



1ª REVISÃO - ANO 2021

PLANO DIRETOR DE TURISMO

SANTO ANDRÉ





SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E GERAÇÃO DE EMPREGO DE SANTO ANDRÉ

Praça IV Centenário, nº 01, Paço Municipal, Centro, Santo André – SP. CEP: 09015-080.

www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre | 11 4433-0752 | turismo@santoandre.sp.gov.br

Paulo Henrique Pinto Serra

Prefeito de Santo André

Evandro Banzato

Secretário de Desenvolvimento e Geração de Emprego

Fernando Santos Soares da Cunha

Diretor de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Tecnologia e Turismo

Rubens Gallino Junior

Gerente de Qualificação de Polos e Vocações

Samantha Dean

Encarregada de Informações Turísticas

GOVERNANÇA DO TURISMO EM SANTO ANDRÉ:

Conselho Municipal de Turismo – COMTUR Gestão 2019 - 2021

SOCIEDADE CIVIL: Vinícius Daizen Matsumoto | Thiago Matricardi | Osvaldo de Carvalho | Neri Silva Silvestre | Reinado da Silva Cardoso Junior | José Marcos dos Santos | Marcos Aurélio Coretti | Marcos Muzatio | Luiz Augusto Moretti | Valdinete Maria Matos | Gercino Luiz da Silva |

GOVERNO: Juliana Flaminio | Luciana Zorzato | Rubens Gallino Júnior | Samantha Dean | Gilvan Ferreira de Souza Júnior | Fernando Santos Soares Cunha | Érica Aparecida Ferreira da Silva | Patrícia Keiko Manssur Matayoshi | Paulo Honório Bastos Gomes | Elaine Lubliner Szejgov | Tatiana Aparecida Machado | Andréa Martins

Secretaria de Meio Ambiente

Fabio Picarelli | Alexandre Audino Campos

Secretaria da Cultura

Simone Zárte | Azê Diniz

Secretaria da Educação

Cleide Bauab Eid Bochixio | Flávia Regina Banwart e Silva

Secretaria da Esporte e Prática Esportiva

Marcelo Chehade | Gilberto Braguiroli Krauser

Serviço Municipal de Saneamento Ambiental de Santo André - SEMASA

Gilvan Ferreira de Souza Junior

Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego

Evandro Banzato



Sumário

INTRODUÇÃO	5
SEÇÃO A - DIAGNÓSTICO E ANÁLISE SITUACIONAL	8
1. CONTEXTO GERAL ATUAL.....	8
2. AMBIENTE EXTERNO: MUNDO, BRASIL, SÃO PAULO, RMSP e GRANDE ABC.....	9
2.1. MUNDO.....	10
2.2. BRASIL.....	11
2.2.1. Emprego na Turismo Nacional.....	15
2.2.2. Impacto Pandemia no Turismo Brasileiro	16
2.3. ESTADO DE SÃO PAULO.....	18
2.4. REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO - RMSP.....	20
2.5. Grande ABC	25
2.5.1. Consórcio Intermunicipal Grande ABC	26
2.5.2. Ações do Turismo na Região do Grande ABC: Rota ABCTur.....	28
3. CIDADE DE SANTO ANDRÉ	33
3.1. Breve histórico de Santo André.....	35
3.2. Caracterização da Vila Ferroviária de Paranapiacaba.....	38
4. O TURISMO EM SANTO ANDRÉ.....	42
4.1. Cadeia do Turismo em Santo André.....	47
4.2. Infraestrutura e Acessos	51
4.3. Oferta Turística de Santo André	53
4.4.1. Oferta Turística na Vila de Paranapiacaba.....	55
4.4. Resultados da Pesquisa de Demanda Turística	59

**SEÇÃO B - METAS E INDICADORES DE PLANEJAMENTO62**

5. DIRETRIZES DO PLANEJAMENTO.....	62
6. OBJETIVOS DA 1ª REVISÃO DO PDT.....	64
7. FOCOS DE ATUAÇÃO	65
8. OBJETIVOS PARA O TURISMO.....	69
9. METAS DO TURISMO PARA 2024	70
10. ESTRATÉGIAS DE AÇÃO	72
11. RECURSOS E FONTES DE FINANCIAMENTO.....	75
12. CONSIDERAÇÕES FINAIS	76

ANEXO I – Indicação da Vila de Paranapiacaba como Patrimônio da Humanidade na UNESCO

ANEXO II – Conferência Municipal de Turismo de Santo André

ANEXO III – Inventário Turístico de Santo André 2021

ANEXO IV – Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020

ANEXO V – Resultado Consulta Pública COLAB



INTRODUÇÃO

A Prefeitura de Santo André, em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo, seguindo as boas práticas para garantia da participação da Sociedade Civil no processo de concepção do documento, elaborou o presente plano intitulado **1ª Revisão do Plano Diretor de Turismo 2021 a 2024**, conforme previsto na legislação que regulamenta esta matéria em nível municipal.

O Plano Diretor de Turismo de Santo André anterior, de 2019-2021 e material base objeto desta revisão, foi um esforço coordenado e executado pela Agência Brasileira de Engenharia Turística – ABET, com apoio técnico e financeiro do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e dos órgãos de turismo municipais envolvidos, dentre eles a Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego da Prefeitura de Santo André.

Durante o processo de elaboração desta revisão, que ocorreu no primeiro semestre de 2021, foram realizados diálogos entre as equipes técnicas das secretarias municipais, iniciativa privada e a sociedade civil, tendo como base o Conselho Municipal de Turismo. As Secretarias Municipais da Prefeitura que diretamente operam estruturas e ações ligadas ao turismo na cidade e que tiveram participação central no desenvolvimento do plano são (I) Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego, (II) Secretaria de Meio Ambiente, (III) Secretaria de Cultura e (IV) Secretaria de Educação. A organização e redação final deste Plano foi realizada pela equipe técnica do Departamento de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Tecnologia e Turismo da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego da Prefeitura.

O processo de revisão seguiu rigorosamente o cronograma de ações definido pela Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego e aprovada pelo Conselho Municipal de Turismo, sua redação final contou com colaborações e participação do Conselho e da sociedade civil por meio de audiência e consulta pública. Todas as contribuições oriundas das audiências e das consultas públicas foram analisadas e organizadas pela Prefeitura e Conselho Municipal de Turismo, e quando verificada pertinência e viabilidade técnica de implantação, foram devidamente incorporadas na redação final do documento. Todas as contribuições, análises e justificativas para incorporação ao documento constam no processo municipal de referência.

Esta revisão do Plano Diretor de Turismo manteve atenção voltada às exigências e diretrizes dos Planos Nacionais e Estaduais de Turismo, assim como na atualização de dados sobre a atividade turística nos âmbitos municipal, estadual, nacional e



internacional, além de complementações informativas substanciais em relação ao plano anterior e observância à estudos, fóruns e análises realizadas anteriormente em nível municipal. Desta forma, foram necessários ajustes na estrutura do documento em relação ao Plano anterior, visando a melhor coesão e garantia da compreensão do documento.

O Turismo de Lazer, Industrial e de Inovação, de Negócios, Cultural, Pedagógico, Ecoturismo e Religioso são os segmentos turísticos de maior relevância no município, e por isto este documento apresenta dados socioeconômicos tratados especificamente para estes segmentos por meio do Estudo de Demanda Turística (2020) e inventariação da oferta turística.

Outra inovação trazida por esta 1ª Revisão do Plano foi a apresentação de uma análise situacional e a proposição de políticas públicas focadas no turismo local, que foram inseridos nesta versão revisional por meio da interpretação dos dados colhidos nas pesquisas e em conformidade com as tendências do mercado turístico nacional e internacional.

A questão da instabilidade e falta de previsibilidade gerada pelos efeitos da pandemia do COVID-19, que proporcionam um momento econômico e social singular desde janeiro de 2020, também está sendo considerada nesta versão, devidamente incorporadas nas análises de cenário, propostas e prazos apresentadas neste Plano.

Em resumo, esta revisão tem como objetivo principal ilustrar o cenário atual do turismo em Santo André, apontar novos caminhos para a retomada do crescimento da atividade turística e tendências do mercado nacional para os próximos anos, tendo como eixo condutor o desenvolvimento e monitoramento contínuo de ferramentas para qualificação e fortalecimento econômico do setor turístico, visando a atração e geração de oportunidades de emprego e renda no Município de Santo André.

TABELA I

Cronograma de Revisão I do Plano Diretor de Turismo 2021-2024

Ação	Prazo
Apresentação e validação do Cronograma no COMTUR.	14 de abril
Atualização do Inventário Turístico de Santo André - Infraestrutura Municipal.	30 de abril
Atualização do Inventário Turístico de Santo André - Infraestrutura Privada	15 de maio
Conclusão do texto base do PDT e envio ao COMTUR.	17 de maio



Ação	Prazo
Apresentação e validação do texto base do PDT ao COMTUR.	09 de junho
Consulta pública através do COLAB	21/jun a 07/jul
Audiência Pública para apresentação do texto base do PDT a sociedade, debate e recebimento de sugestões.	30 de junho
Submeter texto base e possíveis acréscimos ao PDT para a aprovação no COMTUR.	14 de julho
Encaminhamento do PDT revisado e aprovado no COMTUR para Câmara Municipal de Santo André	01 de agosto

Fonte: Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego de Santo André

Nota 1: Lei Municipal Nº 10.099 de 2018 - Vencimento do PDT: 06 de julho de 2021

Nota 2: primeiro passo para a revisão do PDT, a pesquisa de demanda turística, foi devidamente realizada no ano de 2020, em parceria com a instituição de ensino e pesquisa Strong-ESAGS, conforme manda a Lei Estadual nº 1.261 de 2015, que regulamenta os Municípios de Interesse Turístico – MIT.

SEÇÃO A

DIAGNÓSTICO E ANÁLISE SITUACIONAL

"Nosso setor lhes dá a chance de ganhar a vida. E ganhar não só um salário, mas também dignidade e igualdade. Os empregos turísticos também capacitam as pessoas e lhes dão a oportunidade de encontrar seu lugar em suas próprias sociedades, muitas vezes pela primeira vez."

Mr. Zurab Pololikashvili,
SECRETARIO GERAL DA OMT,
2020.

1. CONTEXTO GERAL ATUAL

No tocante a este esforço de revisão do Plano de Turismo de Santo André, primeiramente é fundamental contextualizar que este trabalho foi conduzido no 1º semestre de 2021, no centro de um momento de pandemia mundial, fato que

influenciou fortemente todas as análises, cenários e previsões apresentadas neste documento neste período histórico e econômico ímpar.

Segundo a Organização Mundial do Turismo – OMT, uma nova tendência de cenário que se apresentava para o turismo mundial começou a se revelar através de dados observados já no período de janeiro e setembro de 2019, momento em que se observou queda de cerca de 3% nas chegadas a América do Sul, isso em decorrência da redução de voos e outros fatores envolvendo o Chile e a Argentina.

Já o ano de 2020, que foi marcado pelo início da pandemia do COVID-19 e pelo impacto nas dinâmicas econômicas e sociais de todo o mundo, especialmente o setor do turístico foi afetado profundamente. O mundo entrou em processo de resguardo e isolamento visando conter a expansão do contágio, isto variando de país para país durante o primeiro trimestre daquele ano, em que se iniciaram processos de cancelamentos de voos e de reservas, fechamento de aeroportos, controle de circulação nas ruas, estado de calamidade pública, bloqueios de circulação entre países, fechamento de atividades presenciais, fechamento de atividades empresariais, entre várias outras medidas. O período e formato destas medidas variou de país para país, e no Brasil em 2020 a situação durou até meados de setembro de 2020, com início do chamado relaxamento das medidas de isolamento.

No entanto, após poucos meses de relaxamento, vários países tiveram que retornar medidas para contenção do contágio da COVID-19, sendo este segundo fluxo de contaminação ainda mais violento que o primeiro em vários locais. Com isto, no início de 2021 a pandemia acabou assumindo proporções ainda maiores principalmente no Brasil, onde variantes mais nocivas do vírus foram encontradas. Esta situação do país acarretou fechamento de fronteiras e restrição para entrada de brasileiros em diversos países pelo mundo e até mesmo em seus vizinhos sul-americanos.

Assim, vale salientar que as medidas de restrição das atividades impostas nos momentos mais críticos da pandemia afetaram profundamente a atividade turística no mundo e principalmente no Brasil. Além dos momentos de fechamento de serviços e de atrativos ao turista, o próprio deslocamento foi afetado, principalmente o internacional, que restringiu em vários momentos deslocamentos entre os países.

2. AMBIENTE EXTERNO: MUNDO, BRASIL, SÃO PAULO, RMSP e GRANDE ABC

Neste capítulo serão apresentados os cenários do turismo no contexto global, nacional, estadual, da Região Metropolitana de São Paulo e da região do Grande ABC,

para análise situacional da influência e do impacto que estes potencialmente geram à atividade turística no Município de Santo André.

2.1. MUNDO

Como indicado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), o período anterior à pandemia foi marcado por uma desaceleração econômica global entre 2017 e 2019 devido às tensões comerciais e crescentes desafios geopolíticos mundiais, agitação social, incerteza prolongada sobre o Brexit¹ e menor confiança empresarial. Todos estes fatores somados impactaram negativamente o crescimento do turismo internacional neste período. Apesar de receios, principalmente relacionados à segurança, o número de turistas aumentou 4% em 2019. Foram 1,1 bilhões de turistas viajando pelo mundo em 2019, 43 milhões a mais que 2018².

Com o surgimento mundial da pandemia do COVID-19, as perspectivas econômicas globais se tornaram muito imprevisíveis, com a maioria das economias desenvolvidas mostrando retomada lenta após forte retração, e mantendo o fechamento das fronteiras devido aos elevados índices de contaminação e mortes que se observaram durante todo o período da pandemia, que ainda está ocorrendo no momento do desenvolvimento deste Plano.

Quanto aos impactos da pandemia em números, a OMT informou que 2020 sofreu uma redução de 900 milhões de turistas internacionais entre janeiro e outubro. Os dados da agência da ONU foram comparados ao desempenho do setor no mesmo período de 2019, em que foi apontada uma perda de US\$ 935 bilhões em receitas de exportação, o que representa mais de 10 vezes o prejuízo registrado em 2009, quando o mundo sofria o impacto da crise econômica.

Segundo os dados da OMT, as chegadas internacionais devem despencar de 70% a 75% durante o ano de 2021. A Organização estima que o turismo global terá retornado aos níveis de 30 anos atrás com menos 1 bilhão de novas chegadas. A conta total do prejuízo calculado pela entidade está prevista chegar à casa dos US\$ 1,1 trilhão em receitas internacionais.

¹ Abreviação das palavras em inglês Britain - Grã-Bretanha e exit - saída, que designa a saída do Reino Unido da União Europeia

² Fonte: [https://observador.pt/2020/01/20/turismo-mundial-sobe-4-em-2019-e-regista-10-anos-consecutivos-de-crescimento/#:~:text=O%20turismo%20mundial%20fechou%202019,Mundial%20do%20Turismo%20\(OMT\).](https://observador.pt/2020/01/20/turismo-mundial-sobe-4-em-2019-e-regista-10-anos-consecutivos-de-crescimento/#:~:text=O%20turismo%20mundial%20fechou%202019,Mundial%20do%20Turismo%20(OMT).)



Para além da questão pandêmica, verifica-se uma mudança de tendência no padrão de compra dos turistas pelo mundo. Se mantem e crescem proporcionalmente as vendas de produtos de viagem através de plataformas eletrônicas, impulsionado pela adoção de novas tecnologias e de diversos modelos de negócios que agilizam o processo de compra e que, ao mesmo tempo, reduz a presença do agente de viagens nas relações comerciais.

2.2. BRASIL

De acordo com o Anuário Estatístico da Embratur de 2016 relativo ao ano de 2015, o Brasil recebeu 6,3 milhões de turistas estrangeiros naquele ano. Apenas a Argentina foi responsável por 2,07 milhões destes turistas, 33,3% desse total.

A relação dos principais países emissores de turistas ao Brasil tem dados curiosos. O Uruguai que ocupava o oitavo lugar em 2014 ganhou algumas posições no ranking e passou para a quinta colocação.

TABELA II
Ranking dos 10 principais países emissores para o Brasil

Ranking	País de Origem	Nº Turistas Desembarcados
1	Argentina	2.070.000
2	Estados Unidos	575.796
3	Chile	306.331
4	Paraguai	301.386
5	Uruguai	267.321
6	França	261.075
7	Alemanha	224.549
8	Itália	202.015
9	Inglaterra	189.269
10	Portugal	162.305

Fonte: Embratur, 2016.

As perspectivas do turismo internacional para 2021 não são muito positivas para o mercado brasileiro. As viagens internacionais, com situação pandêmica nacional muito forte e fronteiras fechadas em diversos países no primeiro semestre deste ano, tanto nas Américas, Europa e outros continentes, impossibilitam a saída de brasileiros para o turismo internacional, e torna o Brasil um país pouco atrativo ao turista estrangeiro pela questão do risco sanitário.



Contudo, este cenário de queda já foi identificado independente da questão da pandemia. O montante de gastos dos brasileiros com viagens ao exterior caiu 16,5% já em 2016 em relação ao ano anterior, conforme dados apresentados pelo Banco Central. Naquele ano, os gastos caíram para US\$ 14,5 bilhões, que foi o menor valor desde 2009, quando os turistas brasileiros deixaram US\$ 10,9 bilhões lá fora. O recuo já naquele período pode ser explicado pela recessão e aperto no orçamento das famílias e pela desvalorização do real frente às moedas estrangeiras, tornando as viagens internacionais muito mais caras para os brasileiros.

Este cenário que se apresenta e se consolida com a pandemia pode ser aproveitado pelo mercado interno, caso se crie condições para a retenção destes gastos dos brasileiros no exterior para viagens domésticas. Apenas para se ter uma ideia do tamanho do mercado nacional, apresentamos abaixo os dados comparativos de desembarque de passageiros em voos domésticos regulares e não regulares de 2019 e 2020, com variação percentual, baseado em dados coletados pela ANAC – Agência Nacional de Aviação Civil.

