanda turística é formada por um fluxo interno, majoritariamente feminino e familiar, cuja principal motivação é a gastronomia local. No geral, as avaliações sobre serviços e aspectos de interesse turístico no bairro foram avaliados positivamente. Aspectos como preços, informação turística e limpeza urbana foram apontados como pontos de melhoria.

PALAVRAS-CHAVE: demanda turística; motivação turística; segmentação turística; survey.

TOURISM IN THE LIBERDADE NEIGHBORHOOD: CONSIDERATIONS ON THE DEMAND PROFILE

ABSTRACT: Tourism is a sector responsible for significant economic impacts on the local economy, especially through the movement of people and the generation of revenue. To maximize profits from the sector, it is essential to understand the tourism market. Developing demand studies is a common practice and is relevant to understanding tourism demand. The objective of this article is to describe the profile of domestic tourists visiting the Liberdade neighborhood (SP) for leisure purposes. To this end, a survey was conducted with tourists in loco. The results revealed that tourism demand is formed by an internal flow, mostly female and family-based, whose main motivation is the local gastronomy. Overall, the evaluations of services and aspects of tourist interest in the neighborhood were evaluated positively. Aspects such as prices, tourist information and urban cleanliness were highlighted as areas for improvement.

KEYWORDS: tourist demand; tourist motivation; tourist segmentation; survey.

INTRODUÇÃO

Os impactos econômicos do turismo são inegáveis. Segundo os dados mais recentes da Organização Mundial do Turismo (OMT), entre janeiro e maio de 2024, 285 milhões de turistas viajaram internacionalmente. Este dado representa um crescimento de 20% em relação ao mesmo período do ano anterior (United Nations World Tourism Organization, 2024a). Globalmente, o turismo é responsável por 3% do PIB e deve criar, aproximadamente, 350 milhões de postos de trabalho em 2024 (Statista Research Department, 2024; United Nations World Tourism Organization, 2024b).

De maneira proporcional, é possível observar os mesmos efeitos no contexto nacional. No primeiro semestre de 2024, o país recebeu 3,5 milhões de turistas internacionais, responsáveis por injetar R\$ 20 bilhões na economia brasileira (EMBRATUR, 2024). Essas estimativas reforçam o

impacto econômico do setor turístico para a economia local. Diante de um fluxo elevado de turistas, é essencial desenhar produtos e serviços turísticos que atendam aos interesses variados dos visitantes (Fletcher; Fyall; Wanhill, 2019). Para tanto, torna-se necessário conhecer o perfil e a motivação dos turistas em viagens motivadas a lazer.

O bairro da Liberdade, localizado na região central de São Paulo, se destaca como um dos pontos turísticos mais importantes da cidade, apresentando características da comunidade japonesa que imigrou ao Brasil no início do século XX (São Paulo, 2017). Segundo dados da Associação Paulista dos Empreendedores do Circuito das Compras (APECC, 2019), estima-se que o bairro receba cerca de 20 mil visitantes durante os finais de semana. Esse fluxo de visitantes está relacionado à oferta de atrativos disponíveis na região. Uma das principais atrações é a Feira da Liberdade, realizada aos finais de semana, que oferece pratos típicos e artesanato com influências orientais (Sebrae, 2022). Ademais, de acordo com a APECC (2023), o bairro da Liberdade ajudou a cidade de São Paulo a ficar entre os três melhores colocados no ranking mundial de gastronomia, ultrapassando Londres, que havia ficado em primeiro lugar em 2022. Essa posição de destaque deve-se ao acesso, à qualidade e à diversidade gastronômica da região.

