



2ª REVISÃO – 2025

PLANO DIRETOR DE TURISMO SANTO ANDRÉ



SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E GERAÇÃO DE EMPREGO DE SANTO ANDRÉ

Av. José Caballero, nº 143, 5º andar, Centro, Santo André – SP. CEP: 09040-210.

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

Gilvan Ferreira de Souza Júnior

Prefeito de Santo André

Evandro Banzato

Secretário de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego

Fernando Santos Soares da Cunha

Secretário Adjunto de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego

Fernanda Parra Garcia

Diretora de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Rubens Gallino Junior

Gerente de Turismo

Tarsila de Almeida Fernandes

Assessor Especializado de Secretaria

Tamara de Novais Rocha Santana

Encarregada de Informações Turísticas

Renan Muniz de Sales

Assessor Especializado de Secretaria / Agente de Comunicação

Maria Eduarda da Silva Mota

Assessora Institucional de Diretoria

Júlia Prates de Souza | Nathália Lima Azevedo

Estagiárias

GOVERNANÇA DO TURISMO EM SANTO ANDRÉ:

Conselho Municipal de Turismo – COMTUR Gestão 2024–2025

SOCIEDADE CIVIL: Alexandre Antonio Galves Gori | Cesar Ricardo dos Santos Ferreira | Cristiane Ferrari | Eduardo Gobatti | Fabio Santos Santana | Marcos Alexandre Rocco de Paula | Melina Izar Marson | Mônica Reis de Oliveira | Paulo Henrique da Rocha Tinoco | Tania Cristina Morgado Gori | Valdinete Maria Matos | Valter Mendes

GOVERNO: Debora Amanda Lojor Ferreira | Fabiana Cardoso dos Santos | Fernanda Parra Garcia | Guilherme Ribeiro de Souza Pinto | Mayra Gusman de Souza Brito | Paulo Honorio Bastos Gomes | Rodrigo Bertassi | Rubens Gallino Junior | Tábata Riatto da Silva | Tarsila de Almeida Fernandes | Tatiana Aparecida Machado | Waldir Zampronha Filho

Subprefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense

Fábio Picarelli

Secretaria de Meio Ambiente e Mudanças Climáticas

Edinilson Ferreira dos Santos

Secretaria de Cultura

Eliane Mendaña Diniz

Secretaria de Educação

Pedro Botaro

Secretaria de Esporte e Prática Esportiva

Jobert Alexandrino



Sumário

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 5 |
| SEÇÃO A – DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 7 |
| 1. CONTEXTO GERAL ATUAL | 8 |
| 2. AMBIENTE EXTERNO: MUNDO, BRASIL, SÃO PAULO, RMSP e GRANDE ABC..... | 9 |
| 2.1. MUNDO..... | 9 |
| 2.2. BRASIL..... | 10 |
| 2.1.1. Emprego no Turismo Nacional..... | 15 |
| 2.1.2. Impacto e Cenário Pós Pandemia no Turismo Brasileiro | 16 |
| 2.3. ESTADO DE SÃO PAULO | 18 |
| 2.4. REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO - RMSP | 18 |
| 2.5. GRANDE ABC..... | 22 |
| 2.5.1. Consórcio Intermunicipal Grande ABC | 23 |
| 2.5.2. Região Turística: ABCTur – Roteiro da Natureza e da Indústria | 25 |
| 3. CIDADE DE SANTO ANDRÉ | 29 |
| 3.1. BREVE HISTÓRICO DE SANTO ANDRÉ | 29 |
| 3.2. CARACTERIZAÇÃO DA VILA FERROVIÁRIA DE PARANAPIACABA | 32 |
| 4. O TURISMO EM SANTO ANDRÉ..... | 35 |
| 4.1. CADEIA DO TURISMO EM SANTO ANDRÉ | 39 |
| 4.2. INFRAESTRUTURA E ACESSOS | 41 |
| 4.3. OFERTA TURÍSTICA DE SANTO ANDRÉ..... | 43 |
| 4.4.1. Oferta Turística na Vila de Paranapiacaba..... | 44 |
| 4.4. RESULTADOS DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE 2022..... | 49 |
| SEÇÃO B – METAS E INDICADORES DE PLANEJAMENTO..... | 51 |
| 5. BALANÇO METAS E INDICADORES DO PLANO 2021-2024..... | 52 |
| 6. DIRETRIZES DO PLANEJAMENTO | 56 |



| | |
|--|-----------|
| 7. OBJETIVOS DA 2ª REVISÃO DO PDT | 57 |
| 8. FOCOS DE ATUAÇÃO | 58 |
| 9. OBJETIVOS PARA O TURISMO | 61 |
| 10. METAS DO TURISMO PARA 2027 | 62 |
| 10.1. MÉTODO DE PRIORIZAÇÃO DAS METAS – MATRIZ G.U.T. | 64 |
| 11. ESTRATÉGIAS DE AÇÃO..... | 65 |
| 12. RECURSOS E FONTES DE FINANCIAMENTO | 68 |
| 13. CONSIDERAÇÕES FINAIS | 69 |

ANEXO I – INVENTÁRIO TURÍSTICO DE SANTO ANDRÉ 2024

ANEXO II – ESTUDO DE DEMANDATURÍSTICA DE SANTO ANDRÉ 2022

ANEXO III – RESULTADO CONSULTA PÚBLICA 2ª REVISÃO DO PLANO DIRETOR DE TURISMO



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 na concepção de políticas públicas, elaborou o presente plano intitulado 2ª Revisão do Plano Diretor de Turismo 2025, conforme previsto na legislação que regulamenta esta matéria em nível municipal.

Esta 2ª Revisão do Plano Diretor de Turismo de Santo André foi um esforço coordenado e executado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego de Santo André, Conselho Municipal de Turismo de Santo André e demais atores da sociedade civil.

Durante o processo de elaboração desta revisão, que ocorreu no segundo semestre de 2024, 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 participam do Conselho Municipal e operacionalizam estruturas e políticas públicas ligadas ao turismo na cidade e que tiveram participação central no desenvolvimento do plano são: (I) Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego, (II) Secretaria de Meio Ambiente e Mudanças Climáticas, (III) Secretaria de Cultura, (IV) Secretaria de Educação e (V) Secretaria de Esporte e Prática Esportiva, (VI) Subprefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense. A organização e redação final deste Plano foi realizada pela equipe técnica do Departamento de Desenvolvimento Econômico e Turismo da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego da Prefeitura.

O processo de revisão seguiu rigorosamente o cronograma de ações aprovado 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 aos planos anteriores (Plano Diretor de Turismo de 2018-2021 e 1ª Revisão do Plano Diretor de Turismo 2021–2024) e observância à estudos, fóruns e análises realizadas anteriormente em nível municipal. Foram realizados alguns ajustes em relação à estrutura do documento em relação aos Planos anteriores, visando a melhor coesão e garantia da compreensão da política pública.

Conforme já estabelecido nos planos anteriores, o Turismo 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 (2022) e inventariação da oferta turística.

Novamente foi trazida por esta 2ª Revisão do Plano 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.

Em resumo, esta revisão tem como objetivo principal ilustrar o cenário atual do turismo em Santo André, verificar o cumprimento das metas e objetivos estabelecidos nos planos anteriores, e apontar caminhos para o 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 II do Plano Diretor de Turismo 2025-2027

| Ação | Prazo |
|--|-----------------|
| Apresentação e validação do Cronograma no COMTUR; | 21 de agosto |
| Atualização do Inventário Turístico de Santo André – Infraestrutura Municipal; | 20 de setembro |
| Atualização do Inventário Turístico de Santo André – Infraestrutura Privada; | 20 de setembro |
| Conclusão do texto base do PDT e envio ao COMTUR; | 30 de setembro |
| Apresentação e validação do texto base do PDT ao COMTUR; | 16 de outubro |
| Consulta pública através do COLAB; | 21/out a 31/out |
| Audiência Pública para apresentação do texto base do PDT à sociedade, debate e recebimento de sugestões; | 30 de outubro |
| Submeter texto base e possíveis acréscimos ao PDT para a aprovação do COMTUR; | 06 de novembro |
| Encaminhamento do PDT revisado e aprovado no COMTUR para a Câmara Municipal de Santo André. | 20 de novembro |

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

Nota 1: Lei Municipal nº 10.428 de 2021 - Vencimento do PDT: 15 de outubro de 2024

Nota 2: primeiro passo para a revisão do PDT, a pesquisa de demanda turística, foi devidamente realizada no ano de 2022, em parceria com a instituição de ensino e pesquisa Strong Business School, conforme Lei Estadual nº 1.261 de 2015, que regulamenta os Municípios de Interesse Turístico – MIT.



SEÇÃO A

DIAGNÓSTICO E ANÁLISE SITUACIONAL

“O turismo traz progresso. Como um dos principais setores da economia global, tem imenso poder de contruir pontes entre culturas, gerar novas oportunidades e realizar o desenvolvimento sustentável.”

Sr. António Guterres
Secretário-geral da ONU



1. CONTEXTO GERAL ATUAL

O presente Plano Diretor de Turismo apresenta sua análise de cenário econômico e social altamente impactada pela intensa retomada do setor no contexto de recuperação econômica referente aos períodos de 2020-21, marcados pela pandemia da Covid-19 que impôs restrições como o fechamento de aeroportos, fronteiras e o isolamento social em todo o mundo.

Os anos de 2022 e 2023 marcaram a retomada do setor turístico, sendo que somente no primeiro trimestre de 2023, o turismo internacional alcançou a marca de 84% do pré-pandemia e em 2023, o turismo mundial já havia recuperado 88% dos níveis pré-pandêmicos, segundo a ONU Turismo. Diante do contexto otimista, a agência das Nações Unidas para promover o turismo, aponta a necessidade de repensar o setor, de modo a promover a harmonização com a indústria doméstica, educação sobre o setor e investimentos em ecoturismo.

Em sua quinta edição, a revista Tendências do Turismo, disponibilizada pelo Ministério do Turismo, aponta as principais demandas para o setor em 2024, em que se destacaram aquelas relacionadas ao ecoturismo e a tecnologia. O aumento da consciência ambiental proveniente tanto do período pós pandêmico, como também de intensificação das crises climáticas, faz com que o setor venha buscando se reinventar. A revista destaca que o setor vem promovendo cada vez mais experiências próximas à natureza, assim como experiências em locais com uma infraestrutura sustentável que também privilegie a eficiência energética e a conexão com o meio ambiente, o que explica o aumento da procura por viagens de trem, por exemplo. A tecnologia é outro fator chave que vem sendo observado, com o uso crescente de ferramentas relacionadas a tecnologia, hotéis e operadores do turismo têm explorado as possibilidades oferecidas por esse universo como forma de personalizar a experiência do cliente, oferecendo comodidade e segurança.

Segundo a EMBRATUR, com relação a vinda de estrangeiros, o Brasil recebeu 4,4 milhões de turistas estrangeiros entre janeiro e agosto de 2024, crescimento de 9,6% em relação ao mesmo período de 2023. Foram injetados 4,8 bilhões de dólares de divisas entre janeiro a agosto de 2024, crescimento de 10% em comparação com 2023. O número de 8 milhões de turistas internacionais é a meta da Embratur para 2027.

Portanto, o presente Plano além de considerar a geração de empregos promovida pelo setor como elemento estratégico, o aquecimento do mercado doméstico por meio do turismo tem o potencial de promover o desenvolvimento das comunidades a nível local não se restringindo tão somente aos pilares econômicos, mas se aliando ao cultural e social, para que o turismo se configure, de fato, como atividade democrática e inclusiva.



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

O período de 2017 à 2019, que antecede a crise da Covid-19, foi marcado por uma desaceleração econômica global devido a conjectura geopolítica observada internacionalmente: agitação social, incerteza prolongada sobre o Brexit¹ e menor confiança empresarial foram os principais obstáculos do período analisado. Todos esses fatores somados impactaram significativamente o turismo internacional. Contudo, apesar de ressalvas relacionadas principalmente à segurança, o número de turistas aumentou em 4% no ano de 2019. Foram 1,1 bilhão de turistas viajando pelo mundo, cerca de 43 milhões a mais do que 2018².