Tabela III
Comparativo Desembarque Passageiros Brasil 2019-2020

Tipo	2019	2020	Varição %
Regulares	8.337.292	8.823.522	0,98
Não Regulares	748.724	623.662	3,29
TOTAL	9.126.016	9.447.184	3,52

Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil - ANAC e Ministério do Turismo

Nota 1: Os dados incluem desembarques de passageiros residentes e não-residentes no Brasil.

Nota 2: Dados 2019 revisados.

Nota 3: Dados de 2020 publicado em 19/02/2020 pela ANAC.

O universo de viagens domésticas, segundo dados acima, tem se mostrado atrativo na retomada do turismo, e para isso se faz importante compreender os deslocamentos internos e conhecer como o brasileiro viaja. Nesta perspectiva, uma nova pesquisa realizada pelo IBGE junto a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, que reuni informações conjunturais sobre as tendências e flutuações da força de trabalho brasileira, abordou o tema turismo considerando o período do 3º. Trimestre de 2019.

Nesta parceria inédita entre IBGE e Ministério do Turismo foram produzidas informações para apurar as características das viagens realizadas pelos brasileiros. Os resultados do módulo "Turismo" da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

Contínua - PNAD Contínua - realizada no terceiro trimestre de 2019 em 72,5 milhões de domicílios no Brasil, demonstrou que em **21,8% deles ocorreram pelo menos uma viagem no período**. Isto corresponde a uma estimativa de 21,4 milhões de viagens que foram analisadas nesta pesquisa.

A fim de conhecer as características das viagens dos turistas brasileiros para diferentes regiões do país e para o exterior que, associadas a outros pontos da pesquisa como rendimento domiciliar per capita, permitem uma consistente avaliação sobre a demanda turística doméstica. O levantamento demonstrou que seja de carro, ônibus ou avião, o brasileiro busca destinos turísticos próximos à região onde mora. Para descansar sob o sol na praia ou conhecer a tradição e a cultura local, o turista doméstico não hesita em desfrutar da diversidade das maravilhas do Brasil.

A pesquisa aponta que 86,5% das viagens foram por motivos pessoais e 13,5% por motivos profissionais. Sendo que 31,5% das viagens por motivo pessoal foram a lazer. Das viagens a lazer identificadas nesta amostra vale destacar:

- 34,3% foram por sol e praia;
- 27,2% foram por cultura;
- 25,6% foram por natureza, ecoturismo ou aventura;
- 12,9% foram por outros motivos, tais como, compras pessoais, evento familiar ou de amigos, cruzeiro e cursos, estudo ou congresso.

Do total de viagens 'versus' o número de pessoas por viagem e motivo identificadas nesta amostra:

- Viagens sozinho em relação às viagens acompanhados:
 - 45,4% da soma de todos que viajaram;
 - 41,1% daqueles que viajaram por motivação pessoal;
 - 72,9% daqueles que viajaram por motivação profissional.
- Viagens com 2 ou 3 pessoas:
 - 38,5% da soma de todos que viajaram;
 - 42,5% daqueles que viajaram por motivação pessoal;
 - 12,9% daqueles que viajaram por motivação profissional.
- Viagens com 4 ou mais pessoas:
 - 8,2% da soma de todos que viajaram;
 - 9,3% daqueles que viajaram por motivação pessoal;
 - 1,2% daqueles que viajaram por motivação profissional.



A pesquisa mostra que pouco mais da metade das viagens acontece por indivíduos sozinhos e que nestes casos predomina a motivação profissional. A outra metade que viaja com mais acompanhantes representa uma maioria que viaja para satisfação de alguma motivação pessoal. Isso aponta dois cenários: o das viagens corporativas e de incentivo realizadas em grupos estritamente pequenos, e o grupo dos viajantes de lazer, tratamento de saúde e visita a parentes, por motivações pessoais e preponderantemente realizadas em grupos maiores.

Dentre os 15,8 milhões de domicílios analisados nesta amostra, 95,5% realizaram até 3 viagens ao ano. Deste grupo, 75,5% realizaram ao menos 1 viagem, 13,5% até 2 viagens e 10,9% até 3 viagens. O principal meio de transporte foi veículo particular (47,6%), seguido dos ônibus de linha (16,7%), avião (12,9%), outros como carro alugado, navio ou barco e trem (8,8%), ônibus de turismo (7,3%), van ou perueiros (4,4%) e motocicleta (2,3%). O meio de hospedagem utilizado foi pousada (4,8%), casa de amigo ou parente (52,2%), imóvel próprio (2,9%) e outros como resort, imóvel alugado por temporada ou AirBnb, albergue ou hostel, ou camping (27,3%).

A pesquisa também trouxe dados sobre o perfil de renda em relação à motivação da viagem, conforme tabela abaixo.

TABELA IV
Perfil de renda por motivação da viagem

Tipo de Viagem	1 salário-mínimo	1 a 2 salários-mínimos	+ de 2 salários-mínimos
Visita a parentes ou amigos	36%	39%	34%
Lazer	16%	28%	49%
Tratamento de saúde e bem-estar	28%	18%	7%
Outro (compras pessoais; evento familiar ou de amigos; religião ou peregrinação; cursos, estudo ou congresso; e cruzeiro)	20%	15%	10%

Fonte: IBGE, Ministério do Turismo – Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro 2019

Outro aspecto importante é a distribuição deste turismo no contexto doméstico, ou seja, de onde saem e para onde vão os brasileiros que fazem turismo interno em nosso país. O mapa abaixo produzido pelo IBGE e Ministério do Turismo apresenta estes números, demonstrando o destaque do sudeste e nordeste deste fluxo.

IMAGEM I

Mapa das Regiões Brasileiras por Emissão e Recepção de Turistas



Fonte: IBGE, Ministério do Turismo – Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro 2019

2.2.1. Emprego na Turismo Nacional

Segundo Marcos Balsamão, presidente da ABAV-SP, a economia do turismo é responsável por um em cada onze empregos em âmbito global. Dados do IPEA apresentados abaixo demonstram a distribuição dos empregos gerados pela atividade turística no Brasil, nos últimos anos, observando a divisão simples entre ocupação formal e não formal. Os setores como alimentação e cultura e lazer são os que apresentaram maior discrepância e volume, entre as naturezas da ocupação, que são duas atividades essenciais nas localidades turísticas.

TABELA V

Ocupação Atividades Características Turísticas 2017-2019

Atividades Características Turísticas	Natureza da Ocupação	Número de ocupações		
		dez/17	dez/18	dez/19
ALOJAMENTO	Formal	242.524	244.675	246.807
	Informal	70.104	70.806	71.307
ALIMENTAÇÃO	Formal	460.057	465.756	481.892
	Informal	756.931	768.125	790.040
TRANSPORTE TERRESTRE	Formal	191.848	186.971	189.436
	Informal	171.872	168.275	168.786
TRANSPORTE AQUAVIÁRIO	Formal	4.024	4.230	4.061
	Informal	3.490	3.705	3.579
TRANSPORTE AÉREO	Formal	48.333	46.723	51.328
	Informal	3.541	3.413	3.729
ALUGUEL DE TRANSPORTES	Formal	26.337	23.063	27.837
	Informal	19.979	17.563	21.002
AGÊNCIA DE VIAGEM	Formal	54.033	53.905	55.038
	Informal	37.337	37.063	37.827
CULTURA E LAZER	Formal	12.169	12.731	12.721
	Informal	25.462	26.818	26.845
TOTAL		2.128.041	2.133.822	2.192.235

Fonte: Ipea - Extrator de Dados, acesso 19/04/2021

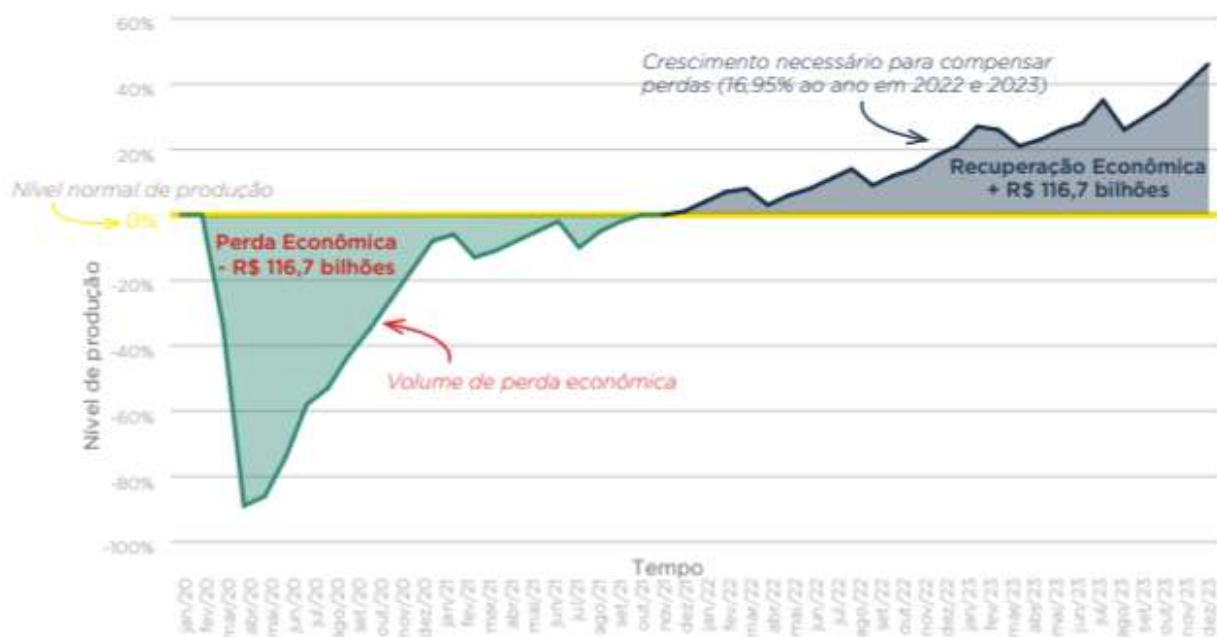
2.2.2. Impacto Pandemia no Turismo Brasileiro

No mês de abril de 2020 a Fundação Getúlio Vargas publicou estudo intitulado "Impacto Econômico do COVID-19 – Proposta para o Turismo Brasileiro", com a apresentação de cenários previstos para queda e recuperação da atividade. Mesmo sendo uma publicação realizada logo no início do período pandêmico no Brasil, traz análises e elementos importantes para compreensão do atual e futuro cenário pós pandêmico.

O estudo da FGV considerou o período de interrupção de atividades de 3 meses, com posterior início do reequilíbrio dos negócios (estabilização) no Brasil de 12 meses. Atualmente sabemos que este cenário não se concluiu e que houve um novo período de suspensão das atividades, no início de 2021, contudo a análise ainda traz elementos importantes para a mensuração do impacto da pandemia na atividade do turismo.

GRÁFICO I

Cenário de Impacto Econômico do COVID-19 nas Atividades Características do Turismo 2020-2023



Fonte: FGV. Cálculo realizado com valores referentes à 2019

Segundo previsão da FGV, que se demonstrou otimista no tocante ao período de fechamento das atividades, para compensar a perda econômica será necessário que o turismo como um todo cresça em média 16,95% ao ano em 2022 e 2023, com PIB de, respectivamente, R\$ 303 bilhões e R\$ 355 bilhões.

Trazendo o depoimento do pesquisador da FGV responsável Bruno Ottoni:

"Diferentemente de crises anteriores em que o desemprego piorou muito rapidamente e depois se recuperou também rapidamente, essa crise tem apresentado uma característica distinta. E nós projetamos

uma característica distinta para saída dessa crise, que na verdade ela vai ser uma recuperação, uma saída, lenta e gradual”.

Em números gerais da economia brasileira pós pandemia, segundo o IBGE o PIB teve uma retração de -4,1% no 4º trimestre de 2020, queda de 5,7% comparada ao mesmo trimestre 2019, que em 2019 era de 1,6%. Nesse cenário, as perdas econômicas, em comparação ao PIB do setor em 2019, totalizarão R\$ 116,7 bilhões no biênio 2020-2021, o que representa perda de 21,5% na produção total do período.

Já a taxa geral de desemprego ou desocupação no 4º. Trimestre de 2020 chegou a 13,9 milhões no Brasil, segundo o IBGE. No presente momento existem estimativas econômicas indicando que esta taxa pode chegar a 17% até o final de 2021³. A expectativa é que o mercado de trabalho comece a dar sinais positivos e lentamente ir se recuperando a partir de 2023.

Portanto, os analistas atuais cada vez mais vem se convencendo que mesmo ocorrendo uma recuperação do nível de emprego, ela será muito lenta e pequena até 2023, caso a pandemia não sofra mais nenhuma onda de isolamento social.

2.3. ESTADO DE SÃO PAULO

O Estado de São Paulo, com uma população que ultrapassa a 44,8 milhões de habitantes e detêm 31% do PIB nacional, desponta como um dos Estados brasileiros mais visitados do Brasil. Segundo o último estudo realizado pelo MTur em 2015, o Estado atraiu uma demanda de 2.248.81 visitantes estrangeiros.

No Estado de São Paulo o setor turístico é responsável por mais de 1,7 milhões de empregos e uma receita turística total da ordem de R\$ 25,4 bilhões advinda de gastos diversos em hospedagem, alimentação, compras e lazer.

A tabela a seguir mostra o crescimento no número de ocupações formais no Estado de São Paulo, entre 2017 e 2019. A maior concentração de ocupações se encontra nas atividades ligadas a alimentação, seguida do transporte terrestre e do alojamento.

TABELA VI

Ocupação Atividades Características Turísticas no Estado de SP 2017-2019

³ Fonte: <https://censo2021.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/30130-desemprego-recua-para-13-9-no-quarto-trimestre-mas-e-o-maior-para-o-ano-desde-2012.html>



Atividades Características Turísticas	Dez/17		Dez/18		Dez/19	
	Número de ocupações	Participação Relativa	Número de ocupações	Participação Relativa	Número de ocupações	Participação Relativa
ALOJAMENTO	51.639	15,52%	51.806	15,63%	53.285	15,33%
ALIMENTAÇÃO	158.778	47,71%	161.522	48,74%	170.715	49,11%
TRANSPORTE TERRESTRE	65.505	19,68%	64.941	19,60%	67.353	19,38%
ALUGUEL DE TRANSPORTES	7.497	2,25%	5.209	1,57%	6.031	1,74%
AGÊNCIA DE VIAGEM	19.979	6,00%	20.247	6,11%	20.654	5,94%
CULTURA E LAZER	2.802	0,84%	2.977	0,90%	2.864	0,82%

Fonte: Ipea - Extrator de Dados, acesso 20/04/2021

O Estado conta com mais de 5.000 meios de hospedagem, distribuídos entre 645 municípios, sendo que 70 deles são considerados Estâncias Turísticas e 300 municípios são considerados como de potencial turístico, sendo parte destes certificados como Município de Interesse Turístico. O Estado de São Paulo ainda conta com mais de 40 roteiros turísticos estabelecidos, e possui 5 entre os 10 municípios turísticos mais visitados no Brasil.

O Estado de São Paulo possui 6 Regiões Metropolitanas e uma população total de 32.599.566 habitantes (SEADE, 2021). São elas:

- RM da Baixada Santista: 1.845.822 habitantes;
- RM de Campinas: 3.220.291 habitantes;
- RM de Ribeirão Preto: 1.680.100 habitantes;
- RM de São Paulo: 21.252.384 habitantes;
- RM de Sorocaba: 2.094.788 habitantes;
- RM do Vale do Paraíba e Litoral Norte: 2.506.181 habitantes.

Um dos setores de maior ascensão no Estado de São Paulo é o turismo de negócios em suas diversas possibilidades como congressos, convenções, seminários, feiras industriais, viagens de representação, compras, entre outros. Esta modalidade de turismo não cresce somente na capital, mas em vários municípios do interior como Campinas, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto. Cerca de 80% dos grandes eventos que acontecem no Brasil ocorrem no Estado de São Paulo.



No entendimento da relevância e na crescente necessidade de auxiliar o desenvolvimento local através da atividade turística, o Estado de São Paulo criou a classificação de Município de Interesse Turístico, com a finalidade de ampliar o acesso a recursos e visibilidade de pequenos municípios espalhados pelo estado com potencial de atrair o turista paulista e auxiliar na geração de empregos no setor. Esta iniciativa foi realizada em 2015, quando o Plenário da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (ALESP) aprovou, por unanimidade, Proposta de Emenda à Constituição 11/2013 encaminhada pelo Executivo, que dá nova redação ao artigo 146, que tem o objetivo de ampliar o número de municípios beneficiários dos recursos vinculados ao Fundo de Melhoria das Estâncias.⁴

Na prática, esta iniciativa do Executivo institui que 140 municípios serão classificados como de interesse turístico no Estado de São Paulo. Todos os municípios, exceto as Estâncias já existentes, poderão ser parte deste grupo. Para concorrer à certificação os municípios deverão preencher alguns critérios como potencial turístico, Conselho Municipal de Turismo, serviço médico emergencial, infraestrutura básica, Plano Diretor de Turismo e expressivos atrativos turísticos. A emenda à Constituição aprovada pela ALESP representa uma enorme conquista para o setor do turismo, e estabelece um novo patamar para políticas públicas de apoio ao setor.

Além disso, a corrida pela classificação tem levado a busca pela qualificação e estruturação das localidades que possuem algum potencial turísticos ou que já são locais que recebem visitantes. Para o setor do turismo, a classificação implica principalmente no destaque da localidade perante os demais municípios do Estado de São Paulo, além da possibilidade de acesso a recursos para fomento da atividade turística na cidade.

