

ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA 2022





SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E GERAÇÃO DE EMPREGO DE SANTO ANDRÉ

Av. José Caballero, 143, 5º andar, Vila Bastos, Santo André – SP, CEP 09040-210

Tel.: 11 4433-0752

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

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

Paulo Henrique Pinto Serra

Prefeito de Santo André

Evandro Banzato

Secretário de Desenvolvimento e Geração de Emprego

Fernando Santos Soares da Cunha

Secretário Adjunto de Desenvolvimento e Geração de Emprego

Fernanda Parra Garcia

Diretora de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Tecnologia e Turismo

Rubens Gallino Junior

Gerente de Turismo

Tábata Riatto da Silva

Encarregada de Turismo

COORDENAÇÃO E ELABORAÇÃO:

Fernando Santos Soares da Cunha

Fernanda Parra Garcia

Rubens Gallino Júnior

Tábata Riatto da Silva

REVISÃO TÉCNICA E METODOLÓGICA

STRONG Business School

Mantenedor: Sr. Sérgio Tadeu Ribeiro

Direção: Me. Eduardo Henrique Becker Degl'iesposti

Prof. Dr. Luciano Schmitz Simões

Prof. Dr. Valter Palmieri Júnior

REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS:

PREFEITURA

Anna Maria Barbosa de Melo

Claudinéia Pereira dos Santos Rosa

Cristiana Maria Nosé Lopes

Fábio Sampaio Bordim

Fernanda Parra Garcia

Fernando Santos Soares da Cunha

Heloisa Ganzaro Bueno da Silva

Julio Cesar Ferreira de Figueiredo

Luiz Carlos Baptista dos Santos

Marcos Gomes Godinho

Monique Kawanaka dos Santos

Paula Roberta Lourenço

Renan Muniz de Sales

Ricardo Magnani Andrade

Rubens Gallino Junior

Sidney Barbosa

Tábata Riatto da Silva

Valquiria Aparecida Lavecchia

Viviane Soriano Lessa da Silva

STRONG BUSINESS SCHOOL

Artur Vidal Pegoraro

Fellipe Pegoraro Iuga

Gabriel Yudi Costa

Guilherme Cerqueira Silva

João Victor Chen Lian

Luis Alberto Mendoza

Mansueto Bruno Benassi

Nathan Rodrigues Franco

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. OBJETIVOS	6
3. CRONOGRAMA	7
4. METODOLOGIA E APLICAÇÃO DA PESQUISA.....	8
4.1. Metodologia aplicada	8
4.2. Organização	8
4.3. Amostragem.....	9
4.4. Método de coleta	9
4.5. O Questionário da Pesquisa.....	10
4.6. Entrevistadores	10
4.7. Locais de Aplicação.....	11
4.8. Compilação dos dados	11
4.9. Apresentação dos resultados.....	11
5. QUESTIONÁRIO	13
6. RESULTADOS – PESQUISA GERAL.....	16
6.1. Perfil Geral	17
6.2. Origem	17
6.3. Perfil de formação e Renda.....	20
6.4. Forma Viagem	21
6.5. Conhecimento prévio da cidade	22
6.6. Permanência	23
6.7. Forma de chegar à cidade.....	24
6.8. Motivação da visita.....	25
6.9. Expectativas e nível de satisfação	26
6.10. Durante a visita	26



6.11. Avaliação sobre as estruturas da cidade	28
7. RESULTADOS – PESQUISA PARANAPIACABA.....	29
7.1. Perfil Geral	30
7.2. Origem	30
7.3. Perfil de formação e Renda.....	31
7.4. Forma Viagem	32
7.5. Conhecimento prévio da cidade	34
7.6. Permanência	34
7.7. Forma de chegar à cidade.....	35
7.8. Motivação da visita.....	36
7.9. Expectativas e nível de satisfação	36
7.10. Durante a visita	37
7.11. Avaliação sobre as estruturas da cidade	39
8. CONCLUSÃO GERAL.....	42
9. ANEXO ÚNICO.....	44



1. INTRODUÇÃO

O Turismo tem um grande impacto na economia, no meio ambiente, nas comunidades locais e nos próprios turistas. Por isso, é um tema 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 realize o planejamento da atividade turística, o primeiro passo é o levantamento de informações. Para isso, a realização de pesquisas, estudos e análise de dados são essenciais para esta tarefa.

É apenas com informações suficientes e adequadas que se consegue gerar estatísticas confiáveis sobre o turismo. As informações auxiliam em 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 Plano Municipal de Turismo de Santo André estabelece 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 alavancem a atividade como eixo de desenvolvimento econômico.

Portanto, este documento – “Estudo de Demanda Turística Santo André 2022” é parte fundamental do planejamento e execução das políticas públicas de fomento à atividade turística no município de Santo André, sendo a continuidade e permitindo comparações com os dados coletados no “Estudo de Demanda Turística Santo André 2020”.



2. OBJETIVOS

O objetivo geral deste Estudo de Demanda Turística é identificar o perfil socioeconômico e hábitos de consumo de turistas de Santo André, bem como seu nível de conhecimento e percepções sobre os serviços e atrativos turísticos oferecidos na cidade. Para isso, considera-se o detalhamento das seguintes informações:

- Identificar o perfil de potenciais clientes;
- Levantar oportunidades para ofertar serviços e produtos turísticos;
- Analisar viabilidade e delinear estratégias para divulgação de Santo André como destino turístico;
- Avaliar o nível de conhecimento dos turistas sobre serviços receptivos em Santo André;
- Conhecer os hábitos dos turistas durante sua estadia em Santo André;
- Avaliar o nível de conhecimento dos turistas sobre os atrativos;
- Levantar expectativas e interesses em conhecer roteiros tradicionais e/ou alternativos na cidade de Santo André.

3. CRONOGRAMA

O planejamento do Estudo de Demanda se deu a partir do início do mês de janeiro de 2022, com a elaboração do planejamento geral e a elaboração de cada um dos documentos e referenciais necessários para realização da pesquisa, inclusive a validação técnica da metodologia aplicada no questionário.

A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de maio e dezembro. A análise dos dados, desenvolvimento dos gráficos ocorreram em dezembro de 2022 e, a publicação do estudo, em janeiro de 2023.

A tabela abaixo demonstra em detalhes o cronograma do Estudo de Demanda Santo André 2022.

TABELA 1
Cronograma do Estudo de Demanda

ETAPAS	AÇÕES	2022												2023
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1
Planejamento do Trabalho	Elaboração do Plano de Ação	x												
	Elaboração do Projeto de Pesquisa	x	x											
	Elaboração e Validação dos Instrumentos de Coleta de Dados			x	x									
	Construção do Banco de Dados					x								
	Entrega dos materiais para aprovação da Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS						x	x						
	Seleção e Treinamento dos Entrevistadores da Pesquisa								x					
Coleta de Dados	Coleta secundária para definição amostral	x	x											
	Coleta técnica com Órgãos Públicos para Coleta de Dados	x	x											
	Pesquisa de Campo					x	x	x	x	x	x	x	x	
Análise de Dados	Análise e interpretação dos dados coletados e sistematizados											x	x	
	Elaboração de relatório preliminar												x	
	Apresentação das etapas já realizadas à Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS												x	
Relatório Conclusivo	Elaboração do relatório final do estudo											x	x	
	Apresentação das análises conclusivas												x	
	Adequações sugeridas e entrega final do relatório													x

4. METODOLOGIA E APLICAÇÃO DA PESQUISA

Este capítulo demonstrará todas as características relacionadas à metodologia, planejamento, aplicação e tratamento dos dados relacionados à pesquisa.

4.1. Metodologia aplicada

O método de pesquisa, amostras, locais de aplicação, assim como todo o planejamento para realização desta pesquisa foi revisada e certificada pela STRONG BUSINESS SCHOOL, através de Termo de Cooperação firmado a partir do Edital de Chamamento Público SDGE 08/2022.

O resultado final deste estudo (este documento) também foi revisado e validado pela instituição. Como contrapartida do apoio técnico e metodológico oferecido para a Prefeitura de Santo André, todos os dados coletados foram disponibilizados para a Faculdade, para uso em eventuais pesquisas e desenvolvimento de trabalhos e projetos acadêmicos nesta área.

4.2. Organização

A necessidade da realização do Estudo de Demanda Turística de Santo André 2022 foi definida a partir das reuniões do Conselho Municipal de Turismo de Santo André, a partir das diretrizes estabelecidas no Plano Municipal de Turismo de Santo André. O Conselho apontou para realização da pesquisa em 2022, dentre outros motivos, também para viabilizar todas as exigências legais / técnicas para viabilizar a solicitação junto ao Governo no Estado de São Paulo para a classificação de Santo André como “Município de Interesse Turístico – MIT”.

A coordenação da pesquisa foi conduzida pela Gerência de Turismo da Diretoria de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Tecnologia e Turismo, uma equipe com profundo conhecimento dos aspectos turísticos da cidade, totalmente apropriados em relação aos aspectos que envolvem o estudo de demanda. A coordenação foi responsável pelo controle de escala, solução de demandas durante as entrevistas, como possíveis dúvidas que os pesquisadores não saibam responder, viabilizar o acesso dos pesquisadores a áreas restritas ou com necessidade de autorização prévia, entre outras responsabilidades.

A aplicação das pesquisas foi realizada por colaboradores da própria Prefeitura de Santo André, através da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego, e por alunos de administração e economia da Strong Business School, por meio de parceria.



4.3. Amostragem

O universo da amostra de turistas que a cidade de Santo André recebe por ano está em torno de 550 mil visitantes. Trata-se de número estimado, tendo em vista principalmente os maiores locais de atração de visitas do município, que são:

- Vila de Paranapiacaba: estimada 250 mil visitas/ano
- SABINA Parque Estola do Conhecimento: estimada 50.000 mil visitas/ano (estimado 50.000 visitas para 2022, pois a Sabina foi reaberta apenas em junho, devido a pandemia do Covid-19).
- Santuário Nacional de Umbanda: estimado 100 mil visitas/ano
- Rede hoteleira estimado em 150 mil hóspedes/ano

As proporções das coletas tiveram como objetivo dar um foco maior para a identificação do perfil do turista de Paranapiacaba, atualmente o maior polo de atração de turistas da cidade. Desta forma, o planejamento foi com que aproximadamente 50% da coleta de entrevistas se realizasse em Paranapiacaba, e o restante nos demais atrativos do município de Santo André.

A Amostra é uma parte do universo de turistas selecionada para a realização do estudo e mostrou-se representativa o suficiente para obter resultados fiéis do todo. Tendo em vista o atual cenário de frequência dos atrativos turísticos do município em que foram realizados os questionários do estudo de demanda turística, chegou-se a um total de 442 pesquisas entre os meses de maio a dezembro de 2022.

O intervalo de confiança como o próprio nome já diz, é um indicador da precisão da pesquisa. Também é um indicador de quão perto a sua medição estará da estimativa original, se você repetir o experimento. Em vista o universo de análise apresentado e o número de pesquisas concluídas, estima-se que esta amostra possua o intervalo de confiança de 95%.

Desta forma, quanto à margem de erro desta pesquisa, que se trata da diferença entre o valor encontrado na pesquisa e o valor real do que se pesquisa, em vista o universo de análise apresentado e o número de pesquisas concluídas, estima-se que esta amostra possa vir apresentar margem de erro de 5%.

4.4. Método de coleta

A aplicação do questionário foi realizada em papel e posteriormente lançado pela equipe do turismo no formulário online Googleforms, visando o desenvolvimento de um único banco de dados para toda a pesquisa.

Os indivíduos foram abordados nos locais determinados para coleta, estando este ou não em grupo. No caso de pessoas em grupos, apenas um do grupo respondeu o questionário. As perguntas do questionário serviram como guia para a entrevista, cujas respostas são lançadas diretamente no formulário impresso pelo próprio entrevistador.



Os horários de aplicação dos questionários foram determinados acompanhando os fluxos mais intensos de cada local ou atrativo visitado, ou aqueles em que se sabe previamente que é mais frequentado por visitantes do que por moradores locais. Somente foram validadas as respostas de indivíduos não residentes na cidade, assim como ex-moradores, sendo esta a primeira pergunta do entrevistador. A duração da aplicação do questionário teve em torno de 5 minutos.

Na pesquisa realizada no ano de 2020, foram utilizadas outras formas de coleta de dados, como envio de e-mails a pessoas que visitaram certos atrativos da cidade, e impressão de cartões com QR Code, para aplicação de pesquisa pelo próprio visitante. Contudo, tais métodos se mostraram pouco efetivos, e por isto na versão de 2022 do Estudo se utilizou somente a entrevista direta presencial.

4.5. O Questionário da Pesquisa

O desenvolvimento do questionário se deu a partir das melhores práticas já aplicadas no Brasil e no exterior para o estudo de demanda, buscando captar informações de forma simples e objetiva, com o máximo de economicidade no uso de recursos e efetividade da coleta.

O questionário possui 24 perguntas, em que se priorizaram as respostas com pergunta fechada, visando criar melhor padrão de respostas para consolidação e análise dos dados. Desta forma, as perguntas estão distribuídas da seguinte forma:

- Perguntas com resposta fechadas de única escolha: 20 questões, sendo a pergunta nº. 23 avaliando outras 13 subquestões;
- Perguntas com resposta fechada de múltipla escolha: 3 questões;
- Pergunta com resposta aberta: 1 questão

Desta forma, o estudo da demanda turística nos moldes propostos trouxe resultados quantitativos sobre o perfil atual do turista que visita Santo André e alguns dados que poderão ser interpretados de forma a também produzir resultados qualitativos.

4.6. Entrevistadores

A pesquisa foi aplicada pelos próprios colaboradores da Prefeitura de Santo André, através da equipe da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego e alunos da Strong Business School, que foram devidamente qualificados para garantir agilidade e fidelidade ao preenchimento correto dos questionários.

Além da capacitação na abordagem, que levou em conta controle do tempo, imparcialidade ao coletar as informações, responsabilidade com os dados e cordialidade com os entrevistados, também foram realizadas



orientações para melhor qualificação da amostra, como distribuição de público entre gênero, idade e perfil dos entrevistados.

4.7. Locais de Aplicação

Tendo em vista a utilização da equipe da própria Secretaria e os alunos da Strong para realização da coleta, optou-se pela coleta nos principais atrativos e pontos de passagem de turista da cidade, com foco na Vila de Paranapiacaba, que é o principal atrativo turístico do município.

Os locais de aplicação presencial do questionário foram:

- Vila de Paranapiacaba
- Santuário Nacional da Umbanda - SANU
- SABINA – Escola Parque do Conhecimento
- Hotéis da Cidade:
 - Blue Tree
 - Ibis
 - Plaza Mayor
 - Go Inn
 - Hilton Garden

4.8. Compilação dos dados

O método de coleta foi através de questionário impresso, transmitindo posteriormente para o questionário eletrônico e assim formando o banco de dados no “Drive” do “Google”, em conta criada pela Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego específica para esta finalidade. O acesso ao banco de dados do Google ocorre a partir de uma planilha de Microsoft Excel, que é uma ferramenta de ampla utilização, facilitando e agilizando a compilação das informações e a geração de gráficos e das análises.

O Banco de dados da pesquisa estará arquivado na Gerência de Turismo da Secretaria de Desenvolvimento e Geração e Emprego, tanto para verificação posterior dos dados como para utilização em outras pesquisas e análises, tanto pela prefeitura como para uso de eventuais parceiros.

4.9. Apresentação dos resultados

Este relatório inclui toda a documentação e detalhes de todo o processo de pesquisa. Tem a função de ser a principal fonte de documentação para o desenho de políticas públicas voltadas ao turismo, assim como referência metodológica para estudos posteriores.



Este estudo também buscou incluir informações suficientes para permitir a outros que reproduzam seus conteúdos, com registros claros e detalhados de todos os parâmetros do método, técnicas de coleta de dados e ferramentas de análise aplicadas.

Será realizada uma apresentação oficial no âmbito do Conselho Municipal de Turismo no início de 2022 (a se verificar calendário de reuniões ordinárias do Conselho), assim como apresentações posteriores que se façam necessárias.

Este documento também será mantido público em formato virtual (PDF) no portal “Turismo Santo André”, junto à demais pesquisas e publicações relacionadas à atividade do turismo na cidade, permitindo comparações em relação ao Estudo de Demanda Turística realizada no ano de 2020. Acesso através do: <http://www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre>.

Também como já informado, os dados primários da coleta serão disponibilizados para a Strong Business School, como contrapartida ao apoio técnico e metodológico recebido para realização desta pesquisa.

5. QUESTIONÁRIO

O questionário para coleta de dados foi elaborado com questões fechadas e abertas, totalizando 24 perguntas, conforme apresentado no ANEXO ÚNICO deste estudo.