No ano de 2020, com o surgimento da pandemia do vírus da Covid-19, o cenário global tornou-se ainda mais imprevisível, com a forte retração das economias em desenvolvimento devido o fechamento de fronteiras e restrições relacionadas a circulação do vírus. No turismo global, os números foram impactantes, com a redução de 900 milhões de turistas entre janeiro e outubro, o que levou a uma redução de US\$ 935 bilhões em receitas de exportação e uma perda 10 vezes maior quando comparada à última crise econômica global de 2008. Segundo a OMT, as chegadas internacionais despencaram de 70 à 75% durante o ano de 2021, retornando aos índices de turismo vistos há 30 anos, com menos de 1 bilhão de novas chegadas, resultando no déficit de US\$ 1,1 trilhão em receitas internacionais.

A partir de 2022 com a retomada das atividades econômicas e reabertura de fronteiras, houve uma recuperação gradual do setor turístico, com cerca de US\$ 1 trilhão de receitas internacionais arrecadadas, o que representa um crescimento de 50% em relação ao ano anterior. A Europa foi o continente com melhor desempenho, com uma arrecadação de 550 bilhões de euros, e a África com 75% e o Oriente Médio de 70% de recuperação em relação ao período pré pandêmico, foram os continentes que melhor performaram em 2022.

No primeiro trimestre de 2023, houve uma recuperação quase total em comparação aos níveis pré pandemia, em que o continente europeu e africano tiveram uma recuperação de 90 e 88% respectivamente. Já o Oriente Médio superou em 15% o total de receitas arrecadadas em 2019. Segundo o Índice de Viagens e Turismo, relatório bianal divulgado pelo Fórum Econômico Mundial, entre as economias que mais aumentaram sua performance no pós pandemia estão a estadunidense, seguida pela espanhola e japonesa. Os países em desenvolvimento também aparecem listados, em que a China teve um crescimento que a reposicionou entre as 10 primeiras economias mundiais.

Apesar do crescimento relatado, fatores interligados a economia e ao contexto geopolítico mundial vêm interferindo profundamente na atual dinâmica de retomada e tendência de crescimento do turismo internacional. Os desafios do contexto atual estão relacionados ao controle da inflação das principais moedas mundiais, a produtividade e investimentos no setor turístico, e do preço do petróleo. Indo um pouco mais além, o turismo do pós-pandemia não se assemelha ao turismo tradicional, visto que neste novo cenário cada vez mais questões ligadas à sustentabilidade, emissão de poluentes e viagens que possibilitem um maior contato com a natureza estarão no foco dos turistas, o que representa uma mudança significativa no setor, que agora também possuem à disposição novas tecnologias como as de

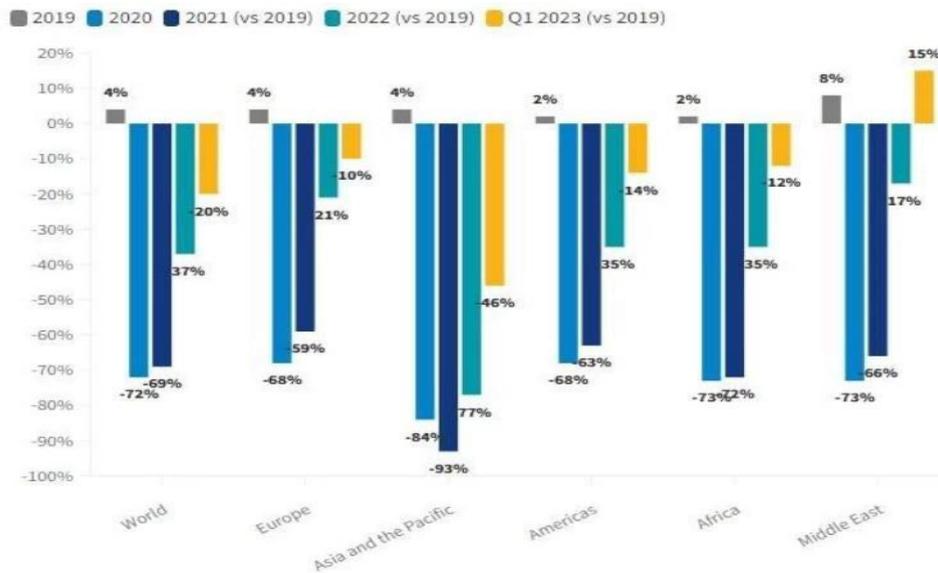
¹ Abreviação das palavras em inglês: Britain (Grã-Bretanha) e exit (saída), que designa a saída do Reino Unido da União Europeia

² Fonte: <https://observador.pt/2020/01/20/turismo-mundial-sobe-4-em-2019-e-regista-10-anos-consecutivos-de-crescimento/> Organização Mundial do Turismo (OMT).



inteligência artificial, que possibilitam o aprimoramento da experiência dos turistas.

GRÁFICO I
Chegadas Internacionais



Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT). Publicação de 17/01/2023.
https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2023/05/turismo-caminha-para-recuperacao-total-apontam-dados-da-omt_196583.html.

2.2. BRASIL

Segundo consta no Plano Nacional de Turismo 2024-2027, o mercado de turismo doméstico do Brasil é seu maior ativo, sendo que cerca de 96% da atividade turística brasileira vem do mercado doméstico, o que foi o grande fator de recuperação do setor de turismo após a pandemia da Covid-19.

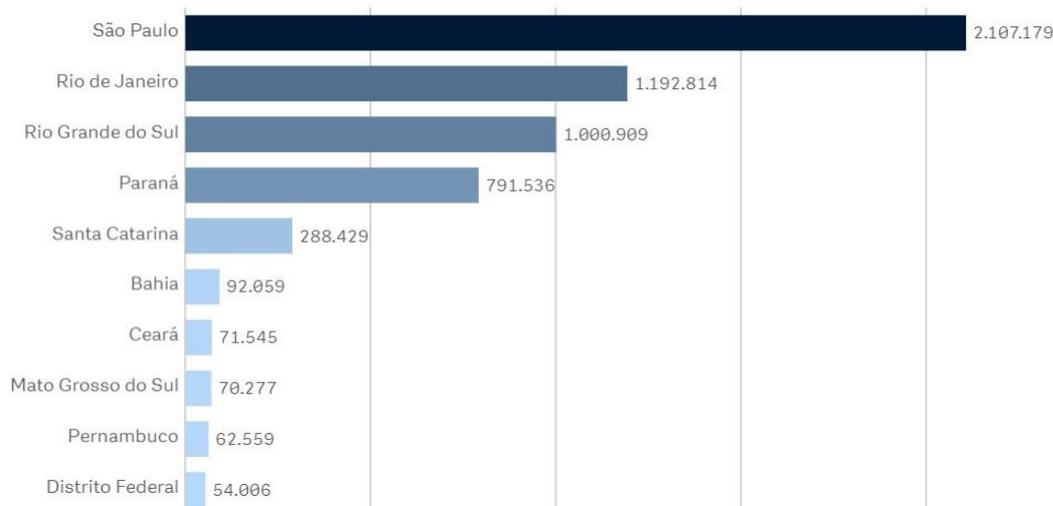
De acordo com os dados disponibilizados pelo Painel do Turismo, o Brasil recebeu no ano de 2023 cerca de 5.908.341 turistas, representando um aumento de 175,28% quando comparado ao ano de 2020, ano em que o país passou pelas severas restrições relacionadas a Covid-19. A Argentina é o país que mais emite turistas para o Brasil, sendo que em 2023 foram cerca de 1.882.240. Em segundo lugar vem os Estados Unidos, com cerca de 668.478. O principal portão de entrada desses turistas é o Estado de São Paulo.

GRÁFICO II

Ranking dos 10 principais portões de entrada de turistas internacionais no Brasil - Ano 2023

Ranking dos 10 principais portões de entrada de turistas internacionais no Brasil

Recorte: Ano: 2023



Fonte: Painel do Turismo, Observatório Nacional de Turismo do Ministério de Turismo.
<https://painéis.turismo.gov.br/extensions/observatorio/turistas.html> |

O continente latino americano possui um papel expressivo no turismo nacional, os últimos indicadores apontam 3.492.244 turistas vindos da Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai. Este ranking passou por algumas mudanças nos últimos anos, em que podemos citar o Uruguai, que ocupava o oitavo lugar em 2014, e ganhou algumas posições no ranking passando para a quinta colocação.

TABELA II

Ranking dos 10 principais países emissores para o Brasil

| Ranking | País de origem | Nº turistas desembarcados |
|---------|----------------|---------------------------|
| 1 | Argentina | 1.882.240 |
| 2 | Estados Unidos | 668.478 |
| 3 | Chile | 458.576 |
| 4 | Paraguai | 424.460 |
| 5 | Uruguai | 334.703 |
| 6 | França | 187.559 |
| 7 | Portugal | 182.463 |
| 8 | Alemanha | 158.582 |
| 9 | Inglaterra | 130.239 |
| 10 | Itália | 129.447 |

Fonte: EMBRATUR. Ano de referência 2023, acesso em 18/07/2024.

<https://embratur.com.br/para-o-trader/inteligencia-de-dados/paineis-de-dados/chegadas-internacionais/>



As perspectivas do turismo internacional para 2024 são otimistas, conforme já relatado no capítulo anterior, e isto tende a refletir no Brasil. O Barômetro Mundial do Turismo aponta que o turismo internacional arrecadou cerca de 93% das receitas totais de 2019, o mesmo ocorreu com as receitas de exportação com índices próximos aos 95%. A expectativa é de um crescimento de 2% com relação ao período pré pandemia. No último ano, houve um aumento de 15% de passageiros nos aeroportos brasileiros. Em voos domésticos, o número de passageiros passou de 82,8 para 91,4 milhões, já em vôos internacionais o crescimento foi de 15,4 para 21,2 milhões.

O Instituto de Pesquisa em Reputação e Imagem – IPRI realizou uma pesquisa em dezembro de 2023, publicada pela Revista Tendências do Turismo, com o objetivo de descobrir os principais destinos de férias dos turistas brasileiros. Da amostra entrevistada, cerca de 37% dos brasileiros afirmaram positivamente que iriam viajar em março, sendo que dos que pretendiam viajar, cerca de 97% tinham como intenção destinos dentro do território brasileiro, e os resultados foram: São Paulo (19%), Rio de Janeiro (12%) e Bahia (12%). Os destinos mais procurados pelos turistas são aqueles que possibilitam o contato com a natureza, sendo que a pesquisa demonstrou que cerca de 59% dos turistas buscam sol e praia, seguido pelo ecoturismo que representa 27% dos destinos. Dos 58% dos brasileiros que não vão viajar nas férias, cerca de 37% apontam a falta de condições financeiras como principal obstáculo. Além de preços promocionais que podem ser oferecidos pelas companhias aéreas e operadoras do turismo, o governo brasileiro deve criar programas de fomento ao turismo nacional, o mais recente chamado “Voa Brasil” deve beneficiar os aposentados do Instituto Nacional do Seguro Social – INSS, que não viajaram nos últimos 12 meses, com passagens aéreas a R\$ 200,00. Estima-se que em 4 anos, o setor turístico brasileiro cresça em 35%, sendo que para que essa expectativa se concretize, os institutos especializados apontam a necessidade de se ampliar a malha aérea, diversificar as rotas, aprimorar o atendimento e o serviço oferecido pelos serviços de hospedagem, entre outros.

GRÁFICO III

Estados mais visitados no verão pelos brasileiros



Fonte: Pesquisa Tendências de Turismo, Instituto de Pesquisa em Reputação e Imagem – IPRI, Dezembro de 2023.