2.4. REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO - RMS

Uma Região Metropolitana é estabelecida por legislação estadual e constitui nos agrupamentos de municípios próximos com o objetivo de integrar a organização, o planejamento e a execução de funções e políticas públicas de interesse comum.

A área da Região Metropolitana da São Paulo é de 7.946,84 quilômetros quadrados, que corresponde a menos de um milésimo da superfície brasileira e pouco mais de 3% do território paulista. Os municípios mais próximos da capital hoje compõem uma

⁴ Acesso em: <https://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia.php?codigo=1354>

faixa urbana continua, que cria desafios em relação à divisão territorial das cidades, mas por outro ângulo reduz as distâncias e aumenta as possibilidades de caminhos.

Apenas como comparação, mesmo com suas pequenas dimensões se comparado ao restante do território, o Estado de São Paulo seria a 31ª nação mais populosa do mundo, atrás da Espanha (47.076.780 habitantes) e à frente da Argentina (44.938.710 habitantes). Segundo dados do Banco Mundial (2020), a população de São Paulo é maior que países como Canadá (37,5 milhões de habitantes), Coreia do Sul (25,6 milhões), Austrália (25,3 milhões), Chile (18,9 milhões) e Portugal (10,2 milhões).

IMAGEM II

Mapa da Região Metropolitana de São Paulo



Fonte: lei complementar estadual Nº.1.139, de 16 de junho de 2011, apresentando a Região Metropolitana e suas sub-regiões.

IMAGEM III

Infraestrutura de Transporte da RMSP



Fonte: Instituto Geográfico e Cartográfico, Governo do Estado de São Paulo.

A Região Metropolitana de São Paulo é caracterizada como uma grande conurbação urbana, ou seja, tem sua imagem muito associada a questão do trabalho e dos negócios. A tendência do turismo doméstico brasileiro demonstra que o segmento sol e praia e as práticas de turismo em ambientes naturais ainda devem prevalecer, mas que os atrativos urbanos, especialmente de caráter cultural, histórico e industrial, continuarão em ascendência no rol de interesses dos turistas.

Por isso, é cada vez maior a interação do turista com o meio, que procura vivenciar suas experiências e não apenas contemplar ou ser espectador alheio ao local visitado. A economia da experiência, um conceito que já está se difundindo com firmeza nos meios empresariais, deve se consolidar como norteador das ações de desenvolvimento turístico. Segundo especialistas, a economia da experiência é uma evolução da economia dos serviços de forma que, paulatinamente, agregam-se valores inovadores e únicos a produtos e serviços tradicionais. A venda se dá de forma mais alegórica e espetacular, exigindo, pois, novos padrões de concepção de produtos e de marketing. Nesse contexto, o turismo e as atividades de lazer ganham contornos especiais, já que “commodities são fungíveis, produtos são tangíveis, serviços são intangíveis e experiências são inesquecíveis.”

Para o turismo, isso significa aberturas para novas segmentações de mercado, uma vez que o turista passa a exigir serviços cada vez mais individualizados, em nichos de



mercado tendendo a uma ampla variedade. No Brasil, especialmente a região metropolitana de São Paulo continua com a referência de “cidade do trabalho”, o que pode garantir bons resultados no segmento de turismo de negócios, mas que seus atributos urbanos também apontam para uma melhora na efetivação da capacidade de atração de turistas em busca de cultura. Bairros, ruas e centros de comércio de interesse segmentado, tanto para compras como para gastronomia, são claras opções de desenvolvimento de produtos turísticos baseados no cosmopolitismo das cidades. No caso da Cidade de São Paulo, a complexa gama de serviços, garantida por sua condição de metrópole global, e a sua formação histórico-cultural heterogênea, são recursos potenciais para a composição de produtos turísticos já bastante valorizados em outras cidades semelhantes como é o caso de Nova Iorque, mas com as particularidades da cultura brasileira. Pela proximidade da Cidade de Santo André, ela pode se beneficiar das vantagens competitivas características da metrópole paulista.

Com o advento da pandemia do COVID-19 no ano de 2020, os territórios regionais passaram a ter uma importância ainda maior para a questão do turismo. Segundo estudos nacionais e internacionais sobre os caminhos para a retomada do turismo para o pós pandemia’, o turismo doméstico regional passou a ser uma estratégia essencial para o setor. Desta forma, a Região Metropolitana de São Paulo passa a ser altamente relevante para a estratégia da promoção turística de Santo André por vários fatores:

- A proximidade do maior centro emissor de turistas do país, que é a Cidade de São Paulo;
- Em decorrência da pandemia, os turistas têm dado preferência por viagens dentro do país, curtas e principalmente por destinos próximos a sua origem;
- Os bloqueios e exigências sanitárias internacionais e a alta das moedas internacionais também influem sobre a preferência em permanecer no país;
- O crescimento do desemprego e o aumento da insegurança financeira também leva o brasileiro e o turista no mundo a viajar de maneira mais conservadora.

A seguir, para comprovar esta diversidade e potencialidade, são apresentados os municípios pertencentes a RMSP que apareceram no Estudo de Demanda Turística de Santo André que tiveram pessoas visitando a cidade. Ou seja, turistas visitando Santo André que foram entrevistados no estudo, cuja origem é de alguma cidade da Região Metropolitana de São Paulo.

TABELA VII



Municípios da RMSP presentes no Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020

Município	População (2016)	PIB (2013 em mil reais)	IDH-M 2010
Total	21.252.384	947.608.817	0,794
Arujá	85.199	2.874.464	0,784
Barueri	264.935	44.118.662	0,786
Carapicuíba	394.465	4.437.172	0,749
Diadema	415.180	13.428.069	0,757
Embu das Artes	264.448	8.106.457	0,735
Francisco Morato	169.942	1.221.496	0,703
Franco da Rocha	147.650	2.326.997	0,731
Guarulhos	1.337.087	49.392.842	0,763
Itapecerica da Serra	169.103	3.138.820	0,742
Itapevi	226.488	8.506.280	0,735
Itaquaquecetuba	356.774	5.060.802	0,714
Mauá	457.696	10.220.780	0,766
Mogi das Cruzes	429.321	12.917.527	0,783
Osasco	696.382	55.515.707	0,776
Rio Grande da Serra	48.861	521.263	0,749
Ribeirão Pires	121.130	2.660.355	0,784
Santa Isabel	55.476	1.309.914	0,738
Santana de Parnaíba	129.261	7.373.603	0,814
Santo André	712.749	25.027.925	0,815
São Bernardo do Campo	822.242	47.668.531	0,805
São Caetano do Sul	158.825	15.306.267	0,862
São Paulo	12.038.175	570.706.192	0,805
Suzano	288.056	8.998.633	0,765
Vargem Grande Paulista	49.542	1.496.965	0,77

Fonte: Estudo de Demanda Turística de Santo André - 2020

A pandemia também trouxe mudanças na perspectiva da atividade turística no contexto da RMSP. Ainda em 2021 muitos destinos encontram-se com algum nível de limite de acesso, ao menos por alguns períodos, limitando a entrada ou aglomeração de turistas no litoral, que retém como mostrado na pesquisa do PNAD o maior índice de motivação (sol e praia) e frequência. As localidades com características culturais e relevo diferenciadas são as "bolas da vez", se tornando alternativa para quem não pode ir à praia e opta por viajar por perto.



Por consequência, devido novo cenário de potencial de ampliação do turismo doméstico e próximas ao domicílio, uma grande vantagem competitiva da RMSP é o fato de estar próximo dos principais polos emissores de turismo do Brasil, que são a própria Região Metropolitana de São Paulo e a Região Metropolitana de Campinas. Desta forma, esta região se apresenta atualmente com um grande potencial de crescimento dadas suas características e a influência da pandemia no comportamento dos turistas.

Em resumo, apesar das incertezas no cenário externo e da grave crise econômica que o Brasil vem passando, a ampliação realizada nos aeroportos de Guarulhos e de Campinas para atender o aumento da demanda nacional e internacional, a desvalorização do Real frente às moedas fortes internacionais, dificultando a viagem de lazer do brasileiro ao exterior, colocam a Região Metropolitana de São Paulo em condições de suprir o desejo do brasileiro em viajar de forma mais econômica. Portanto, esta região passa a ter um grande potencial de desenvolvimento no turismo, como já vem mostrando fortes sinais de crescimento mesmo antes do advento da pandemia.

2.5. Grande ABC

A região do Grande ABC ou ABCDMRR paulista, equivale à Sub-região Sudeste da Metrópole paulistana, historicamente é conhecida e ainda continua sendo uma das áreas mais industrializadas do Brasil. Esta região formada pelas Cidades de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra tem uma população de mais de dois e meio milhões de pessoas⁵.

As zonas urbanizadas dos municípios estão praticamente todas ligadas entre si. Da mesma forma, as áreas ambientais e de proteção dos mananciais de água e manutenção da flora e da fauna também são contínuas, não se restringindo a limites intermunicipais.

A região possui duas saídas do Rodoanel Sul, uma na Cidade de Mauá e outra em São Bernardo do Campo, além de possuir ligação com as Rodovias Imigrantes pela Cidade de Diadema e Anchieta por São Bernardo do Campo, Santo André possui a Avenida dos Estados que corta toda região central do município e faz a ligação com a Avenida Anhaia Mello.

⁵ Fonte: <https://consorcioabc.sp.gov.br/o-grande-abc>

A infraestrutura regional, embora em constante processo de evolução, ainda é carente em alguns aspectos, em especial em certas regiões. O Grande ABC possui áreas com população vivendo padrão de renda e qualidade da infraestrutura em níveis europeus, enquanto outras populações vivem em bolsões de grande deficiência de infraestrutura e políticas públicas, refletindo em baixos níveis de qualidade de vida.

Apesar do histórico industrial que garantiu um padrão salarial e bons níveis de qualificação da população, que foram importantes para a sustentação de bons níveis de qualidade de vida e importantes para a diversificação atual da economia, o ABC Paulista apresenta estes bolsões de pobreza e de altos índices de vulnerabilidade social que podem ser associados ao crescente desemprego estrutural na região.

Ainda nas questões das dinâmicas de trabalho, a região possui uma economia e uma cultura de formação e qualificação historicamente ancorados na conquista de emprego com carteira assinada em grandes empresas. Contudo, em vista atual realidade do mercado de trabalho, fluida e com forte tendência de crescimento dos setores do comércio e do serviço, faz-se absolutamente necessário buscar novas formas de obtenção de renda alternativas àquelas do período anterior que eram pautadas em longas carreiras industriais.

Desta forma, dado o cenário econômico atual da região, cada vez mais a atividade do turismo passa a ser uma das alternativas para garantia de emprego e renda neste novo cenário econômico da região do Grande ABC.

2.5.1. Consórcio Intermunicipal Grande ABC

A Região do Grande ABC dispõe de um órgão de governança pública intitulado Consórcio Intermunicipal Grande ABC, formada por seus 7 municípios. O Consórcio Intermunicipal Grande ABC foi constituído como uma associação civil de direito privado em 19 de dezembro de 1990 para atuar como órgão articulador de políticas públicas setoriais. As cidades consorciadas se reúnem por eixo e grupos de trabalho para gestão dos temas essenciais da política pública regional, como mobilidade urbana, defesa civil, finanças públicas, segurança, desenvolvimento econômico, políticas sociais, sendo que um deles desenvolve especificamente ações voltadas ao Turismo.

Um dos principais objetivos do consórcio é a organização de um planejamento regional de médio e longo prazo, visando potencializar as iniciativas municipais para garantia de um melhor e mais harmônico desenvolvimento regional. O principal



instrumento para este planejamento estruturado é o Plano Plurianual Regional (2019-2021)⁶, também conhecido como PPA-Regional.

Este Plano possui ações nos mais diversos eixos, incluindo as do turismo regional. Visando trazer os elementos do planejamento regional que devem ser considerados no desenvolvimento deste Plano Diretor de Turismo de Santo André, apresentamos abaixo o que foi estabelecido como planejamento para promoção do turismo no PPA da região do Grande ABC:

Desafio 1: Fomentar a cultura do turismo na população do Grande ABC

- Elaborar painéis, reuniões com a sociedade civil para apresentar possibilidades do turismo;
- Criação de APP para turismo regional;
- Explorar com eficiência os meios próprios de comunicação;
- Wi-fi em pontos turísticos com informações sobre o turismo regional;
- Divulgação midiática;
- Programas escolares turísticos, como por exemplo Escola sem Muros (Rio Grande da Serra) incluindo visitas nos pontos turísticos;
- Incluir o turismo nas atividades escolares;
- Incentivar a introdução de cardápios com Cambuci nos restaurantes da região;
- Incentivar que comércios e escolas incluam fotos e mapas dos pontos turísticos;
- Apresentar o Plano Diretor Regional de Turismo para a comunidade.

Desafio 2: Viabilização de recursos para o Poder Público visando o desenvolvimento do turismo

- Capacitações dos técnicos pelo ENAP (Escola Nacional de Administração Pública (ENAP): Ministério do Turismo);
- Buscar apoio e orientação da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo e do Ministério do Turismo para elaboração de projetos;
- Elaboração de projetos para captação de recursos.

Desafio 3: Conciliação, uniformização e hierarquização de objetivos

- Focar na execução do PDRT;

⁶ <https://consorcioabc.sp.gov.br/imagens/pagina/Revista%20PPA%202019%202021.pdf>



- Promoção do turismo no ABC unindo Estado aos Municípios com a instituição de parcerias;
- Propor articulação com União, Estado e Iniciativa Privada.

Desafio 4: Oferta permanente de produtos turísticos acabados/elaborados

- Criar roteiro de eventos regionais (aos moldes do Cambuci);
- Elaborar produtos turísticos;
- Promover produtos turísticos;
- Programas que envolvam a população na divulgação dos pontos turísticos do ABC;
- Divulgação do ABC TUR – mídias digitais para o ABC, capital e interior;
- Participação massiva do ABC TUR em feiras, eventos e simpósios de turismo;
- Circuito Regional do Cambuci;
- Estudar novos circuitos regionais: ecoturismo, turismo industrial;
- Elaborar campanhas publicitárias para divulgação do turismo no ABC.

Desafio 5: Infraestrutura que regionalize o turismo

- Unificação do acesso simplificado ao transporte regional;
- Demandar a cobrança junto ao Estado de São Paulo para a conclusão do metrô no ABC;
- Elaboração de projeto de sinalização turística unificada;
- Articular internamente (no município) as ações regionais;
- Aplicação do Plano Diretor Regional de Turismo.

2.5.2. Ações do Turismo na Região do Grande ABC: Rota ABCTur

As discussões sobre o potencial turístico da região e as maneiras de melhor aproveitá-lo já têm mais de uma década no âmbito do Consórcio Grande ABC. No Planejamento Regional Estratégico de 2000 da entidade, o turismo aparece como área estratégica para recebimento de projetos para seu desenvolvimento e emancipação. Neste planejamento foi definido como objetivo o estímulo ao Turismo Regional com a utilização sustentável do patrimônio natural, cultural e histórico, com suporte e infraestrutura compatíveis e com destaque aos segmentos turísticos do ecoturismo, negócios, eventos, cultural e gastronômico.



IMAGEM IV

Certificado de Santo André como integrante do “Mapa do Turismo Brasileiro 2019 – 2021”



Fonte: Ministério do Turismo

Desde então, Santo André e os demais municípios da região buscam a realização de ações da atividade turística regionais de modo integrado, como na experiência da constituição do Plano Nacional de Turismo, no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, lançado em 2009 e revisado em 2013. Dentre os trabalhos de referência deste esforço está a formação da Rota ABCTUR, que atualmente compõe um dos destinos indutores do turismo do Estado de São Paulo.



IMAGEM V
Certificado do ABC Tur como Integrante do SISPR



Fonte: Ministério do Turismo

Em número de estabelecimentos (ACT's) na região turística da ABCTur, ela possuía a seguinte configuração entre os anos de 2017 e 2019:

TABELA VIII
ACTs da Rota ABC Tour – 2017- 2019

Atividades Características Turísticas	Tamanho do estabelecimento	2017	2018	2019
ALOJAMENTO	Sem empregados	42	47	46
	Até 4 empregados	33	27	27
	De 5 a 9 empregados	17	22	26
	De 10 a 19 empregados	37	34	30
	De 20 a 49 empregados	26	27	25
	De 50 a 99 empregados	3	2	2
	Total de estabelecimentos		158	159



Atividades Características Turísticas	Tamanho do estabelecimento	2017	2018	2019
ALIMENTAÇÃO	Sem empregados	2.215	2.046	1.926
	Até 4 empregados	1.322	1.289	1.308
	De 5 a 9 empregados	530	536	517
	De 10 a 19 empregados	281	299	298
	De 20 a 49 empregados	155	162	189
	De 50 a 99 empregados	26	23	37
	De 100 a 249 empregados	3	3	5
	Total de estabelecimentos	4.532	4.358	4.280
TRANSPORTE TERRESTRE	Sem empregados	227	212	175
	Até 4 empregados	27	32	29
	De 5 a 9 empregados	5	6	4
	De 10 a 19 empregados	3	4	4
	De 20 a 49 empregados	2	3	4
	De 50 a 99 empregados	4	5	4
	De 100 a 249 empregados	4	2	2
	De 250 a 499 empregados	1	1	3
Total de estabelecimentos	273	265	225	
ALUGUEL DE TRANSPORTES	Sem empregados	117	113	103
	Até 4 empregados	40	32	32
	De 5 a 9 empregados	9	7	13
	De 10 a 19 empregados	9	4	7
	De 20 a 49 empregados	5	3	5
	De 50 a 99 empregados		1	1
	De 100 a 249 empregados			1
Total de estabelecimentos	180	160	162	
AGÊNCIA DE VIAGEM	Sem empregados	272	267	275
	Até 4 empregados	81	94	84
	De 5 a 9 empregados	31	27	26
	De 10 a 19 empregados	11	9	10
	De 20 a 49 empregados	3	6	5
	De 50 a 99 empregados	1	2	5
	De 100 a 249 empregados	3	4	4
	De 250 a 499 empregados			2
	1000 ou mais empregados			1
Total de estabelecimentos	402	409	412	
CULTURA E LAZER	Sem empregados	408	402	396
	Até 4 empregados	53	56	58
	De 5 a 9 empregados	27	20	17
	De 10 a 19 empregados	8	6	10
	De 20 a 49 empregados	2	2	3
	De 50 a 99 empregados			1
	De 100 a 249 empregados	1	1	1
Total de estabelecimentos	499	487	486	
TRANSPORTE AQUAVIÁRIO	Sem empregados	1	2	1
	Total de estabelecimentos	1	2	1

Atividades Características Turísticas	Tamanho do estabelecimento	2017	2018	2019
TRANSPORTE AÉREO	Sem empregados		2	2
	Até 4 empregados		1	
	De 5 a 9 empregados	1	1	2
	De 10 a 19 empregados	1		
	Total de estabelecimentos	3	4	4

Fonte: Ipea - Extrator de Dados, acesso 20/04/2021

Como tendência para os anos seguintes, mesmo com o advento da pandemia do COVID-19 em 2020, o Consórcio estima que a queda que vinha sendo apresentada no setor de alimentos se agravou ainda mais, assim como nos demais setores também em menor medida. Por outro lado, o número de ocupações formais segue a mesma tendência de crescimento ou queda dos estabelecimentos turísticos.