O questionário abordou as seguintes informações:

- Perfil Geral
 - Idade
 - Sexo

- Origem
 - Município
 - Estado

- Perfil de Formação e Renda
 - Grau de Instrução
 - Profissão/ Ocupação
 - Renda Familiar per capita

- Forma Viagem
 - Acompanhantes
 - Perfil dos acompanhantes

- Conhecimento prévio da cidade
- Permanência
 - Tempo de permanência
 - Local de permanência

- Forma de chegar à cidade
- Como conheceu a cidade
- Motivação da visita
- Expectativas e nível de satisfação
 - Antes da visita
 - Após a visita

- Durante a visita
 - Locais visitados
 - Gasto médio
 - Serviços utilizados



- Avaliação sobre as estruturas da cidade
 - Acesso a Informações e materiais ao turista (sites, informes, mapas, etc.)
 - Qualidade do Comércio, Serviços e Artesanato
 - Atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes
 - Atrativos visitados
 - Sanitários Públicos
 - Conservação, limpeza e sinalização das ruas
 - Estacionamento
 - Hospedagem
 - Receptivos, guias, monitores
 - Restaurantes
 - Sinalização turística nos atrativos
 - Táxi/transporte por aplicativo
 - Trânsito
 - Transporte público (ônibus, trem e rodoviária).

SANTO ANDRÉ

PESQUISA GERAL

6. RESULTADOS – PESQUISA GERAL

Este capítulo apresenta os resultados gerais da coleta realizada no município de Santo André, entre maio e dezembro de 2022.

O resultado da captação de questionários se deu na seguinte conformidade:

TABELA 2
Resultado da Coleta por local

Local	TOTAL
Vila de Pananapiacaba*	218
Hotéis (Blue Tree + Go Inn / Hilton Garden Inn + Plaza Mayor + Ibis)	111
SABINA	51
Santuário Nacional da Umbanda	62
TOTAL	442

** Tendo em vista a importância da Vila de Pananapiacaba como atrativo turístico no Estado de São Paulo, foi realizada uma coleta ampliada no local, para apresentação dos dados da pesquisa especificamente para este atrativo no capítulo 8º deste estudo de demanda.*

6.1. Perfil Geral

Buscou-se a realização de entrevistas de forma igualitária entre gêneros, o que se demonstrou no resultado, com público entrevistado de 51% masculino e 49% feminino. Quanto à faixa etária, o público adulto de 20 a 60 anos foi o mais recorrente, sendo o de 40 a 49 a faixa etária que teve maior destaque na pesquisa.

GRÁFICO 01
Faixa Etária do Entrevistado

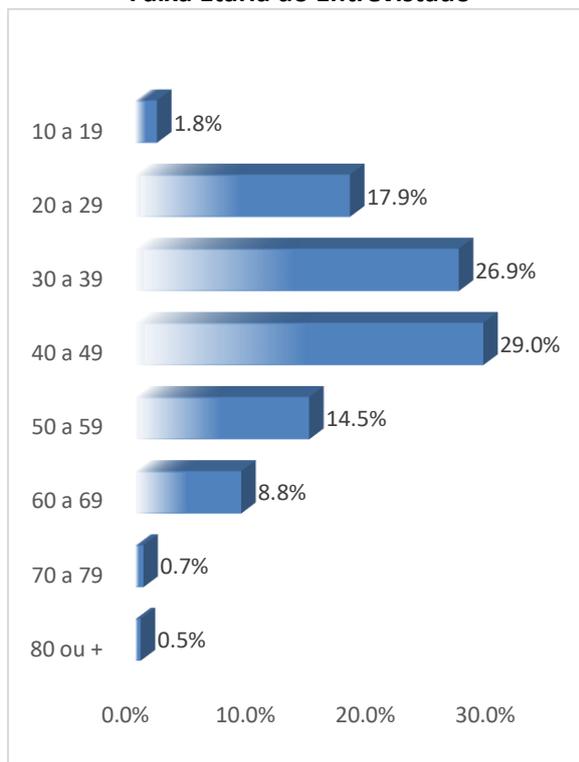
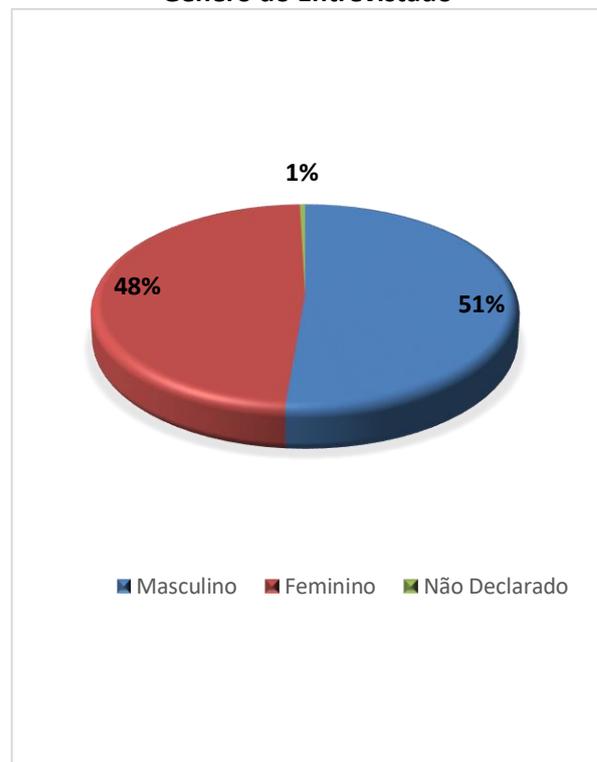


GRÁFICO 2
Gênero do Entrevistado



6.2. Origem

Para a categoria origem, foi considerado as variáveis cidade e estado, a fim de identificar o público oriundo de locais do Brasil, e entre países, para o público estrangeiro.

A cidade de São Paulo e as cidades que compõem a região do Grande ABC e Guarulhos ocupam as 7 primeiras posições no ranking, demonstrando claramente os locais que mais exportam visitantes para a cidade de Santo André são os municípios do entorno.

TABELA 3
MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA

São Paulo, SP	157	35,5%
São Bernardo do Campo, SP	55	12,2%
Mauá, SP	19	4,3%
Diadema, SP	12	2,7%
Guarulhos, SP	12	2,7%
São Caetano do Sul, SP	12	2,7%
Ribeirão Pires, SP	10	2,3%
Salvador, BA	9	2,0%
Rio de Janeiro, RJ	7	1,6%
Mogi das Cruzes, SP	6	1,4%
Belo Horizonte, MG	5	1,1%
Campinas, SP	5	1,1%
Itapeverica da Serra, SP	5	1,1%
Osasco, SP	5	1,1%
Curitiba, PR	4	0,9%
Santos, SP	4	0,9%
Barueri, SP	3	0,7%
Boituva, SP	3	0,7%
Cotia, SP	3	0,7%
Itaquaquecetuba, SP	3	0,7%
Jundiaí, SP	3	0,7%
Porto Alegre, RS	3	0,7%
Praia Grande, SP	3	0,7%
São José dos Campos, SP	3	0,7%
Sorocaba, SP	3	0,7%
Suzano, SP	3	0,7%
Barra Mansa, RJ	2	0,5%
Belém, PA	2	0,5%
Brasília, DF	2	0,5%
Carapicuíba, SP	2	0,5%
Embu das Artes, SP	2	0,5%
Indaiatuba, SP	2	0,5%
Jacareí, SP	2	0,5%
João Pessoa, PB	2	0,5%

Nova Iguaçu, RJ	2	0,5%
Poços de Caldas, MG	2	0,5%
Rio Grande da Serra, SP	2	0,5%
São Sebastião, SP	2	0,5%
Águas Formosas, MG	1	0,2%
Agudos, SP	1	0,2%
Aracaju, SE	1	0,2%
Araraquara, SP	1	0,2%
Araras, SP	1	0,2%
Atibaia, SP	1	0,2%
Berna, Cantão de Berna, SUIÇA	1	0,2%
Betim, MG	1	0,2%
Bragança Paulista, SP	1	0,2%
Caieiras, SP	1	0,2%
Cajamar, SP	1	0,2%
Campo Mourão, PR	1	0,2%
Canoas, RS	1	0,2%
Cascavel, PR	1	0,2%
Caxias do Sul, RS	1	0,2%
Contagem, MG	1	0,2%
Córdoba, ARGENTINA	1	0,2%
Cruzeiro, SP	1	0,2%
Cubatão, SP	1	0,2%
Franca, SP	1	0,2%
Goiânia, GO	1	0,2%
Gravataí, RS	1	0,2%
Guarapari, ES	1	0,2%
Guarujá, SP	1	0,2%
Ijuí, RS	1	0,2%
Imperatriz, MA	1	0,2%
Itaboraí, RS	1	0,2%
Itanhaém, SP	1	0,2%
Itaperuna, RJ	1	0,2%
Itapetininga, SP	1	0,2%

Itapeva, SP	1	0,2%
Itupeva, SP	1	0,2%
Joinville, SC	1	0,2%
Juiz de Fora, MG	1	0,2%
Juquitiba, SP	1	0,2%
Magé, RJ	1	0,2%
Manaus, AM	1	0,2%
Marília, SP	1	0,2%
Mongaguá, SP	1	0,2%
Natal, RN	1	0,2%
Nova Lima, MG	1	0,2%
Passos, MG	1	0,2%
Pedras de Fogo, PB	1	0,2%
Pelotas, RS	1	0,2%
Poá, SP	1	0,2%
Pojuca, BA	1	0,2%
Presidente Prudente, SP	1	0,2%
Recife, PE	1	0,2%
Rio Branco, AC	1	0,2%
Rio das Ostras, RJ	1	0,2%
São Carlos, SP	1	0,2%
São Luís, MA	1	0,2%
São Sebastião do Paraíso, MG	1	0,2%
São Vicente, SP	1	0,2%
Sapucaia do Sul, RS	1	0,2%
Taboão da Serra, SP	1	0,2%
Tatuí, SP	1	0,2%
Taubaté, SP	1	0,2%
Uberlândia, MG	1	0,2%
Valinhos, SP	1	0,2%
Várzea Paulista, SP	1	0,2%
Yokohama, Kanagawa, JAPÃO	1	0,2%

A pesquisa identificou visitantes de 100 municípios, oriundos de 17 Estados quando considerados os visitantes do Brasil (incluindo São Paulo), e de mais 3 países.



GRÁFICO 3
ESTADO DE ORIGEM (BRASIL)

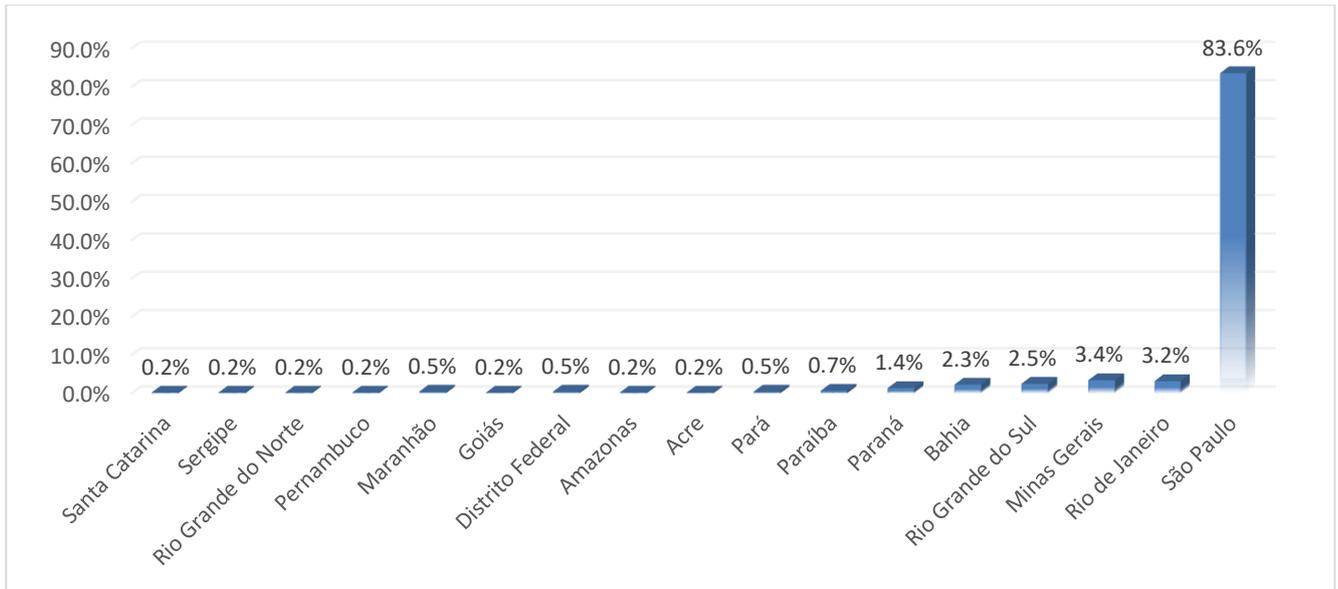
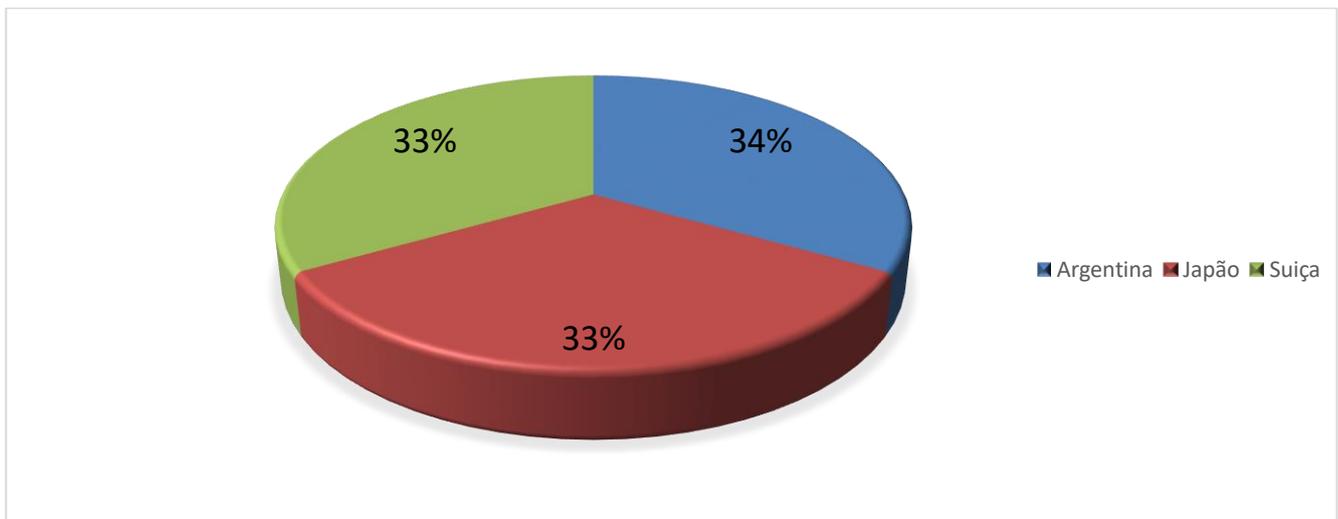


GRÁFICO 4
PAÍS DE ORIGEM - INTERNACIONAL



6.3. Perfil de formação e Renda

O perfil de renda dos turistas de Santo André demonstra que na maioria dos casos são pessoas assalariadas de renda média, com padrão de renda de 2 a 5 salários mínimos per capita por família, com predominância de casos de pessoas com formação superior completa. No comparativo com a pesquisa realizada no ano de 2020, a maioria dos padrões se manteve estável.