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/pesquisa-mtur-sp-rj-e-bahia-sao-o-top-3-dos-entrevistados-que-querem-realizar-viagens-em-2024/>



Já o fenômeno da queda da demanda de brasileiros por viagens internacionais foi observado antes mesmo da pandemia. O montante de gastos dos brasileiros com viagens ao exterior caiu 16,5% em 2016 em relação ao ano anterior, conforme dados apresentados pelo Banco Central. Naquele ano, os gastos caíram para US\$ 14,4 bilhões, que foi o menor valor desde 2009, quando os turistas brasileiros deixaram US\$ 10,9 bilhões no mercado internacional. O recuo já naquele período pode ser explicado pela recessão do país, pela diminuição do poder de compra das famílias e pela desvalorização do real frente às moedas estrangeiras, tornando as viagens internacionais pouco atrativas para o bolso dos brasileiros.

Este cenário que lentamente tem apresentado mudanças no pós-pandemia pode ser aproveitado pelo mercado interno, caso se crie condições para a retenção dos gastos de brasileiros no exterior em viagens domésticas. Apenas para se ter uma noção do tamanho do mercado nacional, apresentamos abaixo os dados comparativos de desembarque de passageiros em voos domésticos regulares e não regulares de 2021 e 2022, com variação percentual, baseado em dados coletados pela Agência Nacional de Aviação Civil - ANAC.

Tabela III
Comparativo Desembarque Passageiros Brasil 2021-2022

| Tipo | 2021 | 2022 | Variação % |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Regulares | 29.383.994 | 44.874.373 | 52,71 |
| Não Regulares | 953.700 | 1.105.589 | 15,92 |
| Total | 30.337.654 | 45.979.962 | 51,56 |

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

Nota1: Os dados incluem desembarques de passageiros residentes e não-residentes no Brasil.

Desembarques Domésticos — Ministério do Turismo (www.gov.br) acesso em 18/07/2024 12:03h

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/estatisticas-e-indicadores/desembarques-domesticos-1>

O mercado aéreo brasileiro seguiu apresentando recuperação de suas operações no ano de 2023, após a expressiva redução ocorrida em 2020 devido à pandemia da COVID 19. Somando-se os mercados doméstico e internacional, foram realizados mais de 911 mil voos regulares e não regulares, representando aumento de 10,5% com relação a 2022 e 97% do nível de 2019. Foram transportados aproximadamente 112,7 milhões de passageiros domésticos e internacionais, representando um aumento de 15,4% sobre o valor de 2022 e 95% do observado em 2019. No mercado doméstico, foram realizados cerca de 789 mil voos em 2023 (aumento de 8% em relação a 2022) e transportados 91 milhões de passageiros (aumento de 11,2% em relação a 2022) conforme o Anuário do Transporte Aéreo 2023 da ANAC. Este universo de viagens domésticas tem se mostrado um elemento importante no âmbito da retomada do turismo brasileiro.

Já no âmbito da caracterização das viagens dos turistas brasileiros, traremos dados da pesquisa “Tendências do Turismo”, realizada pelo Ministério do Turismo em parceria com o Instituto de Pesquisa em Reputação e Imagem – IPRI, que reúne informações conjunturais sobre as tendências para as férias de verão e viagens realizadas até março de 2024. A pesquisa foi realizada em 27 unidades do território brasileiro e considerou fatores ligados a gênero, idade, renda, raça, destinos, principais fontes de informação para viagens, duração das férias, acompanhantes, meios de transporte, hospedagem, entre outros.

O levantamento demonstrou que independentemente do meio de transporte utilizado, o brasileiro tem cada vez mais optado por conhecer as riquezas naturais e culturais do próprio país, 92% das viagens realizadas foram domésticas e somente 7% para o exterior.



Abaixo apresentamos alguns números importantes relacionados à caracterização das viagens destes turistas:

- O Nordeste é a região mais procurada para as férias de verão - 47% dos entrevistados.
- Buscam sol e praia - 59% dos entrevistados.
- Buscam pelo ecoturismo - 27% dos entrevistados.
- O Estado de São Paulo é o mais procurado – 15% dos entrevistados.
- O carro próprio é o meio de transporte mais utilizado para viagens - 45% dos entrevistados.
- O ônibus é o segundo meio de transporte mais utilizado para viagens – 29% dos entrevistados.
- As redes sociais são as principais fontes de conhecimento para novos destinos – 47% dos entrevistados.
- Hospedam-se em casa de parentes ou familiares - 47% dos entrevistados.
- Hospedam-se em hotéis ou similares - 29% dos entrevistados.
- Viajam em família - 60% dos entrevistados.
- Os países latino-americanos são os principais destinos para viagens internacionais – 7% dos entrevistados.
- A média de duração das viagens é de 10 dias – 66% dos entrevistados.
- O ticket médio dos brasileiros para viagens é R\$ 1.877,00.

Os dados levantados por esta pesquisa, ainda que otimistas, revelam a necessidade de investimentos nos principais setores do turismo, como os de hospedagem e transporte, por exemplo. O fato de muitos brasileiros ainda optarem pelo modal rodoviário para viajar revela que as passagens aéreas são inacessíveis para uma significativa parcela da população, assim como as hospedagens em hotéis e similares. O ecoturismo é um segmento que cada vez mais tem ganhado espaço, além das belas paisagens e clima tropical típico das praias localizadas ao nordeste do país, o ecoturismo busca equilibrar a beleza das paisagens com uma proposta de baixo impacto ambiental voltado para a conservação e interação com a natureza e a comunidade. Além disso, o destaque recebido pelo Estado de São Paulo pode ser explicado pela sua capacidade em acomodar diferentes atrações, culturas, exposições, festivais e principalmente diferentes paisagens, desde arranha céus presentes na Avenida Paulista até a Serra do Mar, presente no seu litoral. Além disso, o forte apelo presente nas redes sociais revela a necessidade de novas estratégias para a promoção de destinos, que devem ser adotadas tanto a nível federal quando estadual e municipal.

TABELA IV
Perfil de renda por motivação da viagem

| Tipo de Viagem | 1 Salário mínimo | 1 a 2 Salários mínimos | +2 Salários mínimos |
|--|-------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| Visita a parentes ou amigos | 32,7% | 34,8% | 30,6% |
| Lazer | 20,3% | 36,5% | 53,2% |
| Tratamento de saúde e bem-estar | 31,1% | 19,1% | 6,7% |
| Outro (compras pessoais; evento familiar ou de amigos; religião ou peregrinação; cursos, estudo ou congresso; e cruzeiro) | 15,8% | 9,6% | 6,7% |

Fonte: IBGE, Ministério do Turismo – Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro 2021

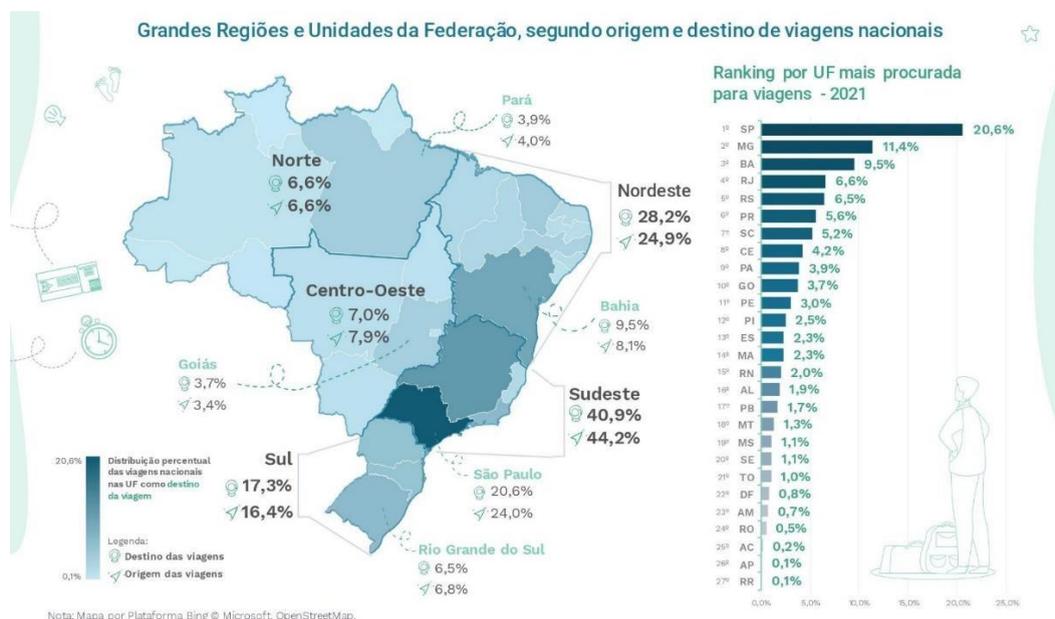
https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/demanda-turistica/demanda-turistica-domestica/BoletimdoTurismoDomsticoBrasileiro2021_DIVULGAO.pdf



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 Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE e Ministério do Turismo apresenta estes números, demonstrando o destaque do sudeste e nordeste neste no fluxo.

GRÁFICO IV

Mapa das Regiões Brasileiras por Origem e Destino de Turistas



Fonte: IBGE, Ministério do Turismo – Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro 2021

https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/demanda-turistica/demanda-turistica-domestica/BoletimdoTurismoDomsticoBrasileiro2021__DIVULGAO.pdf

2.1.1. Emprego no Turismo Nacional

Após o forte impacto nos empregos do setor do turismo em 2020 e 2021 em consequência da pandemia da Covid-19, notamos que a partir de 2021 houve crescimento sistemático, ano após ano, conforme os dados relativos às principais atividades características do turismo apresentados pelo Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CAGED, o que demonstra uma tendência de crescimento do setor, levando em consideração o crescimento econômico dos últimos anos, embora baixo, mas persistente.

TABELA V

Ocupação Atividades Características Turísticas 2020-2023

| Atividades Números de ocupações formais | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Características Turísticas | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Alojamento | 285.181 | 319.458 | 344.916 | 361.793 |
| Alimentação | 1.411.669 | 1.539.699 | 1.689.614 | 1.792.082 |
| Transporte rodoviário de passageiros | 578.306 | 563.533 | 583.990 | 608.993 |
| Transporte aquaviário de passageiros | 6.857 | 7.235 | 7.462 | 7.753 |
| Transporte aéreo de passageiros | 46.445 | 48.266 | 50.744 | 53.161 |
| Trens turísticos, teleféricos e similares | 53 | 101 | 129 | 132 |
| Locação de meios de transporte sem condutor | 71.950 | 78.941 | 90.005 | 100.310 |
| Agência de viagem, operadores turísticos e serviços de reservas | 49.832 | 52.153 | 61.249 | 66.607 |
| Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos | 43.364 | 48.223 | 58.937 | 81.550 |
| Artes, Cultura, Esporte e Recreação | 233.442 | 249.892 | 276.759 | 302.427 |
| TOTAL | 2.727.099 | 2.907.501 | 3.163.805 | 3.374.808 |

Fonte: Novo Caged, acesso em 04/09/2024

2.1.2. Impacto e Cenário Pós-pandemia no Turismo Brasileiro

Em números gerais da economia brasileira durante a pandemia, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, o Produto Interno Bruto - PIB teve uma retração de -4,1% no 4º trimestre de 2020, queda de 5,7% comparada ao mesmo trimestre do ano anterior, que era de 1,6%. Nesse cenário, as perdas econômicas, em comparação ao PIB do setor em 2019, totalizaram R\$116,7 bilhões no biênio 2020-2021, o que representa perda de 21,5% na produção total do período.

Segundo o IBGE, a taxa geral de desemprego ou desocupação no 4º Trimestre de 2020 chegou a 13,9 milhões no Brasil e fechou em 12 milhões no ano de 2021, apresentando uma queda de 3,1% com relação ao período indicado.