TABELA IX
Ocupação nas ACTs da Rota ABC Tour – 2017- 2019

Atividades Características Turísticas	Ano/Mês referênci a	Nº de ocupaçõe s	Nº ocupaçõe s economia	Participaçã o relativa da ACT	Participaçã o relativa na economia
ALOJAMENTO	12/2017	1.666	531.863	7,19%	0,31%
	12/2018	1.557	535.353	6,48%	0,29%
	12/2019	1.477	559.902	5,47%	0,26%
ALIMENTAÇÃO	12/2017	16.578	531.863	71,52%	3,12%
	12/2018	16.844	535.353	70,08%	3,15%
	12/2019	18.439	559.902	68,25%	3,29%
TRANSPORTE TERRESTRE	12/2017	1.491	531.863	6,43%	0,28%
	12/2018	1.379	535.353	5,74%	0,26%
	12/2019	1.989	559.902	7,36%	0,36%
AGÊNCIA DE VIAGEM	12/2017	2.484	531.863	10,72%	0,47%
	12/2018	3.416	535.353	14,21%	0,64%
	12/2019	3.778	559.902	13,98%	0,67%
ALUGUEL DE	12/2017	401	531.863	1,73%	0,08%

Atividades Características Turísticas	Ano/Mês referênci a	Nº de ocupaçõe s	Nº ocupaçõe s economia	Participaçã o relativa da ACT	Participaçã o relativa na economia
TRANSPORTE S	12/2018	321	535.353	1,34%	0,06%
	12/2019	678	559.902	2,51%	0,12%
CULTURA E LAZER	12/2017	544	531.863	2,35%	0,10%
	12/2018	510	535.353	2,12%	0,10%
	12/2019	639	559.902	2,37%	0,11%
TRANSPORTE AÉREO	12/2017	017	531.863	0,07%	0,00%
	12/2018	010	535.353	0,04%	0,00%
	12/2019	015	559.902	0,06%	0,00%

Fonte: Ipea - Extrator de Dados, acesso 20/04/2021

Os números do estudo IPEA revelam uma pequena participação da região do Grande ABC no universo total de empregos e estabelecimentos do setor turístico. No entanto, servem de referência para entender como se distribuem os empregos/ocupações formais e estabelecimentos da região.

3. CIDADE DE SANTO ANDRÉ

Santo André é um município com 715.231 habitantes, no centro da região Metropolitana de São Paulo, ocupando pouco mais de 175,782 km².

No contexto do desenvolvimento econômico da Cidade de Santo André, este foi fortemente pautado nas indústrias químicas e metalúrgicas que produziam, em sua maioria, componentes para as montadoras automobilísticas da região, além das indústrias de autopeças, produtos eletrônicos e derivados de petróleo.



A partir dos anos 1990 o setor de comércio e serviços iniciou um forte ciclo de expansão na cidade. Galpões antes ocupados por fábricas deram lugar a shopping centers e grandes lojas e centros de distribuição logísticos.

TABELA X
Santo André – Informações Gerais

ITENS	DADOS
População estimada 2017	715.231 IBGE
População 2010	676.407 IBGE
Área da unidade territorial 2016	175,782 (km ²)
Densidade demográfica 2010	3.848,01 (hab/km ²)
Código do Município	3547809
Gentílico	Andreense
Prefeito 2021	Paulo Henrique Pinto Serra
Taxa de urbanização	100%
PIB	R\$ 28.119.591,06 mil SEAD 2016 - PIB per capita: R\$ 41.128,01 SEAD 2016
IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal)	0,815, sendo: IDH-M Renda: 0,819, IDH-M Longevidade: 0,861, IDH-M Educação: 0,769 (Fonte: Atlas Brasil 2010)
Abastecimento de Água (%)	Índice de atendimento de água % 97,61 (SEADE 2010)
Coleta de Lixo (%)	99,80% (SEADE 2010)
Esgoto Sanitário (%)	94,48% (SEADE 2010)
Localização	Faz parte da Região Metropolitana de São Paulo, situada a Sudeste, integra a Região do Grande ABC
Municípios limítrofes	São Paulo, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Mogi das Cruzes, Santos, Suzano, Cubatão, São Bernardo do Campo, São Caetano.

Fonte: Prefeitura de Santo André

3.1. Breve histórico de Santo André

Em grandes linhas, os principais marcos temporais do desenvolvimento histórico da cidade se deu:

- Fundação da Vila de Santo André da Borda do Campo – 8 de abril de 1553;
- Transferência dos moradores para a Vila de São Paulo de Piratininga e extinção da Vila de Santo André da Borda do Campo – 1560;
- Criação do Município de São Bernardo – 12 de março de 1889;
- Modificação do nome do Município de São Bernardo para Santo André – 30 de novembro de 1938.

Abaixo apresentamos o texto do anuário de dados de Santo André⁷, que apresenta uma breve história do Município de Santo André.

Para contar a história da região na qual Santo André está inserida, temos que retomar, de maneira sucinta, parte da história do Brasil Colonial. Nos primeiros anos dessa história os portugueses tinham grande preocupação em defender as costas brasileiras de possíveis invasões de franceses e holandeses, pois estes dois países não compartilharam da divisão expressa pelo Tratado de Tordesilhas que dividiu o Novo Mundo, a terra a ser descoberta, entre portugueses e espanhóis.

No início do século XVI os países que tivessem terras nas quais pudessem explorar as riquezas minerais, em especial ouro e prata, estavam à frente dos demais, pois estas eram as moedas correntes, indicadoras de riqueza. Explica-se dessa forma o interesse pelas terras dessa vasta colônia portuguesa. Devido a vários ataques às suas terras, a partir de 1530, Portugal intensificou a colonização das costas brasileiras. Nesse contexto foi enviado, por ordem de D. João III, rei de Portugal, Martim Afonso de Souza com a incumbência de fundar vilas para fortificar o litoral.

Aliada a essa história encontra-se a figura de João Ramalho, português que representava, nesse momento, uma porta de entrada para o contato com os índios e para a colonização, pois ele conhecia algumas tribos e conseguia se comunicar com elas.

Em contrapartida a sua ajuda, João Ramalho solicitou, desde o início, que o local em que vivia, situado acima da Serra do Mar, fosse transformado em vila. Sua petição foi negada durante vários anos, pois se pretendia povoar o litoral e não o interior. Seu

⁷ <http://www.santoandre.sp.gov.br/pesquisa/ebooks/381434.PDF>

pedido foi atendido apenas em 8 de abril de 1553, quando foi criada a vila pelo Governador Geral Tomé de Souza. O nome dado à vila era Santo André da Borda do Campo. Nesse período, a busca de metais impulsionou as entradas para o interior e a vila era um ponto de parada e descanso.

Os jesuítas, por sua vez, instalados na Vila de São Vicente, tinham interesse em transferir seu colégio para próximo dos campos de Piratininga, pois havia uma grande evasão de pessoas do litoral para o interior. Tal fato ocorreu a 25 de janeiro de 1554, com a criação da Aldeia de São Paulo de Piratininga.

Dificuldades de subsistência, pressão dos jesuítas e proteção pouco eficiente, uma vez que grande parte das pessoas que moravam na vila, em especial os homens, viviam a maior parte do tempo fora em expedições bandeiristas, fizeram com que a vila de Santo André fosse transferida para São Paulo de Piratininga em 1560 por meio de proposta do Padre Manoel da Nóbrega ao Governador Geral Mem de Sá.

A partir de então, Santo André deixou de existir enquanto unidade administrativa, passando a ser um bairro de São Paulo. A região passou por um período de estagnação, tornando-se local de passagem entre o Porto de Santos, a capital e o interior. Mas as terras não ficaram sem dono; já em 1561, grande parte delas foi concedida como sesmaria ao Amador de Medeiros, ouvidor da Capitania de São Vicente. Boa parte dessa sesmaria foi repassada, em 1637, à Ordem de São Bento, formando-se ali a Fazenda São Bernardo, área atualmente ocupada em grande parte pelo Município de São Bernardo do Campo. Outra área importante de domínio dos beneditinos foi a Fazenda São Caetano, doada à Ordem em 1631, pelo Capitão Duarte Machado e sua esposa Joana Sobrinha. As outras terras eram menores e foram sendo repassadas a vários donos até o início do século XX, quando foram loteadas.

Nesse período a atividade econômica ficou restrita à subsistência e à locação de pastagens para as tropas. As duas fazendas dos beneditinos – São Bernardo e São Caetano – tinham atividade mais regular: a primeira produzia gêneros alimentícios e na segunda fabricavam-se tijolos e artefatos de cerâmica. Essas fazendas ficaram sob a propriedade dos beneditinos até 1870, quando foram compradas pelo Estado para a criação de colônias de imigrante. Antes disso, porém, ao redor da fazenda São Bernardo foi se organizando um pequeno núcleo urbano, que mais tarde iria garantir a criação do Município de São Bernardo.

Outro fator importante no contexto de modernização da região em meados do Século XIX foi a instalação da ferrovia nas proximidades do Rio Tamanduateí. Esse empreendimento visava a melhoria do transporte de produtos agrícolas do interior

para o Porto de Santos, em especial o café que começava a ser produzido em larga escala na Província de São Paulo. Tal situação começou a atrair indústrias que se aproveitavam das facilidades de transporte, da disponibilidade de áreas próximas à linha férrea e ao rio, além dos incentivos fiscais apresentados pelo município.

Monges beneditinos tomam posse das terras doadas por Duarte Machado localizadas no Tijucussú, atual São Caetano do Sul.

Em 1889, quando foi criado o Município de São Bernardo, este nasceu sob a marca da industrialização, utilizando, predominantemente, a mão de obra de imigrantes. Este abrangia toda a região do ABC.

As indústrias que se instalavam na nova cidade eram em geral ligadas à produção química, têxtil e de móveis. Além disso, foram surgindo pequenos negócios como carpintarias, funilarias, sapatarias, barbearias, pequenas pensões e restaurantes, que foram dando uma feição mais urbana à região. Nesse contexto ressurgiu o termo Santo André, nomeando o distrito criado em 1910 e que compreendia áreas próximas à Estação.

A expansão industrial remonta ao final do Século XIX, caracterizou-se por muito tempo por um misto de produção industrial e artesanal. As primeiras indústrias foram a Tecelagem Silva Seabra & Cia, conhecida também como Fábrica Ypiranguinha por estar sediada na região conhecida por esse nome. Foi inaugurada em 1885 e produzia brim de algodão. Esta indústria operou até a década de 1970. Outra tecelagem instalada ainda no Século XIX foi a Bergman, Kowarick & Cia que iniciou suas atividades em 1889 e fabricava casemiras. A primeira fábrica de móveis foi a Companhia Streiff de São Bernardo, inaugurada em 1897 e produzia, principalmente cadeiras e pequenos móveis.

Além disso, outras tecelagens menores foram se instalando no início do Século XX, como a Fiação e Tecelagem Santo André (1908), a Fábrica de Tecidos de Algodão (1920), a Fábrica de Tecidos São Geraldo (1926), o Jutifício Maria Luiza Ltda. (1933), entre outras. Essas empresas eram em sua maioria, pequenos empreendimentos gerenciados por seu proprietário. Todas já desapareceram, principalmente por não conseguirem se adaptar às inovações tecnológicas, após a década de 1950.

Outras, porém, fundadas nesse mesmo período modernizaram-se, como a Companhia Química Rhodia S/A e a Companhia Brasileira de Seda Rhodiaseta. O distrito de Santo André abrigava na década de 1930 várias indústrias importantes, possuía a Estação de São Bernardo por onde era transportada grande parte dos produtos aqui produzidos e tinha entre seus moradores vários políticos influentes.



Tal situação levou à transferência da sede do Município de São Bernardo para Santo André, em 1939. Toda a região do ABC, composta por vários distritos, passou, então, a ser denominada pelo nome Santo André.

No entanto, já na década de 1940 iniciaram-se movimentos emancipacionistas e os distritos foram tornando-se municípios. Em 1945 foi a vez de São Bernardo do Campo, em 1949 São Caetano do Sul e em 1953 Mauá e Ribeirão Pires. A partir de então, Santo André passou a ter uma área de 174,38 km², contando com os seguintes distritos: Sede, Capuava e Paranapiacaba.

Na década de 1950, além dessas mudanças, outras puderam ser sentidas no que se refere à tipologia das indústrias da região. Com os investimentos estatais e o capital estrangeiro ocorreu um crescimento do setor automobilístico, mecânico, metalúrgico e de material elétrico. Santo André passou a abrigar várias indústrias de autopeças. A indústria foi, então, delineando outro perfil. A mão de obra tornou-se mais especializada e as máquinas mais produtivas. Neste momento a mão de obra deixou de ser determinante para o aumento da produção.

Na década de 1970 houve novo momento de expansão e concentração da indústria na Grande São Paulo. Foi o período denominado de "milagre econômico". Na década seguinte o ritmo de crescimento sofreu um decréscimo, culminando com a recessão dos anos 1980.

Nos anos 1990 a produção industrial continuou desacelerada, com os incentivos fiscais voltados para outras áreas do Estado de São Paulo, além das dificuldades de transporte e o custo de mão de obra.

Atualmente a economia local é bastante diversificada, sendo a indústria ainda representativa no PIB, mas com o setor de serviços apontando como tendência para o desenvolvimento econômico da cidade.

3.2. Caracterização da Vila Ferroviária de Paranapiacaba

Paranapiacaba e seu entorno constituem uma porção de território de importância histórica e ambiental. Registra um período que mostra a influência da construção da arquitetura e da tecnologia inglesas sobre uma porção do território natural brasileiro da Mata Atlântica. As origens da ocupação de Paranapiacaba estão associadas à construção da ferrovia a partir de 1860, ano em que para a realização das referidas

obras foi necessária a construção de alojamentos provisórios destinados ao abrigo dos operários, os quais se instalaram ao longo do leito de implantação da linha férrea.

Por conta da sua local geográfica conhecida à época esta localização foi designada como **Alto da Serra**. Por ocasião do final das obras de construção da ferrovia, o acampamento foi utilizado pelos operadores e mantenedores da maquinaria e do tráfego ferroviário. O primeiro núcleo de povoamento mais efetivo foi nomeado Vila Velha, e foi estabelecido junto ao caminho que mais tarde designou-se Rua Direita. Para além desse eixo principal, não foi implantado nenhum modelo de arruamento. Por esse motivo, a circulação era feita com dificuldade e a distribuição das moradias se dava de maneira desordenada.

Em geral, as casas não possuíam recuo de frente e se localizavam na testada dos lotes, distribuídos aos funcionários da ferrovia (Santos, 1990). Enquanto essa porção do território tenha sido resultado de uma ocupação urbana desordenada ocorrida a partir da implantação do canteiro de obras da São Paulo Railway (SPR)⁸, a Vila Martin Smith, que começou a ser instalada a partir de 1895, foi o resultado de um plano urbanístico planejado, expresso em ruas largas de traçado ortogonal e regular, junto à implantação de edifícios padronizados. Esta área planejada nasceu para suprir a demanda habitacional gerada a partir da duplicação do sistema funicular, e seu projeto de urbanização foi considerado extremamente inovador para a época, contando com um plano hierarquizado de vias principais, secundárias e de pedestres, além de um sistema de saneamento complexo organizado em vielas sanitárias e canais de escoamento de água.

As casas na Vila Martin Smith geralmente encontravam-se recuadas em relação ao alinhamento da rua, possibilitando a existência de jardins, e não eram comuns no início do Século XX. Na Cidade de São Paulo, somente as chácaras possuíam jardins, sendo que as habitações comuns se alinhavam próximas ao arruamento e não dispunham de recuo frontal. Numa relação simétrica à Parte Baixa, onde se localizavam a Vila Velha e a Vila Martin Smith, tomando como eixo o leito ferroviário, constituiu-se a ocupação do Morro, atualmente conhecida como Parte Alta da Vila.

Em torno da primeira capela ergueram-se as primeiras casas, inicialmente de pau-a-pique e logo em seguida em madeira, inspiradas nas tipologias habitacionais da Vila Martin Smith. A forma de ocupação deu-se acompanhando os movimentos da morfologia natural, onde em lotes estreitos e alinhados se implantavam as edificações

⁸ São Paulo Railway (SPR) foi uma empresa contratada para realizar a obra e gerenciar o transporte por 90 anos em Paranapiacaba.



geminadas, compondo uma única fachada contínua. Com planta de inspiração “portuguesa” e elevação de inspiração “italiana”, a Parte Alta é demarcada por uma linha no limite mais próximo à ferrovia. Este foi o lugar onde se instalaram diversas atividades comerciais e de serviços.