GRÁFICO 5
Grau de Instrução

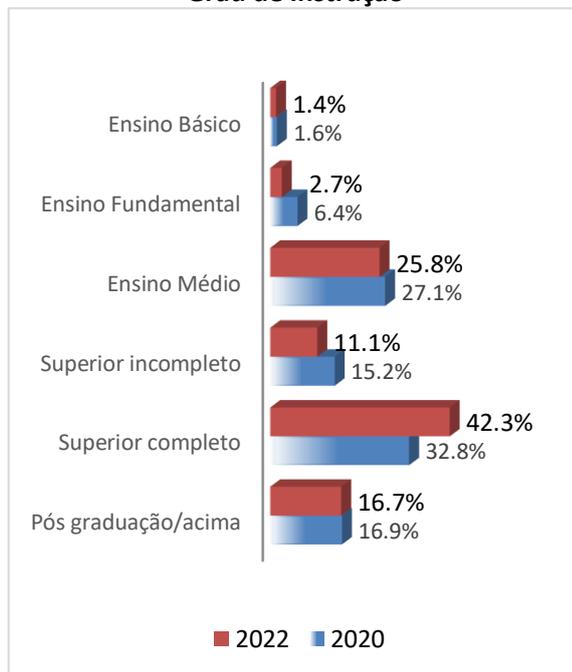


GRÁFICO 6
Tipo de Ocupação

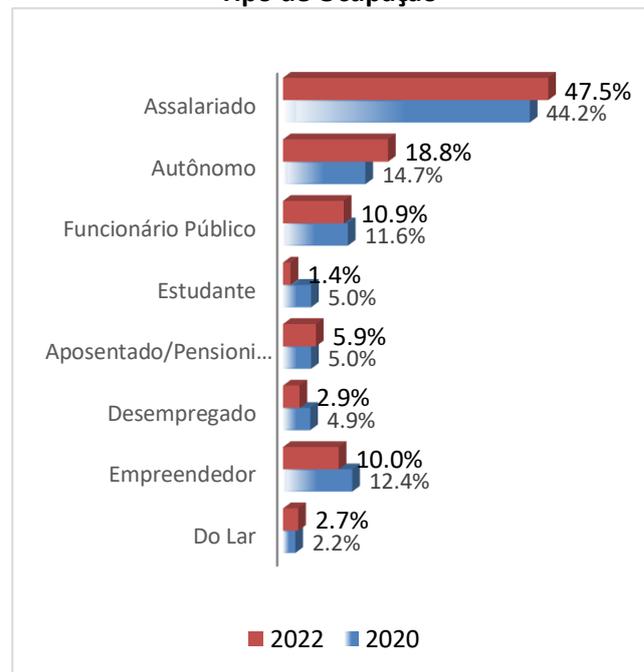
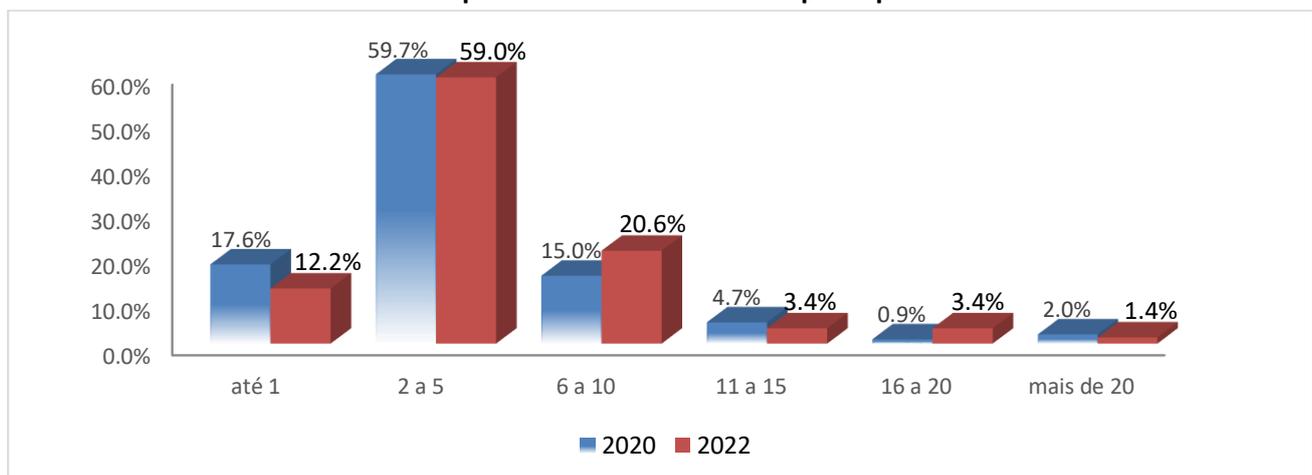


GRÁFICO 7

Renda Familiar – por Salário Mínimo Mensal per capita – Base 2022



6.4. Forma Viagem

A forma de viagem dos entrevistados demonstra que a maioria deles realiza a visita a Santo André com suas famílias, seguido muito de perto de visitantes que viajam sozinhos, e na sequencia casais sem filhos. Os três perfis representam 67% da amostra, padrão somente um pouco menor que apresentado na pesquisa de 2020, quando estes três perfis alcançaram 69,5% da amostra.

Apesar da grande prevalência de pessoas viajando sozinhas ou com 1 acompanhante, o Gráfico 8 demonstra uma importante fração de 17% dos casos realizando a visita à Santo André com mais de 5 acompanhantes, padrão também observado em 2020. Os acompanhantes também refletem a faixa etária dos entrevistados, com a maior recorrência entre a faixa de 19 a 55 anos.

GRÁFICO 8
Tipo de Acompanhantes na Viagem

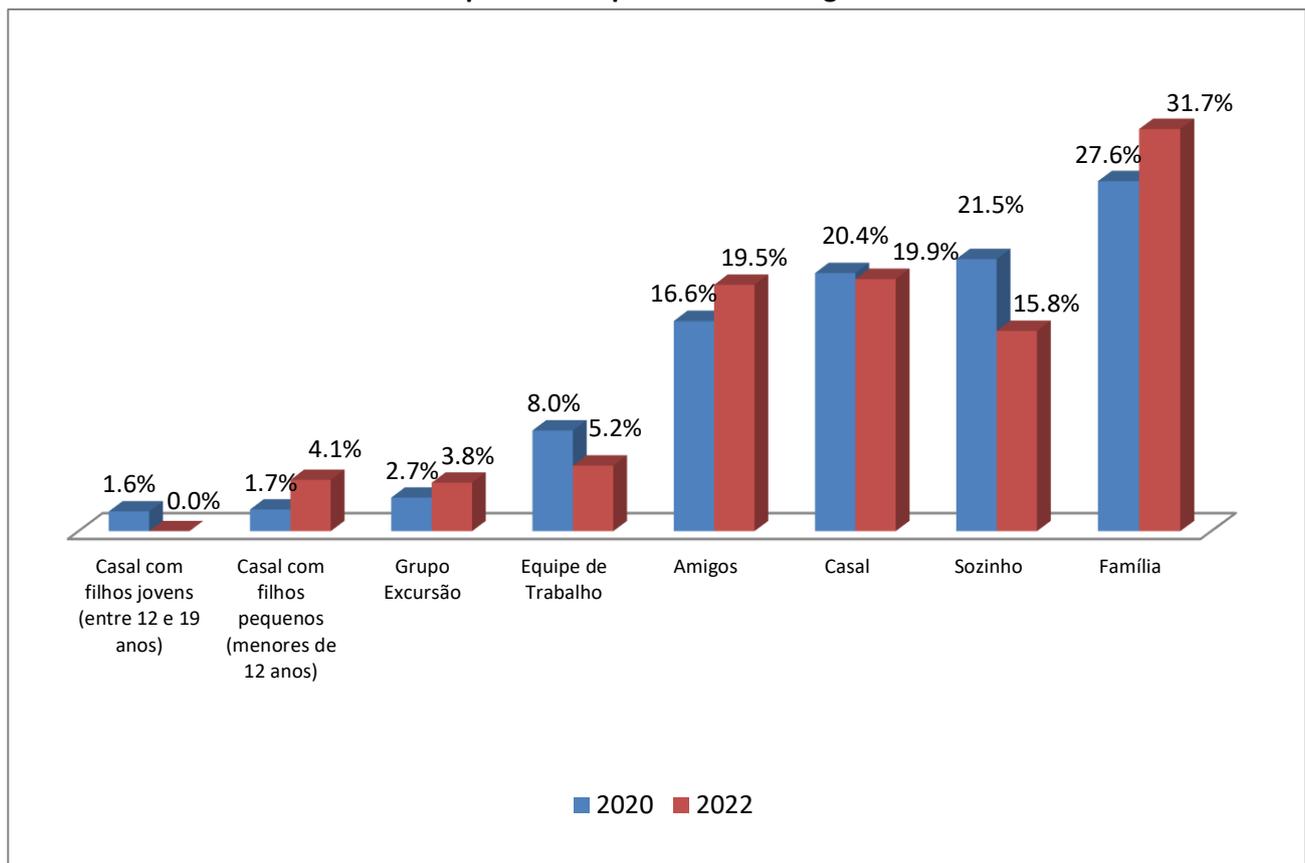


GRÁFICO 9
Número de Acompanhantes

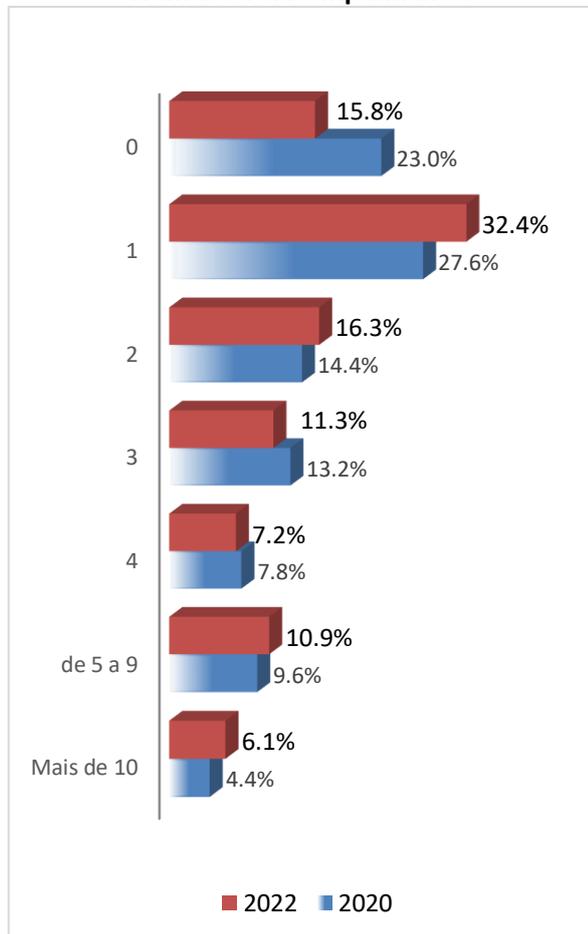
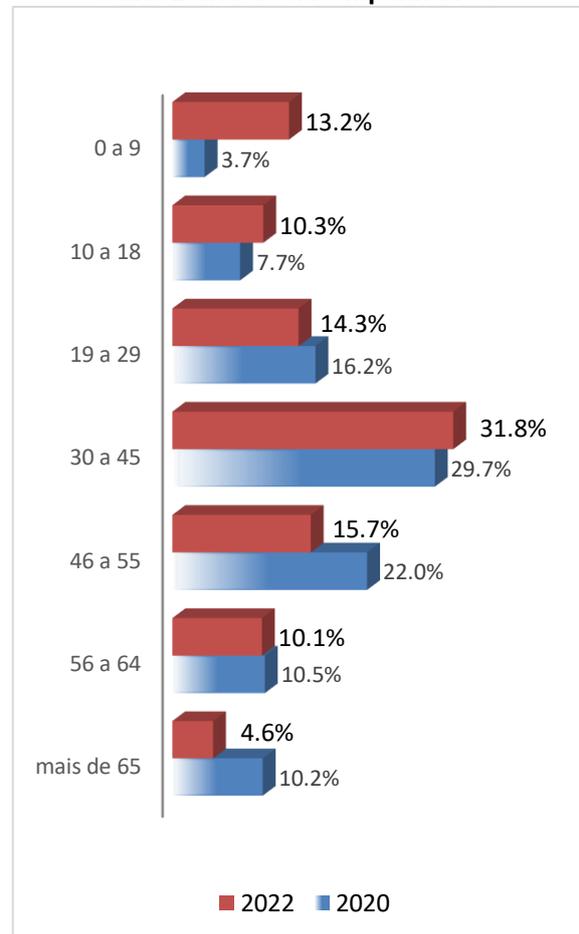


GRÁFICO 10
Faixa Etária dos Acompanhantes



6.5. Conhecimento prévio da cidade

A pesquisa demonstrou que 74% das pessoas que visitaram a cidade nesta oportunidade já haviam estado no município anteriormente, tendo a grande maioria delas visitado a cidade com grande recorrência, sendo que 56,7% já visitou a cidade por 10 (dez) vezes ou mais, o que demonstra uma forte tendência de recorrência da visita.

O padrão da frequência das visitas se manteve semelhante no comparativo com o estudo de 2020, se observando somente um aumento de 4% em relação aos visitantes que já estiveram na cidade, passando de 70% para 74% da amostra.

GRÁFICO 11

Se já esteve em Santo André anteriormente

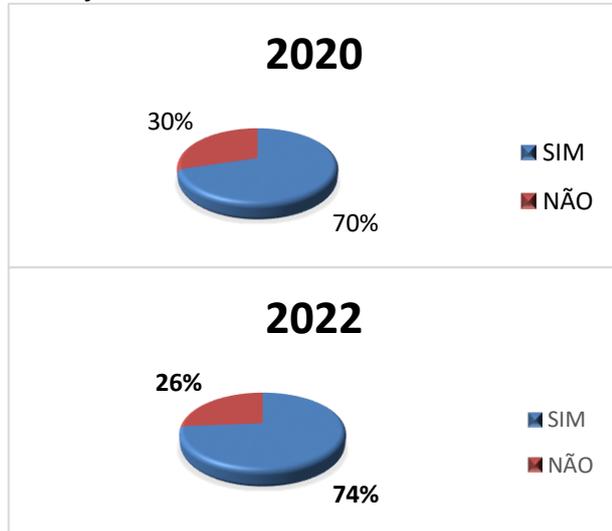
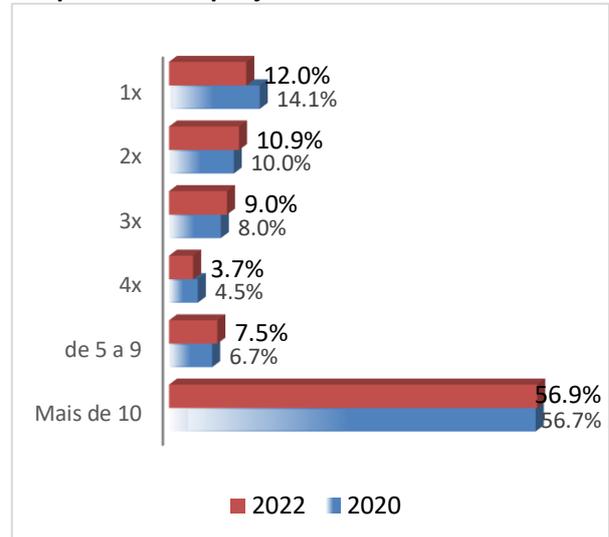


GRÁFICO 12

Frequência dos que já estiveram em Santo André



6.6. Permanência

O levantamento sobre permanência do visitante também demonstrou que a cidade não retém a maioria dos turistas por mais de 1 dia, sendo quase 70% destes permanecendo por menos de 1 dia. Contudo, vale destacar que daqueles que ficam no município, a maioria escolhe a hospedagem em hotéis, justificando que uma parcela da coleta de entrevistas para esta pesquisa foi realizada nos próprios hotéis.

GRÁFICO 13

Número de Pernoites em Santo André

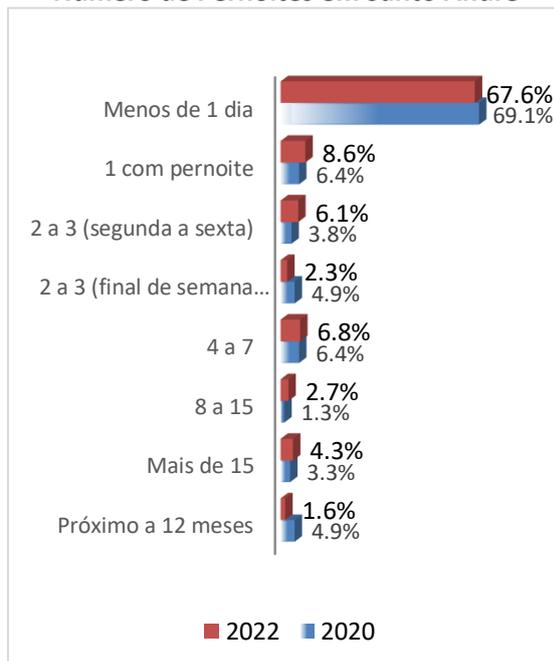
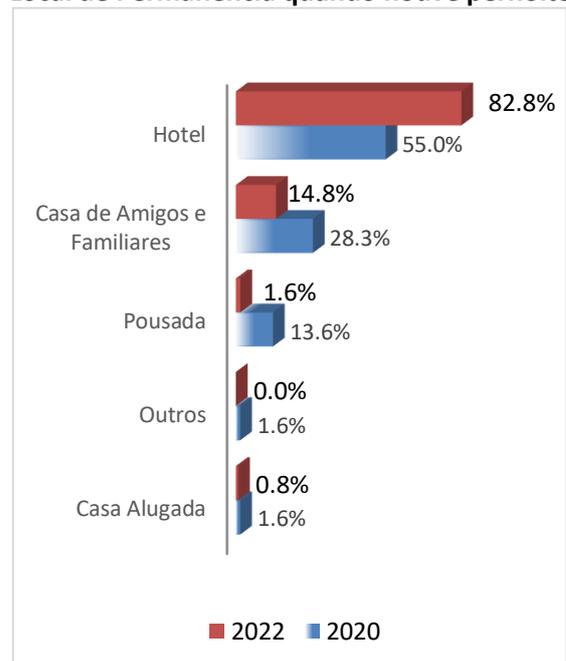