Buscando de alguma forma fornecer suporte ao setor do turismo durante a pandemia, o Ministério do Turismo com o apoio do Governo Federal, lançou a “Cartilha de Retomada do Turismo”, orientada em quatro eixos de atuação: preservação de empresas e empregos, melhoria e qualificação de destinos, implantação de protocolos de biossegurança e promoção de incentivos às viagens. O fechamento de fronteiras para os turistas internacionais favoreceu o aumento de vôos

domésticos de curta duração. Essa oportunidade foi utilizada para reestruturar o turismo em âmbito nacional e planejar o retorno do setor no pós-pandemia, agora com vistas às questões relacionadas à biossegurança, saúde dos turistas, sustentabilidade e de um mercado ambientalmente consciente e responsável. Dentre as iniciativas promovidas pelo Ministério do Turismo em parceria ao Ministério de Portos e Aeroportos está o programa “Conheça o Brasil” que facilitou a compra de passagens por meio da concessão de créditos aos correntistas e que, no âmbito de planejamento e infraestrutura, foi responsável por expandir as rotas aéreas com a criação de 94 novas rotas, 43 destinos e 17 unidades federativas.

No cenário pós-pandêmico, a Pesquisa Mensal de Serviços – PMS, publicada pelo IBGE, apontou que no ano de 2023 houve um aumento do índice de atividades turísticas em 7,5% frente ao ano de 2022, registrando uma alta acumulada de 7,9% do período de janeiro a setembro. O Estado de São Paulo também apresentou crescimento de 6,3%. Contudo, a inflação assumiu um papel significativo impactando principalmente nas ACT’S (Atividades Características do Turismo), como o aluguel de veículos que teve uma alta de 21,26% e serviços de alimentação, que ficou próximo a 7,0%.

TABELA VI
Faturamento das ACT’S Agosto 2022/ Agosto 2023

| Atividade | Faturamento real (R\$mil) | Ago23/ Ago22 | Acumulado no ano | Acumulado 12 meses |
|---|----------------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------------|
| Alojamento | 1.581.365 | 9,8% | 19,7% | 6,9% |
| Alimentação | 2.243.111 | -0,1% | 7,0% | 12,0% |
| Atividades culturais, recreativas e esportivas | 1.124.936 | 2,7% | 6,8% | 9,2% |
| Locação de meios de transporte | 1.952.161 | 15,2% | 21,2% | 21,6% |
| Agência de viagem, operadores turísticos e serviços de reservas | 1.270.193 | 2,5% | 2,4% | 2,3% |
| Rodoviário de passageiros | 2.798.332 | -11,1% | 1,4% | 6,1% |
| Outros tipos de transporte aquaviário | 315.236 | -2,1% | 9,7% | 10,0% |
| Transporte aéreo de passageiros | 3.895.684 | 2,3% | 17,1% | 23,0% |
| TOTAL | 15.181.019 | 1,2% | 10,8% | 12,7% |

Fonte: Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo - FECOMÉRCIO

<https://www.fecomercio.com.br/noticia/fecomerciosp-turismo-nacional-deve-crescer-11-5-em-2023-1>



2.3. ESTADO DE SÃO PAULO

Com relação ao cenário pós-pandemia, o estudo Balanço da Economia do Turismo Paulista de 2023, publicado pelo Centro de Inteligência da Economia do Turismo - CIET, indicou que “o turismo paulista se recuperou do cenário pandêmico e fechou o ano de 2023 com movimentação recorde de R\$ 290 bilhões, gerando cerca de 55 mil empregos formais diretos. O Estado recebeu 46,5 milhões de turistas, com destaque para o aumento de 40% no número de visitantes internacionais (total de 2,1 milhões).” O PIB do turismo paulista fechou o ano com crescimento de 7%, com a movimentação recorde de R\$ 290 bilhões, o que corresponde a 9,4% da economia do Estado. A participação do turismo na economia do Estado já supera o patamar anterior à pandemia.

O setor do turismo, gerando cerca de 55 mil novos postos de trabalho formais diretos, proporcionou que o Estado de São Paulo fechasse o ano de 2023 com aproximadamente 887.370 registros formais diretos de empregos nas atividades características do turismo monitoradas, apresentando crescimento de 6,6% em relação a 2022. O número de turistas cresceu 8% em 2023, chegando a 46,5 milhões no acumulado ano.

O Estado também foi positivamente impactado pelo turismo doméstico, que teve um aumento de 7% no período, somando 44,5 milhões. Contudo, o turismo internacional foi o que mais teve impacto positivo, principalmente por conta da reabertura das fronteiras do país, fechando o ano de 2023 com 2 milhões de turistas, um aumento de 40%. Sendo assim, somados os turistas domésticos e internacionais houve um crescimento de 8% no número de turistas recebidos em 2023.

No contexto nacional, o Estado de São Paulo é o mais cogitado para viagens a lazer entre os brasileiros na pesquisa realizada pelo IPRI, e as estimativas para 2024 apontam para um maior aquecimento no setor. Com a estabilização pós-pandemia, a economia do turismo deve crescer 5,1%, gerando mais 46 mil novos empregos formais diretos em 2024. A expectativa é que o Estado de São Paulo receba 48,9 milhões de turistas em 2024. O menor número de feriados prologados pode inferir num crescimento mais modesto no fluxo de turistas domésticos a lazer, se comparado com 2023, mas há perspectivas de 12% de crescimento do turismo internacional, chegando 2,2 milhões de turistas.

Importante salientar que 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. Cerca de 80% dos grandes eventos que acontecem no Brasil ocorrem no Estado de São Paulo.

2.4. REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO - RMSP

Uma Região Metropolitana é estabelecida por legislação estadual e constitui no agrupamento 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 faixa urbana contínua, 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 I

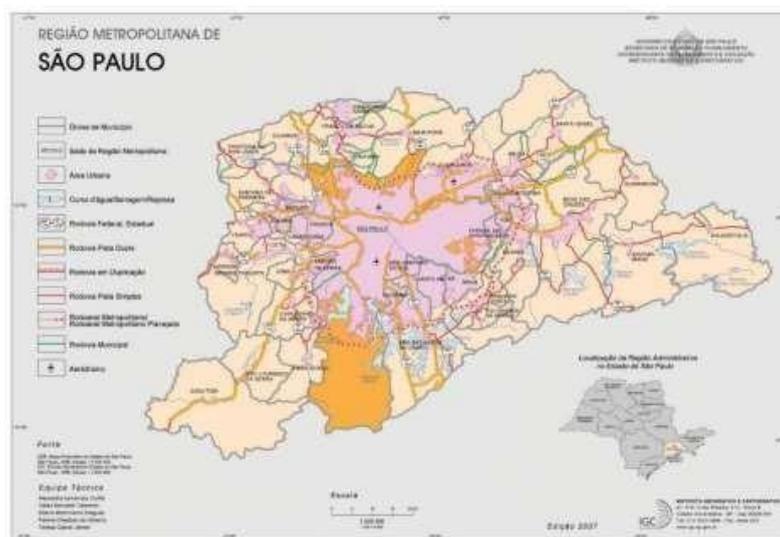
Mapa da Região Metropolitana de São Paulo



Fonte: Lei Complementar Estadual nº 1.139, de 16 de junho de 2011, apresentando a Região Metropolitana e suas sub-regiões.

IMAGEM II

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 à 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 ascensão 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 já difundido com firmeza nos meios empresariais, cada vez mais se consolida 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 “local 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 em relação à capital, o município pode se beneficiar das vantagens competitivas características da metrópole paulista.

Com o advento da pandemia da 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, especialmente por conta da proximidade que viabiliza viagens curtas. Embora a pandemia já tenha terminado e a atividade turística global cresça ano após ano, são tendências que permanecem.

A seguir, para comprovar esta diversidade e potencialidade, são apresentados os municípios pertencentes à RMSA que apareceram no Estudo de Demanda Turística de Santo André de 2022 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 2022

| Município de Residência | Número de Entrevistados | Porcentagem % |
|---------------------------|-------------------------|---------------|
| 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 |
| Mogi das Cruzes, SP | 6 | 1,4 |
| Itapeçira da Serra, SP | 5 | 1,1 |
| Osasco, SP | 5 | 1,1 |
| Barueri, SP | 3 | 0,7 |
| Cotia, SP | 3 | 0,7 |
| Itaquaquecetuba, SP | 3 | 0,7 |
| Suzano, SP | 3 | 0,7 |
| Carapicuíba, SP | 2 | 0,5 |
| Embu das Artes, SP | 2 | 0,5 |
| Rio Grande da Serra | 2 | 0,5 |
| Caieiras, SP | 1 | 0,2 |
| Cajamar, SP | 1 | 0,2 |
| Juquitiba, SP | 1 | 0,2 |
| Poá, SP | 1 | 0,2 |
| Taboão da Serra, SP | 1 | 0,2 |
| Total | 316 | 70,20 |

Fonte: Estudo de Demanda Turística de Santo André – 2022

<https://www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre/wp-content/uploads/2023/03/Estudo-de-Demanda-Santo-Andre-2022-v16.02.2023-FINAL1.pdf>

Ressaltamos que o Estudo de Demanda Turística de 2022 entrevistou um total de 442 turistas, sendo que 316 entrevistados, 70,2%, são de origem de cidades da Região Metropolitana de São Paulo, conforme podemos constatar na tabela acima, o que demonstra a importância da região para o turismo de Santo André.

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 que os locais que mais exportam visitantes para a Cidade de Santo André são os municípios do entorno.

A pandemia também trouxe mudanças na perspectiva da atividade turística no contexto da RMSP. Embora não haja mais as restrições da pandemia, as localidades com características culturais e relevo diferenciados são as “bolas da vez”, se tornando alternativa para quem não pode ir à praia e opta por viajar por perto.

Por consequência, devido ao novo cenário de potencial de ampliação do turismo doméstico e próximos 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, 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 2,7 milhões de pessoas.

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.

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 a 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 ABC³

A Região do Grande ABC dispõe de um órgão de governança pública intitulado Consórcio Intermunicipal Grande ABC, formada pelos municípios que compõem a região do ABC paulista. 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 Planejamento Estratégico 2022-2025.

Este planejamento 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 planejamento da região do Grande ABC para o período 2022-2025:

Desafio 1: Fomento do Turismo entre a população e empreendedores do Grande ABC e setor privado por meio da Agência de Desenvolvimento:

- Realizar simpósios para apresentar à sociedade civil e potenciais investidores do *trade* turístico as possibilidades do Turismo na região e organização de evento sobre o potencial turístico da Região;
- Realizar reuniões com entidades e grupos empresariais do setor para alinhar projetos passíveis de serem viabilizados por Parcerias Público-Privadas e possibilidades de investimentos privados.

Desafio 2: Classificação e consolidação dos Municípios da Região Turística ABCTur em Municípios Turísticos do Estado de São Paulo (Estâncias ou MIts):

- Cumprir os requisitos técnicos dispostos na Lei Complementar Estadual nº 1.261/2015 e demais instâncias;
- Articulação política com o MTUR, SETUR/SP / ALESP para celeridade nos processos e tramitações;
- Engajamento efetivo dos interessados no cumprimento das tarefas dentro dos prazos legais estabelecidos. (premissa para o desafio)

Desafio 3: Promoção do Turismo através de mídias sociais para maior alcance junto à população:

- Criar roteiros de eventos, festas e atrações de caráter regional. Divulgação entre os municípios desses eventos, festas e atrações;
- Aproximar outras secretarias dos Municípios que também permeiam ações turísticas, como por exemplo, secretarias de cultura que realizam eventos, shows etc, que por consequência atraem consumidores/turistas de outras cidades ou regiões que não são do ABC;
- Promover a conscientização dos cidadãos e das empresas da região visando enxergar o potencial turístico do ABC. Retirando a concepção que turismo é somente praias ou outros elementos de paisagens naturais;
- Promover as atividades e festejos municipais de forma regionalizada;
- Elaboração de rotas regionais para alinhar com datas festivas de cada Município;

³ Fonte: Consórcio Intermunicipal do Grande ABC – Censo 2022

<https://www.consortioabc.sp.gov.br/noticia/5390/grande-abc-se-aproxima-de-27-milhoes-de-habitantes-aponta-censo/>

- Canal de divulgação regional nas redes sociais.