A Vila Ferroviária é atualmente o maior polo de atração turística da Cidade de Santo André, com estimativa de recebimento de mais de 250 mil visitantes por ano. Ela sedia o maior evento da cidade, o Festival de Inverno de Paranapiacaba, que já se encontra na sua 19ª edição. Possui uma série de atrações históricas e opções gastronômicas e de alojamento, com grande potencial de ampliação.

Breve Histórico da Vila de Paranapiacaba

Em 1850 Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá, empenhou-se na construção de uma Estrada de Ferro e, em 1856, um Decreto Imperial concedeu a ele o privilégio da construção e o prazo de 90 anos para sua exploração. Em 1860 conseguiu reunir capital suficiente e formou a empresa The São Paulo Railway Company Ltd. - SPR para construí-la. Paranapiacaba surge como acampamento para os trabalhadores que construíram o trecho da Serra do Mar. Com a inauguração da ferrovia, em 1867, a empresa viu-se obrigada a manter operários no local para a operação dos serviços e manutenção das obras. Posteriormente à duplicação da ferrovia edificou-se uma nova vila no Alto da Serra, a Martin Smith, de ruas arborizadas com alinhamentos regulares e sistemas de água e esgoto.

Na década de 1940 a Vila sofreu duas marcantes intervenções: em 1945 passou a chamar-se Paranapiacaba e, no ano seguinte, a São Paulo Railway Co. foi incorporada ao Patrimônio da União e passou a ser administrada pela Estrada de Ferro Santos a Jundiaí - EFSJ, terminando assim a presença dos ingleses na região. Ao receber o patrimônio, em 1946, o governo federal esforçou-se em manter a qualidade no transporte de carga e de passageiros que os ingleses tinham até então.

No tempo dos ingleses a Vila de Paranapiacaba apresentava certo ar europeu, romântico, com casas de madeira, quintais separados por cercas vivas e ruas calmas, ladeadas de pinheiros, em contraste com a Parte Alta, que recebeu uma ocupação urbana marcada pela herança portuguesa, com ruas estreitas e casas de pequenas frentes edificadas junto ao alinhamento. Unindo a Parte Alta à Parte Baixa há uma ponte metálica destinada exclusivamente aos pedestres e bicicletas, que se mantém até hoje após algumas reformas.



Em 1982 o Sistema Funicular construído pelos ingleses deixou de funcionar. Foi o fim de uma era de glamour e o começo de uma luta pela preservação do que ainda restava da História da ferrovia inglesa. Iniciava-se um movimento para a redestinação de Paranapiacaba a fim de transformá-la num polo turístico que mostrasse a beleza de seu casario, matas, águas e trilhas, que envolvesse as pessoas em seu clima mágico, histórico e cultural. Em 1987 foi elaborado pela Emplasa, empresa estadual de planejamento metropolitano, o Plano Integrado de Preservação e Revitalização de Paranapiacaba e, nesse mesmo ano, o CONDEPHAAT, órgão estadual de preservação do patrimônio, publica seu tombamento histórico, abrangendo a área do núcleo urbano, os equipamentos ferroviários e a área natural ao seu redor, selando legalmente o local como de interesse público. Em abril de 2000 Paranapiacaba tornou-se oficialmente um dos núcleos do programa da Reserva da Biosfera da UNESCO, que engloba a proteção de 329 áreas de floresta em 83 países.

Em 2001 a Prefeitura de Santo André deu o primeiro passo para assumir definitivamente a administração da Vila ao criar a Subprefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense e, em 2002, foi formalizada a compra da Vila de Paranapiacaba da Rede Ferroviária Federal S.A. - RFFSA. O contrato de compra e venda foi assinado no interior do Castelinho, testemunha inglesa do negócio, que mudaria o destino de Paranapiacaba.

Em 05 de junho de 2003, Dia Mundial do Meio Ambiente, foi criado o Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba, área verde com cerca de 4,2 km² de Mata Atlântica no entorno da Vila.

Hoje Paranapiacaba conta com dois museus: o Castelinho, construção vitoriana que serviu de residência para o Engenheiro Superintendente, autoridade máxima da ferrovia inglesa, que guarda a memória dos tempos de funcionamento da São Paulo Railway Co., e o Funicular, que consiste em três galpões situados no pátio ferroviário, onde é possível ver as locomotivas, o carro fúnebre, as máquinas fixas e peças menores, como a azeitadeira, utilizada para lubrificar as máquinas. Ao ar livre podem ser vistos o trem ambulância, já bem enferrujado e o trem guindaste a vapor.

Paranapiacaba é cercada por três importantes Unidades de Conservação: o Parque Nascentes, citado acima, a Reserva Biológica do Alto da Serra de Paranapiacaba e o Parque Estadual da Serra do Mar. As matas, Parques e quedas d'água existentes no entorno da Vila compõem um cenário natural fantástico, que pode ser percorrido por trilhas de trajetos fáceis ou difíceis e requerem acompanhamento de guia habilitado e cadastrado pela Prefeitura. Dentre elas as mais conhecidas são as trilhas da Pontinha, do Mirante e da Água Fria.



Em 2001 realizou-se na Vila o 1º Festival de Inverno de Paranapiacaba, com muita expectativa. Os visitantes chegavam pela passarela metálica, que liga a Parte Alta à Vila Nova; os espetáculos se concentravam no Clube União Lyra-Serrano, outrora palco de grandes bailes e espetáculos. O Festival continua ocorrendo anualmente, se expandiu, com vários artistas se apresentando em palcos espalhados pela Vila e atualmente é um dos eventos mais conhecidos do Município. Durante o Festival vários atrativos, além dos artísticos e culturais, são oferecidos ao visitante.

Em abril acontece o Festival do Cambuci, fruta nativa da Mata Atlântica que é marca registrada da região e patrimônio imaterial de Santo André desde 2013, onde são oferecidos diversos pratos, doces e bebidas que utilizam o fruto como principal elemento.

Outros eventos, como a Convenção de Bruxas e Magos, a Festa do Padroeiro e a Feira de Artes e Antiquidades acontecem no decorrer do ano.

Tombada como patrimônio histórico pelos órgãos de preservação patrimonial federal, estadual e municipal (IPHAN, CONDEPHAAT e COMDEPHAAPASA), Paranapiacaba passa, atualmente, por processo de restauração financiado pelo Programa de Aceleração do Crescimento - Cidades Históricas, do Governo Federal.

4. O TURISMO EM SANTO ANDRÉ

Santo André, com seus mais de 700 mil habitantes, em sua história de mais de 467 anos passou a ter a atividade turística como preponderante em especial por decorrência da ascensão da Vila de Paranapiacaba como patrimônio histórico e ambiental, tombado pelo CONDEPHAAT (Estado de São Paulo) em 1987; pelo IPHAN (Federal) em 2002; e pelo COMDEPHAAPASA (Municipal) em 2003. Tendo a Vila como principal atrativo desde então, paralelamente desenvolveu outras vocações turísticas altamente relevantes, sendo atualmente referência do setor gastronômico na Grande São Paulo, contando com uma ampla rede hoteleira com bandeiras consagradas para receber visitantes, promovendo um turismo de negócios pulsante em decorrência das inúmeras empresas de alta tecnologia instaladas na região, e possuindo uma série de atrações culturais, de lazer, educacionais e religiosas.



Trazendo neste primeiro momento a Vila de Paranapiacaba, o maior destaque do turismo de Santo André em decorrência de ser seu principal patrimônio histórico, cultural e natural, vale destacar que a Vila foi incluída entre os 100 monumentos mais importantes do mundo pelo World Monuments Fund, organização não governamental que atua na área de preservação do patrimônio histórico. Paranapiacaba também é Núcleo da Reserva da Biosfera do Cinturão Verde da cidade de São Paulo e integra a Reserva da Biosfera da Mata Atlântica, reconhecida pela UNESCO por seu relevante valor para humanidade. Desde 2008 é candidata a patrimônio da humanidade (ver documento em ANEXO a este Plano), em outubro de 2014 a candidatura foi incluída na lista indicativa brasileira que o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) encaminhou à Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Todo este reconhecimento nacional e internacional vem de seu distinto desenvolvimento histórico. Trata-se da única vila planejada do Brasil em estilo inglês, proveniente da ocupação inglesa na Serra do Mar para a construção da Estrada de Ferro Santos Jundiaí no final do Século XIX. Em 1867, a Vila transformou-se na Estação Alto da Serra, a última parada do trem antes da descida da Serra do Mar. A estação passou a cuidar da manutenção do sistema funicular, que levava as composições de trem do planalto a planície em direção ao porto de Santos, para escoamento principalmente do café. Em 1946, termina o período de concessão com a empresa inglesa e todo o seu patrimônio foi incorporado ao Governo Federal, ficando praticamente abandonada e em processo de degradação até ser inteiramente comprada pela Prefeitura de Santo André em 2002, começando aqui sua nova história como referência turística.

A Vila de Paranapiacaba encanta por suas casas de madeira hierarquicamente divididas pelas ruas planejadas da Vila Martin Smith, na Parte Baixa, e pelo relógio que ditava o ritmo das atividades, pelo colorido das casas do morro da Parte Alta, pelo movimento dos trens e por sua típica neblina que invade as casas, muitas vezes no meio do dia. Todo esse patrimônio emoldurado pela beleza da Mata Atlântica. Apesar disso, anterior a compra de Paranapiacaba em 2002 pelo município, eram praticamente inexistentes os serviços e produtos turísticos da Vila de Paranapiacaba.

A pouca estrutura para o recebimento de visitantes concentrava-se nas populares barraquinhas do Largo dos Padeiros e na Rua Direita, ambos, remanescentes de fascinantes projetos derrocados dos anos de 90 como: o PRESERVE da RFFSA e o Proparqui vinculado ao Parque Estadual da Serra do Mar. Foi o "Programa de Turismo" implantado pela municipalidade a partir de 2002 que trouxe os primeiros serviços turísticos propriamente ditos: infraestrutura de recepção, alimentação, artesanato,



eventos, hospedagem, circuito histórico, monitoria, trilhas oficiais etc.; enfim, serviços e produtos fundamentais para iniciar a organização de um destino turístico com as premissas do turismo de Base Comunitária. Em junho de 2003 foi criado o Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba, Unidade de Conservação de quatro milhões de metros quadrados de área de patrimônio natural, para preservar os exuberantes recursos naturais da Mata Atlântica e as várias nascentes que contribuem para o abastecimento da Represa Billings, localizadas no entorno da Vila de Paranapiacaba.

Para além do patrimônio instalado e conservado, a Vila recebe inúmeros eventos e festivais, em que se destacam o Carnaval, o Festival do Cambuci em abril, a Convenção de Bruxas e Magos em maio, o famoso Festival de Inverno em julho, o Festival de Fotografia em setembro, entre outras iniciativas. Também já foi palco para filmagem de filmes e novelas, como a obra "Éramos Seis" da Rede Globo. Possui também atividades de turismo ecológico e de aventura com várias trilhas para caminhada e bicicleta, pousadas e restaurantes com gastronomia muito peculiar que tem no Cambuci, fruto local, seu toque especial. Aos finais de semana o trem Expresso Turístico da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM) sai da Estação da Luz e vai até a Vila de Paranapiacaba em parada única, promovendo uma experiência diferenciada aos visitantes. Todos estes atrativos fazem com que mais de 250 mil pessoas visitem a Vila anualmente.

Mas há muito mais do que a Vila de Paranapiacaba em Santo André, que desenvolveu outras vocações e atualmente possui um perfil turístico bastante amplo, que a qualificam como referência turística no Estado de São Paulo. Começando pelos referenciais culturais e históricos, Santo André conta com o Teatro Municipal Maestro Flávio Florence, construído dentro do Paço Municipal, projeto do importante arquiteto Rino Levi, expoente brasileiro da arquitetura moderna, em meio a paisagem e obras do artista e paisagista Roberto Burle Marx. A cidade possui outros elementos arquitetônicos importantes como a Casa do Olhar, que leva o nome do artista andreense o concretista Luiz Sacilotto, espaço dedicado as artes visuais, possui também a Casa da Palavra Mario Quintana, que se dedica a literatura, o Museu de Santo André Dr. Octaviano Armando Gaiarsa e as escolas livres de formação artística de teatro, dança e cinema.

Como referências do turismo na área educacional a cidade possui a SABINA - Escola Parque do Conhecimento, com o Planetário Johannes Kepler, um dos mais modernos da América Latina, atraindo milhares de visitantes todos os anos, incluindo diversas excursões de alunos de todo o estado de São Paulo. Já para os jovens adultos possui mais de 10 instituições de ensino superior, dentre elas Universidade Federal do ABC,

SENAI, SENAC, FGV Strong, FATEC, ETEC dentre tantos outros que são grandes polos de atração de visitantes, cientistas e pesquisadores em decorrência dos cursos, eventos e palestras oferecidos por todas estas instituições.

O turismo de negócios também é motor da atividade turística no município tendo em vista as inúmeras industriais e empresas instaladas, atraindo trabalhadores, clientes, técnicos e especialistas, que se utilizam da ótima rede hoteleira e da consolidada infraestrutura gastronômica da cidade. Desde 2019 esta modalidade de turismo também vem sendo fortalecida pela atuação do novo Parque Tecnológico de Santo André, que fomenta a inovação na cidade, e pelo programa Turismo Industrial e de Inovação, que realiza visitas guiadas nas grandes empresas da cidade.

Para o lazer de quem visita Santo André, a cidade conta com 11 parques, sendo 8 localizados na parte urbana e 2 unidades de grande porte localizadas em áreas de proteção ambiental, o Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba e o Parque Natural Municipal do Pedroso, banhado pela Represa Billings, propiciando a possibilidade do turismo ecológico e de aventura.

Como não bastassem tantas modalidades turísticas, Santo André também é referência nacional no turismo religioso, em especial por conta do Santuário Nacional da Umbanda, reconhecido em 2019 como patrimônio imaterial do Estado de São Paulo, uma ampla estrutura localizada na área do Parque Natural Municipal do Pedroso. Trata-se de uma referência nacional e internacional para os seguidores da Umbanda e Candomblé, recebendo anualmente milhares de visitantes de diversas cidades e estados brasileiros.

Para dar ainda mais vida a esta ampla estrutura da parte urbana da cidade, Santo André também recebe inúmeros eventos e festivais em seus diversos espaços de lazer, parques, clubes públicos e privados. Com diversas opções e espaços para eventos, exposições e shows, destacam-se a unidade do SESC com mais de 35 mil m² de área construída e trazendo um denso calendário de eventos culturais, e o Clube Atlético Aramaçan, reconhecido na região por receber inúmeros shows e eventos de grande porte.

Para além das qualificações ligadas diretamente à questão turística, que qualificam Santo André como parte do Mapa do Turismo Brasileiro, dentro da Região Turística ABCTur - Rota da Natureza e da Indústria, a cidade ainda tem o benefício de estar em localização privilegiada no centro da Região Metropolitana de São Paulo, maior mercado consumidor do Brasil, facilmente acessada por transportes públicos (trem e



ônibus) e servida diretamente por rodovias como Anchieta e Imigrantes, estando muito próxima ao Rodoanel. Além disso, está há poucos quilômetros do Aeroporto de Congonhas, Aeroporto de Guarulhos e do Porto de Santos, e a menos de 30 minutos do Centro da Cidade de São Paulo.

São outros destaques da Cidade de Santo André em relação aos seus diferenciais turísticos:

- Dispõe da rede hoteleira mais expressiva e qualificada da região, tendo hotéis de bandeiras internacionais como ÍBIS e Mercure da rede ACCOR Hotels, o Blue Tree Towers e Hilton e Go Inn da rede Atlantica Hotels.
- Exerce influência sobre as cidades do ABC por oferecer serviços turísticos e produtos variados, que não são encontrados em outras cidades da região, a exemplo a rede hoteleira, complexos gastronômicos e atrativos culturais de alta expressividade no estado;
- Guarda em 50% de seu território reservas remanescentes de Mata Atlântica, em 02 parques naturais municipais que estão inseridos no Sistema de Unidades de Conservação de Proteção Integral (SNUC), tendo o Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba com Plano de Manejo ativo;
- Possui cadeia de serviços ligados a gastronomia fortemente organizada e com qualidade reconhecida internacionalmente para alguns deles;
- Faz parte do Programa Nacional de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, do Ministério do Turismo, pertencendo à Rota ABCTur como destino indutor do turismo;
- Prefeitura dispõe de meios institucionalizados de participação social Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, Conselho Municipal de Defesa do Patrimônio e Fórum de Moradores de Paranapiacaba e Parque Andreense;
- A Prefeitura mantém participação ativa no Grupo de Trabalho de Turismo do Consórcio Intermunicipal do Grande ABC, na elaboração de projetos integrados, participação em feiras, eventos e promoção da região como destino turístico;
- O Turismo dispõe na Prefeitura de Santo André de corpo técnico em turismo, cultura, meio ambiente e economia em seu quadro funcional.

IMAGEM VI

Certificado de reconhecimento do Conselho Municipal de Turismo de Santo André como integrante do SISPR



Fonte: Ministério do Turismo

4.1. Cadeia do Turismo em Santo André

Segundo o Anuário de Dados de Santo André de 2016⁹, a Cidade Santo André conta com cerca de 21.292 estabelecimentos comerciais e de serviços dos mais variados ramos e portes, incluindo grandes redes de hipermercados, lojas de departamentos e cinco shoppings centers, sendo um deles especializado em veículos, os quais proporcionam aos moradores e visitantes amplo leque de produtos e serviços.

Os estabelecimentos de características turísticas de Santo André, segundo levantamento realizado pelo IPEA são, em resumo:

⁹ <http://www.santoandre.sp.gov.br/pesquisa/ebooks/381434.PDF>

- 62 estabelecimentos de alojamentos;
- 1.675 estabelecimentos de alimentação;
- 84 estabelecimentos de transporte terrestre;
- 1 estabelecimento de transporte aquaviário;
- 1 estabelecimento de transporte aéreo;
- 48 estabelecimentos de aluguel de transportes;
- 166 agências de viagem;
- 186 estabelecimentos de cultura e lazer.