A diversidade de lojas e mercadinhos contribui significativamente para o aumento do turismo no bairro da Liberdade, onde os visitantes têm a oportunidade de adquirir uma ampla variedade de produtos representativos da cultura nipônica, além das iguarias orientais disponíveis (Sebrae, 2022). Destaca-se, ainda, o Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil, um dos atrativos de destaque da região, responsável por organizar diversas apresentações públicas. Outras atrações, como o Ano Novo Chinês, o Tanabata Matsuri (festival das estrelas) e o Moti Tsuki Matsuri (festival para preparar bolinhos de arroz), desempenham um papel igualmente relevante no fluxo crescente de turistas ao bairro (APECC, 2019). É importante destacar que, devido à sua relevância para o setor turístico, a Secretaria Municipal de Turismo da cidade de São Paulo passou a disponibilizar uma unidade móvel da Central de Informação Turística (CIT) com o objetivo de fornecer informações e auxiliar na criação de roteiros, oferecendo atendimentos gratuitos com guias que falam português, espanhol e inglês (São Paulo, 2024a).

Desta forma, o objetivo central deste artigo é descrever o perfil do turista doméstico em visitas de lazer no bairro da Liberdade (SP). Para tanto, uma pesquisa foi conduzida com visitantes nacionais no bairro acima. Este artigo está organizado da seguinte maneira. Após esta introdução, a seção seguinte detalha os procedimentos metodológicos empreendidos. Na sequência, os principais resultados são discutidos. Por fim, apresenta-se as conclusões.

MÉTODO DE PESQUISA

A presente pesquisa se caracteriza como descritiva exploratória (Veal, 2011), na medida em que procura investigar, mapear e descrever o perfil dos turistas domésticos que visitaram o bairro da Liberdade. Como técnica de pesquisa, aplicou-se, em agosto de 2024, questionários do tipo *survey* em turistas no bairro em questão. O instrumento de pesquisa continha duas perguntas de filtragem. Na primeira, os entrevistados deveriam indicar se eram moradores da cidade de São Paulo. Em caso negativo, deveriam revelar se a motivação da visita à Liberdade era por lazer, turismo ou compras. Fizeram parte da amostra todos os indivíduos que não residiam na cidade e estavam no bairro com alguma das motivações acima. Ao total, foram abordados 508 sujeitos. Desses, 270 participaram da coleta, resultando em 261 questionários válidos para a pesquisa.

O questionário utilizado continha três seções com perguntas de caracterização, múltipla escolha e escala de avaliação, além de perguntas abertas com possibilidade de informar a resposta em número (Pinheiro, 2011). Na primeira seção, coletou-se informações de perfil, como local de origem, idade, estado civil, nível de escolaridade e profissão. O segundo bloco continha perguntas de caracterização da visita ao bairro. Em particular, pesquisou-se o tempo estimado de permanência na Liberdade, frequência de visita, motivação, composição do grupo de visita, principal meio de transporte e hospedagem utilizado. Uma pergunta sobre gasto turístico foi incluída na seção. Na terceira seção, os entrevistados relataram suas percepções sobre serviços turísticos e de apoio ao turista do bairro. Especificamente, perguntou-se para avaliarem, em uma escala (1 - péssimo e 5 - ótimo), suas percepções pessoais sobre a gastronomia, preços praticados, segurança pública, sinalização e informação turística, limpeza urbana e transporte utilizado. A análise de dados teve um caráter quantitativo, utilizando-se de estatística descritiva para descrever, resumir e categorizar os dados e as