Desafio 4: Oferta permanente de produtos turísticos acabados/elaborados:

- Participação do ABC TUR em feiras, eventos e simpósios de turismo;
- Elaborar ações de comunicação para divulgação do turismo no ABC pautando mídias locais e regionais;
- Criar e confeccionar material gráfico e digital para divulgação do(s) roteiro(s), inserido em um Plano de Marketing Regional do Turismo;
- Prospectar agências de receptivo e operadoras do *trade* para comercializar o(s) roteiro(s);
- Sugerir aos municípios a criação do portal do Turismo no ABC para divulgação de eventos, festas locais, shows, peças de teatros, parques, trilhas entre outros atrativos turísticos. Contudo, essa divulgação é de cunho regional, com o acesso de todas as prefeituras para alimentar o site com essas informações;
- Criar APP com as mesmas informações do portal do Turismo no ABC;
- Criar redes sociais próprias (*facebook/instagram/X*) para a divulgação das informações do portal do Turismo no ABC.

Desafio 5: Viabilização de recursos para o desenvolvimento do turismo regional:

- Criação de um Convention & Visitors Bureau Regional e implementar o Observatório Regional do Turismo dentro da IGR, para geração e sistematização de dados estatísticos;
- Capacitação de técnicos do setor para atuação em órgãos públicos e privados, através de parcerias com Universidades e instituições (Senac, Sebrae, Escola de Governo CIGABC etc);
- Estabelecer um setor dentro da IGR para concentração de um Banco de Projetos Turísticos Regionais, buscando recursos Federais (Siconv) e Estaduais;
- Elaboração de projetos para captação de recursos;
- Viabilização de recursos do Consórcio para investir em ações do turismo;
- Buscar apoio e orientação da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo e do Ministério do Turismo para elaboração de projetos;
- Parcerias Público-Privadas para o desenvolvimento de ações promocionais das atrações turísticas municipais e regionais do Grupo de Trabalho de Turismo do Consórcio Intermunicipal Grande ABC;
- Criação de materiais gráficos e digitais regionais a serem explorados pelo consórcio;
- Buscar possíveis patrocinadores nos *trades* turísticos da região;
- Maior engajamento dos municípios tendo em vista prazos e participações.

Desafio 6: Instituição da Instância de Governança Regional (IGR) de acordo com os critérios do Ministério do Turismo:

- Observar e cumprir os parâmetros legais para instituição de uma IGR para representar a RT ABCTur;
- Observar a importância de manutenção do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e da Agência de Desenvolvimento Econômico do Grande ABC como entes apoiadores da IGR;
- Articular internamente (no município) as ações regionais;
- Estudar a criação de uma identidade regional do turismo.

Desafio 7: Criação de um conselho regional de turismo:

- Criação de um Estatuto para formalização do Conselho;
- Unificar as datas de posse dos Conselhos Municipais para manter, pelo maior tempo possível, o trabalho conjunto dos Conselheiros nas ações prioritárias propostas pelo grupo;
- Manter um rodízio cíclico do Corpo Diretivo a fim de propiciar um revezamento justo e engajador por parte dos Conselhos Municipais.

Desafio 8: Inclusão da temática do Turismo na Educação:

- Incluir a apresentação do Turismo Regional como atividade extracurricular na grade do Ensino Fundamental das sete cidades da região;
- Conscientizar as secretarias de educação sobre a importância das excursões escolares nos locais turísticos da região;
- Aulas abertas para toda a comunidade nos locais turísticos, explicando toda a história do local, etc;
- Trabalhar junto a secretaria de educação dos municípios para incluir em suas atividades escolares aulas sobre locais turísticos da região e a sua história.

2.5.2. Região Turística: ABCTur – Roteiro da Natureza e da Indústria

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 Intermunicipal 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 de cultura, eventos, ecoturismo, gastronomia e negócios. Nos últimos quatro anos, a Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo - SETUR, investiu cerca de R\$ 10,3 milhões na região do ABC por meio de obras de melhoria ao fluxo turístico pelo Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos Municípios Turísticos - DADETUR. Entre os municípios que receberam verbas para a execução de obras de melhoria, está Ribeirão Pires, que recebeu cerca de R\$ 1,3 milhão do Estado para a construção do Parque Oriental Milton Marinho de Moraes às margens da Represa Billings.

Recentemente, no 1º semestre de 2024, para atender as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo, foi criado o Fórum Regional de Turismo, enquanto Instância Regional de Turismo da região ABCTur – Roteiro da Natureza e da Indústria. Atualmente este Fórum, ao qual Santo André faz parte, está em fase de planejamento, definição e hierarquização das principais rotas turísticas por segmento de turismo.

O Fórum Regional de Turismo passa a ser a Instância de Governança Regional – IGR, responsável pela Região Turística ABCTur, conforme a Portaria nº 41/2021 do Ministério do Turismo - MTur, que consolida e atualiza as normas sobre o Programa de Regionalização do Turismo, e preconiza que cada região turística deve criar sua instância regional para o segmento.

O objetivo deste órgão de governança é promover o desenvolvimento regional do turismo, por meio da articulação entre os diversos atores e instituições envolvidas, incluindo representantes dos setores público, privado e da sociedade civil organizada.

O Consórcio Intermunicipal Grande ABC abriu chamamento público para o cadastramento de entidades representativas como associações, universidades, organizações não governamentais, entre outras instituições do setor do turismo, para participação neste colegiado. Atualmente a IGR da Região Turística do ABCTur é presidida por Daniela Flores, professora doutora da Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS, tendo Cesar Ferreira, do Sindicato das Empresas de Hospedagem e Alimentação do Grande ABC - Sehal, como seu vice-presidente.

Por fim, destacamos que há mais de vinte anos, Santo André e os demais municípios da região buscam a realização de ações da atividade turística regionais de modo integrado. Dentre os trabalhos de referência deste esforço está a formação da região turística ABCTur - Roteiro da Natureza e da Indústria, que atualmente compõe um dos destinos indutores do turismo do Estado de São Paulo.

IMAGEM III

Certificado de Santo André como integrante do “Mapa do Turismo Brasileiro maio de 2024 – maio de 2025”



CERTIFICADO

O Ministério do Turismo por meio do Programa de Regionalização do Turismo e dos Interlocutores Estaduais do PRT, certifica que o Município **Santo André/SP** integra o Mapa do Turismo Brasileiro registrado no Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro.

Válido até: 10/05/2025



Ministro de Estado do Turismo
Celso Sabino de Oliveira



Secretário Nacional de Políticas de Turismo
Milton Sergio Silveira Zuanazzi

Certificado gerado em 07/09/2024 15:42:05



Fonte: Ministério do Turismo – Mapa do Turismo Brasileiro



IMAGEM IV

Consulta Mapa do Turismo Brasileiro – ABCTur - Roteiro da Natureza e da Indústria

MTur - Ministério do Turismo

Regiões turísticas do mapa do turismo brasileiro

Parâmetros da consulta: SUDESTE / São Paulo, ABCTur - Roteiro da Natureza e da Indústria

Resumo da Seleção

| Nº de Macrorregiões | Nº de Uf | Nº de Municípios | Nº de Regiões Turísticas |
|---------------------|----------|------------------|--------------------------|
| 1 | 1 | 5 | 1 |

| UF | Município | Região Turística | Categoria |
|----|---------------------|---|-----------|
| SP | Mauá | ABCTur - Roteiro da Natureza e da Indústria | C |
| SP | Ribeirão Pires | ABCTur - Roteiro da Natureza e da Indústria | C |
| SP | Rio Grande da Serra | ABCTur - Roteiro da Natureza e da Indústria | D |
| SP | Santo André | ABCTur - Roteiro da Natureza e da Indústria | B |
| SP | São Caetano do Sul | ABCTur - Roteiro da Natureza e da Indústria | C |



MINISTÉRIO DO
TURISMO



07/09/2024 s 15h55

Página 1

/1

Fonte: Ministério do Turismo – Mapa do Turismo Brasileiro

Nota 01: Somentamos que o Município de São Bernardo do Campo não faz parte da região ABCTur atualmente, embora continue sendo integrante da Região do Grande ABC.

Quanto à caracterização da mão de obra alocada neste setor na região do Grande ABC, segue tabela:



TABELA VIII
Atividades Características do Turismo - Região do Grande ABC – 2020-2023
Somados os sete municípios

| Atividades Características do Turismo (ACT's) | Números de ocupações formais | | | |
|---|------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Alojamento | 1.418 | 1.543 | 1.549 | 1.567 |
| Alimentação | 28.645 | 31.031 | 33.232 | 32.922 |
| Transporte rodoviário de passageiros | 2.649 | 3.063 | 3.112 | 3.110 |
| Transporte aquaviário de passageiros | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Transporte aéreo de passageiros | 516 | 545 | 768 | 1.048 |
| Trens turísticos, teleféricos e similares | 3.690 | 3.812 | 3.888 | 3.479 |
| Locação de meios de transporte sem condutor | 721 | 829 | 1.116 | 1.313 |
| Agência de viagem, operadores turísticos e serviços de reservas | 3.118 | 3.252 | 3.538 | 3.990 |
| Atividades de organização de eventos, exceto culturais e esportivos | 1.418 | 1.543 | 1.549 | 1.567 |
| Artes, Cultura, Esporte e Recreação | 28.645 | 31.031 | 33.232 | 32.922 |
| TOTAL | 40.767 | 44.085 | 47.213 | 47.439 |

Fonte: Novo Caged, acesso em 04/09/2024

Nota: somadas as ACTs existentes dos sete municípios componetes da região.

Os dados acima extraídos do Novo CAGED indicam como tendência para os anos seguintes a pandemia da Covid-19 uma forte recuperação do emprego no setor do turismo em 2021 e 2022, embora com pequenas variações de seguimento a seguimento. Em 2023 podemos observar uma estabilização na geração de empregos formais, o que mostra o desafio da expansão do setor do turismo na Região do Grande ABC.

Os números revelam uma pequena participação da Região do Grande ABC no universo total de empregos e estabelecimentos do setor turístico, se comparado a outras regiões. No entanto, servem de referência para entender como se distribuem os empregos/ocupações formais na região e ter uma dimensão da importância do setor do turismo.



3. CIDADE DE SANTO ANDRÉ

Santo André é um município com 748.919 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 IX
Santo André – Informações Gerais

| ITENS | DADOS |
|---|---|
| População estimada (Censo 2022) | 748.919 |
| População estimada (2024) | 778.711 |
| Área da unidade territorial | 175,782(km ²) |
| Densidade demográfica 2022 | 4.260,50 (hab/km ²) |
| Código do Município | 3547809 |
| Gentílico | Andreense |
| Prefeito (2021 - atualidade) | Paulo Henrique Pinto Serra |
| Área urbanizada (2019) | 70,43 Km ² |
| PIB per capita (2021) | 45.062.56 R\$ |
| IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal 2010) | 0,815 |
| Abastecimento de Água (volume/dia) | 172.800 |
| Coleta de Lixo (%) | 99,80% |
| Esgotamento Sanitário adequado (2010) | 95,9 % |
| 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 e São Caetano do Sul. |

Fonte: Censo Demográfico 2022.

3.1. BREVE HISTÓRICO DE SANTO ANDRÉ

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

- 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 André⁴ 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 ocupada, 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 povos originários 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 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

⁴ Fonte: <http://www.santoandre.sp.gov.br/pesquisa/ebooks/381434.PDF>



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 Jutificio 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 Parapiacaba.