GRÁFICO 14

Local de Permanência quando houve pernoite

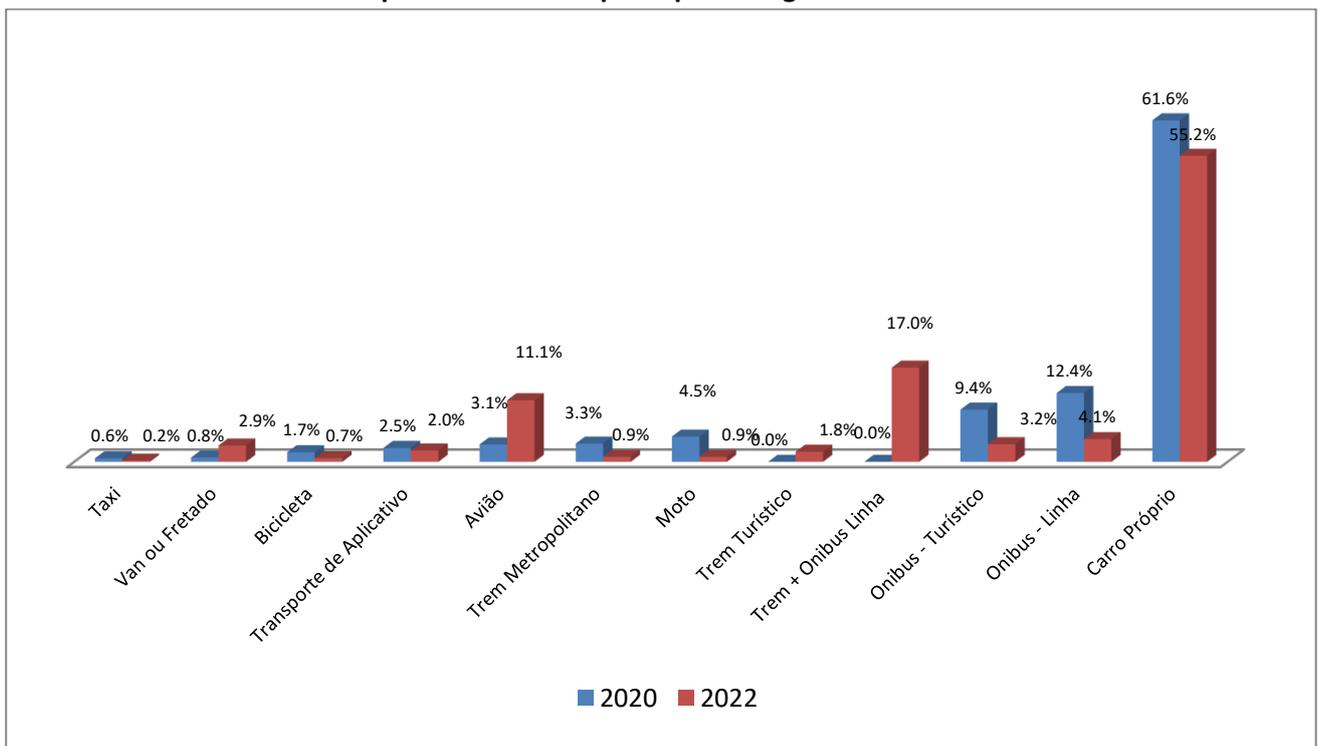


6.7. Forma de chegar à cidade

O levantamento sobre principal forma de transporte utilizado demonstra que o carro particular é o modal de maior incidência, com aproximadamente 55,2% dos casos. Os ônibus de linha local também demonstram ser recorrentes na amostra, com aproximadamente 21,1 % dos casos, somados aqueles que utilizam apenas o ônibus de linha ou trem e ônibus de linha conjuntamente, refletindo a condição de município conurbado à região metropolitana e de ser um local de atração para a capital e para as cidades que compõem o Grande ABC.

Podemos observar algumas alterações substanciais em relação à amostra de 2020, como a utilização de carro próprio que teve queda de 6,4 pontos percentuais, assim como o aumento da recorrência de utilização de avião em 6,4 pontos. Podemos entender como parte desta variação as diferenças de público na coleta de pesquisa, em que houve uma maior recorrência nos hotéis da cidade, o que caracteriza maior utilização de avião e a não utilização de veículo próprio. Quanto à variação da utilização do trem, com aumento em 14,6 pontos percentuais, esta variação estaria mais concentrada nas pesquisas realizadas na Vila de Paranapiacaba, em que a utilização do trem de linha é uma das opções disponíveis e bastante utilizada pelo público frequentador, em conjunto com a utilização do ônibus de linha, além da melhora significativa da pandemia do Covid-19. A queda do uso de ônibus de linha é explicada pelo acréscimo de ônibus de linha/ trem metropolitano, item criado nesta pesquisa para atender a Vila de Paranapiacaba, pois são dois modais utilizados em conjunto por muitos visitantes.

GRÁFICO 15
Principal Meio de Transporte para Chegar a Santo André



6.8. Motivação da visita

Os dados deste capítulo revelam que a maior parte dos entrevistados tem como motivação a visita de lazer, e em segundo lugar a motivação por trabalho, padrão que se manteve em relação aos dados coletados em 2020. Os dados de visita por lazer refletem o perfil do público que visita principalmente a Vila de Paranapiacaba e a Sabina Escola Parque do Conhecimento, e a elevada porcentagem de pessoas que declararam como motivação da viagem negócios e trabalho demonstram um perfil importante de turista para Santo André, em especial para a malha urbana com foco nas principais empresas da cidade.

GRÁFICO 16
Motivação da Visita

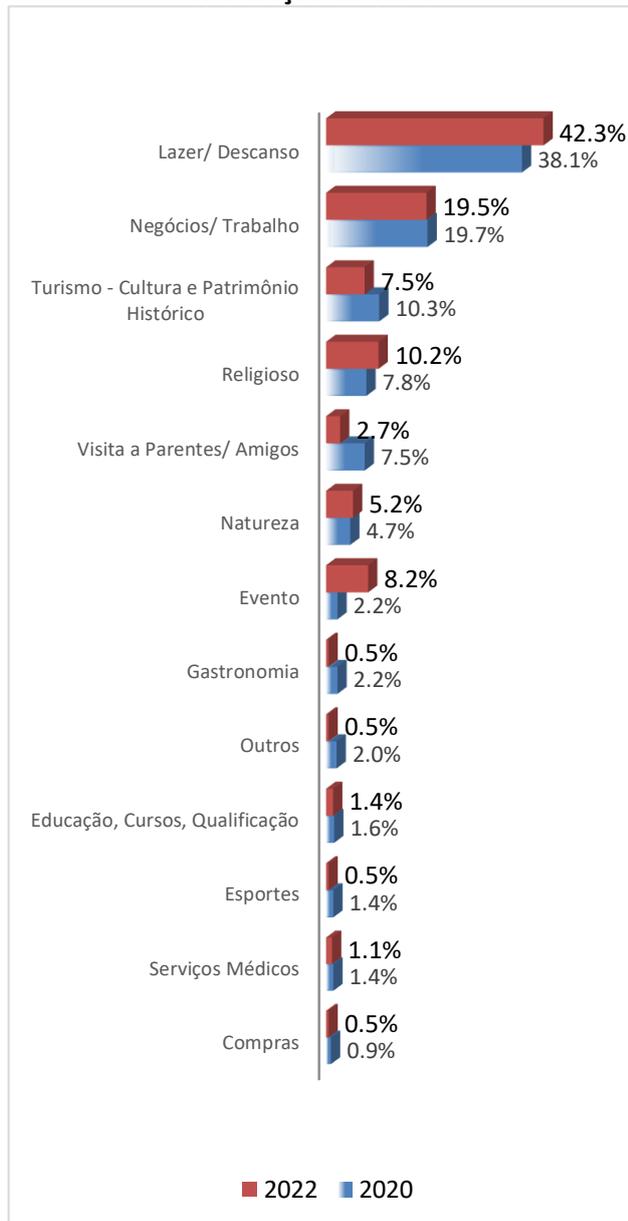
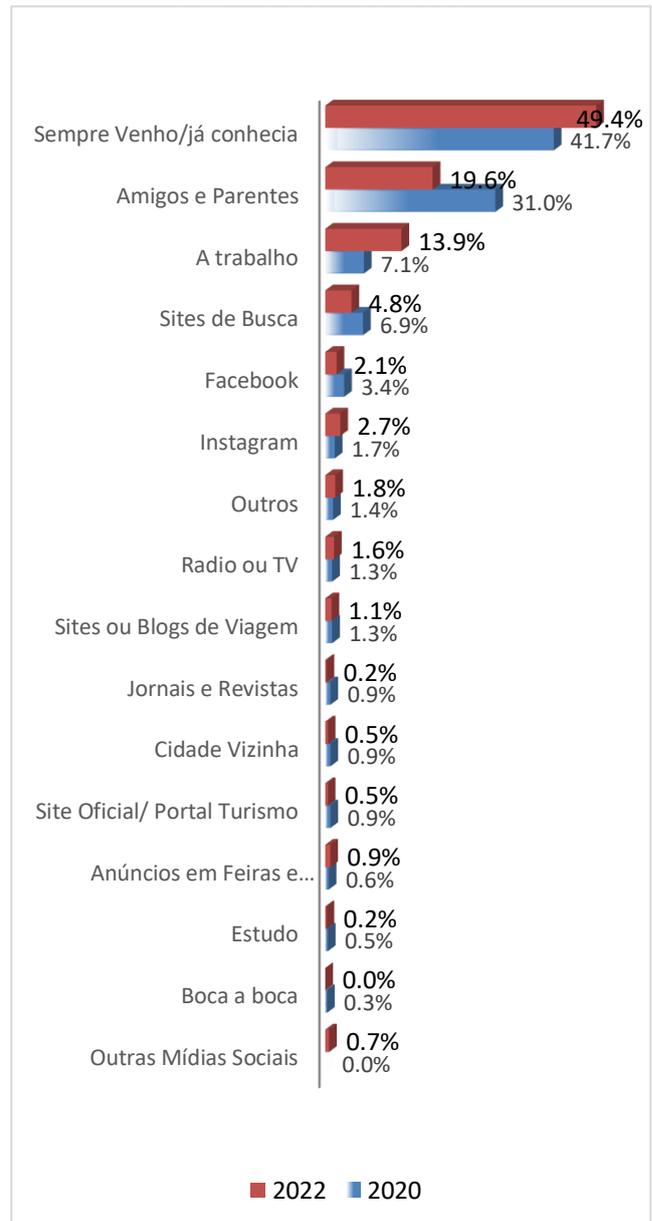


GRÁFICO 17
Como conheceu a Cidade



6.9. Expectativas e nível de satisfação

Os dados de expectativa em relação à visita demonstram que houve, em geral, uma melhora na percepção em relação ao município de Santo André, com um aumento substancial dos casos declarados como “ótimo” no pós visita, em relação à expectativa antes da visita, o que também se observou como padrão em relação aos dados coletados em 2020.

GRÁFICO 18
Expectativa antes da visita

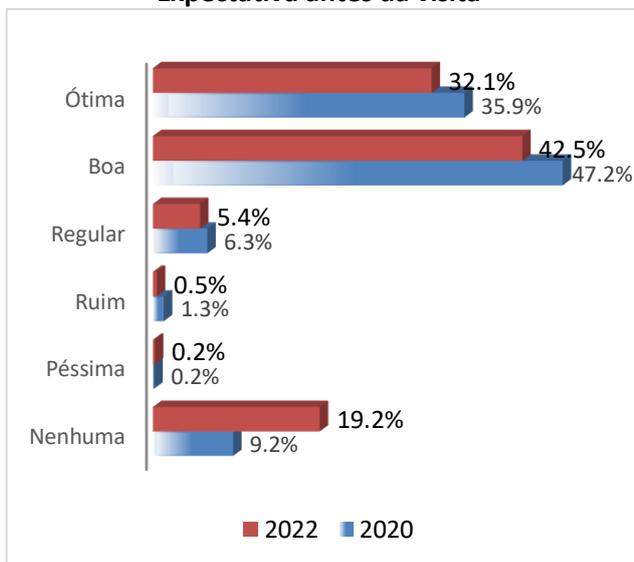
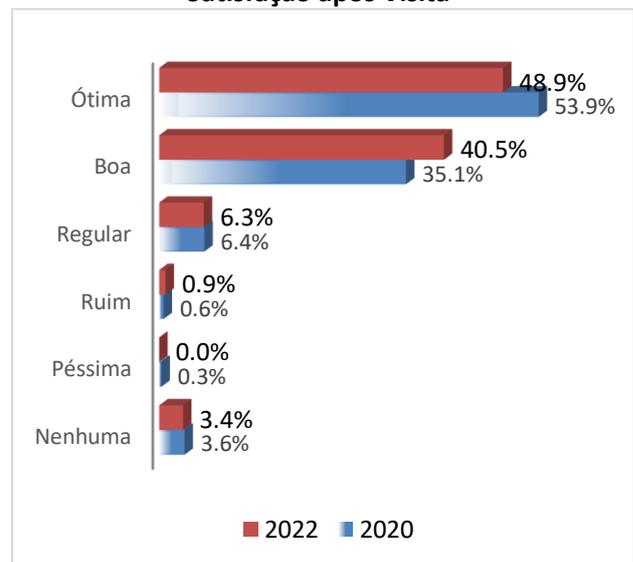


GRÁFICO 19
Satisfação após Visita



6.10. Durante a visita

Os dados que demonstram o local de maior visitação é a Vila de Paranapiacaba, o que justifica este atrativo ser um dos principais pontos de coleta da pesquisa. Deste dado, é importante destacar também a força dos shoppings da cidade como polo de visitação do município, sendo o segundo local mais citado, à frente inclusive de restaurantes e de compras quando se pensa nestas estruturas como um atrativo em si.

O perfil de gasto demonstra que praticamente 50% da amostra realiza gastos entre R\$ 51,00 e R\$ 250,00, sendo o principal ponto de consumo os restaurantes, bares e casas noturnas. Observou-se um aumento no indicador de ingressos e eventos em quase 10 pontos percentuais, revelando que este tipo de ação realizada com maior recorrência em 2022 tem potencial de atração de público para o município.

O levantamento também demonstra que a maioria dos visitantes somente visitou uma atração do município, mas um número bastante significativo de quase 15% dos entrevistados realizou a visita em 4 ou mais atrativos e polos de atração turísticas de Santo André. Os padrões também se mantiveram em relação a pesquisa 2020.