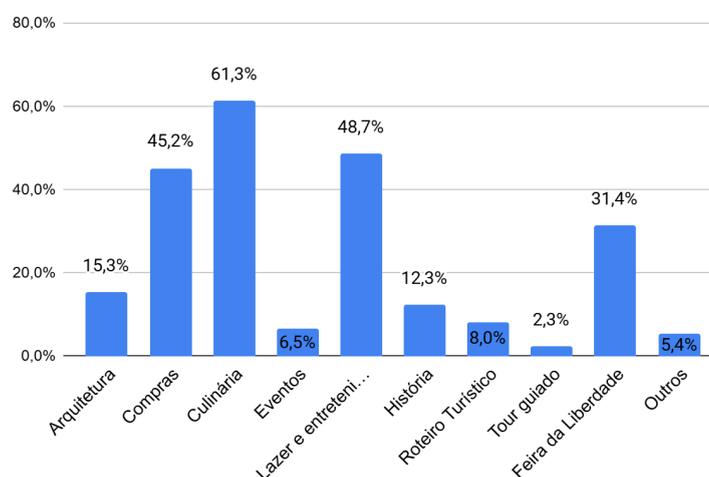
informações do conjunto de valores encontrados (Tiboni, 2010). A seção seguinte descreve os principais resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra pesquisada tinha, em média, 34 anos ($\sigma=13,84$). Eram, em maioria, composta por mulheres (51%), com ensino superior completo (51%, aproximadamente), com residência fixa na região sudeste (72, 8%), nordeste (11,5%) e sul (9,2%). Em relação à ocupação profissional, 36,40% da amostra possuía cargo em empresas do setor privado, enquanto a outra parte era composta por profissionais liberais (16,5%), funcionários do setor público (13%) e estudantes (12%). Em média, o tempo de permanência no bairro da Liberdade foi de 4h. Um pouco mais da metade dos respondentes (53%) visitou o local pela primeira vez. O principal meio de transporte para acessar o bairro foi o metrô (49%). O grupo de visita se caracteriza por ter sido, em maioria, de composição familiar (37%), seguido pelos grupos de amigos (32%). No que diz respeito ao meio de hospedagem utilizado, percebeu-se que dos entrevistados que se hospedaram na cidade (57%), 26% optaram por hotéis ou flats, 16,5% ficaram na residência de familiares ou amigos, e 11% utilizaram aplicativos de hospedagem (i.e., Airbnb, Yuca etc.). O gasto turístico médio foi de R\$328,00. Este valor abarca todos os dispêndios previstos durante a visita ao bairro, como transporte, alimentação, entretenimento, compras e hospedagem, quando for o caso.

Em relação às diferentes motivações de visita ao bairro, a pesquisa revelou que a gastronomia foi o principal aspecto que levou a amostra à Liberdade (61,3%). Uma possível explicação para a elevada frequência pode estar relacionada ao dia de coleta de dados (sábado). Aliado a este ponto, o bairro possui uma oferta gastronômica oriental diversificada, reunindo diversas opções da culinária asiática (APECC, 2023; Sebrae, 2022). Além disso, há uma feira de rua que acontece aos finais de semana, oferecendo aos visitantes um conjunto diversificado de pratos asiáticos. Não à toa, 31,4% dos respondentes indicaram esta como a principal motivação da visita. Para além da gastronomia, 48,7% dos entrevistados visitaram o bairro em busca de lazer e entretenimento e para compras (45,2%). Outras motivações podem ser observadas na imagem abaixo (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Principais motivações dos turistas entrevistados



Fonte: os autores, 2024.

Vale ressaltar que aspectos relacionados à arquitetura (15,3%) e história do bairro (12,3%) também foram fatores capazes de levar os turistas à Liberdade. Sobre este último, é importante destacar que o bairro possui uma história negra, que vem sendo resgatada e celebrada por roteiros turísticos. Um exemplo é o roteiro “Caminhada São Paulo Negra”, que resgata e celebra histórias negras da cidade, como na Liberdade (São Paulo, 2024b). Dentro do contexto do afroturismo, como argumenta Rodrigues (2021), o roteiro é uma atividade que oferece voz, visibilidade e protagonismo para que pessoas negras possam resgatar, preservar e reconectar-se com a identidade e a história por meio de bens culturais materiais e imateriais.

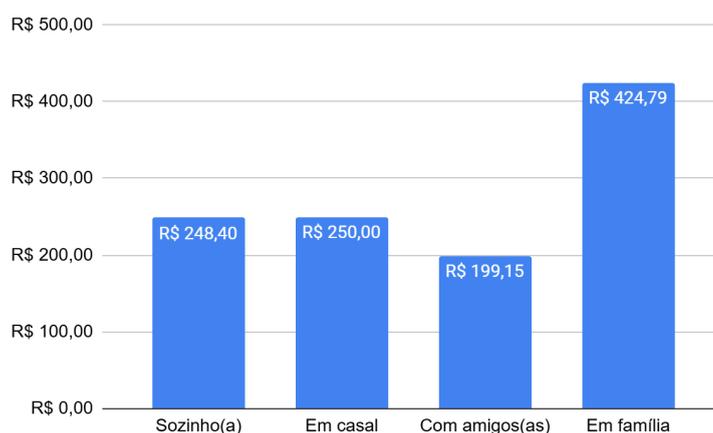
Em relação às avaliações dos serviços e outros aspectos do bairro, a pesquisa demonstrou que a nota geral média foi de 4,3, sugerindo uma experiência turística positiva. Um padrão decrescente pode ser observado nas médias das outras avaliações. Em primeiro lugar, ficou a oferta de alimentos e bebidas (4,49), seguida pelo transporte utilizado para chegar à Liberdade (4,2). A elevada avaliação do meio de transporte pode ser explicada pela presença da estação de metrô Japão-Liberdade, localizada na Praça da Liberdade, um dos principais pontos de acesso ao bairro. Além disso, o metrô de São Paulo foi eleito como o melhor serviço de transporte da cidade, de acordo com uma pesquisa realizada pelo Datafolha (2019).