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 localização geográfica conhecida à época, esta 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), 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 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 400 mil visitantes por ano. Ela sedia o maior evento da cidade, o Festival de Inverno de Paranapiacaba, que já se encontra na sua 23ª 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 Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano - Emplasa, o Plano Integrado de Preservação e Revitalização de Paranapiacaba e, nesse mesmo ano, o Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo - 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 Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - 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 Antiguidades acontecem no decorrer dos anos.

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 750 mil habitantes estimados, em sua história de mais de 471 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, 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 Jundiá 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.

No início, 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 Rede Ferroviária Federal S.A. - 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 uma estimativa de 400 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 da arquitetura moderna brasileira, 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 Escola Parque do Conhecimento - SABINA, com o Planetário e Cinedome 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 a 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 indústrias 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 13 parques, sendo 11 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 se 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 estabelecem Santo André como parte do Mapa



do Turismo Brasileiro, dentro da Região Turística ABCTur - Roteiro 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, a pouco mais 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 o Ibis da rede Accor Hotels, o Blue Tree Towers, o Hilton e Go Inn da rede Atlantica Hotels, além do Bristol e Plaza Mayor.
- Exerce influência sobre as cidades do ABC por oferecer serviços turísticos e produtos variados, que não são encontrados em todas as 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 Nacional de Unidades de Conservação da Natureza - SNUC, tendo o Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba e Parque Municipal do Pedroso com Plano de Manejo ativo;
- Possui cadeia de serviços ligados à 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;
- A Prefeitura dispõe de meios institucionalizados de participação social, por meio do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, Conselho Municipal de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico, Arquitetônico-Urbanístico e Paisagístico - COMDEPHAAPASA, e Fórum de Moradores de Paranapiacaba e Parque Andreense;
- A Prefeitura mantém participação ativa no Grupo de Trabalho de Turismo do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e no Fórum de Turismo do ABC (Instância de Governança Regional de Turismo - IGR), na elaboração de planejamento e 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, educação e economia em seu quadro funcional.



IMAGEM V

Certificado de reconhecimento do Conselho Municipal de Turismo de Santo André como integrante do Mapa do Turismo Brasileiro

PROGRAMA DE
REGIONALIZAÇÃO
DO TURISMO

CERTIFICADO

O Ministro de Estado do Turismo e o Secretário Nacional de Planejamento, Sustentabilidade e Competitividade no Turismo por meio do Programa de Regionalização do Turismo e de seus Interlocutores Estaduais, reconhecem o **Conselho Municipal de Turismo**, Santo André/SP, registrado no Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro.

Válido até: 10/05/2025

Ministro de Estado do Turismo
Celso Sabino de Oliveira

Secretário Nacional de Políticas de Turismo
Milton Sergio Silveira Zuanazzi

Certificado gerado em 08/09/2024 22:14:59

GOVERNO FEDERAL

MINISTÉRIO DO
TURISMO

UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Fonte: Ministério do Turismo – Mapa do Turismo Brasileiro



4.1. CADEIA DO TURISMO EM SANTO ANDRÉ

A Cidade de Santo André conta com milhares de 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 formais de características turísticas de Santo André, declarantes da Relação Anual de Informações Sociais - RAIS no ano de 2022 são, em resumo:

- 40 estabelecimentos de serviços de alojamentos;
- 1.053 estabelecimentos de serviços de alimentação;
- 18 estabelecimentos de transporte rodoviário de passageiros;
- 17 estabelecimentos de locação de automóveis sem condutor;
- 62 atividades de agências e organizadoras de viagens;
- 10 atividades culturais;
- 31 atividades desportivas e recreativas.

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 milhares de estabelecimentos comerciais e serviços, estão as casas de câmbio, guias de turismo, agências de viagens e turismo, empresas de receptivo, locadoras de veículos, transporte turístico, serviços de hospedagem, táxis, 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.

Nos equipamentos de maior expressividade turística, que são a Vila de Paranapiacaba, a Escola Parque do Conhecimento - SABINA e o 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, dispõem 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 de informações de forma descentralizada.

Além da participação do turismo em volume de empreendimentos, vale observar os números relacionados a ocupação formal na cidade, dividida por Atividade Característica do Turismo - ACT nos últimos quatro anos de que se tem registro no Novo CAGED:



TABELA X

Occupação Formal nos Estabelecimentos de Santo André caracterizados como ACT's

| Atividades Números de ocupações formais | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Características do Turismo | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Alojamento | 443 | 486 | 482 | 467 |
| Alimentação | 9.142 | 10.124 | 10.575 | 11.065 |
| Transporte rodoviário de passageiros ligados ao turismo | 135 | 78 | 84 | 92 |
| Locação de meios de transporte sem condutor | 94 | 87 | 94 | 104 |
| Agência de viagem, operadores turísticos e serviços de reservas | 2.885 | 2.937 | 2.887 | 2.414 |
| Atividades de Organização de Eventos, Exceto Culturais e Esportivos | 454 | 488 | 618 | 715 |
| Artes, Cultura, Esporte e Recreação | 949 | 1.019 | 1.123 | 1.285 |
| TOTAL | 14.102 | 15.219 | 15.863 | 16.142 |

Fonte: Novo Caged acesso em: 09/09/2024



Tabela XI
Arrecadação Anual ISSQN das ACT's

| Características Do Turismo | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------------|-------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Alojamento | 539.526,96 | 616.698,87 | 1.341.787,72 | 1.563.404,65 |
| Alimentação | 978.71,24 | 1.104.326,06 | 1.990,393,31 | 2.429.575,75 |
| Transporte terrestre | 13.712,73 | 17.745,30 | 20.588,86 | 20.419,12 |
| Agência de Viagem | 16.425.858,88 | 14.564.688,70 | 28.370.134,85 | 22.863.696,20 |
| Cultura e lazer | 275.821,59 | 56.021,48 | 588.755,72 | 932.704,76 |
| TOTAL | 18.233.631 | 16.359.480,41 | 32.311.660,47 | 27.809.800,47 |

Fonte: Gerência de Indicadores Sociais e Econômicos – GISE.

Conforme a Tabela X, em Santo André a ocupação formal das atividades caracterizadas como ACT basicamente se dividem entre alimentação, alojamentos e agência de viagens (lembrando que a CVC, maior operadora de turismo da América, é sediada em Santo André), sendo o setor da alimentação o que concentra maior número de empregos formais do turismo, ocupando 68,54% das vagas, seguido pelas agências de viagens com 15%.

Podemos notar que na maior parte das atividades tem havido um crescimento ano a ano, especialmente nos anos de 2021 e 2022, crescendo um pouco menos no ano de 2023. Isso se explica pela recuperação ocorrida no setor após a pandemia da Covid-19, especialmente nos anos de 2021 e 2022, crescendo menos no ano de 2023, o que demonstra o desafio futuro para o crescimento da atividade do turismo em Santo André.

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 intuitivo e de fácil consulta.

4.2. INFRAESTRUTURA E ACESSOS

Santo André dispõe de uma rede bastante estruturada de infraestrutura e serviços que atendem tanto à população como aos turistas que visitam a cidade. Segundo dados do Instituto Trata Brasil 2023, Santo André coleta 100% do esgoto sanitário, 100% do lixo e tem 100% de abastecimento de água.⁵

A cidade dispõe de equipamentos de saúde, sendo 14 hospitais entre públicos e privados, 35 Unidades Básicas de Saúde, 08 Unidades de Pronto Atendimento Médico Emergencial espalhados no território, 01 Posto do SAMU - Serviço de Atendimento Móvel de Urgência, 15 unidades básicas, 02 motolâncias e 02 UTI's Móveis, com toda a capacidade necessária para o atendimento emergencial aos moradores e turistas.

⁵ Ver Inventário Turístico anexo a este Plano



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.

A estrutura de transporte público conta com o terminal Rodoviário de Santo André - TERSA, 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 10 Turquesa da CPTM, por meio da qual é possível acessar diversas localidades do Grande ABC e São Paulo capital, além da Estação do Tamanduateí, Brás e Luz, que dão acesso às linhas do metrô e à linha de acesso ao Aeroporto de Guarulhos. 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 à Paranapiacaba, o acesso de carro é pela Rodovia Anchieta até o KM 29, entrar na SP-148 (Estrada Velha de Santos) até o KM 33, pegar a Rodovia Índio Tibiriçá (SP-31) até o KM 45,5, e por fim pegar a SP-122 até Paranapiacaba. De ônibus o acesso é através da linha 040 - Paranapiacaba, da Next Mobilidade, que parte do Terminal Metropolitano Santo André Leste. De trem/ônibus ir até a Estação Terminal Rio Grande da Serra (CPTM), pela linha 10 Turquesa, caminhar até a Rua Pastor Aquilino Sartori, nº 02 – RGS e pegar as linhas de ônibus intermunicipais direto a Paranapiacaba. A outra opção é através do trem Expresso Turístico da CPTM, aos sábados e domingos, saindo às 8h30 da Estação da Luz e retornando às 16h30, com ingressos à venda através de plataformas digitais conforme informações no site da CPTM.⁶

A área 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 centros comerciais em diversos bairros da cidade, como no Bairro Jardim, Vila Bastos, Casa Branca, Vila Luzita e Vila Assunção, cinco *shoppings*.

Os destaques da vida noturna na cidade estão localizados na Rua das Figueiras e entorno (Bairro Jardim), Avenida Lino Jardim (Vila Bastos) e Rua Santo André (Vila Assunção). 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 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE⁷, a cidade possui centenas de empreendimentos ligados à gastronomia da Lista de Atividades Características de Turismo - ACT's, entre eles churrascarias, pizzarias, restaurantes de culinária italiana, 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*, *delivery*, petiscarias, padarias amplamente estruturadas (peculiaridade da cidade), entre outros.

⁶ Portal da CPTM. <https://www.cptm.sp.gov.br/sua-viagem/ExpressoTuristico/Trajetos/Paginas/Trem-Expresso-Paranapiacaba.aspx/>

⁷ Data Sebrae, Painel de Empresas, SEBRAE. <http://datasebrae.com.br/totaldeempresas-11-05-2020/>



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 Escola Parque do Conhecimento - Sabina 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 principais 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
- Parque Estadual Chácara Baronesa

Atrativos Artificiais

- Braskem S.A.
- BUNKA de Santo André
- Calçadão Coronel Oliveira Lima
- Casa da Palavra Mário Quintana
- Casa do Olhar Luiz Sacilotto
- Cemitério e Igreja Bom Jesus de Paranapiacaba
- Cervejaria Madalena
- Cine Theatro de Variedades Carlos Gomes
- Clube Atlético Aramaçan
- Clube Primeiro de Maio
- Conjunto Arquitetônico da Fundação Santo André e Fundação ABC
- Conjunto Arquitetônico e Cultural do SESC Santo André
- Conjunto IAPI – Vila Guiomar
- Esporte Clube Santo André
- Estádio Bruno Daniel



- Estátua de Pelé – monumento em homenagem ao 1º gol de Pelé - Parque Antônio Fláquer – Ipiranguinha
- Igreja Matriz de Santo André
- Igreja Universal do Reino de Deus – Perimetral Avenida Santos Dumont
- Mansão Tognato – Avenida Dom Pedro II
- Museu de Santo André Doutor Octaviano Armando Gaiarsa
- Museu Tecnológico Ferroviário do Funicular – 5º Patamar
- Museu Militar dos Expedicionários do ABCDMRR
- Paço Municipal de Santo André – Conjunto Arquitetônico e Artístico da Praça IV Centenário (incluindo teatro, tríptico, tapeçaria, salão de arte contemporânea)
- Palácio de Mármore – Moinho São Jorge
- Parque Antônio Fláquer – Ipiranguinha
- Parque Claudiomiro Barbeiro - Guaraciaba
- Parque Regional Prefeito Antonio Pezzolo - Chácara Pignatari
- Parque Celso Daniel – antigo Parque Duque de Caxias
- Parque da Juventude Ana Maria Brandão
- Parque Deputado José Cicote - Central
- Parque Dr. Sérgio Cyrino da Silva – pista profissional de skate
- Parque Regional da Criança – Palhaço Estremilique
- Perimetral – Avenida Edson Danilo Dotto
- Pinacoteca de Santo André – Enock Sacramento
- Planetário e Cinedome de Santo André – Johannes Kepler
- Praça do Carmo – Conjunto Arquitetônico
- Prédio da Associação Comercial e Industrial de Santo André – ACISA
- Prédio da Escola Dr. Américo Brasiliense
- Rua Senador Fláquer
- Escola Parque do Conhecimento - Sabina
- Salão de Arte Contemporânea Luiz Sacilotto
- Santuário do Nosso Senhor do Bonfim
- Santuário Nacional da Umbanda
- Solvay / Rhodia Brasil / Unidade Têxtil de Santo André
- Teatro Municipal de Santo André – Maestro Flávio Florence
- Tênis Clube de Santo André
- Unipar
- Universidade Federal do ABC – Campus 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.