GRÁFICO 20
Atrativos e Locais Visitados

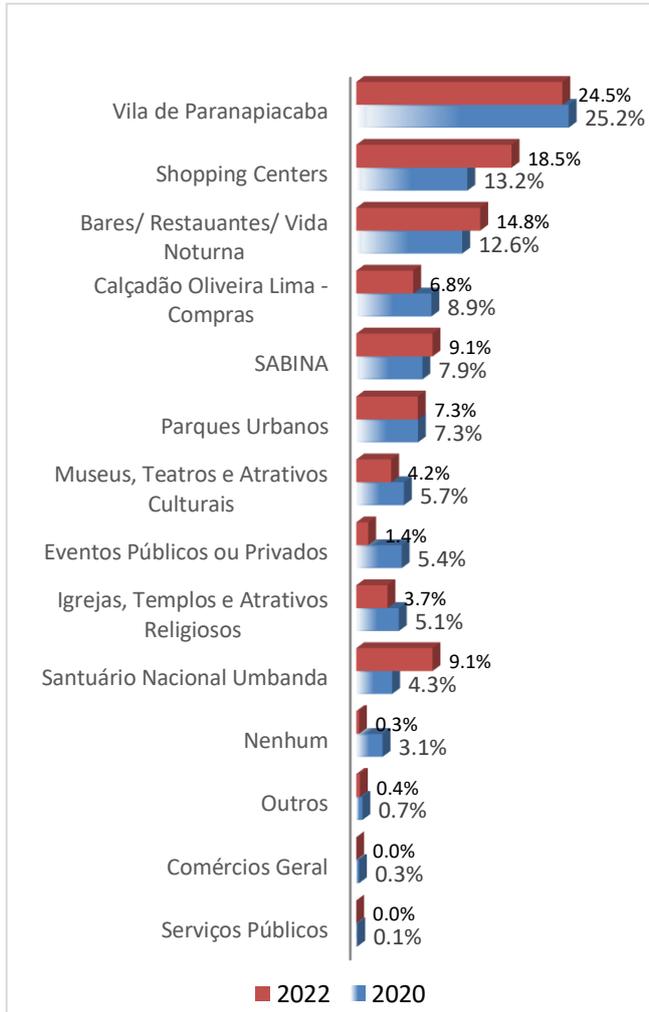


GRÁFICO 23
Serviços Utilizados

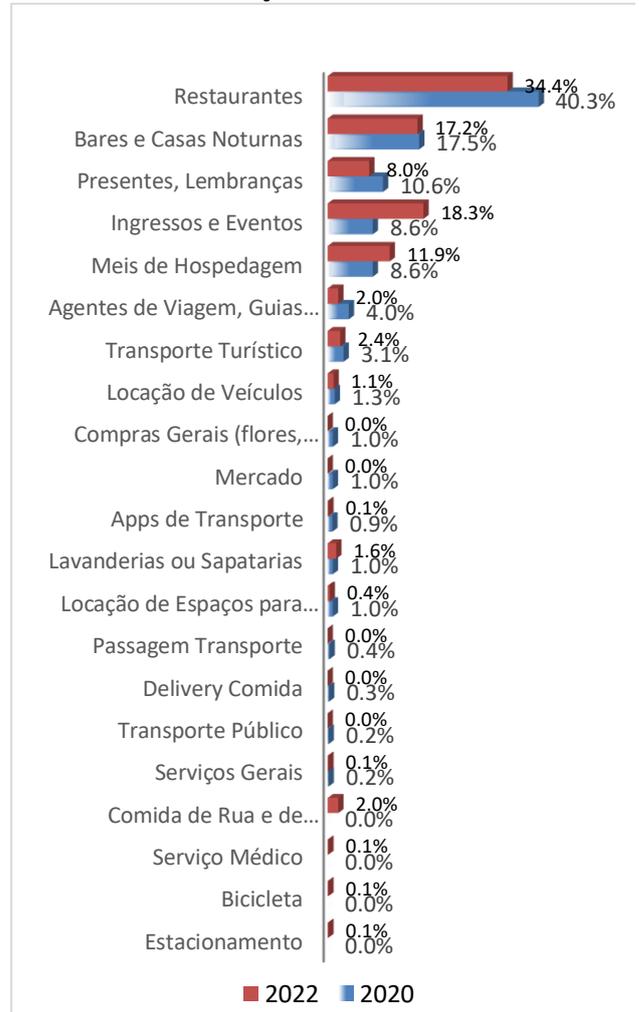


GRÁFICO 22
Gasto Médio Durante a Visita

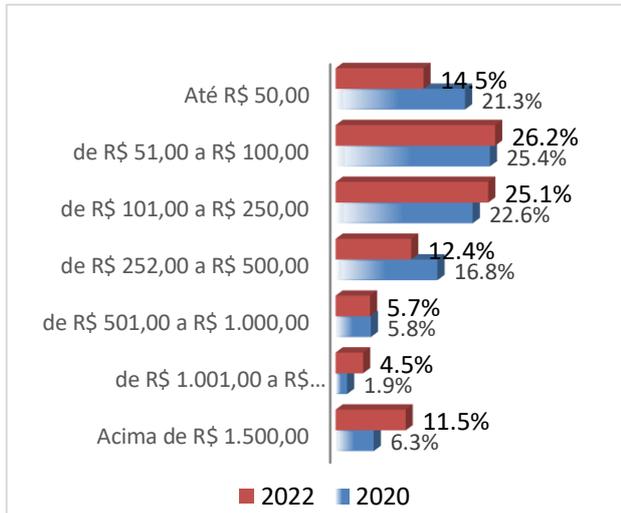
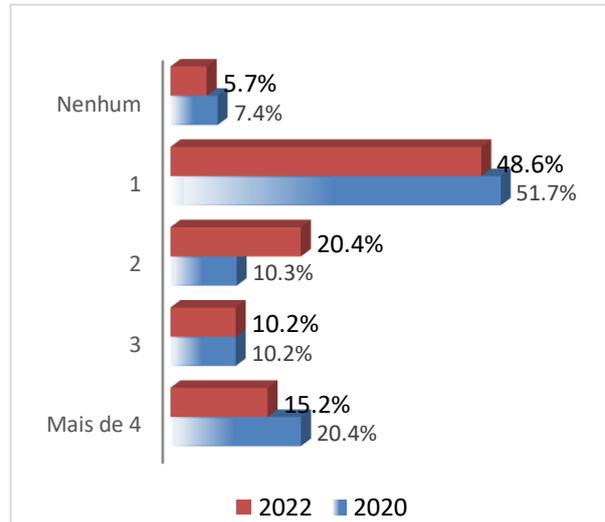


GRÁFICO 21
Número Atrativos Visitados



6.11. Avaliação sobre as estruturas da cidade

Quanto à avaliação geral da infraestrutura urbana e oferta de serviços que impactam a visita do turista a Santo André, é considerada como boa ou ótima para todos os itens perguntados.

A tabela abaixo apresenta os números comparados com a avaliação realizada em 2020, com as porcentagens considerando 100% das pessoas que opinaram em cada item específico, excluídas aquelas que não opinaram. As colunas ao lado direito da tabela com a informação “NÃO SABE”, traz a porcentagem em relação a todos os respondentes. Optou-se por apresentar esta informação dos que não souberam responder tendo em vista o alto número de respostas deste tipo para algumas das perguntas realizadas, o que pode ser um dado importante para o desenvolvimento de estratégias de políticas públicas. Por exemplo, no item hospedagem 73% dos entrevistados não souberam opinar, o que se explica pelo grande número de visitantes que vieram a um determinado atrativo, permaneceram menos de um dia e não se hospedaram na cidade.

TABELA 4
Avaliação da Infraestrutura Urbana ¹

ITEM	ÓTIMO		BOM		REGULAR		RUIM		PÉSSIMO		NÃO SABE	
	2020	2022	2020	2022	2020	2022	2020	2022	2020	2022	2020	2022
Acesso Informações e Materiais de Consulta ao Turista – sites, mapas, etc.)	32%	35%	48%	47%	13%	16%	5%	2%	2%	0%	25%	46%
Atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes	47%	40%	48%	52%	5%	7%	0%	0%	0%	0%	6%	14%
Atrativos Visitados	45%	45%	45%	48%	8%	7%	1%	1%	1%	0%	13%	17%
Sanitários Públicos	n/h	24%	n/h	48%	n/h	20%	n/h	9%	n/h	0%	n/h	43%
Qualidade do comércio, serviços e artesanato	33%	33%	57%	58%	8%	8%	1%	1%	1%	0%	10%	0%
Conservação, limpeza e sinalização das ruas	22%	28%	49%	50%	18%	18%	6%	2%	5%	1%	2%	9%
Estacionamentos	18%	20%	53%	50%	17%	20%	6%	6%	5%	3%	30%	41%
Hospedagens	34%	43%	53%	45%	11%	10%	1%	1%	2%	1%	66%	73%
Qualidade Receptivos, guias e monitores	52%	50%	38%	41%	7%	8%	1%	1%	1%	1%	34%	57%
Restaurantes	35%	31%	55%	58%	7%	11%	1%	0%	1%	0%	24%	31%
Sinalização turística nos atrativos	29%	28%	47%	53%	16%	17%	5%	2%	3%	1%	21%	25%
Taxi e App de Transporte	23%	29%	54%	53%	10%	15%	3%	1%	10%	2%	67%	75%
Transporte Público (Ônibus, Trem e Rodoviária)	13%	24%	43%	47%	23%	19%	9%	4%	12%	6%	61%	69%

¹ Foram retirados e/ou consolidados os seguintes indicadores mencionados no estudo de 2020: (i) Artesanato, unificado no item “Qualidade do comércio, serviços e artesanato”, (ii) Acesso a Bancos e Caixas Eletrônicos, (iii) Limpeza da Cidade, unificado ao item “Conservação, limpeza e sinalização das ruas”, (iv) Segurança da Cidade, (v) Sinalização de Rua, (vi) Portal de Turismo Santo André, unificado no item “Acesso Informações e Materiais de Consulta ao Turista – sites, mapas, etc)”, (vii) Trânsito da Cidade, (viii) Rodoviária, unificado com o item “Transporte Público (Ônibus, Trem e Rodoviária)”. Foi adicionado o item “Sanitários Públicos”, pela pertinência.

SANTO ANDRÉ

PARANAPIACABA

7.1. Perfil Geral

O perfil geral do visitante de Paranapiacaba reflete o perfil geral do visitante da cidade de Santo André, na faixa etária predominante entre 20 e 60 anos, com maior destaque para pessoas entre 30 e 39 anos.

GRÁFICO 24
Paranapiacaba - Faixa Etária do Entrevistado

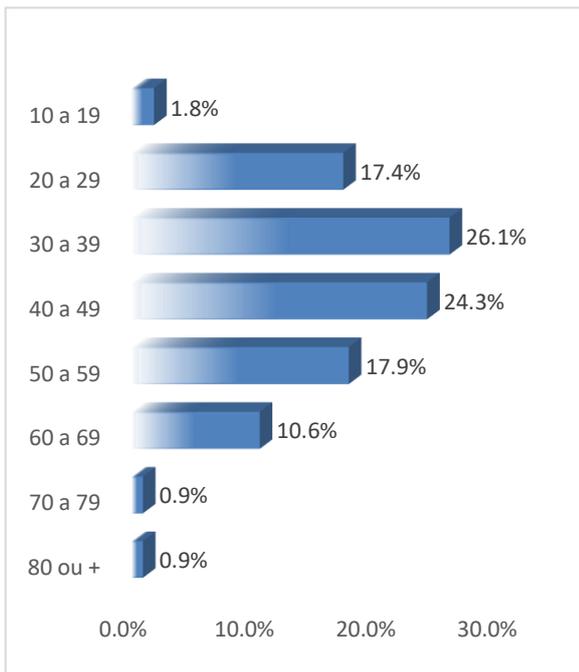
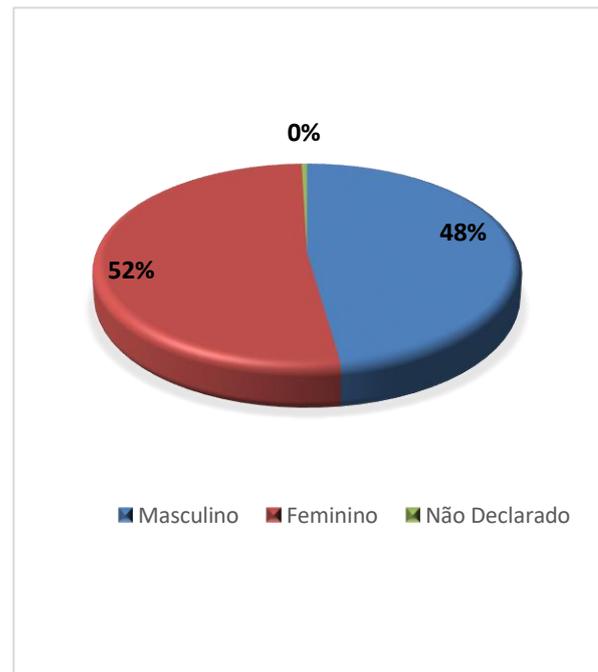


GRÁFICO 25
Paranapiacaba - Gênero do Entrevistado



7.2. Origem

O levantamento de origem demonstra que a Vila de Paranapiacaba atrai preponderantemente visitantes da cidade de São Paulo e da Região do Grande ABC, tendo a cidade de Guarulhos também como destaque.

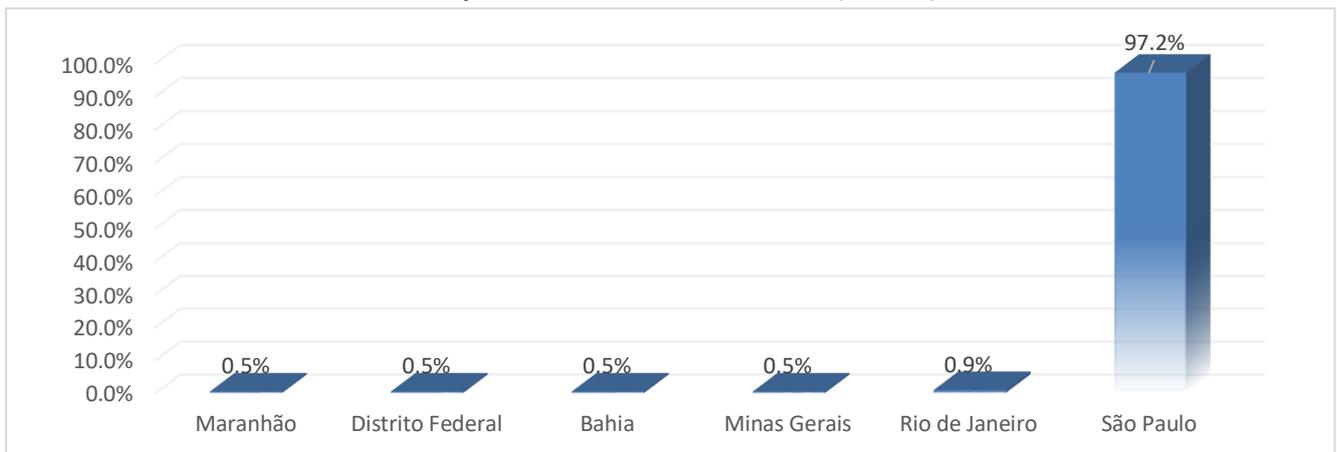
A Vila também não atrai visitantes de tantos estados como a malha urbana, tampouco visitantes internacionais na mesma recorrência, segundo apresentado pela amostra coletada.

TABELA 5
Paranapiacaba - MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA

São Paulo, SP	103	47,2%
São Bernardo do Campo, SP	21	9,6%
Mauá, SP	14	6,4%
Guarulhos, SP	9	4,1%
São Caetano do Sul, SP	9	4,1%
Ribeirão Pires, SP	9	4,1%
Diadema, SP	6	2,8%
Mogi das Cruzes, SP	5	2,3%
Itapeverica da Serra, SP	4	1,8%
Santos, SP	4	1,8%
Campinas, SP	3	1,4%
Osasco, SP	3	1,4%
Suzano, SP	3	1,4%
Cotia, SP	2	0,9%
Praia Grande, SP	2	0,9%
Carapicuíba, SP	2	0,9%
Rio Grande da Serra, SP	2	0,9%

Barueri, SP	1	0,5%
Itaquaquecetuba, SP	1	0,5%
Jundiaí, SP	1	0,5%
Embu das Artes, SP	1	0,5%
Jacareí, SP	1	0,5%
Cubatão, SP	1	0,5%
Itupeva, SP	1	0,5%
Mongaguá, SP	1	0,5%
Poá, SP	1	0,5%
Taboão da Serra, SP	1	0,5%
Valinhos, SP	1	0,5%
Rio de Janeiro, RJ	1	0,5%
Itaperuna, RJ	1	0,5%
Juiz de Fora, MG	1	0,5%
São Luís, MA	1	0,5%
Brasília, DF	1	0,5%
Salvador, BA	1	0,5%

GRÁFICO 26
Paranapiacaba - ESTADO DE ORIGEM (BRASIL)



7.3. Perfil de formação e Renda

Os dados coletados demonstram que a Vila de Paranapiacaba atrai um público preponderantemente de assalariados, com a maior recorrência de pessoas com superior completo, seguido muito de perto de pessoas com ensino médio, com 62,8% com perfil de renda familiar entre 2 e 5 salários mínimos per capita. No comparativo com a pesquisa realizada no ano de 2020, a maioria dos padrões se manteve relativamente estável.