As avaliações de segurança (3,56), sinalização turística (3,41), preços (3,28), informação turística (3,1) e limpeza urbana (2,92) podem ser indicativos importantes de atenção do ponto de vista de melhoria do serviço praticado para o turista e da gestão pública do bairro. O desconhecimento da amostra sobre a presença da unidade móvel da CIT no bairro (São Paulo, 2024a) pode explicar o desempenho observado na avaliação do indicador. Por outro lado, a percepção da amostra em relação aos preços praticados pode ser um ponto a ser considerado pela APECC, por exemplo.

Em relação à intenção de retorno, observou-se que 89,27% da amostra tem pretensão de retornar. Esse resultado concorda com a principal motivação de visita que é a gastronomia, atividade que pode atrair visitantes mais de uma vez. Além disso, a disponibilidade de eventos aos finais de semana como a Feira da Liberdade e esporádicos como o Ano Novo Chinês, o Tanabata Matsuri e o Moti Tsuki Matsuri são relevantes para captar a demanda no bairro. Ressalta-se que o elevado índice de intenção de retorno é fundamental para a fidelização de um destino turístico, uma vez que a boa imagem gerada pelo destino pode acarretar em recomendações, contribuindo para o fluxo de visitantes para essa localidade (Biscaro; Feitosa, 2021). Ainda sobre este elevado índice, é relevante destacar que o bairro afeta positivamente o turismo na cidade, tendo em vista a elevada estimativa de fluxo turístico no local (APECC, 2019).

No que diz respeito ao valor total gasto durante a visita ao bairro (Gráfico 2), verificou-se que os visitantes acompanhados pela família apresentam um dispêndio médio mais elevado (R\$424,79), quando comparado aos outros grupos de visita. Resultados similares foram encontrados em outros estudos (Duarte et al., 2024), sugerindo que a presença de membros familiares, como crianças (Alegre et al., 2013; Sun et al., 2015) eleva a média de gasto turístico total do grupo. Observou-se ainda que o gasto médio encontrado é próximo da média nacional de dispêndio (Brasil, 2022).

Gráfico 2 - Média do gasto total durante a visita por composição do grupo



Fonte: os autores, 2024.

CONCLUSÕES

Este artigo teve como objetivo principal descrever o perfil da demanda turística doméstica em visitas de lazer ao bairro da Liberdade (SP). Os resultados demonstraram que o perfil é composto, em sua maioria, por mulheres, com elevado nível de formação, que visitam o bairro utilizando transporte público (metrô e ônibus), acompanhadas da família, e são motivadas pela gastronomia local. O turismo no local é essencialmente interno, formado por pessoas residentes nas cidades de São Paulo. Moradores de cidades dos estados limítrofes, como Rio de Janeiro e Minas Gerais. Em média, as

avaliações sobre serviços e outros aspectos de interesse turístico foram bem avaliados, mas alguns podem ser aprimorados, como preços, informação turística e limpeza urbana, por exemplo.