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 130 empreendedores atuantes nas atividades turísticas, distribuídos na gastronomia, monitoria, hospedagem, 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 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, possui 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 Martin Smith.
- **Centro de Informações Turísticas**
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.
- **Cine Lyra**
Construído em 1903 é considerado o cinema mais antigo do Brasil. Depois de décadas em ruínas, foi totalmente restaurado e reinaugurado em 8 de abril de 2024, aniversário de Santo André, passando a oferecer programação diversa aos moradores e visitantes da Vila de Paranapiacaba.
- **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 no galpão do Antigo Mercado**



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, equipamentos como dobradiças e fechaduras para a ferrovia e a própria Vila.

- **Galpão das Oficinas**

Os galpões das oficinas 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 Senhor Bom Jesus de Paranapiacaba**

A igreja Senhor Bom Jesus de Paranapiacaba era originalmente denominada Capela do Alto da Serra e teve sua pedra fundamental lançada em 03 de fevereiro de 1884. Recebeu licença para celebração de missas, pela primeira vez, em 08 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 um 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, 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. 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.

- **Memorial Charles Miller**

Durante o primeiro dia do Festival de Inverno, em 2023, foi inaugurado o Memorial Charles Miller, dedicado a contar a história do pai do futebol no país. O memorial ocupa uma casa próxima ao Campo de Futebol Serrano Athletic Club, campo pelo qual passou aquele que é considerado o pai do futebol no Brasil.

- **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 do Funicular**

Operado pela Associação Brasileira de Preservação Ferroviária - ABPF, guarda da ferrovia. Abertos a visita



estão o 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 XII
Parque Natural Municipal Nascentes de Paranapiacaba
Número de Visitantes por ano, 2003 a 2023

| Ano | 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 |
| 2020 | 5.750 |
| 2021 | 7.576 |
| 2022 | 16.571 |
| 2023 | 19.255 |
| Total geral de visitantes | 289.759 |
| Média anual de visitantes | 13.798 |

Fonte: Secretaria de Meio Ambiente e Mudanças Climáticas

TABELA XIII

Número de Visitantes em alguns atrativos da Vila de Paranapiacana em 2023

| Atração/Equipamento | Visitantes |
|----------------------|----------------|
| CASA FOX | 9.556 |
| CASTELINHO | 22.654 |
| CDARQ | 23.712 |
| FORJARIA | 13.464 |
| CHARLES MILLER | 5.208 |
| CIT | 170.592 |
| CENTRO DE VISITANTES | 28.564 |
| TOTAL | 273.750 |

Fonte: Sub Prefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense – Prefeitura de Santo André

TABELA XIV

Número de Visitantes dos Principais Eventos da Vila de Paranapiacaba 2020 a 2024

| Evento | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|--------------------------------------|--------------|-----------|----------------|----------------|--------------------|
| Carnaval | 4.300 | Não houve | 2.500 | 3.500 | 5.000 |
| Festival do Cambuci | Não houve | Não houve | 2.200 | 3.000 | 4.500 |
| Convenção de Bruxas e Magos | Não houve | Não houve | 30.000 | 40.000 | 25.000 |
| Festival de Inverno de Paranapiacaba | Não houve | Não houve | 75.000 | 200.000 | 250.000 |
| Festival de Fotografia | Não houve | Não houve | 1.100 | 2.000 | 8.000 |
| Feira de Oratórios e Presépios | Não houve | Não houve | 1.350 | 1.500 | Ocorre em dezembro |
| TOTAL | 4.300 | - | 112.150 | 250.000 | 292.500 |

Fonte: Sub Prefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense – Prefeitura de Santo André

Nota1: Os eventos que não foram realizados em 2020 e 2021 foram em decorrência das medidas de enfrentamento da pandemia da COVID-19.



4.4. RESULTADOS DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE 2022

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 da COVID-19, o estudo de demanda de 2022, anexo a este plano, veio 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 segundo 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 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 vêm à cidade a trabalho ou a 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 da 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 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 supor 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 outras regiões 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.



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. BALANÇO METAS E INDICADORES DO PLANO 2021-2024

A 1ª Revisão do Plano Diretor de Turismo 2021 – 2024 estabeleceu uma série de metas e indicadores para o período. Este capítulo traz uma análise em relação a cada um deles, com um resumo dos resultados alcançados e sobre o nível de cumprimento dos indicadores pactuados. Esta análise é fundamental para a proposta das novas metas e indicadores que serão apresentadas por este Plano.

TABELA XV

Metas e Indicadores propostos e realizados do Plano Diretor de Turismo 2021-2024

| METAS E INDICADORES PROPOSTOS | METAS REALIZADAS |
|---|--|
| <p>META 1 RETOMADA DA ATIVIDADE</p> <p>Retomar gradativamente as atividades turísticas com apoio de políticas públicas direcionadas, de maneira sistemática e qualificada.</p> <p>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.</p> | <p>O indicador do nível de emprego foi alcançado, levando em consideração uma certa variação no crescimento ou decréscimo de acordo com o segmento turístico. No setor de gastronomia, especialmente, houve um crescimento significativo nos últimos anos. As ações emergenciais e sanitárias desenvolvidas pela Prefeitura e pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego conseguiram diminuir muito os impactos, e ajudaram na retomada dos empregos. Segundo dados da RAIS em 2022 o número de empregos já era quase o mesmo. Conforme o novo CAGED já ultrapassamos o nível anterior.</p> <p>Conclusão: Meta cumprida.</p> |
| <p>META 2 DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS</p> <p>Desenvolvimento de novos produtos turísticos, ampliando a oferta de serviços prestados ao turista da cidade e estimulando maior número de visitantes para a cidade.</p> <p>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.</p> | <p>No período foram desenvolvidas pelo menos duas novas rotas turísticas que passam por Santo André (Vila de Paranapiacaba) e Região do ABC, o Caminho do Sal e a Rota da Madeira (ciclismo ou a pé), porém ainda há dificuldades em ligar estas rotas com a parte urbana da cidade.</p> <p>Foi executado também o 1º Festival Sabores da Cidade de 2023 que ajudou a estabelecer uma rota gastronômica que passa por todas as regiões da cidade, unindo o setor gastronômico a outros atrativos e serviços, como hospedagem.</p> <p>Conclusão: Meta parcialmente cumprida.</p> |



| | |
|--|--|
| <p>META 3 PROMOÇÃO INTERNA DO TURISMO</p> <p>Ampliar o conhecimento do morador em relação ao potencial turístico da cidade, para que se torne um propagador e divulgador espontâneo de Santo André.</p> <p>Indicador Realização de ao menos duas campanhas internas para promoção dos atrativos turísticos da cidade até 2024.</p> | <p>O indicador foi cumprido visto que o 1º Festival Gastronômico de 2024 foi muito bem-sucedido com a participação de quase 100 estabelecimentos e com ampla divulgação na cidade e região, trazendo ótimos resultados, embora tenha sido apenas o primeiro de uma série, fez excelente divulgação do setor gastronômico de Santo André.</p> <p>Outra importante campanha foi realizada por meio de uma exposição itinerante de fotos da Vila de Paranapiacaba, com objetivo de divulgar e atrair visitantes, em parceria com a CPTM em várias de suas estações. Visto que esta exposição passou tanto na Estação Prefeito Celso Daniel como na própria Vila de Paranapiacaba no Festival de Inverno, este projeto também atendeu à promoção interna do turismo.</p> <p>Conclusão: Meta cumprida.</p> |
| <p>META 4 PROMOÇÃO EXTERNA DO TURISMO</p> <p>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.</p> <p>Indicador Desenvolvimento ou realização de duas ações/campanhas com potencial para atração de público externo de Santo André até 2024.</p> | <p>O indicador foi cumprido satisfatoriamente com a promoção intensa do portal oficial de turismo, o “Turismo Santo André”, com a ação de instalação nos quartos dos grandes hotéis da cidade de prisma de mesa com <i>flyer</i> e <i>QR Code</i> que direciona para o portal. Ação da prefeitura com o apoio dos grandes hotéis.</p> <p>O uso do portal para o Festival Sabores da Cidade também foi importante para a divulgação externa, visto que o portal concentra as informações sobre atrativos e serviços turísticos da cidade.</p> <p>Após todas as ações o portal recebe uma média diária de 1.000 visitas, sendo metade das páginas da Vila de Paranapiacaba, nosso principal atrativo. Portal muito bem posicionado nas pesquisas sobre atrativos e serviços da cidade.</p> <p>Além delas, a já mencionada exposição de fotos da Vila de Paranapiacaba em parceria com a CPTM e Festival de Fotografia de Paranapiacaba passou pelas estações da Luz, Palmeiras-Barra Funda, Tatuapé, Suzano, Dom Bosco e José Bonifácio.</p> <p>Conclusão: Meta cumprida.</p> |



| | |
|--|---|
| <p>META 5 AMPLIAÇÃO DA COMPETITIVIDADE DO SETOR</p> <p>Realização de programas de qualificação, consultorias, mentorias e outras iniciativas que aumentem a competitividade dos empreendedores do <i>cluster</i> do turismo, em aspectos de qualidade do serviço/produto, identidade, gestão, atendimento, entre outros aspectos, para todas as áreas da cidade.</p> <p>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.</p> | <p>Indicador de qualificação parcialmente cumprida, visto que não atingimos o número de 100 empreendedores/ano do <i>trade</i> turístico em toda a cidade. Apesar disso, destacamos as ações em parceria com o Sebrae e CVC, no Programa Empreender no Turismo em Paranapiacaba, que levou cursos de gestão em diversos temas direcionados a cada segmento, como hospedagem, alimentação fora do lar, monitores e guias turísticos, além de 9 consultorias individuais para empreendedores de Paranapiacaba. Em 2023 e 2024 foram realizados diversos cursos em parceria com o SEHAL, SINTRAGASTROH, Betel, e Centro Paula Souza. Inclusive diversos cursos dentro da programação do Festival Sabores da Cidade, para empreendedores e profissionais. Foram qualificados no período: 2021, 9 empreendedores; 2023, 109 formandos; e 2024, até setembro, 176 formandos beneficiados. Fazendo um total de 294 beneficiados de 2021 a setembro de 2024.</p> <p>Conclusão: Meta parcialmente cumprida.</p> |
| <p>META 6 AÇÕES PARA ATRAÇÃO DE PÚBLICO REGIONAL/ NACIONAL</p> <p>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.</p> <p>Indicador Realização/apoio à realização de 10 ações e eventos, públicos e privados, com potencial de atração de público regional e nacional.</p> | <p>O indicador foi alcançado e superado, com a realização ou apoio a mais de 10 médios e grandes eventos/ano, tanto público como privados. Somente na Vila de Paranapiacaba, podemos citar o Festival de Inverno (público), Convenção de Magos e Bruxas de Paranapiacaba e Festival do Cambuci (privados com apoio da Prefeitura). Na parte central da cidade, a Feira da Fraternidade, Arraial Solidário e Natal Solidário (todos realizados com edital público). Fora vários eventos públicos e privados com apoio da Prefeitura, realizados durante o ano em toda a cidade, conforme calendário municipal. Um dos eventos ultrapassando a casa dos 200 mil de público, como o Festival de Inverno de Paranapiacaba e outros com dezenas de milhares, como os grandes eventos no Paço Municipal ou a Convenção de Bruxas e Magos de Paranapiacaba.</p> <p>Conclusão: Meta cumprida.</p> |



Conclusão do balanço de metas e indicadores do Plano anterior:

Das seis metas alcançamos os números para cumprimento dos indicadores em quatro delas, sendo que em uma delas superamos os índices planejados. As outras duas metas foram cumpridas parcialmente, nas quais foram realizadas ações importantes que permitiram chegar próximo do seu cumprimento. Portanto, foram cumpridas satisfatoriamente 66% das metas planejadas, e cumpridas parcialmente outros 33% das metas, sendo que houve ações efetivas implementadas em todas as metas planejadas no Plano anterior.