A gastronomia andreense também oferece em algumas unidades especializadas da parte urbana e da Vila de Paranapiacaba o fruto típico da Mata Atlântica denominado Cambuci, explorado como elemento tradicional da gastronomia local. Esta tradição recebeu no ano de 2013 o tombamento pelo conselho de preservação do patrimônio municipal de seus saberes e fazeres o reconhecimento em decreto municipal de sua árvore (Cambucizeiro) como árvore símbolo da cidade.

Dentre os vinte um mil estabelecimentos comerciais e serviços, o anuário de dados 2016 indica que estão as casas de câmbio, guias de turismo, agências de viagens e turismo, empresas de receptivo, locadoras de veículos, transporte turístico, serviços de hospedagem, taxis, lavanderias, ateliês, lojas de souvenirs/brindes e feira de artesanato, escolas técnicas e faculdades (privadas e públicas), empresas de comunicação e marketing, entre muitos outros, que possuem relação direta e indireta com o turismo. O Inventário de Serviços Turísticos de Santo André, ANEXO deste Plano, traz a relação dos principais representantes instalados na cidade destes estabelecimentos.

A tabela abaixo apresenta um quadro da evolução do número de estabelecimento das principais categorias da cadeia turística de Santo André.

TABELA XI
Estabelecimentos de Santo André caracterizados como ACTs, 2017-2019

ACTs	Tamanho do Estabelecimento	2017	2018	2019
Alojamento	Sem empregados	17	17	20
	Até 4 empregados	13	11	11
	De 5 a 9 empregados	6	7	8
	De 10 a 19 empregados	11	11	10
	De 20 a 49 empregados	12	12	13
	De 50 a 99 empregados	1		
Alimentação	Sem empregados	860	771	776



ACTs	Tamanho do Estabelecimento	2017	2018	2019
	Até 4 empregados	531	511	509
	De 5 a 9 empregados	198	191	173
	De 10 a 19 empregados	113	119	124
	De 20 a 49 empregados	68	69	75
	De 50 a 99 empregados	8	10	15
	De 100 a 249 empregados	1	1	3
Transporte Terrestre	Sem empregados	75	72	61
	Até 4 empregados	8	14	14
	De 5 a 9 empregados	3	3	3
	De 10 a 19 empregados	2	2	3
	De 20 a 49 empregados	1	2	2
	De 50 a 99 empregados	2	2	1
Transporte Aquaviário	Sem empregados		1	
Transporte Aéreo	Sem empregados		1	1
Aluguel de Transportes	Sem empregados	38	36	33
	Até 4 empregados	14	7	6
	De 5 a 9 empregados	4	4	6
	De 10 a 19 empregados	3	1	2
	De 20 a 49 empregados		1	1
Agência de Viagem	Sem empregados	112	108	110
	Até 4 empregados	34	35	33
	De 5 a 9 empregados	14	14	12
	De 10 a 19 empregados	3	4	3
	De 20 a 49 empregados	2	2	1
	De 50 a 99 empregados		1	3
	De 100 a 249 empregados	2	2	1
	De 250 a 499 empregados			2
1000 ou mais empregados			1	
Cultura e Lazer	Sem empregados	155	144	148
	Até 4 empregados	20	24	24
	De 5 a 9 empregados	12	9	8
	De 10 a 19 empregados	2		2
	De 20 a 49 empregados	2	2	3
	De 50 a 99 empregados			1



Fonte: IPEA

Nos equipamentos de maior expressividade turística, que são Vila de Paranapiacaba, SABINA – Escola Parque do Conhecimento, Circuito Cultural Urbano e Santuário Nacional da Umbanda, estão todos servidos com estruturas de informações turísticas e acolhida ao visitante, como sanitários, folheteria e local de descanso. Todos estes espaços estão abertos diariamente, alguns de segunda a sábado e outros de terça a domingo das 9h às 17h ou 18h, dispõe de linha telefônica e e-mail para contato. As pessoas que trabalham nestes espaços são capacitadas para operar nestes equipamentos, mas já se percebe que a demanda é superior a capacidade de atendimento, sendo parte deste plano prever a ampliação da rede e criação de Centros de Informações Turísticas descentralizados para melhor atender o turista.

Além da participação do turismo em volume de empreendimentos, vale observar os números relacionados a ocupação formal na cidade, dividida por ACT nos últimos três anos de que se tem registro no IPEA.

TABELA XII
Ocupação Formal nos Estabelecimentos de Santo André caracterizados como ACTs, 2017-2019

ACTs	12/2017		12/2018		12/2019	
	Número de ocupações	Participação relativa da ACT	Número de ocupações	Participação relativa da ACT	Número de ocupações	Participação relativa da ACT
Alojamento	667	6,83%	585	5,64%	620	5,47%
Alimentação	6547	67,04%	6694	64,56%	7.378	65,08%
Transporte Terrestre	338	3,46%	237	2,29%	185	1,63%
Transporte Aquaviário	000	0,00%	000	0,00%	000	0,00%
Transporte Aéreo	000	0,00%	000	0,00%	000	0,00%
Aluguel de Transportes	098	1,00%	083	0,80%	109	0,96%
Agência de Viagem	1932	19,78%	2616	25,23%	2.766	24,40%
Cultura e Lazer	184	1,88%	153	1,48%	278	2,45%

Fonte: IPEA

Em Santo André a ocupação formal basicamente se divide entre alimentação, alojamentos e agência de viagens, sendo alimentação a que concentra maior número



de empregos formais em turismo, ocupando 65,08% das vagas, seguida pelas agências de viagens com 24,04%. Sobre a ocupação informal não foi possível localizar os dados pelo IPEA, apenas no nível nacional e estadual conforme apresentados anteriormente.

Visando aprimorar o mapeamento da evolução da cadeia turística de Santo André, foi iniciado em 2019 o CMTur - Cadastro Municipal do Turismo, voltado a elencar e estimular os prestadores de serviços turísticos a formalizar-se e como parte das políticas de fortalecimento da cadeia produtiva local. O empreendimento devidamente cadastrado integra o Portal de Turismo de Santo André onde são apresentados como opção ao turista e visitante de Santo André, em um formato de fácil consulta.

4.2. Infraestrutura e Acessos

Santo André dispõe de uma rede de infraestrutura e serviços que atende à população e aos turistas que visitam a cidade. Segundo Anuário de Dados de Santo André 2016¹⁰, em relação ao saneamento e abastecimento de água, segundo informações do Serviço Municipal de Saneamento Ambiental de Santo André – SEMASA o abastecimento de água é de 98% e 94% de coleta de esgotos nos municípios.

A cidade dispõe de equipamentos de Saúde, sendo 33 Unidades Básicas de Saúde, 04 Pronto Atendimento Médico Emergencial, espalhados no território, 01 Posto do SAMU - Serviço de Atendimento Móvel de Urgência, 12 unidades básicas, 02 motolâncias e 02 UTI Móveis a disposição dos munícipes e turistas, somando uma capacidade de atendimento emergencial de 2.000 hab/dia, conforme indicado pelo anuário de dados da cidade.

Além dos serviços estaduais de Segurança Pública, a administração pública municipal oferece serviços através do Departamento da Guarda Civil Municipal de Santo André, que é o órgão técnico subordinado diretamente a Administração Pública responsável pelo atendimento das demandas da segurança pública da Administração Municipal. Suas ações são voltadas, primordialmente, à proteção das instalações públicas Municipais e à defesa da população. Executa, também, atividades de patrulhamento nas áreas de proteção ambiental e do Patrimônio histórico, Cultural e Arquitetônico da Vila de Paranapiacaba.

¹⁰ <http://www.santoandre.sp.gov.br/pesquisa/ebooks/381434.PDF>



A estrutura de transporte público conta com um terminal rodoviário TERSA - Terminal Rodoviário de Santo André, ligando a cidade ao interior, litoral e outros estados brasileiros. Possui também o Terminal Urbano Prefeito Saladino e Vila Luzita, além do Terminal Metropolitano de Santo André, com ônibus municipais, intermunicipais e o trólebus, este último conectando de forma rápida São Bernardo do Campo, Diadema, Jabaquara (Zona Sul da capital paulista), Brooklin, Berrini e São Mateus (Zona Leste de São Paulo).

A cidade é cruzada pela linha D da CPTM, por meio da qual é possível acessar diversas localidades do Grande ABC e São Paulo, além da Estação do Tamanduateí e Brás, que dão acesso às linhas do metrô. Santo André possui também acesso a vias importantes como Rodoanel e as Rodovias Anchieta e Imigrantes e às marginais de São Paulo, pela Avenida do Estado.

Quanto a Paranapiacaba, o acesso de carro é pela Via Anchieta até o Km 29 (Riacho Grande, placa sentido Ribeirão Pires); na SP 148 (Estrada Velha de Santos) no Km 33. De ônibus/trem o acesso é através da linha 040 - Paranapiacaba, da Viação Ribeirão Pires, que parte do Terminal Rodoviário de Santo André - TERSA. A outra opção é através do trem Expresso Turístico da CPTM¹¹, aos sábados e domingos, saindo às 8h30 da Estação da Luz e retornando às 16h30, com ingressos à venda nas estações da CPTM ou junto a empresa de turismo operante.

A aérea central de Santo André é um dos mais importantes e tradicionais polos de comércio do Grande ABC, frequentada por moradores dos vários municípios vizinhos, inclusive da capital São Paulo, além de apresentar complexos comerciais em diversos bairros da cidade, como no Bairro Campestre, Casa Branca, Camilópolis, Vila Luzita, Utinga e Vila Assunção.

Os destaques da vida noturna na cidade estão nas Rua das Figueiras e entorno (Bairro Jardim), Avenida Lino Jardim (Vila Bastos) e Rua Santo André (Bairro Casa Branca). São locais de ponto de encontro de pessoas de diferentes idades, gêneros e origens, onde se concentram grande número de barzinhos, espaços para festas e casas noturnas famosas da região.

Na gastronomia a cidade possui variadas opções. Segundo o painel de empresas do SEBRAE¹², a cidade possui aproximadamente 6.000 empreendimentos ligados a gastronomia, entre eles churrascarias, pizzarias, restaurantes de culinária italiana,

¹¹<https://www.cptm.sp.gov.br/sua-viagem/ExpressoTuristico/Trajetos/Paginas/Trem-Expresso-Paranapiacaba.aspx>

¹² <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/>



francesa, argentina, alemã, chinesa, americana, japonesa, mexicana, portuguesa, mineira, gaúcha, restaurantes sofisticados, bistrôs, barzinhos, botecos, casas do norte, alta gastronomia, além de redes de fast-foods, self-services, deliveries, petiscarias, padarias amplamente estruturadas (peculiaridade da cidade), entre outros.

4.3. Oferta Turística de Santo André

A cidade dispõe de atrativos naturais, culturais e artificiais com potencial expressivo ao turismo. Dentre os atrativos de maior relevância estão a Vila de Paranapiacaba, a Sabina – Escola Parque do Conhecimento e o Circuito Cultural, que possuem fluxo constante de visitação e estrutura de atendimento ao turista mais bem estruturada e qualificada.

A seguir serão apresentados os elementos entendidos como detentores de potencial turístico do Município de Santo André. Os detalhes destas estruturas estão apresentados no Inventário Turístico ANEXO a este Plano. A riqueza da oferta turística de Santo André se relata pela variedade da oferta que vai de um mergulho na cultura e meio ambiente com Paranapiacaba aos negócios e indústrias na região central da cidade.

Atrativos Culturais

- Vila Ferroviária de Paranapiacaba
- Festival de Inverno de Paranapiacaba
- Calendário de Eventos de Santo André
- Saberes e fazeres do Cambuci– Fruto nativo da Mata Atlântica
- Convenção de Bruxas e Magos em Paranapiacaba
- Festa Tanabata Matsuri
- Festival de Flores de Santo André

Atrativos Naturais

- Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba
- Parque Natural Municipal do Pedroso
- Represa Billings
- Parque Estadual da Serra do Mar



Atrativos Artificiais

- Sabina – Escola Parque do Conhecimento
- Planetário e Teatro Digital de Santo André – Johannes Kepler
- Universidade Federal do ABC – Campus Santo André
- Solvay Têxtil
- Braskem
- Unipar
- MMP
- Cervejaria Madalena
- Praça do Carmo – Conjunto Arquitetônico
- Salão de Arte Contemporânea Luiz Sacilotto
- Teatro Municipal de Santo André – Maestro Flávio Florence
- Paço Municipal de Santo André – Conjunto Arquitetônico e Artístico da Praça IV Centenário (incluindo teatro, tríptico, tapeçaria, salão de arte contemporânea)
- Museu de História e Escola da Cultura Cigana
- Museu Militar dos Expedicionários do ABCDMMR
- Cemitério e Igreja Bom Jesus de Paranapiacaba
- Pinacoteca de Santo André – Enock Sacramento
- Casa da Palavra Mario Quintana
- Casa do Olhar Luiz Sacilotto
- Museu de Santo André Doutor Octaviano Armando Gaiarsa
- Santuário Nacional de Umbanda
- Museu Funicular – 5º. Patamar
- Prédio Escola Dr. Américo Brasiliense
- Mansão Tognato – Avenida D. Pedro II
- Prédio da Associação Comercial e Industrial de Santo André - ACISA
- Palácio de Mármore – Moinho São Jorge
- Conjunto IAPI – Vila Guiomar
- Cine-Teatro Carlos Gomes
- BUNKA de Santo André
- Calçada Cel. Oliveira Lima
- Clube Atlético Aramaçã
- Clube Primeiro de Maio
- Conjunto Arquitetônico da Fundação Santo André e Fundação ABC
- Conjunto Arquitetônico e Cultural do SESC Santo André
- Esporte Clube Santo André
- Estádio Bruno Daniel
- Igreja Matriz de Santo André



- Igreja Universal do Reino de Deus – Perimetral (Av. Santos Dumont)
- Parque Antônio Pezzolo – Chácara Pignatari
- Parque Celso Daniel – antigo Parque Duque de Caxias
- Parque Central
- Parque Regional da Criança – Palhaço Estremilique
- Perimetral – Avenida Edson Danilo Dotto
- Rua Senador Fláquer
- Santuário do Nosso Senhor do Bonfim
- Santuário Nacional da Umbanda
- Tênis Clube de Santo André

Os atrativos aqui relacionados participaram do processo de Análise FOFA ou SWOT (pontos fracos, fortes, ameaças e oportunidades), realizada na conferência municipal de turismo de 2016, e atualizadas pela equipe técnica de turismo da Prefeitura de Santo André. Este levantamento contempla empresas, espaços e serviços de interesse turístico prestados tanto por órgãos públicos quanto pela iniciativa privada. No entanto, a análise de 2016 havia apontado na época diferenças no estado e capacidade de desenvolvimento turístico de cada um, sendo a participação de alguns deles projetada para as próximas revisões do plano diretor.

4.4.1. Oferta Turística na Vila de Paranapiacaba

A Vila de Paranapiacaba é o principal polo de atração turística de Santo André, por isto é importante um olhar mais aproximado deste Plano em relação à sua atual oferta e perfil turístico para aquela região. A vila de Paranapiacaba conta hoje com cerca de 100 empreendedores atuantes nas atividades turísticas, distribuídos na gastronomia, monitoria, hospedagem e artesanato etc.

Abaixo apresentamos os atrativos turísticos da Vila. Detalhamento e fotos encontram-se no Inventário Turístico de Santo André, ANEXO a este Plano.

- Biblioteca Ábia Ferreira Francisco
Além do acervo infantil e circulante, a biblioteca ramal de Paranapiacaba dispõe de uma sala específica para os materiais sobre a vila inglesa do Alto da Serra, com livros, vídeos, fotos e outras peças gentilmente doadas por antigos moradores.
- Casa da Fox / Casa da Família Ferroviária
A casa Fox Ferroviária é de tipologia A, com tijolos e telhas francesas. Localizada na Avenida Fox, no 438, foi construída entre 1897 e 1901, restaurada em 2003, com objetivo de abrigar



trabalhadores da ferroviária. O local conta com cozinha, quarto, sala de estar e quarto de costura decorados com móveis, equipamentos, utensílios, vestuários e elementos decorativos de época.

- **Campo de Futebol Serrano Athletic Club**
O campo do Serrano Athletic Club, fundado em 1903, é famoso por ter recebido entre outros o pai do futebol brasileiro, o ferroviário Charles Miller. É considerado o primeiro campo de futebol com medidas oficiais do Brasil.
- **Cemitério Bom Jesus de Paranapiacaba**
O cemitério foi fundado em 25 de julho de 1900, possuem em uma área de 20.000 m², aproximadamente 600 jazigos de concessão perpétua construídos.
- **Centro de Documentação em Arquitetura e Urbanismo (CDARQ)**
Abriga exposição permanente sobre a formação urbana e arquitetônica da Vila Martim Smith.
- **Centro de Informações Turística**
O imóvel que abriga o Centro de Informações Turísticas da Vila Ferroviária de Paranapiacaba, foi no período da ferrovia o posto de médico para atendimento dos operários e moradores da Vila. Ponto de encontro e parada obrigatória do turista.
- **Centro de Visitantes do Parque Municipal Natural Nascentes de Paranapiacaba**
Espaço de exposição permanente que retrata parte da Mata Atlântica, com exibição de aspectos da Fauna e Flora encontrados na região.
- **Clube União Lyra Serrano**
Espaço de lazer dos trabalhadores da ferrovia, o prédio foi erguido na década de 1930, e é até hoje um importante espaço de eventos na Vila de Paranapiacaba.
- **Feira Caminhos do Cambuci**
A Feira Caminhos do Cambuci é organizada por produtores e artesãos que desenvolvem trabalhos com o fruto Cambuci, tanto na gastronomia quanto no artesanato, atualmente são 22 expositores em cada edição da feira.
- **Forjaria**
A forjaria é uma das oficinas que integra o galpão dos ferroviários, na Rua da Estação, na Parte Baixa. Na forjaria, por exemplo, eram produzidas ferramentas, e equipamentos como dobradiças e fechaduras para a ferrovia e a própria Vila.
- **Galpão das Oficinas**
Os galpões das oficinas que integram o espaço paralelo ao pátio ferroviário, na Rua da Estação, na Parte Baixa. Neste local, nos áureos tempos, os funcionários da ferrovia cuidavam da manutenção dos equipamentos e maquinários.
- **Igreja Bom Jesus de Paranapiacaba**



A igreja de Paranapiacaba era originalmente denominada capela do Alto da Serra e teve sua pedra fundamental lançada em 3 de fevereiro de 1884. Recebeu licença para celebração de missas, pela primeira vez, em 8 de agosto de 1884.