Do ponto de vista prático, os resultados contribuem para dar forma ao perfil do turista doméstico que visita a Liberdade. Portanto, são essenciais para o desenho de produtos e serviços turísticos condizentes com a demanda turística (Fletcher; Fyall; Wanhill, 2019). Desta forma, os agentes envolvidos no trade turístico podem considerar o maior interesse dos turistas em compras, lazer e entretenimento, além de buscar oferecer produtos e serviços no segmento familiar, que apresentou maior disponibilidade em gastar durante o período da visita, por exemplo. Gestores e empresários do setor podem utilizar os achados para encontrar nichos e segmentos de mercado ainda pouco explorados (Duarte et al., 2024), como no caso do afroturismo. Além de contribuir para a gestão privada do turismo, a administração pública pode usá-los na criação de ações e estratégias para aprimorar a experiência turística no local e mitigar problemas de ordem pública, como segurança e limpeza urbana.

Este estudo possui limitações inerentes, como o recorte para o público nacional, o dia e os pontos de coleta de dados, que refletem um comportamento turístico específico. Estudos futuros podem ampliar o escopo da demanda turística deste estudo, pesquisando turistas estrangeiros, por exemplo. A história negra subjacente ao bairro deve ser aprofundada em estudos futuros dado o crescente interesse turístico observado. Finalmente, seria desejável uma agenda longitudinal de estudos de demanda turística no bairro. Assim, seria possível captar variações no perfil em pontos distintos da sazonalidade, bem como mudanças nos interesses, motivações e percepções do público. Essa agenda produziria informações vitais para a manutenção e desenvolvimento turístico do bairro da Liberdade.

CONTRIBUIÇÕES DOS AUTORES

M.H.Y. e R.D. contribuíram com a concepção, supervisão, metodologia, pesquisa, análise dos dados e redação do manuscrito. D.D.G.S contribuiu com a análise dos dados.V.M.S contribuiu com a contextualização turística e análise dos resultados. Todos os autores contribuíram com a sua revisão final e aprovaram a versão submetida.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos discentes da disciplina de Pesquisa de Mercado em Turismo do curso superior em Tecnologia de Gestão em Turismo pela colaboração no desenho do instrumento e no levantamento de dados.

REFERÊNCIAS

ALEGRE, Joaquín; MATEO, Sara; POU, Llorenç. Tourism participation and expenditure by Spanish households: The effects of the economic crisis and unemployment. *Tourism Management*, [S. l.], v. 39, p. 37–49, 2013. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.04.002.

APECC - Associação Paulista dos Empreendedores do Circuito das Compras. **Bairro da Liberdade ajuda SP a ficar em 3º lugar em ranking mundial de gastronomia.** Disponível em: <https://www.apecc.com.br/bairro-da-liberdade-ajuda-sp-a-ficar-em-3o-lugar-em-ranking-mundial-de-gastronomia/>. Acesso em: 7 set. 2024.

APECC - Associação Paulista dos Empreendedores do Circuito das Compras. **Liberdade recebe até 20 mil turistas aos fins de semana.** Disponível em: <https://www.apecc.com.br/liberdade-recebe-ate-20-mil-turistas-aos-fins-de-semana/>. Acesso em: 7 set. 2024.

BISCARO, V. R.; FEITOSA, P. H. A. **Determinantes da fidelização do turista internacional no Brasil:** Determinantes de la lealtad turística internacional en Brasil. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, [S. l.], v. 9, n. 3, p. 323–338, 2021. DOI: 10.26512/revistacenario.v9i3.37625.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Brasileiros gastam R\$ 425, em média, com compras pessoais e presentes em viagens.** [Brasília]: Ministério do Turismo, 09 set. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasileiros-gastam-r-425-em-media-com-compras-pesso>

[ais-e-presentes-em-viagens#:~:text=No%20ano%20passado%2C%20os%20brasileiros,compras%20pessoais%20durante%20suas%20viagens](#). Acesso em: 8 set. 2024.

DUARTE, Rômulo; ROCHA BÍSCARO, Vinícius; PRAIA JUNIOR, João; EDUARDO DE OLIVEIRA SANTOS, Glauber. Consumo turístico de famílias brasileiras com crianças e idosos. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 43–60, 2024. DOI: 10.26512/rev.cenario.v11i2.45813.