GRÁFICO 27
Paranapiacaba - Grau de Instrução

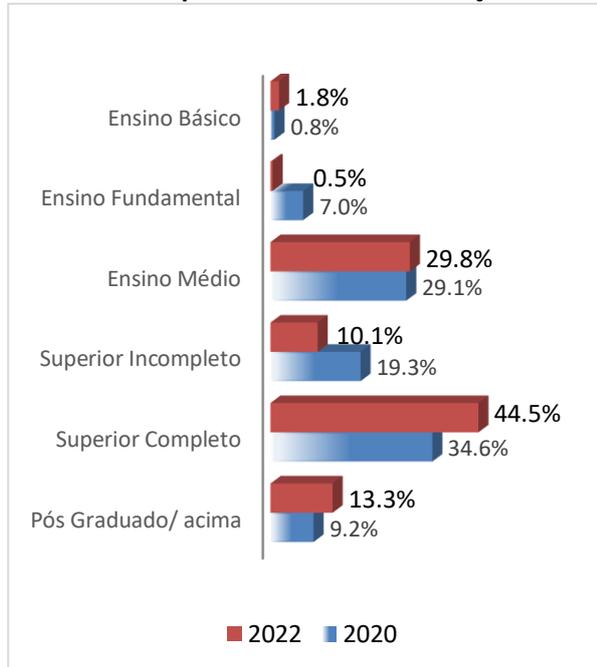


GRÁFICO 28
Paranapiacaba - Tipo de Ocupação

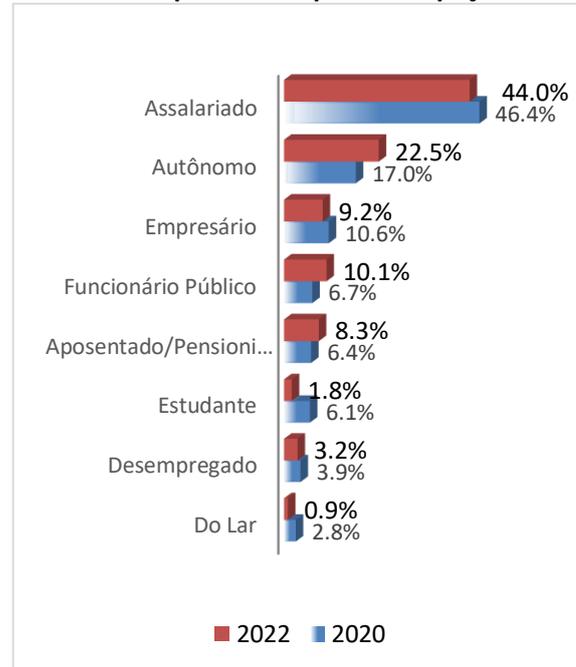
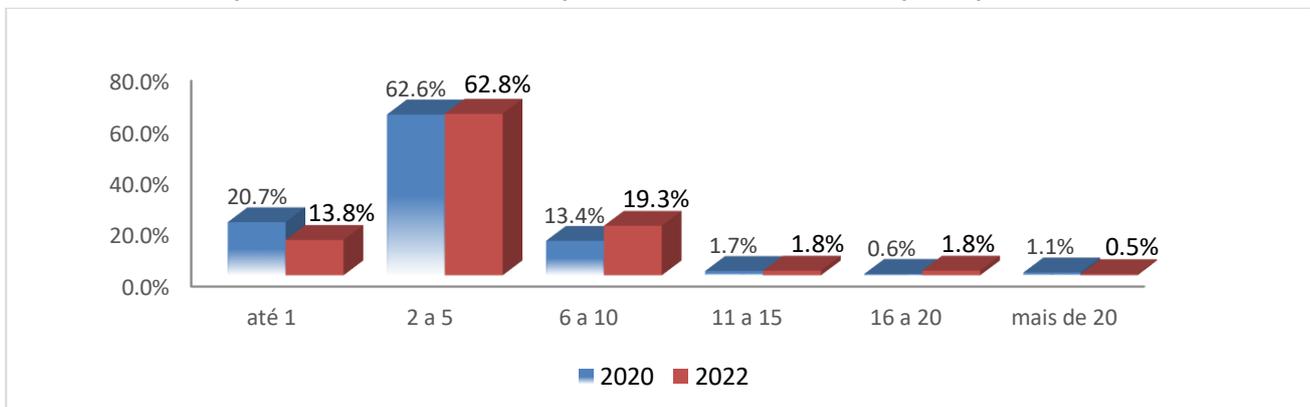


GRÁFICO 29

Paranapiacaba - Renda Familiar – por Salário Mínimo Mensal per capita – Base 2022



7.4. Forma Viagem

Os dados demonstram que o perfil de público que visita a Vila é composto em sua maioria por pessoas que fazem a visita com suas famílias, seguida por pessoas em casal sem filhos, e na sequência por grupo de amigos, sendo estes 3 perfis correspondendo a 86,7% da amostra. A faixa etária dos acompanhantes também reflete o perfil de idade dos entrevistados, em sua maioria pessoas entre 19 e 55 anos.

Observa-se que os dados se mantiveram relativamente estáveis em relação ao ano de 2020.

GRÁFICO 30

Paranapiacaba - Tipo de Acompanhantes na Viagem

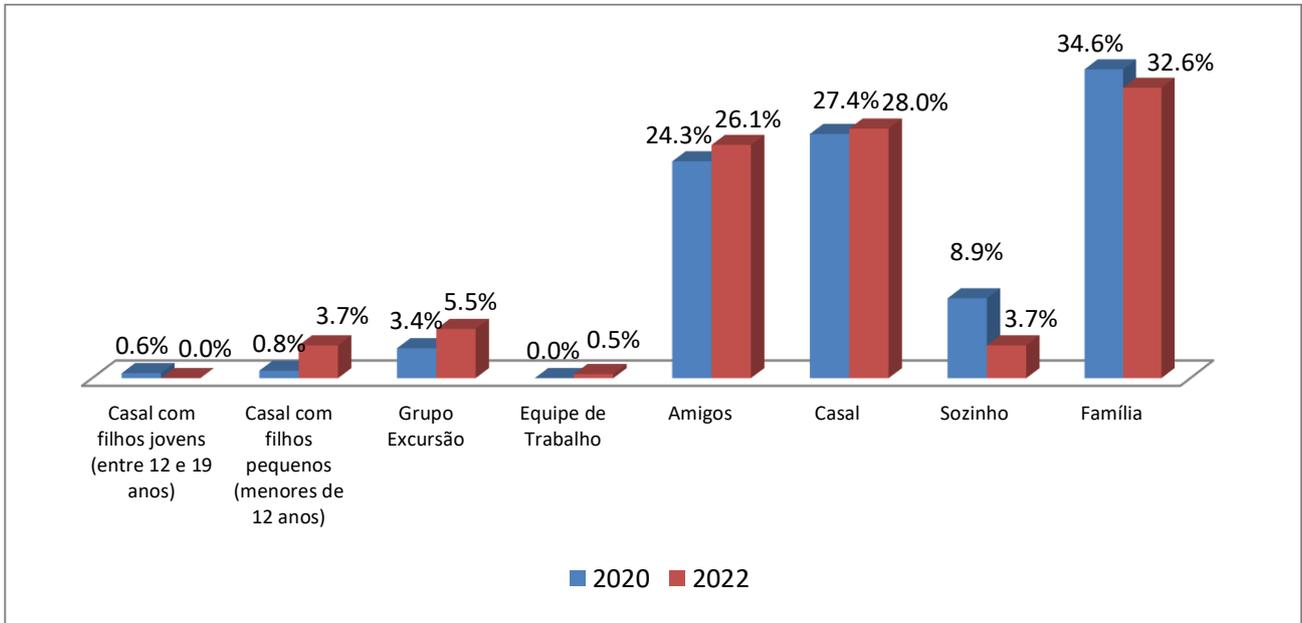


GRÁFICO 31

Paranapiacaba - Número de Acompanhantes

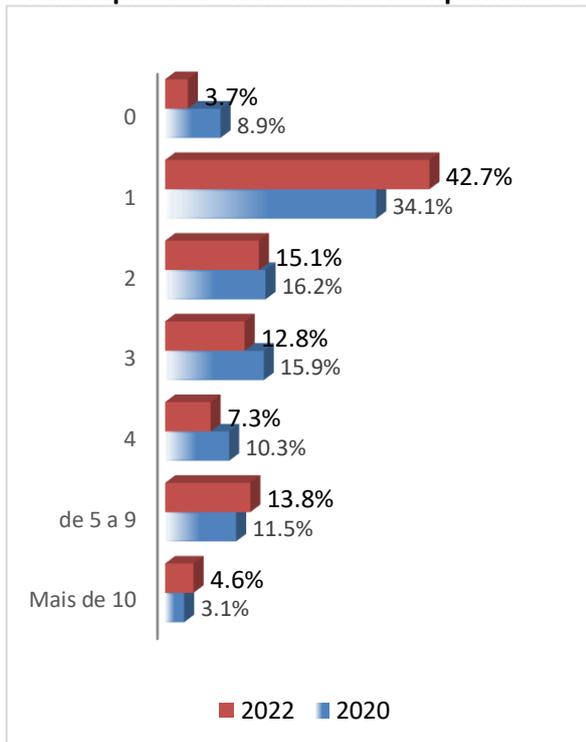
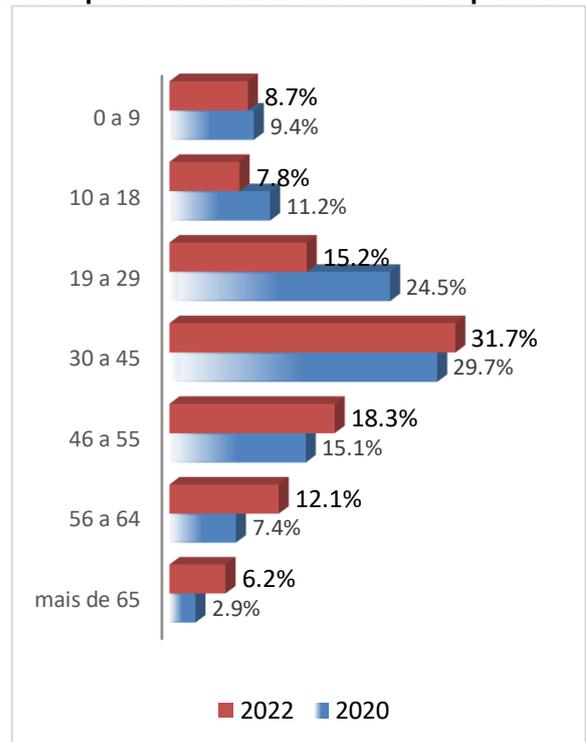


GRÁFICO 32

Paranapiacaba - Faixa Etária dos Acompanhantes



7.5. Conhecimento prévio da cidade

Os dados demonstram que o público frequentador da Vila em sua grande maioria já conhecia o município, fazendo visitas constantes, cujo índice ampliou em 14 pontos em relação aos dados coletados em 2020.

GRÁFICO 33
Paranapiacaba - Se esteve em Santo André anteriormente

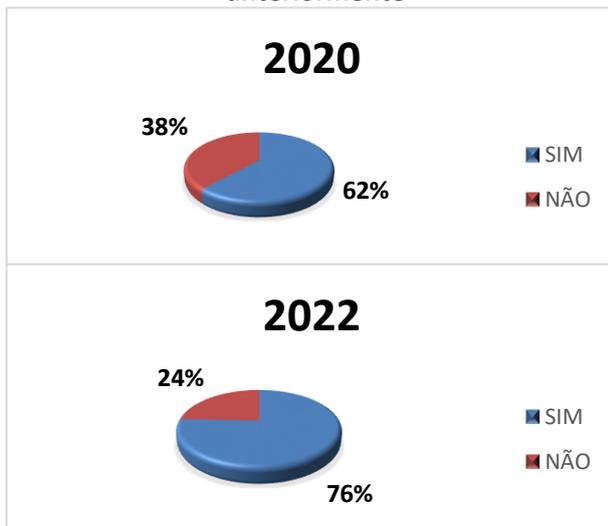
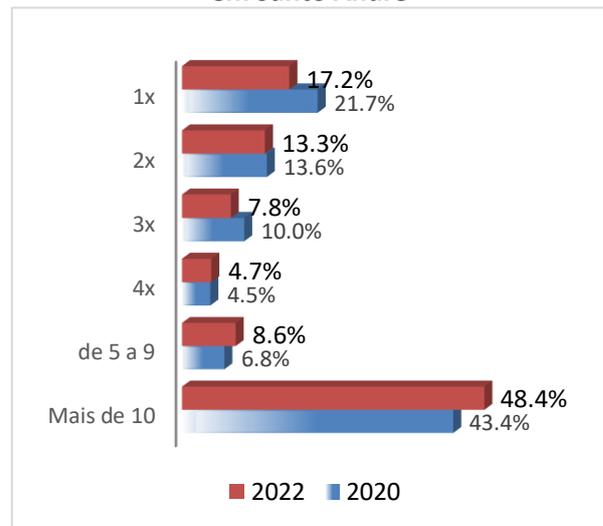


GRÁFICO 34
Paranapiacaba – Frequência dos que já estiveram em Santo André



7.6. Permanência

A pesquisa demonstrou que quase 90% da amostra indica que não ficará nenhum pernoite, seja na visita à Vila de Paranapiacaba seja em outras localizações do município de Santo André.

GRÁFICO 35
Paranapiacaba - Número de Pernoites

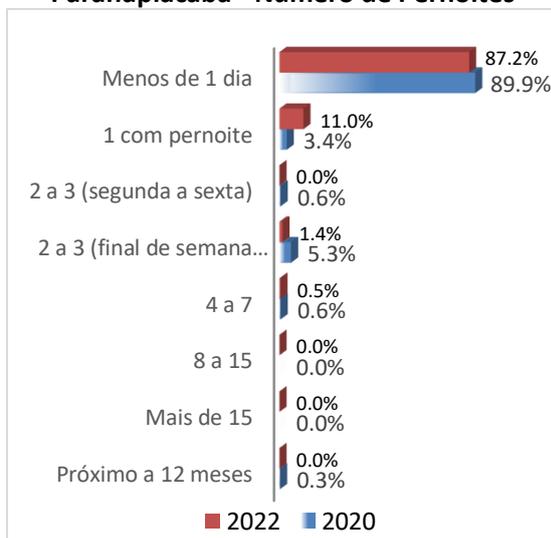
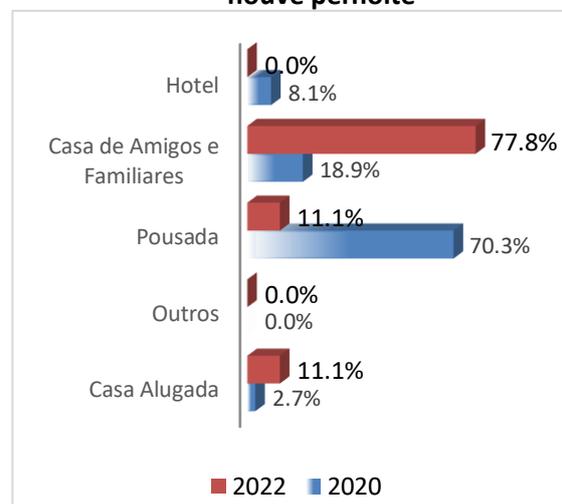


GRÁFICO 36
Paranapiacaba - Local de Permanência quando houve pernoite



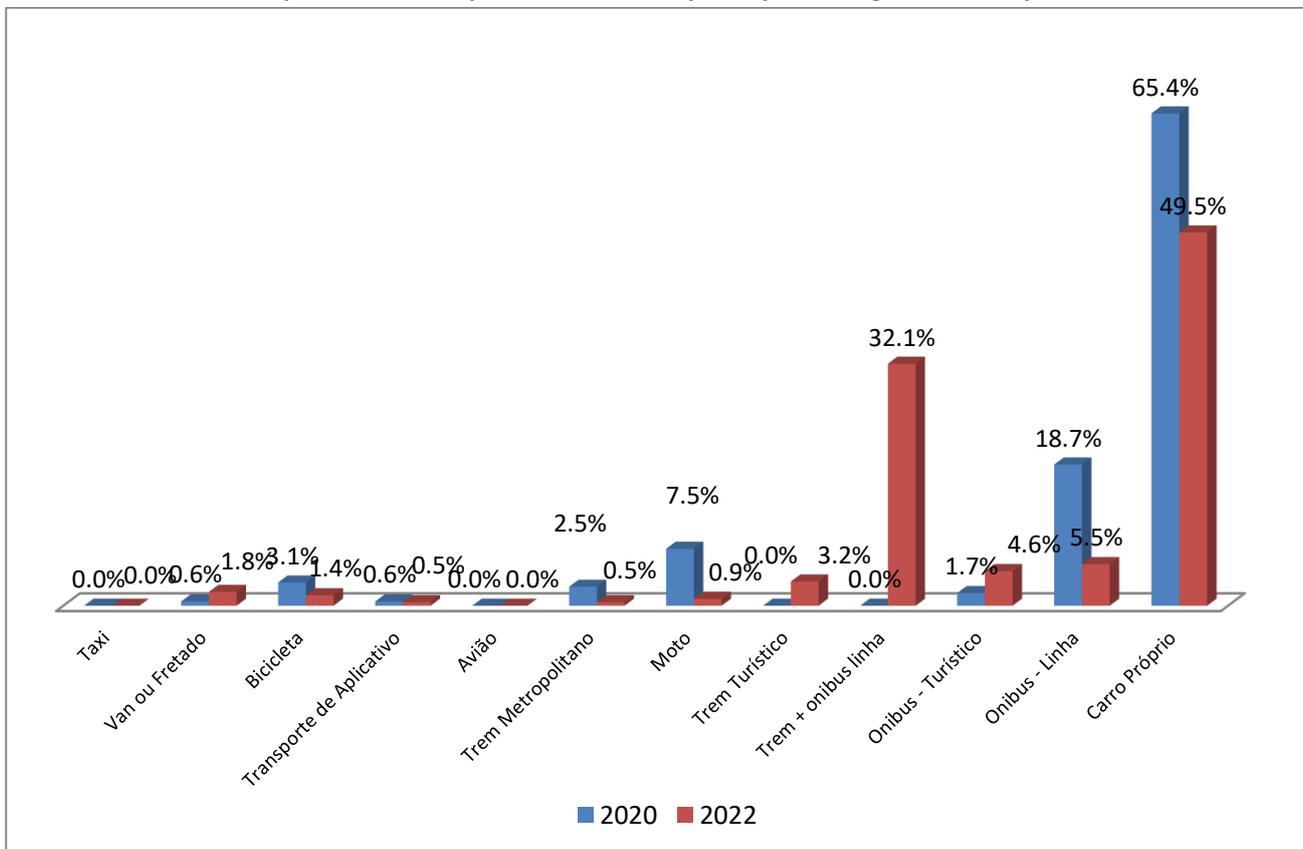
7.7. Forma de chegar à cidade

O levantamento sobre principal forma de transporte utilizado demonstra que o carro particular ainda é o modal de maior incidência, com 49,5% dos casos, mas que teve uma queda de 15,9 pontos percentuais em relação aos dados coletados em 2020. Esta queda demonstra uma redução do número de visitantes que utilizam veículo para seu deslocamento à Vila, mas também reflete o perfil do público entrevistado, já que no ano de 2022 as coletas foram realizadas também em grandes eventos e festivais que não ocorreram em 2021 por conta da pandemia, quando houve mais restrições e dificuldades para utilização dos veículos, obrigando o público a buscar alternativas de transporte. Isto refletiu também no aumento de mais de 11 pontos percentuais em relação à pesquisa de 2020 na utilização do trem como transporte alternativo para chegar à Vila, principalmente para o público que participou de grandes eventos.