- **Parque Municipal Natural Nascentes de Paranapiacaba**

Unidade de Conservação (UC) Municipal de proteção integral, possui área total de 400 hectares e preserva uma importante remanescente de Mata Atlântica no entorno da histórica Vila Ferroviária de Paranapiacaba. Pela proximidade da Serra do Mar, por seu clima peculiar com neblina típica e pelas belezas naturais, o Parque atrai atividades voltadas para o uso público, como esportes na natureza, caminhadas com trilhas, estudos do meio, interpretação, recreação e atividades de educação ambiental.

- **Pátio Ferroviário**

Relógio da estação, Locobreque, Cabine do 5º. Patamar e Ponte. No Pátio Ferroviário encontram-se os principais ícones da Vila de Paranapiacaba, o Relógio da Estação, a Ponte que liga a Parte Alta com a Parte Baixa, o Locobreque, entre outras estruturas.

- **Plataforma do Expresso Turístico**

A Vila de Paranapiacaba recebe, através de sua Plataforma, o Expresso Turístico Paranapiacaba. O Serviço ferroviário foi inaugurado em 18 de abril de 2009 pela Secretaria de Estado dos Transportes Metropolitanos e pela CPTM (Companhia Paulista de Trens Metropolitanos). O Expresso leva passageiros da Estação da Luz e Estação Celso Daniel para a Vila por meio de composição formada por 2 carros de aço inoxidável fabricados no Brasil na década de 50, tracionados por locomotiva da mesma época, em percurso de 1 hora e 30 minutos.

- **Museu Castelo**

A construção de 1898 era a casa do engenheiro-chefe da ferrovia. Hoje abriga exposição permanente com mobiliário e peças que remontam parte de como podem ter sido alguns dos modos de vida e trabalho na ferrovia.

- **Museu Tecnológico Ferroviário Funicular**

Operado pela Associação Brasileira de Preservação Ferroviária (ABPF), guarda da ferrovia. Aberto a visitação estão o pelo antigo pátio de manobras, máquinas fixas, oficinas, carros, vagões, locomotivas e objetos do sistema funicular.

- **Núcleos de Interpretação do Meio e Trilhas**

No local o visitante poderá conhecer a integração entre a engenharia inglesa e a natureza. O sistema de abastecimento de água foi construído juntamente com a Vila Martin Smith, as trilhas e paisagens em meio a Mata Atlântica. Oferece cinco opções de trilhas: Trilha das Hortências, dos Gravatas, do Mirante, da Comunidade e nos dois núcleos de interpretação o Tanque do Gustavo e Olho d'água.



TABELA XIII

Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba - Número de Visitantes por ano, 2003 a 2019

Ano	Número de Visitantes
2003	6.837
2004	15.532
2005	19.950
2006	17.609
2007	16.736
2008	17.516
2009	12.050
2010	16.061
2011	18.045
2012	8.174
2013	18.760
2014	15.847
2015	21.655
2016	23.735
2017	24.750
2018	18.633
2019	17.869
Total geral de visitantes	289.759
Média anual de visitantes	17.045

Fonte: Secretaria de Meio Ambiente – Prefeitura de Santo André

TABELA XIV

Número de Visitantes dos Principais Eventos da Vila de Paranapiacaba 2017 a 2020

Evento / Ano	2017	2018	2019	2020
Carnaval	3.000	3.200	5.000	4.300
Festival do Cambuci	10.000	12.000	8.000	Não realizado
Convenção de Bruxas e Magos	8.000	5.000	10.000	Não realizado
Festival de Inverno de Paranapiacaba	80.000	100.000	110.000	Não realizado
Festival de Fotografia	-	1.000	900	Não realizado
Feira de Oratórios e Presépios	500	700	800	Não realizado
TOTAL Geral por Ano	93.000	111.400	128.200	4.300



Fonte: Secretaria de Meio Ambiente – Prefeitura de Santo André

Nota1: Os eventos que não foram realizados em 2020 foram em decorrência das medidas de enfrentamento da pandemia do COVID-19.

4.4. Resultados da Pesquisa de Demanda Turística

O Turismo tem um grande impacto na economia, no meio ambiente, nas comunidades locais e nos próprios turistas. Por isso ele é um fenômeno que, assim como qualquer outro, precisa ser investigado e planejado para que se atinjam melhores resultados econômicos e sociais, reduzindo seus impactos negativos. E para que se comece a planejar a atividade turística, o primeiro passo é o levantamento de informações, e por isto a importância da realização de pesquisas, estudos e análise de dados.

Somente a partir de informações suficientes e adequadas que se consegue gerar estatísticas confiáveis sobre o turismo para o desenvolvimento de diversas atividades, tais como orientar no planejamento turístico, auxiliar em futuros investimentos, conhecer o público consumidor (visitantes) e, principalmente, melhorar a prestação de serviços para satisfação dos visitantes. Com isso, passa a ser possível avaliar os diferentes aspectos do turismo, dando suporte à tomada de decisão e a efetiva criação de políticas para o setor.

O atual Plano Municipal de Turismo de Santo André, esta e todas as suas futuras revisões estabelecem a realização de Estudos de Demanda Turística de forma recorrente, a fim de monitorar a atividade turística da cidade e desenhar políticas públicas que promovam e alavanquem a atividade como eixo de desenvolvimento econômico. Portanto, o “Estudo de Demanda Turística Santo André 2020” é parte fundamental do planejamento e execução das políticas públicas de fomento à atividade turística no município de Santo André.

O Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020, que consta como ANEXO deste plano, em resumo revelaram o seguinte cenário para o município:

- Existe um equilíbrio na participação dos gêneros, o que demonstra ampla capacidade de representação. Também sinaliza a alta taxa de retorno/frequência de visitação ao atrativo/cidade. A faixa etária que busca a cidade é relativamente extensa e predominantemente “jovem” (20 a 49 anos), social e economicamente ativa, assalariada e poder de consumo baixo/médio, evidenciada também pelos meios de transporte utilizados para chegar à cidade

“o carro próprio” e o transporte público, que denotam alta capacidade de mobilidade a custo reduzido. Neste estudo não foi possível analisar o perfil do público que vem a Vila de Paranapiacaba aos finais de semana via Expresso Turístico (CPTM), pois ele estava inoperante durante o período de aplicação da pesquisa devido as medidas de combate a pandemia COVID-19, o que se acredita não ter gerado maiores prejuízos a análise dos resultados. Pode-se concluir que a parte do público que busca lazer e descanso (na Vila de Paranapiacaba) próximos a sua moradia para roteiros de curta estada com bom custo-benefício para viagens em família e com amigos, e a outra parte do público que frequenta a cidade a negócios tem permanência maior e vem de localidades mais distantes, viajando também em grupos, porém menores ou com a família.

- Pode-se inferir que não se trata de um público altamente exigente com a qualidade dos serviços, mas que possui capacidade de independência na elaboração de seus passeios e potencial de absorção de serviços de agenciamento e receptivo local durante sua visita.
- Por se tratar de um público de curta estada, o consumo e frequência de uso dos serviços locais permanece entre os mais básicos como restaurantes, ingressos e presentes, o que aponta a possibilidade de atuação junto a estes setores para o fortalecimento e promoção da cidade de modo a promover a ampliação da estada do turista na cidade e ampliação do consumo.
- Outro indicador interessante é a alta ocorrência de perfil dos visitantes que viajam acompanhados principalmente pela família e/ou amigos em grupos de idade heterogênea. Este indicador é importante, pois revela a capacidade de atração da cidade em várias frentes, podendo se estruturar serviço para grupos, além de ser uma oportunidade para promover maior permanência no município para consumo na cidade em outros segmentos.

O resultado do estudo aponta um perfil que poderia circular e usufruir mais das estruturas tanto da Vila de Paranapiacaba quanto de outra região da cidade se alguns serviços estivessem mais presentes, como agenciamento de passeios, pontos de apoio ao turista, estacionamentos para veículos turísticos e sinalização turística, além de potencial para desenvolvimento de novas estruturas voltadas ao acolhimento do turista, promoção turística e turismo de negócios.

O Estudo conclui que investir na promoção dos atrativos de Santo André dentro e fora do município, assim como fortalecer o uso de ferramentas como o Portal Turismo



Santo André e oferecer qualificação a serviços indiretamente ligados para que estes divulguem, promovam e ofereçam opções de passeios aos turistas que por aqui já circulam, pode ser de grande valia na extensão da permanência deles. Contudo a infraestrutura de apoio ao turista e de acesso precisa ser reforçada, a fim de proporcionar uma melhor experiência e fidelizar seu público pela facilidade e comodidade.

Como já mencionado, o documento completo do Estudo de Demanda Turística de Santo André – 2020 consta como ANEXO deste Plano.

SEÇÃO B

METAS E INDICADORES DE PLANEJAMENTO

"... a percepção do turismo no país ainda é frágil e parte considerável da reconstrução do setor pode acontecer se essas atividades passarem a ser vistas como fontes geradoras de emprego que movimentam a economia e que podem ajudar na recuperação da imagem brasileira.

Os esforços dos diferentes níveis de governos têm papel essencial nesse sentido, já que as políticas implementadas hoje serão as responsáveis por suprir e viabilizar a demanda que surgirá no futuro".

Juliana Bettini,
ESPECIALISTA EM TURISMO DO BID

5. DIRETRIZES DO PLANEJAMENTO

Neste momento de grandes incertezas, cabe ao poder público apontar caminhos para os próximos passos do setor turístico municipal. Portanto, baseado em estudos e ensaios estatísticos é que se propõe nessa revisão sugestões estratégicas e diretrizes gerais para contornar e mitigar os efeitos negativos da pandemia, fornecendo caminhos possíveis para promoção da cadeia do turismo da cidade.

Assim, as diretrizes podem ser definidas como um conjunto de orientações que objetivam nortear a atuação do setor de turismo para a criação e implementação de ações e ferramentas que possam promover um turismo de todos e para todos, tanto do ponto de vista da demanda quanto da oferta turística.



Esta seção foi elaborada com base em pesquisas e estudos de organizações que são referência do setor, e seguindo tendências internacionais que também estão sendo observadas em outros países e podem ser replicadas em Santo André. Também está sendo observado o histórico de levantamentos, pesquisas e ações já realizadas nos anos anteriores, garantindo a continuidade dos projetos neste período.

Os dados analisados e os estudos atuais indicam que Santo André passa pela necessidade de preservar a empregabilidade do setor através da qualificação do contingente de agências, agentes e cadeia de turismo da cidade, ampliar os fluxos de visitação assim que permitidos através da realização de grandes eventos e se utilizando da forma de divulgação mais efetiva identificada pela pesquisa de demanda: o "boca a boca", um formato que pode ser realizado pelos próprios moradores, de baixo custo e de alta efetividade conforme indicado pelas pesquisas realizadas.

Importante ressaltar que no período anterior ao ano de 2020 o Município de Santo André, através de várias de suas secretarias municipais, vinha alimentando uma agenda intensa de eventos com o objetivo de fortalecer várias frentes de desenvolvimento econômico da cidade, além de aproximar setores e aumentar o volume de negócios e circulação de pessoas, e esta agenda vinha apresentando resultados interessantes. No entanto, hoje não se sabe quando se poderá utilizar dessa ferramenta com a mesma intensidade, cabendo aqui a necessidade de se pensar caminhos alternativos até o momento que esta abertura geral seja possível. Desta forma, as diretrizes traçadas por esta revisão do Plano mais uma vez vêm como luz, não para traçar um caminho definitivo de ações, mas indicar os esforços que são mais necessários e que são possíveis de realização mesmo nas condições incertas impostas pelo momento.

Portanto, por se tratar de um momento ímpar e de pouca clareza e previsibilidade sobre o futuro, inclusive com possibilidade de novos recrudescimentos da pandemia com impactos direto na circulação de pessoas e outros elementos que acertam precisamente o setor do turismo, as diretrizes apresentadas neste Plano poderão ser adaptadas às novas possíveis realidades que se apresentem, buscando ajustar o que é necessário ser realizado dentro do que é possível ser realizado.

6. OBJETIVOS DA 1ª REVISÃO DO PDT

A presente revisão do Plano Diretor de Turismo 2018 a 2021 acontece em período importante, visto que todas as mudanças e problemas impostos ao setor indicam que um novo olhar precisa ser dado ao turismo, repensando as ações e estratégias que são recorrentes, analisando o que há e o que não mais há possibilidade de servir como suporte as políticas públicas para este setor e seus desafios.

O que se pretende é trazer a esta revisão os caminhos promissores e bem definidos, dentro dos apontados por organizações e especialistas em turismo do Brasil e do mundo, para a retomada do setor de turismo em Santo André através da priorização de eixos e programas com possibilidade de início imediato, que antes estavam previstos para o futuro ainda sem prazos estabelecidos, mas que agora poderão assumir o protagonismo na retomada das atividades.

Novamente vale frisar que, neste momento de enorme imprevisibilidade do que pode ocorrer no futuro a curto e médio prazo, as diretrizes aqui sugeridas são ancoradas nos eixos e pontos que neste momento apresentam-se como relevantes. No decorrer da implementação do Plano Diretor de Turismo as diretrizes podem ser reavaliadas se as circunstâncias mudarem abruptamente, ou se concretizarem numa velocidade maior do que a prevista aqui.



7. FOCOS DE ATUAÇÃO

Para a definição do foco das propostas apresentadas por esta revisão do Plano Diretor de Turismo de Santo André foram adotados os seguintes referenciais como base:

- Estudo do Impacto Econômico do Covid-19 Propostas para o Turismo Brasileiro¹³
- Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro - 3º trimestre de 2019¹⁴
- Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020¹⁵,
- Inventário Turístico de Santo André 2021
- Conferência Municipal de Turismo de Santo André 2016
- PPA Regional do Grande ABC
- ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE TURISMO 2020¹⁶
- Jornais especializados em economia como Forbes¹⁷, Panrotas
- Documentos produzidos pela OMT – Organização Mundial do Turismo.

Visto que os estudos atuais indicam uma tendência de retomada lenta dos serviços turísticos, apontando para a necessidade de fortalecimento da rede local de prestadores e de investimento na promoção regional do município, pode se entender que a segmentação pode ser uma alternativa eficiente, pois permite a concentração de esforços com menor dispersão e maior economicidade das iniciativas

A segmentação atua agrupando atrativos e serviços, a fim de oferecê-los diretamente ao seu público de interesse, com foco no que este público busca ou no que é motivado. Assim, de um universo de milhões de paulistanos que teríamos que atingir com promoções de custos que sabidamente são elevadíssimos, segmentando se pode atuar em mídias especializadas e canais e veículos específicos, muitos deles atualmente digitais e com valores muito mais acessíveis e factíveis ao orçamento público.

¹³ [01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf](#) – FGV, abril, 2020.

¹⁴ <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-nacional.html>

¹⁵ <http://www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre/estudo-de-demanda-turistica/>

¹⁶ [Anuario Estatístico de Turismo 2020 - Ano Base 2019 - 2ed.pdf](#) – Mtur, 2021.

¹⁷ <https://forbes.com.br/forbeslife/2021/04/a-retomada-do-turismo-veja-como-7-empresas-avaliam-o-setor-no-pos-pandemia/>

A diretriz central desta revisão é aprimorar a segmentação turística dos atrativos de Santo André e priorizar até três ou quatro segmentos, na realização dos objetivos do plano diretor de turismo até 2024.

A segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e das características e variáveis da demanda. A partir da oferta, a segmentação define tipos de turismo cuja identidade pode ser conferida pela existência, em um território, de:

- atividades, práticas e tradições (agropecuária, pesca, esporte, manifestações culturais, manifestações de fé);
- aspectos e características (geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas, sociais);
- determinados serviços e infraestrutura (de saúde, de educação, de eventos, de hospedagem, de lazer).

Com enfoque na demanda, a segmentação é definida pela identificação de certos grupos de consumidores¹⁸ caracterizados a partir das suas especificidades em relação a alguns fatores que determinam suas decisões, preferências e motivações e, portanto, a definição é dada a partir das características e das variáveis de quem consome o turismo.

As principais características da demanda, que determinam as alterações no volume e na qualidade da demanda, são:

- Elasticidade: vulnerabilidade em relação a mudanças na estrutura dos preços e nas diversas condições econômicas;
- Sensibilidade: vulnerabilidade em relação a condição sociopolíticas;
- Sazonalidade: dependência das épocas de temporadas (férias, feriados etc.), estações e condições climáticas.

Já as principais variáveis da demanda podem ser consideradas:

- Fatores Demográficos: idade, sexo

¹⁸ Grupos de Consumidores: Adolescentes, Idosos, Pessoas com Deficiência, Grupos Familiares, Grupo Religiosos e inúmeros outros grupos de consumidores.



- Fatores Sociológicos: crenças religiosas, profissão, estado civil, formação educacional, nível cultural
- Fatores Econômicos: renda
- Fatores Turísticos: transporte e alojamento utilizado, destinos preferidos, objetivo e duração da viagem, atividades de entretenimento.