EMBRATUR. **Melhor resultado da história: gastos de turistas internacionais no Brasil alcança marca de US\$ 3,7 bilhões no 1º semestre de 2024**. 2024. Disponível em:

<https://embratur.com.br/2024/07/29/melhor-marca-da-historia-gastos-de-turistas-internacionais-no-brasil-alcanca-marca-de-us-37-bilhoes-no-1-semester-de-2024/>. Acesso em: 14 ago. 2024.

FLETCHER, John; FYALL, Alan; GILBERT, David; WANHILL, Stephen. **Tourism: Principles and Practice**. 6a ed. Harlow: Pearson, 2018.

METRO. **O Metrô é a empresa com melhor avaliação entre os paulistanos pelo Ibope**. Metro, São Paulo, 23 jan. 2019. Disponível em:

<https://www.metro.sp.gov.br/2019/01/23/23-01-2019-metro-e-a-empresa-com-melhor-avaliacao-entre-os-paulistanos-pelo-ibope-rede-nossa-sao-paulo/#:~:text=O%20Metr%C3%B4%20pelo%20quarto%20ano,a%20SPTrans%2C%20tem%2044%25.&text=Pela%20quarta%20vez%20consecutiva%2C%20pesquisa,em%20patado%20tecnicamente%20com%20o%20Poupatempo>. Acesso em: 7 set. 2024.

PINHEIRO, R.M.; Castro, G.C.; Silva, H.H.; Nunes, J.M.G. **Pesquisa de Mercado**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

RODRIGUES, Denise dos Santos. **Cidade em preto e branco: turismo, memória e as narrativas reivindicadas da São Paulo Negra**. 2021. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento do Turismo) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, University of São Paulo, São Paulo, 2021. doi:10.11606/D.100.2021.tde-23042021-120824. Acesso em: 07 set. 2024.

SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. **Prefeitura de São Paulo expande atendimento ao turista para Liberdade e Praça da Sé**. 2024a. Disponível em:

<https://www.capital.sp.gov.br/w/prefeitura-de-s%C3%A3o-paulo-expande-atendimento-ao-turista-para-liberdade-e-pra%C3%A7a-da-s%C3%A9>. Acesso em: 7 set. 2024.

SÃO PAULO. Secretária de Educação. **Conheça a cultura nipônica ao visitar o bairro da Liberdade em São Paulo**. 2017. Disponível em: <https://www.educacao.sp.gov.br/3389/>. Acesso em: 7 set. 2024.

SÃO PAULO. Secretaria de Turismo e Viagens. **Afroturismo**. Disponível em:

<https://www.turismo.sp.gov.br/afroturismo>. 2024b. Acesso em: 6 set. 2024

SEBRAE. **Bairro da Liberdade: um clássico do turismo cultural em SP**. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bairro-da-liberdade-um-classico-do-turismo-cultural-em-sp-470fcd9c659c1810VgnVCM10000d701210aRCRD>. Acesso em: 7 set. 2024.

STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. **Number of travel and tourism jobs worldwide from 2019 to 2023, with a forecast for 2024 and 2034**. 2024. Disponível em:

<https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/#:~:text=Overall%2C%20travel%20and%20tourism%20generated,%2C%20surpassing%20pre-pandemic%20levels>. Acesso em: 02 set. 2024.

TIBONI, C.G.R. **Estatística Básica: para os cursos de administração, ciências contábeis, tecnológicos e de gestão**. São Paulo: Atlas, 2010.

UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION. **International tourism reached 97% of pre-pandemic levels in the first quarter of 2024**. 2024a. Disponível em:

<https://www.unwto.org/news/international-tourism-reached-97-of-pre-pandemic-levels-in-the-first-quarter-of-2024>. Acesso em: 14 ago. 2024.

UNITED NATIONS WORLD TRAVEL ORGANIZATION. **World Tourism Barometer and Statistical Annex, May 2024b**. World Tourism Barometer (English version), [S. l.], v. 22, n. 2, p. 1–42, 2024. DOI:

10.18111/wtobarometereng.2024.22.1.2. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2024.22.1.2>. Acesso em: 02 set. 2024.

VEAL, A. **Metodologia de pesquisa em Lazer e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.