Ainda assim, tanto os números de 2020 como os de 2022 refletem a condição de município conurbado à região metropolitana de São Paulo, e de ser um local de atração para a capital e para as cidades que compõem o Grande ABC e demais cidades do entorno.

GRÁFICO 37

Paranapiacaba - Principal Meio de Transporte para Chegar à Paranapiacaba



7.8. Motivação da visita

Os dados de motivação de visita à Vila demonstram que em sua imensa maioria está relacionada às atividades turísticas, e que mais de 70% realizaram a visita porque já conheciam a Vila ou por indicação de amigos ou familiares.

GRÁFICO 38
Paranapiacaba - Motivação da Visita

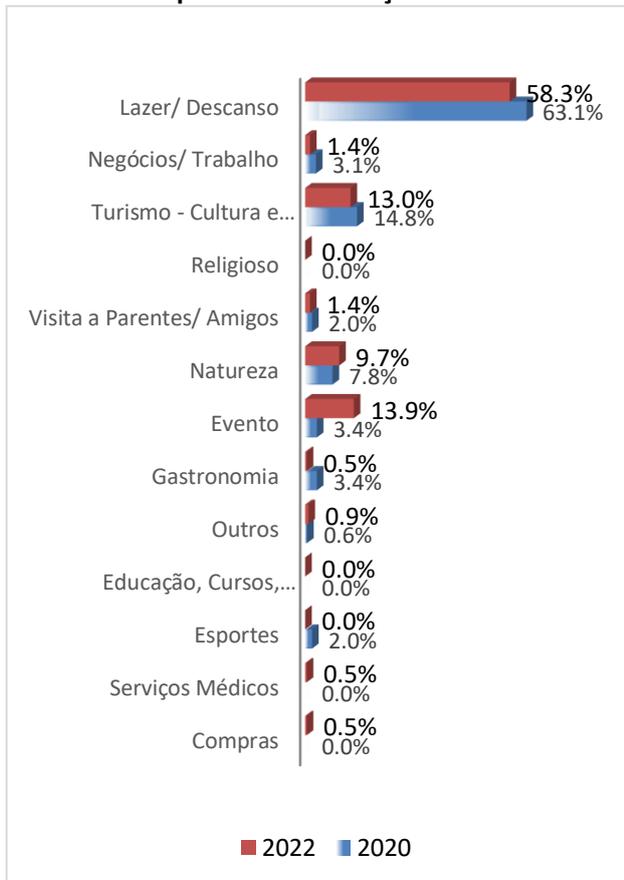
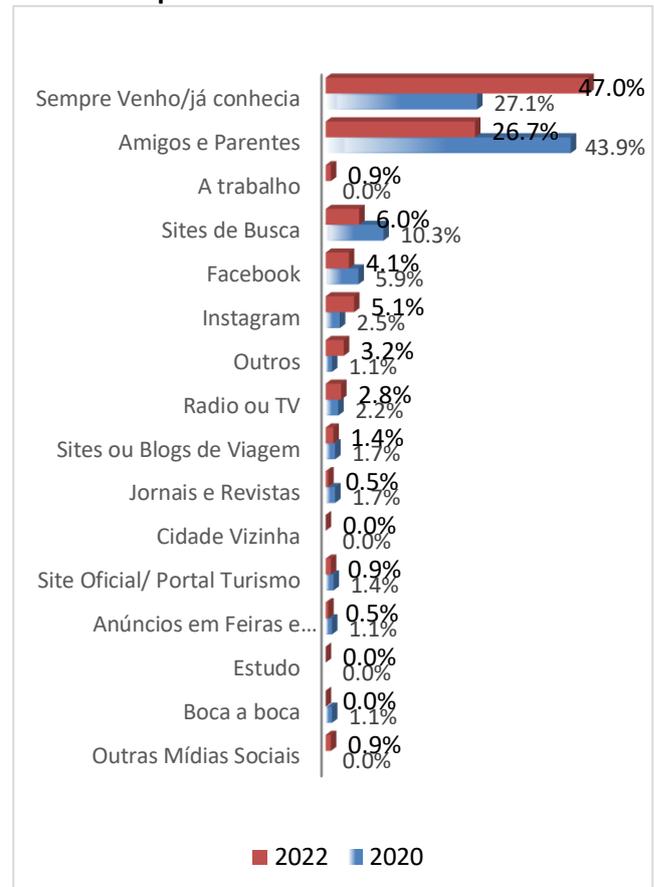


GRÁFICO 39
Paranapiacaba - Como conheceu a Cidade



7.9. Expectativas e nível de satisfação

O nível de satisfação dos entrevistados demonstra que houve uma melhora geral da percepção das pessoas após a visita, sendo que o critério de “ótimo” obteve um crescimento de 50% em relação à expectativa antes da visita.

GRÁFICO 40

Paranapiacaba - Expectativa antes da visita

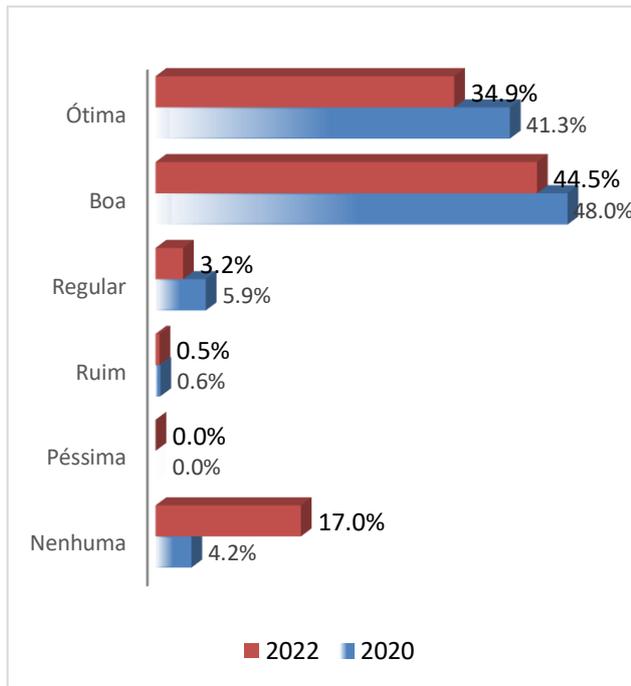
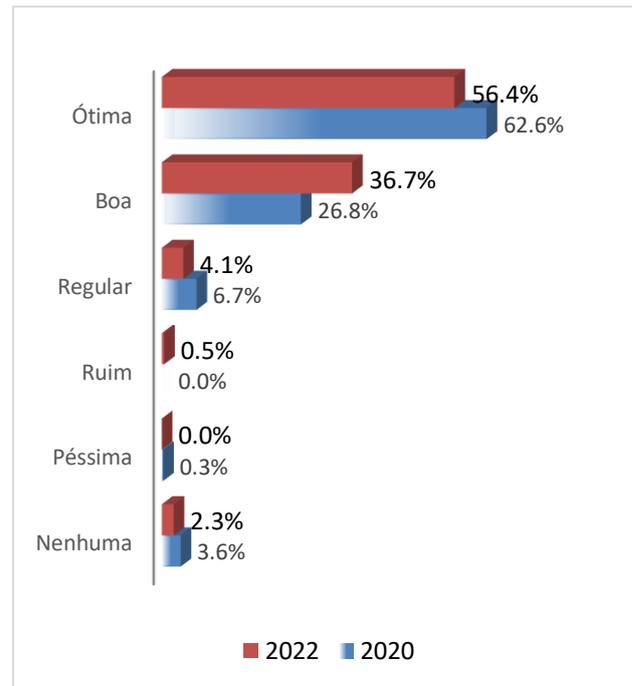


GRÁFICO 41

Paranapiacaba - Satisfação após Visita



7.10. Durante a visita

Importante destacar que nesta análise a Vila de Paranapiacaba não está sendo considerada como uma visita a um atrativo apenas, mas no contexto do município, embora a coleta tenha sido realizada neste local, muitos visitantes da Vila de Paranapiacaba declararam que já visitaram outros atrativos do município. Destacamos aqui que assim como observado na coleta geral do município, vale mencionar a força dos shoppings da cidade e do corredor comercial da Oliveira Lima, que em conjunto representa 38,1% da amostra. O aumento em quase 10 pontos percentuais no número de pessoas que declaram que visitam os shoppings da cidade também revela que, segundo a amostra analisada, mais pessoas que visitam a Vila tem alguma relação de visita com a parte urbana da cidade de Santo André.

O perfil de gasto demonstra que 71,1% da amostra realiza gastos entre R\$ 51,00 e R\$ 250,00, sendo o principal ponto de consumo o gastronômico, em que na Vila podemos considerar os restaurantes, bares, Food Trucks quando da realização de eventos, dentre outros. Este número é mais concentrado nesta faixa de consumo do que apontado pelos estudos de 2020, assim como mais concentrado do que a análise geral da cidade.

Também observamos a diminuição nas pessoas que declararam “Eventos”, mas este entendemos que é pelo fato de as pessoas estarem em eventos na Vila, não consideravam assim como uma “visita adicional”. Neste estudo também foi introduzido o item “comida de rua e barracas”, que é um perfil de consumo específico que teve quase 5% de indicações para os casos da Vila.

O levantamento também demonstra que houve um aumento substancial das pessoas que declaram que visitaram mais de 4 atrativos na cidade. Analisando os demais números da amostra, podemos inferir que o que mudou foi a percepção dos visitantes de que a Vila oferece atrativos diversificados, e que cada um deles pode ser visto como um atrativo distinto e, portanto, uma visita distinta.

Também podemos observar que, no geral, os padrões também se mantiveram em relação à pesquisa 2020.

GRÁFICO 42

Paranapiacaba - Atrativos e Locais Visitados

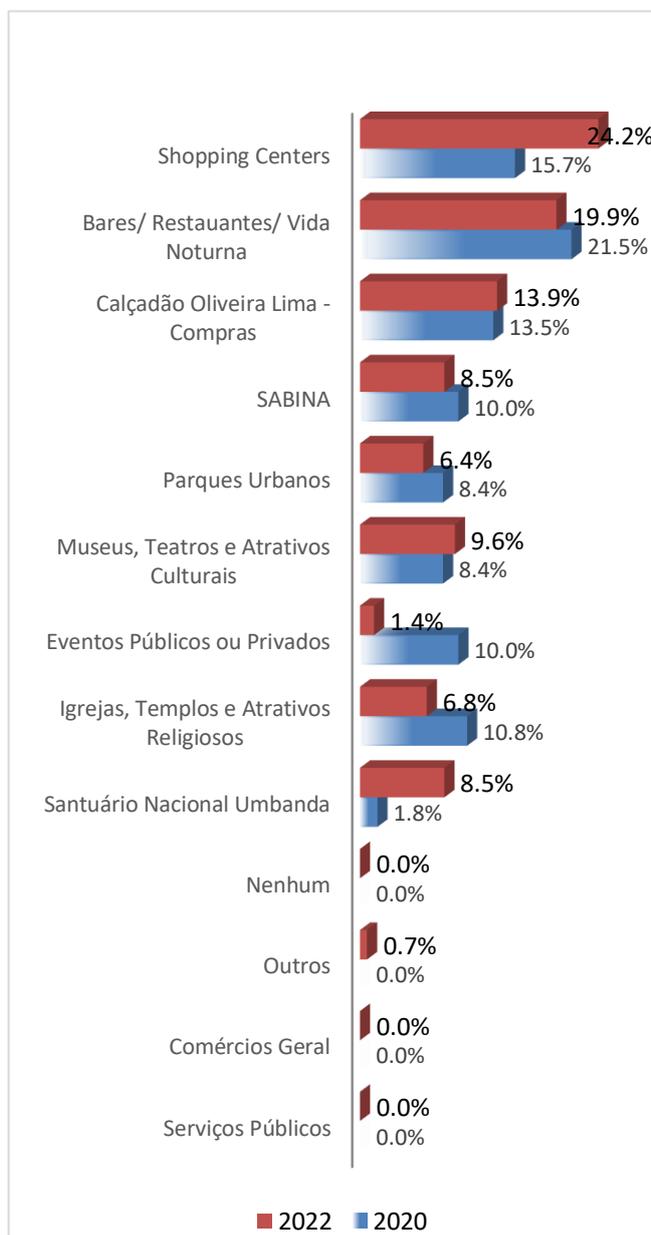


GRÁFICO 43

Paranapiacaba - Serviços Utilizados – 598 casos

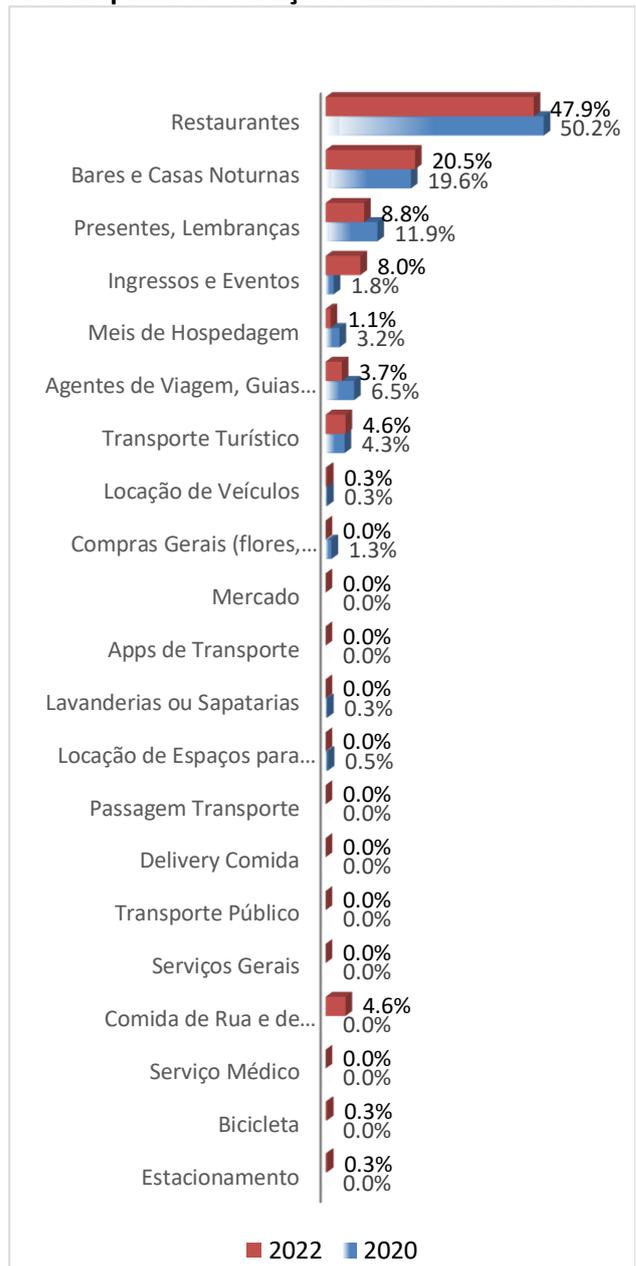


GRÁFICO 44

Paranapiacaba - Gasto Médio Durante a Visita

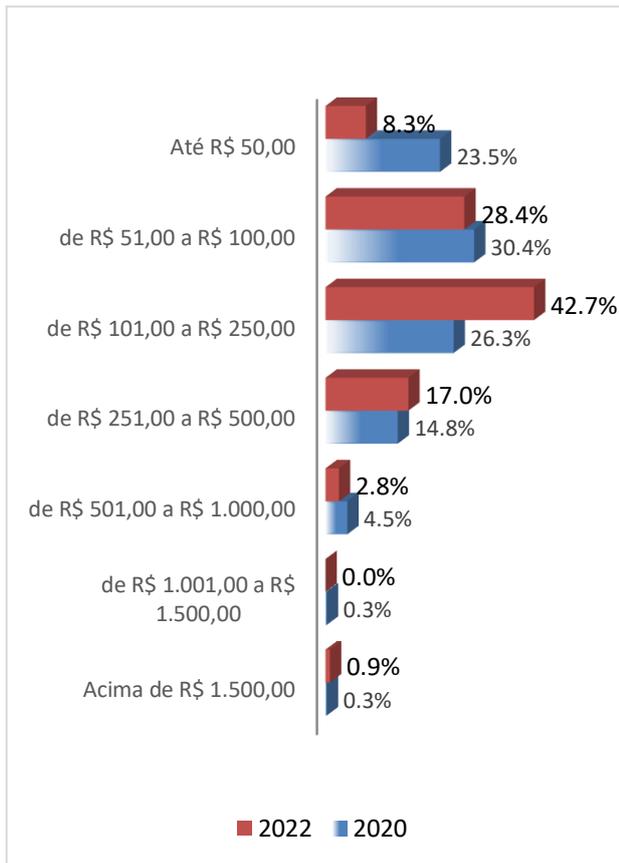
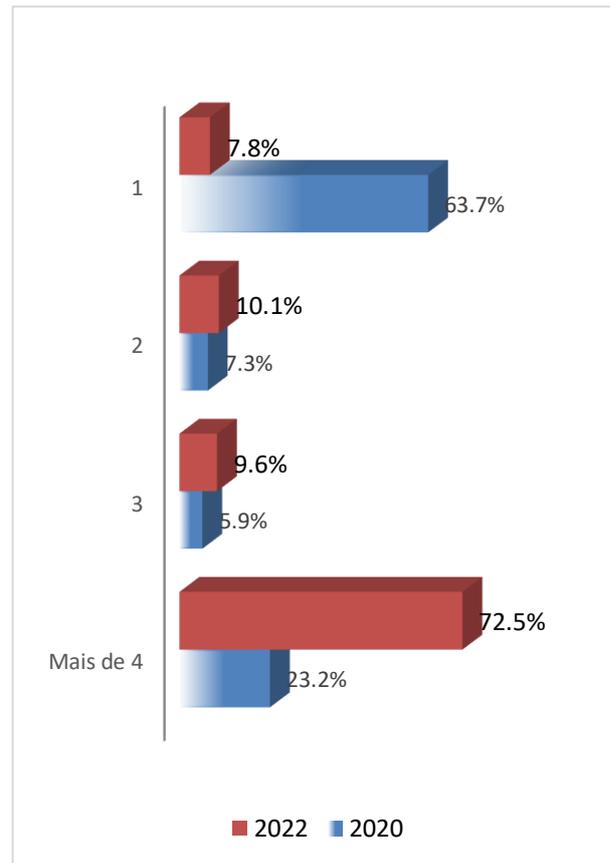


GRÁFICO 45

Paranapiacaba - Número Atrativos Visitados



7.11. Avaliação sobre as estruturas da cidade

Quanto à avaliação geral da infraestrutura e oferta de serviços que impactam a visita do turista à Vila de Paranapiacaba, para todos os itens perguntados ela é considerada como boa ou ótima.