Os produtos e roteiros turísticos, de modo geral, são definidos com base na oferta em relação à demanda, de modo a caracterizar segmentos ou tipos de turismo específicos. Assim, as características dos segmentos da oferta é que determinam a imagem do roteiro e com isto a sua identidade, embasando a estruturação de produtos, sempre em função da demanda. Esta identidade, no entanto, não significa que o produto só pode apresentar e oferecer atividades relacionadas a apenas um segmento, de oferta ou de demanda.¹⁹

Ao adotar a segmentação como diretriz da presente revisão do Plano Diretor de Turismo 2021 a 2024, dados e pesquisas como o Estudo da Demanda 2020 e a Conferência Municipal de Turismo 2016 poderão ser utilizados para o alcance dos objetivos e metas, para fornecer a devida atenção e esforço nos que tiverem maior potencial de atração de visitantes e oferecerem maior possibilidade de destaque da cidade diante da oferta estabelecida em nossa região.

Em relação à oferta, atualmente podemos considerar que ela está estruturada nos seguintes segmentos:

- **Turismo de Natureza e Aventura**, tendo como referência o Parque Andreense, Pedroso, Vila de Paranapiacaba e outros atrativos e Parques em áreas ambientais
- **Turismo Histórico-Cultural e de Base Comunitária**, tendo como referência a Vila de Paranapiacaba e atrativos culturais e da economia criativa da cidade, fazendo com que a população de todos os bairros possa conhecê-los e ter acesso a essa opção de lazer e cultura
- **Turismo Pedagógico e Científico**, tendo como referências o SABINA e o Parque Escola, UFABC (Universidade Federal do Grande ABC) e da própria Vila de Paranapiacaba

¹⁹ Texto extraído - Marcos conceituais do turismo:
http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf



- **Turismo Religioso**, tendo como principal referência o Santuário Nacional da Umbanda, mas também todas as unidades religiosas instaladas na cidade
- **Turismo de Eventos e Esportes**, tendo como referências os festivais e encontros em Paranapiacaba, eventos de grande porte no Paço Municipal, eventos de grande porte em ambientes privados, entre outros; no caso do turismo de esportes, identificar e mapear os equipamentos e eventos esportivos recebidos no município;
- **Turismo de Negócios, Industrial e de Inovação**, tendo como referência o programa Turismo Industrial e de Inovação e o fluxo de profissionais e técnicos nas empresas instaladas na região
- **Turismo Gastronômico**, através da rede local de restaurantes e bares
- **Turismo de Saúde**, as previsões de ampliação da capacidade de atendimentos e a alta qualidade já presente na rede de equipamentos de saúde, chama a atenção para novas possibilidades e caminhos potenciais para se desenvolver este segmento, mas que deverá seguir as mesmas etapas dos demais segmentos ainda não organizados.

Como já colocado, pelas incertezas impostas pelo momento algumas questões não serão acolhidas por esta revisão. Contudo, adotar a segmentação como diretriz possibilitará ao *trade* organizar e comercializar seus serviços turísticos de maneira mais eficiente, visando a mitigação de ao menos parte dos impactos negativos da pandemia no setor turístico. Isso vale ao poder público, que de posse desta ferramenta poderá seguir e defender a continuidade de tratativas, projetos e ações que atendam aos interesses de desenvolvimento deste Plano Diretor.

Alguns segmentos serão desenvolvidos em conjunto devido as diversas possibilidades de interface entre oferta e demanda prevalecendo sempre as ações que aprimorem e qualifiquem a identidade local, seja ela qual for, que amplie a participação e potencial atrativo do município no cenário regional.

8. OBJETIVOS PARA O TURISMO

O objetivo da promoção da atividade turística no Município de Santo André é que ela seja promotora e sustente de forma permanente oportunidades de emprego e renda para a população.

Os objetivos para o desenvolvimento da atividade do setor turístico em Santo André podem ser divididos em 4 eixos principais:

- Ampliar o potencial de visitantes na cidade (residentes e turistas) a partir da realização de eventos (quando possível) e pela promoção interna deste potencial junto à comunidade local e municípios próximos;
- Melhorar a competitividade e qualidade dos serviços prestados pelo trade do turismo a partir da qualificação de prestação de serviços diretos e indiretos;
- Desenvolvimento dos produtos existentes e rotas turísticas alinhados a uma identidade turística norteadora, a partir do engajamento do trade com os atrativos e potenciais de Santo André para sua comercialização turística;
- Buscar novas ferramentas de preservação e valorização da identidade e cultura local e garantir o desenvolvimento sustentável da atividade turística no município.

Como salientado anteriormente, esta revisão leva fortemente em consideração o estado emergencial em que se encontra a atividade turística por conta da pandemia, e por isto concentra parte das diretrizes em estratégias que minimamente possam mitigar os impactos negativos provocados.

Importante frisar que as ações e estratégias de ação do turismo devem sempre seguir as orientações e sequencias do sistema turístico: identificação, mapeamento, diagnóstico, inventariação, qualificação e promoção.



9. METAS DO TURISMO PARA 2024

Esta primeira Revisão do Plano Diretor Turístico de Santo André estabelece as seguintes metas para o próprio período:

META 1 - RETOMADA DA ATIVIDADE

DESCRIÇÃO

Retomar gradativamente as atividades turísticas com apoio de políticas públicas direcionadas, de maneira sistemática e qualificada.

INDICADOR

Restabelecer, até 2023, os níveis de emprego e de número de empresas do setor de turismo no mesmo patamar que em dezembro de 2019.

FONTE DE PESQUISA

Pesquisa IPEA através do extrator de dados

META 2 – DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS

DESCRIÇÃO

Desenvolvimento de novos produtos turísticos, ampliando a oferta de serviços prestados ao turista da cidade e estimulando maior número de visitantes para a cidade.

INDICADOR

Estimular a estruturação junto o trade de ao menos dois roteiros turísticos integrados na cidade, que unam os principais atrativos aos serviços da região central em um mesmo produto, até 2024.

FONTE DE PESQUISA

Conselho Municipal de Turismo - COMTUR

META 3 – PROMOÇÃO INTERNA DO TURISMO

DESCRIÇÃO

Ampliar o conhecimento do morador em relação ao potencial turístico da cidade, para que se torne um propagador e divulgador espontâneo de Santo André.

INDICADOR

Realização de ao menos 2 campanhas internas para promoção dos atrativos turísticos da cidade até 2024.

FONTE DE PESQUISA

Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego, Conselho Municipal de Turismo - COMTUR



META 4 – PROMOÇÃO EXTERNA DO TURISMO

DESCRIÇÃO

Ampliar esforços para divulgação do município em ações que tenham impacto para o público externo de Santo André, para ampliar a atração de visitantes para a cidade.

INDICADOR

Desenvolvimento ou realização de 2 ações/campanhas com potencial para atração de público externo de Santo André até 2024.

FONTE DE PESQUISA

Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego, Conselho Municipal de Turismo - COMTUR

META 5 – AMPLIAÇÃO DA COMPETITIVIDADE DO SETOR

DESCRIÇÃO

Realização de programas de qualificação, consultorias, mentorias e outras iniciativas que aumentem a competitividade dos empreendedores do cluster do turismo, em aspectos de qualidade do serviço/produto, identidade, gestão, atendimento, entre outros aspectos, para todas as áreas da cidade.

INDICADOR

Qualificação de 100 empreendedores/ano do trade turístico em toda a cidade (Paranapiacaba, área urbana e área ambiental) através de cursos, programas de qualificação, consultorias e mentorias, para ampliação da competitividade das empresas do setor.

FONTE DE PESQUISA

Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego

META 6 – AÇÕES PARA ATRAÇÃO DE PÚBLICO REGIONAL / NACIONAL

DESCRIÇÃO

Realização de eventos, encontros, festivais e outras iniciativas com potencial de atração de público regional e nacional, para promoção da cadeia do turismo instalada na cidade.

INDICADOR

Realização/apoio à realização de 10 ações e eventos, públicos e privados, com potencial de atração de público regional e nacional.

FONTE DE PESQUISA

Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego, Unidade de Comunicação e Eventos, Secretaria de Cultura, Secretaria de Meio Ambiente.

10. ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

As estratégias a seguir vêm detalhar e atender aos objetivos centrais dessa revisão, podendo estes serem complementados, suprimidos ou adequados a realidade da atividade turística, no momento da execução ou planejamento.

As estratégias visam o alcance das metas estipuladas por este plano, e levam em consideração as estratégias de segmentação propostas, lembrando que, em relação à oferta, ela está estruturada da seguinte maneira:

- Turismo de Natureza e Aventura
- Turismo Histórico-Cultural e de Base Comunitária
- Turismo Pedagógico
- Turismo Religioso
- Turismo de Eventos e Esportes
- Turismo de Negócios, Industrial e de Inovação
- Turismo Gastronômico
- Turismo de Saúde

Segue abaixo as estratégias de atuação para o alcance das metas estabelecidas pelos indicadores deste Plano:

a) FORMATAÇÃO DE ESTRATÉGIAS POR SEGMENTOS

Planejar e executar estratégias de divulgação, atração de público, desenvolvimento e aprimoramento de produtos e outras iniciativas para fortalecimento do turismo a partir da oferta identificada do trade turístico de Santo André;

b) CAMPANHA PARA PROMOÇÃO DO TURISMO INTERNO

Planejar e executar projetos e campanhas que alinhem as perspectivas e ações públicas a todas aquelas que promovam um maior envolvimento da população com o tema turismo e principalmente no que se refere a conhecer melhor os atrativos de sua cidade residência. Neste programa ou projeto poderão ser incluídas ações como eventos e campanhas promocionais que valorizem e destaquem a importância dos principais atrativos da cidade, sempre com foco em atingir a própria população em primeiro lugar e em segundo lugar os visitantes;

c) ORGANIZAR A OFERTA DOS SERVIÇOS AO TURISTA



Disponibilizar espaço digital oferecido gratuitamente para prestadores de serviços e atrativos turísticos públicos e privados com objetivo de organizar a oferta turística e facilitar o acesso aos visitantes e interessados;

- d) **ORGANIZAR E REALIZAR A OFERTA DOS ATRATIVOS DE SANTO ANDRÉ**
Disponibilizar espaço digital com informações sobre a agenda de eventos da cidade, atrativos, roteiros e todas as orientações legais sobre todas as ações do governo local sobre turismo;
- e) **QUALIFICAÇÃO ORIENTADA PARA PARANAPIACABA**
Realizar programas de qualificação dos serviços turísticos prestados na Vila Paranapiacaba, tendo em vista a especificidades locais, a relevância da Vila como bem cultural e atrativo turístico, principalmente o capital humano ali disponível;
- f) **REGULARIZAÇÃO DAS ATIVIDADES EM PARANAPIACABA**
Estimular a formalização dos prestadores de serviços turísticos na Vila de Paranapiacaba, respeitando as questões de patrimônio e tombamento se cabíveis, oferecendo contrapartidas de apoio e incentivos a serem definidos;
- g) **QUALIFICAÇÃO DAS ESTRUTURAS E ATRATIVOS TURÍSTICOS**
Buscar projetos, fontes de recursos e financiamentos para implementação e elaboração de melhorias e obras de qualificação estrutural dos atrativos, como sinalização turística para visitantes nacionais e estrangeiros, adaptação aos turistas com necessidades especiais, melhorias estruturais, entre outros;
- h) **PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO**
Manutenção e ampliação dos esforços dos projetos de preservação dos bens e patrimônios municipais que possuam potencial turístico ou que já estejam num estágio mais avançado de desenvolvimento turístico, como é o caso da Vila de Paranapiacaba;
- i) **POSICIONAMENTO DE SANTO ANDRÉ NOS ESPAÇOS INSTITUCIONAIS**
Realizar esforços políticos para articular e conquistar espaço de destaque junto às iniciativas de turismo junto ao Governo Federal e Governo do Estado de São Paulo. Arelado a essa conquista de espaço, também angariar novas fontes de recursos para investimentos em infraestrutura turística, através de certificações, participação em editais, dentre outras possibilidades;
- j) **SENSIBILIZAÇÃO DO TRADE TURÍSTICO**



Realizar ações de participação e discussão para engajamento dos agentes do trade turístico local, com vistas a elaborar produtos turísticos e roteiros capazes de serem formatados, comercializados e operados;

k) PROMOÇÃO DO TURISMO INDUSTRIAL E DE INOVAÇÃO

Planejar, executar e aprimorar projetos que culminem no fomento a segmentos turísticos que possam inserir o patrimônio industrial da cidade de forma arrojada e integrada. Estimular o aprimoramento do roteiro visando ampliar o rol de oportunidades de atuação dos prestadores locais de serviços turísticos;

l) PARCERIA ENTRE EMPRESAS E PODER PÚBLICO

Estimular e abrir alternativas de participação e investimentos de recursos (financeiros e técnicos) da iniciativa privada junto aos principais atrativos da cidade, para viabilização de projetos e ações que demandem um esforço do qual a administração pública possa vir a não ter condições de dar resposta tão rápida e eficiente quanto a iniciativa privada;

m) ENGAJAMENTO DA SOCIEDADE CIVIL

Atuar na manutenção de canais de comunicação e troca junto aos prestadores de serviços no turismo, empresários e sociedade civil, para a continuidade e ampliação nas propostas de ação deste plano, desde que respeitem e sigam as diretrizes e remetam ao foco aqui proposto, maximizando esforços;

n) PROMOÇÃO DO TURISMO REGIONAL

Participação ativa nas discussões e propostas desenvolvidas regionalmente que tenham como intuito fortalecer e destacar turisticamente a região do ABC e por consequência a cidade. Preservar as oportunidades e necessidade de integração entre os municípios da região no que se refere as questões que ampliam o potencial individual de cada um, além de estreitar laços e possibilitar o intercâmbio de ideias e experiências exitosas da gestão pública no turismo municipal. Atuar de maneira coordenada na promoção turística da região em eventos e outras ações estaduais;

o) FONTES DE CRÉDITO E FINANCIAMENTO

Buscar e disseminar oportunidades de crédito e de fontes de recursos para a realização de projetos e ações que estejam alinhadas as diretrizes e objetivos deste Plano Diretor, voltadas tanto ao poder público quanto a iniciativa privada e sociedade civil;

p) AÇÕES E FONTES PARA CAPACITAÇÃO

Identificar parceiros e fontes de recursos para a realização de projetos e ações que visem a capacitação da comunidade local para o turismo sustentável, seja

através de cursos técnicos seja através de incremento curricular da rede municipal de ensino básico e fundamental;

11. RECURSOS E FONTES DE FINANCIAMENTO

O uso dos recursos públicos está previsto nas leis orçamentárias, de diretrizes anual e plurianual, com os quais os municípios distribuem e operam suas receitas. Os recursos são previstos em programa e projetos para atender o orçamento das áreas executoras, fundos e fundações ligadas ao turismo municipal.

A gestão da atividade turística em Santo André trabalha com aporte de recursos públicos diretos ao turismo, através da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego, e aporte de recursos de outras secretarias através de atividades que geram impacto ao turismo, como da Unidade de Comunicação e Eventos com a realização de eventos e festivais, da Secretaria de Meio Ambiente com a gestão e manutenção de parques municipais e da Vila de Paranapiacaba e seus inúmeros atrativos, da Secretaria de Educação com a gestão e manutenção da SABINA - Escola Parque do Conhecimento e Parque Escola, do Serviço Municipal de Saneamento Ambiental - SEMASA com a administração do Parque do Pedroso, e Secretaria da Cultura com a promoção da economia criativa da cidade e pela gestão de estruturas como Casa da Palavra, Casa do Olhar, Museu e Teatro Municipal, dentre outras estruturas.

Portanto, cada setor da administração municipal possui orçamento direcionado para estas ações de forma particular, podendo ser através de recursos do tesouro, recursos de projetos Federais, recursos de fundos municipais, dentre outras alternativas.

A Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego busca ampliar as fontes de financiamento pela participação em editais e programas governamentais (quando disponíveis), assim como certificações que viabilizam o direcionamento de recursos para o setor, como a Certificação do Governo do Estado de São Paulo para Municípios de Interesse Turístico - MIT.

12. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta revisão do Plano Direto de Turismo se propõe a apresentar metas e estratégias de atuação a partir da análise do cenário do turismo no Brasil e no Mundo, atualmente bastante impactados pela questão da pandemia do COVID-19.

Esta revisão também possui documentos anexos que são fundamentais para composição deste documento, em especial fundamentam as bases para a estratégia traçada para os próximos anos ao turismo de Santo André. São eles:

- ANEXO I – Indicação da Vila de Paranapiacaba como Patrimônio da Humanidade na UNESCO
- ANEXO II – Conferência Municipal de Turismo de Santo André
- ANEXO III – Inventário Turístico de Santo André 2021
- ANEXO IV – Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020
- ANEXO V – Resultado Consulta Pública COLAB

O Plano Diretor de Turismo 2018-2021, estipulado pela Lei Municipal nº 10.099, de 04 de julho de 2018, e revisado por este documento, deixa de vigorar e passa a compor o histórico dos Planos Diretores de Turismo da cidade, visando manter o histórico das estratégias de políticas públicas para o tema.



PREFEITURA DE
SANTO ANDRÉ

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E GERAÇÃO DE EMPREGO DE SANTO ANDRÉ

Praça IV Centenário, nº 01, Paço Municipal, Centro, Santo André – SP. CEP: 09015-080.

Tel.: 11 4433-0752

E-mail: turismo@santoandre.sp.gov.br





Site: www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre

ANEXO I

INDICAÇÃO DA VILA DE PARANAPIACABA COMO PATRIMÔNIO DA HUMANIDADE - UNESCO



ANEXO II

CONFERÊNCIA MUNICIPAL DE TURISMO DE SANTO ANDRÉ



ANEXO III

INVENTÁRIO TURÍSTICO DE SANTO ANDRÉ 2021



ANEXO IV

ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA DE SANTO ANDRÉ 2020



ANEXO V

RESULTADO CONSULTA PÚBLICA COLAB