Assim como no levantamento geral da cidade, a tabela abaixo apresenta os números comparados com a avaliação realizada em 2020, com as porcentagens considerando 100% das pessoas que opinaram. As colunas ao lado direito da tabela com a informação “NÃO SABE”, traz a porcentagem em relação a todos os respondentes. Optou-se por apresentar esta informação dos que não souberam responder tendo em vista o alto número de respostas deste tipo para algumas das perguntas realizadas, o que pode ser um dado importante para o desenvolvimento de estratégias de políticas públicas.

TABELA 6
Paranapiacaba - Avaliação da Infraestrutura Urbana ²

ITEM	ÓTIMO		BOM		REGULAR		RUIM		PÉSSIMO		NÃO SABE	
	2020	2022	2020	2022	2020	2022	2020	2022	2020	2022	2020	2022
Acesso Informações e Materiais de Consulta ao Turista – sites, mapas, etc.)	37%	37%	46%	51%	12%	10%	3%	1%	2%	1%	10%	28%
Atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes	60%	46%	37%	47%	3%	6%	0%	1%	0%	0%	4%	10%
Atrativos Visitados	42%	47%	47%	47%	9%	5%	1%	1%	1%	0%	5%	12%
Sanitários Públicos	n/h	21%	n/h	46%	n/h	21%	n/h	10%	n/h	1%	n/h	29%
Qualidade do comércio, serviços e artesanato	39%	39%	53%	51%	7%	8%	1%	2%	1%	0%	7%	0%
Conservação, limpeza e sinalização das ruas	26%	32%	46%	53%	18%	13%	6%	2%	4%	1%	1%	9%
Estacionamentos	21%	20%	47%	40%	18%	20%	7%	13%	7%	7%	32%	45%
Hospedagens	38%	35%	42%	53%	15%	0%	2%	6%	3%	6%	82%	92%
Qualidade Receptivos, guias e monitores	61%	54%	33%	42%	3%	2%	1%	0%	1%	1%	11%	61%
Restaurantes	43%	25%	48%	62%	7%	12%	1%	1%	1%	0%	21%	24%
Sinalização turística nos atrativos	36%	28%	43%	51%	14%	17%	4%	3%	3%	1%	4%	11%
Taxi e App de Transporte	16%	30%	25%	48%	16%	22%	9%	0%	35%	0%	84%	88%
Transporte Público (Ônibus, Trem e Rodoviária)	15%	24%	34%	55%	23%	14%	11%	3%	18%	4%	63%	55%

² Foram retirados e/ou consolidados os seguintes indicadores mencionados no estudo de 2020: (i) Artesanato, unificado no item “Qualidade do comércio, serviços e artesanato”, (ii) Acesso a Bancos e Caixas Eletrônicos, (iii) Limpeza da Cidade, unificado ao item “Conservação, limpeza e sinalização das ruas”, (iv) Segurança da Cidade, (v) Sinalização de Rua, (vi) Portal de Turismo Santo André, unificado no item “Acesso Informações e Materiais de Consulta ao Turista – sites, mapas, etc)”, (vii) Trânsito da Cidade, (viii) Rodoviária, unificado com o item “Transporte Público (Ônibus, Trem e Rodoviária)”. Foi adicionado o item “Sanitários Públicos”, pela pertinência.

CONCLUSÃO GERAL



8. CONCLUSÃO GERAL

Considerando que o ano de 2022 foi muito importante para a retomada das atividades econômicas do setor de forma mais consistente, a partir de um período de enorme instabilidade gerado pela pandemia do COVID-19, este estudo de demanda vem em uma hora oportuna para buscar melhor identificar eventual mudança no padrão de turismo da cidade. Para a viabilização do estudo específico para a Vila de Paranapiacaba foram coletadas praticamente 50% das entrevistas da amostra na própria Vila, e o restante distribuído nos demais locais estratégicos do município, havendo uma proporcionalidade entre os pontos de coleta. Pode-se observar que o estudo foi concluído com êxito e atende aos objetivos promotores de sua elaboração, com uma amostragem satisfatória para os padrões deste tipo de análise para o perfil turístico da cidade de Santo André. Também foi possível realizar uma análise comparada com o “Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020”, já que foram mantidos os indicadores, sendo realizados somente pequenos ajustes, a fim de permitir a realização de comparação de dados históricos.

Durante a aplicação da pesquisa do estudo de demanda turística observou-se um fluxo elevado de turistas nos atrativos, principalmente quando realizados nos grandes festivais na Vila de Paranapiacaba. Também se observou uma retomada na atividade hoteleira, principalmente com profissionais e empreendedores que vem à cidade à trabalho ou à negócios, mas também com um novo tipo de público que busca nestes hotéis um lazer nos finais de semana.

São alguns dos achados e interpretações desta pesquisa sobre o perfil da demanda turística de 2022:

- Foi observada uma constância no perfil dos indicadores coletados na pesquisa de 2022 em relação à pesquisa de 2020, demonstrando que o perfil do turista de 2020 já estava mais ou menos impactado pelas eventuais mudanças promovidas como resultado da pandemia do COVID-19.
- Manteve-se a alta taxa de retorno/frequência de visitação aos atrativos/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. Também foi evidenciado os meios de transporte utilizados para chegar à cidade, com preponderância do carro próprio e do transporte público, que denotam tanto uma alta capacidade de renda de certa parcela dos visitantes, assim como a possibilidade de realização de mobilidade a baixo custo por outra parcela. Diferente da pesquisa anterior, o Expresso Turístico ferroviário da CPTM estava ativo, e os dados já foram capturados pela pesquisa, demonstrando sua importância para a Vila de Paranapiacaba.
- A partir do descrito no item anterior, podemos concluir que a parte do público que busca lazer e descanso na Vila de Paranapiacaba é um perfil de visitante que reside próximo a sua moradia e que busca roteiros de curta estada com bom custo-benefício para viagens em família e com amigos. Já a outra parte do público que visita 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 propor 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, como já identificado no estudo anterior.
- Por tratar-se 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, como já identificado no estudo anterior.
- Outro indicador interessante que permanece na pesquisa de 2022 em relação à pesquisa de 2020 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 serviços para grupos, além de tratar-se de uma oportunidade para promover maior permanência no município para consumo na cidade em outros segmentos.

O resultado do estudo reforça os achados já realizados na pesquisa de 2020, indicando um perfil de visitante 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.

Desta forma, conclui-se que investir em 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 sejam melhor divulgados, promovam e ofereçam opções de passeios aos turistas que por aqui já circulam, pode ser de grande valia na extensão da permanência dos mesmos. Além disso, a infraestrutura de apoio ao turista e de acesso seria mais efetiva caso receba mais investimentos, a fim de proporcionar uma melhor experiência e fidelizar seu público pela facilidade e comodidade.

9. ANEXO ÚNICO

QUESTIONÁRIO APLICADO - PESQUISA DE DEMANDA: PERFIL DO TURISTA DE SANTO ANDRÉ - 2022

Pesquisador: _____ 1. Local de coleta da pesquisa: _____

Data: ____/____/____ Hora: _____ Questionário nº _____

2. Idade: _____

3. Sexo:

- Masculino
 Feminino
 Prefiro não responder
 Outro: _____

4. Qual o local de residência permanente?

Cidade: _____

Estado: _____

País: _____

05. Grau de instrução / Escolaridade

- Básico
 Fundamental
 Médio
 Superior Incompleto
 Superior Completo
 Pós-Graduação/acima

06. Ocupação

- Assalariado
 Funcionário Público
 Empreendedor
 Autônomo
 Estudante
 Aposentado/Pensionista
 Do Lar
 Desempregado
 Outro: _____

07. Renda Familiar per capita

- Até 1 salário por pessoa (R\$ 1.212)
 Até 5 salários por pessoa (R\$ 6.060)
 Até 10 salários por pessoa (R\$ 12.120)
 Até 15 salários por pessoa (R\$ 18.180)
 Até 20 salários por pessoa (R\$ 24.240)

Acima de 20 salários por pessoa

08. Você está viajando?

- Sozinho
 Em grupo (excursão)

- Amigos
 Família
 Casal
 Casal com filhos (menor 12 anos)
 Casal com filhos (entre 12 e 19 anos)
 Equipe de trabalho

09. Total de acompanhantes (se houver): _____

10. Caso tenha acompanhantes, qual a idade deles? Pode marcar mais de uma.

- de 0 a 9 anos
 de 10 a 18 anos
 de 19 a 29 anos
 de 30 a 45 anos
 de 46 a 55 anos
 de 56 a 64 anos
 65 anos ou mais

11. Já esteve em Santo André?

- Sim. Quantas vezes? _____
 Não

12. Quanto tempo pretende ficar em Santo André?

- Menos de um dia / Não pernitoou
 01 dia
 De 02 a 03 dias (De seg. a sexta)
 De 02 a 03 dias (Final de semana ou Feriado)
 De 04 a 07 dias
 De 08 a 15 dias
 Acima de 15 dias
 Até 12 meses

13. Em caso de pernoite, qual o meio de hospedagem utilizado?

- Não ficou hospedado
 Casa de amigos/familiares
 Casa alugada (Airbnb ou similar)
 Flat ou Apart Hotel
 Pousada
 Hotel
 Outro : _____

14. Qual o meio de transporte utilizado para chegar?

- Trem/Ônibus-Linha
- Ônibus-Linha
- Ônibus Turístico
- Carro Próprio
- Moto
- Trem Turístico
- Van/Fretado
- Bicicleta
- Transporte por aplicativo
- Avião
- Táxi
- Trem metropolitano

15. Como tomou conhecimento de Santo André?

- Sempre venho/Já conhecia
- Jornais, Revistas e Folhetos promocionais
- Amigos/Parentes
- Rádio, TV
- Anúncios em feiras e eventos
- Sites de busca
- Site oficial da cidade/Portal de turismo
- Instagram
- Facebook
- TripAdvisor
- Sites ou Blogs de Viagem
- Através da empresa
- Outros: _____

16. Qual o principal motivo da sua viagem?

- Natureza
- Cultura e Patrimônio Histórico
- Lazer/Descanso
- Serviços médicos e hospitalares
- Educação, Cursos e qualificações
- Visita a parentes ou amigos
- Negócios/Trabalho
- Compras
- Clima
- Esportes
- Evento. Qual? _____
- Gastronomia
- Outro: _____

17. Qual a expectativa sobre Santo André antes da viagem?

- Ótima
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima
- Nenhuma

18. Qual a sua opinião sobre Santo André após a visita?

- Ótima
- Boa
- Regular
- Ruim
- Péssima
- Nenhuma

19. Como você sentiu sua experiência em Santo André?

- Muito satisfeito
- Satisfeito
- Insatisfeito
- Muito insatisfeito
- Não soube responder

20. Quais atrativos turísticos você já visitou em Santo André? (pode assinalar mais de um item)

- Sabina Parque Escola ou Planetário
- Vila de Paranapiacaba
- SANU – Santuário Nacional de Umbanda
- Calçadão da R. Cel. Oliveira Lima
- Shopping Centers
- Bares/Restaurantes/Vida noturna
- Museus, teatros e atrativos culturais
- Igrejas, templos e atrativos religiosos
- Parques urbanos: _____
- Eventos Privados: _____
- Eventos Públicos: _____
- Outros: _____

21. Qual foi o seu gasto médio durante a permanência em Santo André?

- Até 50 reais
- de 51 a 100 reais
- de 101 a 250 reais
- de 251 a 500 reais
- de 501 a 1000 reais
- de 1001 a 1500 reais
- Acima de 1500 reais

22. Quais desses serviços você utilizou durante sua visita/estada? (pode assinalar mais de um item)

- Agentes de viagens, Guias ou Monitoria
- Locação de veículos
- Transporte Turístico
- Lavanderias ou sapatarias
- Locação de espaços para eventos
- Restaurantes
- Bares e casas noturnas
- Meios de Hospedagem
- Ingressos e eventos
- Presentes, souvenirs ou lembranças da cidade
- Outro:



23. Dê uma nota para a infraestrutura urbana e turística de Santo André:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Sem opinião
Acesso a Informações e materiais ao turista (sites, portal de turismo de SA, informes, mapas, etc.)						
Qualidade do Comércio, Serviços e Artesanato						
Atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes						
Atrativos visitados						
Sanitários Públicos						
Conservação, limpeza e sinalização das ruas						
Estacionamento						
Hospedagem						
Receptivo, guias, monitores						
Restaurantes						
Sinalização turística nos atrativos						
Táxi / Transporte por aplicativo						
Transporte público (ônibus, trem e rodoviária)						

24. Você gostaria de fazer alguma sugestão, crítica ou elogio para melhorarmos sua experiência em Santo André?

Por exemplo: onde comprar, passeios guiados, bons restaurantes, transporte caro, etc. (pergunta aberta)



Strong
Business School

STRONG BUSINESS SCHOOL
CNPJ 03.986.941/0001-34

CERTIFICADO DE ACEITE E ENCERRAMENTO DO TERMO DE COOPERAÇÃO RELATIVO AO EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO DA SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E GERAÇÃO DE EMPREGO, Nº 08/2022, PARA APOIO METODOLÓGICO PARA REALIZAÇÃO DE ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA DE 2022 DO MUNICÍPIO DE SANTO ANDRÉ, CELEBRADO ENTRE A STRONG BUSINESS SCHOOL E A PREFEITURA DE SANTO ANDRÉ.

Certificamos que no mês de fevereiro de 2023, foram concluídos os trabalhos referentes ao Termo de Cooperação firmado em 24 de junho de 2022, através do processo nº 13997/2022 da Prefeitura de Santo André, do Edital de Chamamento nº 08/2022 da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego da Prefeitura de Santo André, referente ao Estudo de Demanda Turística de 2022 do Município de Santo André, tendo sido realizado dentro das melhores práticas, em que aprovamos e certificamos o processo de realização e o satisfatório relatório final, concluído e aprovado por ambas as partes em 17 de fevereiro de 2023.

Considerando o cumprimento do objeto do Termo de Cooperação em epígrafe, por ambas as partes, certificamos o aceite do objeto e o encerramento deste Termo.

Santo André, 17 de fevereiro de 2023



Eduardo Henrique Becker Degliespost
Diretor Acadêmico

Av. Conselheiro Nébias, 159 – Santos/SP
Av. Industrial, 1.455 – Santo André/ SP
www.esags.edu.br / www.strong.com.br



PREFEITURA DE
SANTO ANDRÉ

**SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO E
GERAÇÃO DE EMPREGO DE SANTO ANDRÉ**

Praça IV Centenário, 01, Paço Municipal, Centro, Santo André, SP, CEP: 09015-080.

www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre

turismo@santoandre.sp.gov.br