É importante lembrar que especialmente o ano de 2021 ainda foi marcado fortemente pelos efeitos da pandemia da Covid-19, havendo uma retomada mais intensa a partir de 2022.

Sendo assim, a partir desta análise, este Plano reavalia as metas que são importantes e devem ser mantidas, metas que podem ter seus indicadores revisados, e também novas metas que possam agregar para alcance dos objetivos deste Plano a partir do novo cenário econômico e social trazido pela Seção A deste documento.



6. DIRETRIZES DO PLANEJAMENTO

Neste momento de estabilização da recuperação da economia do turismo após a pandemia da Covid-19, em que o turismo ganha cada vez mais importância na economia mundial e brasileira, cabe ao poder público apontar caminhos para os próximos passos do setor turístico municipal. Portanto, baseado em estudos e ensaios estatísticos é que se propõem nessa revisão sugestões, estratégias e diretrizes gerais para desenvolver a atividade turística, superar as nossas barreiras e dificuldades, 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 para promoção de 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 estão sendo observados os Planos Municipais de Turismo anteriores e o histórico de levantamentos, pesquisas e ações já realizadas, 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 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. Com o fim da pandemia da Covid-19, voltamos a utilizar dessa ferramenta com a mesma intensidade. 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.

Portanto, por se tratar de um momento de estabilização da retomada com um crescimento constante da atividade do turismo no mundo e no Brasil, é fundamental um olhar atento do poder público municipal e da sociedade em geral para o desenvolvimento do turismo como forma de desenvolvimento econômico responsável e de desenvolvimento humano, buscando garantir justiça e equidade no acesso ao turismo a todo morador, gerando renda e oportunidade a todos.



7. OBJETIVOS DA 2ª REVISÃO DO PDT

A presente revisão do Plano Diretor de Turismo 2025 a 2027 acontece em período importante, passada a pandemia da Covid-19 e a importante recuperação da atividade do turismo ano a ano, especialmente a partir de 2021 e 2022, com estabilização da retomada mas ainda em crescimento constante em 2023 e 2024, que trouxe novas possibilidades especialmente no âmbito do turismo doméstico, em que repensar as ações estratégicas já planejadas e novas ações é fundamental para aproveitar as oportunidades que se abrem para Santo André.

Este plano irá trazer metas e indicadores, a partir do estudo de cenário realizado, apontando os caminhos mais promissores, a partir das estratégias indicadas por organizações e especialistas em turismo do Brasil e do mundo, para o desenvolvimento do setor de turismo em Santo André. Esta definição de caminhos se dará através da priorização de eixos e programas com possibilidade de início imediatos ou a médio prazo, para conclusão até 2027.

Importante frisar que neste momento de grande importância da atividade turística para o mundo e para o Brasil, na qual o turismo doméstico ganha cada vez mais importância, como demonstram as pesquisas e estudos, Santo André precisa estar atento e promover ações para incrementar a sua demanda, especialmente do mercado das regiões mais próximas, aproveitando o fato da cidade estar localizada no centro da Região Metropolitana de São Paulo, a maior da América do Sul.

No decorrer da implementação do Plano Diretor de Turismo as diretrizes podem ser reavaliadas a partir de eventuais mudanças, a fim de se constituir em um documento vivo de apoio à política pública de promoção e fomento do turismo da cidade.



8. FOCOS DE ATUAÇÃO

Para a definição do foco das propostas apresentadas por esta 2ª revisão do Plano Diretor de Turismo de Santo André foram adotados os seguintes referenciais como base:

- Plano Diretor de Turismo 2019-2021
- 1ª Revisão do Plano Diretor de Turismo 2021 – 2024
- Boletim do TURISMO DOMÉSTICO BRASILEIRO 2021⁸
- Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020 e 2022⁹
- Inventário Turístico de Santo André 2021 – atualizado em 2024
- Conferência Municipal de Turismo de Santo André 2016
- Planejamento Estratégico 2022-2027 do Consórcio Intermunicipal Grande ABC
- ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE TURISMO 2022, ano base 2021¹⁰
- Novo CAGED
- Jornais especializados em economia como Forbes¹¹ e Panrotas
- Documentos produzidos pela ONU Turismo

Visto que os estudos atuais indicam uma recuperação importante da atividade do turismo, apontando para a necessidade de fortalecimento da rede local de prestadores e de investimento na promoção regional do município, assim como estabelecido no Plano anterior, pode se entender que a segmentação se constitui como 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, com a segmentação 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.

A diretriz central desta revisão é aprimorar a segmentação com foco na qualificação turística dos atrativos de Santo André e priorizar até três ou quatro segmentos, na realização dos objetivos do Plano Diretor de Turismo até 2027.

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:

⁸ Ministério do Turismo. https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/demanda-turistica/demanda-turistica-domestica/BoletimdoTurismoDomsticoBrasileiro2021__DIVULGAO.pdf

⁹ Prefeitura de Santo André. <https://www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre/observatorio-turismo-estudos/>

¹⁰ Ministério do Turismo. https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/copy_of_AnurioEstatsticodeTurismo2022AnoBase2021_Rev_c.pdf

¹¹ Portal Forbes. <https://forbes.com.br/forbeslife/2021/04/a-retomada-do-turismo-veja-como-7-empresas-avaliam-o-setor-no-pos-pandemia/>



- 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 consumidores¹² 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;
- 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.¹³

Ao adotar a segmentação como diretriz da presente revisão do Plano Diretor de Turismo 2025 a 2027, seguindo a estratégia do Plano anterior, dados e pesquisas como o Estudo da Demanda 2020 e 2022, 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, Parque do 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

¹² Grupos de Consumidores: Adolescentes, Idosos, Pessoas com Deficiência, Grupos Familiares, Grupo Religiosos e inúmeros outros grupos de consumidores

¹³ Texto extraído - Marcos conceituais do turismo: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/segmentacao-do-turismo/segmentacao-do-turismo-marcos-conceituais.pdf>



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 a SABINA e o Parque Escola, a Universidade Federal do ABC - UFABC e a própria Vila de Paranapiacaba, entre outros;
- **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, além do Centro Inovação Tecnológico – CITE, a ser inaugurado em 2025;
- **Turismo Gastronômico**, através da rede local de restaurantes, bares, feiras e festivais gastronômicos;
- **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.

Adotar a segmentação como diretriz possibilitará ao *trade* organizar e comercializar seus serviços turísticos de maneira mais eficiente, visando as oportunidades trazidas especialmente pelo crescimento do turismo doméstico. 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.



9. 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 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.

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



10. METAS DO TURISMO PARA 2027

Esta 2ª Revisão do Plano Diretor Turístico de Santo André estabelece as seguintes metas para o próprio período:

META 1 – AUMENTO DO FLUXO DE TURISTAS PARA SANTO ANDRÉ

DESCRIÇÃO

Ampliar o fluxo de visitantes com o apoio de políticas públicas, de maneira qualificada e sistemática, visando aproveitar a tendência de crescimento do turismo doméstico.

INDICADOR

Ampliar em 5% o número de visitantes dos principais atrativos e eventos do município.

FONTE DE PESQUISA

Pesquisas de demanda da Prefeitura e públicos de eventos.

PONTUAÇÃO COM BASE NA MATRIZ GUT: **10,6875**

META 2 – DESENVOLVIMENTOS DE NOVOS PRODUTOS E ROTAS TURÍSTICAS

DESCRIÇÃO

Desenvolvimento de novos produtos e rotas turísticas, ampliando a oferta de serviços prestados ao turista e estimulando maior número de visitantes para a cidade, priorizando iniciativas de turismo sustentável, conectado com a natureza e harmonizado com as comunidades receptoras.

INDICADOR

Estimular junto ao *trade* ao menos 02 novos roteiros/rotas/produtos turísticos até 2027.

FONTE DE PESQUISA

Conselho Municipal de Turismo - COMTUR

PONTUAÇÃO COM BASE NA MATRIZ GUT: **13,9453125**

META 3 – PROMOÇÃO INTERNA E EXTERNA 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 (interna), assim como 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

Realização de ao menos 01 campanha/ano para promoção interna e/ou externa dos atrativos turísticos da cidade até 2027.

FONTE DE PESQUISA

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

PONTUAÇÃO COM BASE NA MATRIZ GUT: **43,828125**



META 4 – IMPLANTAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO

DESCRIÇÃO

Criação e acompanhamento de indicadores para a análise sistemática da economia do turismo local que permitam entender o seu desenvolvimento e subsidiar a tomada de decisões para ações e correções de rumo.

INDICADOR

Criação do Observatório de Turismo de Santo André, com o acompanhamento permanente de pelo menos 03 indicadores que permitam monitorar o desenvolvimento da economia do turismo em Santo André.

FONTE DE PESQUISA

Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego

PONTUAÇÃO COM BASE NA MATRIZ GUT: 30,5859375

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 para todas as áreas da cidade, realizados pelo poder público ou em parceria com instituições públicas ou privadas.

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, e qualificações específicas para fomentar o sustentável, conectado com a natureza e harmonizado com as comunidades receptoras.

FONTE DE PESQUISA

Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Geração de Emprego

PONTUAÇÃO COM BASE NA MATRIZ GUT: 52

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 Econômico e Geração de Emprego, Secretaria de Cerimonial, Lazer e Gestão de Eventos, Secretaria de Cultura, Subprefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense.

PONTUAÇÃO COM BASE NA MATRIZ GUT: 10,6875



10.1. MÉTODO DE PRIORIZAÇÃO DAS METAS – MATRIZ G.U.T.

As metas deste Plano foram priorizadas a partir da utilização da ferramenta conhecida como Matriz GUT, aplicada em reunião do Conselho Municipal de Turismo de Santo André. A matriz GUT é uma ferramenta que permite uma melhor gestão de políticas públicas a partir de uma matriz de priorização que se utiliza de três critérios: gravidade, urgência e tendência.

O critério “gravidade” se relaciona com a dimensão do problema no contexto apresentado. O critério “urgência” abrange a ação naquele espaço tempo que dependendo do instante em que for tomada pode ter um impacto maior ou menor. Já o critério “tendência” indica as consequências caso não seja feita nenhuma ação para solucionar o problema apresentado. Com base nesses critérios é definido quais problemas devem ser atacados com prioridade.

Cada um dos critérios é avaliado com uma nota específica equivalente ao seu impacto, que é mensurado gradativamente sendo nota 01 o menor impacto, e nota 05 o maior risco possível. O grau de criticidade do problema é dado pela multiplicação dos índices apresentados de gravidade, urgência e tendência ($G \times U \times T$), podendo ser 01 o de menor nível de criticidade, e 125 para o maior nível de criticidade.

TABELA XVI
Matriz de aplicação GUT

| | | |
|---|-----------|---|
| G | GRAVIDADE | 1. sem gravidade 2. pouco grave 3. grave 4. muito grave 5. extremamente grave |
| U | URGÊNCIA | 1. pode esperar 2. pouco urgente 3. urgente, curto prazo 4. muito urgente 5. ação imediata |
| T | TENDÊNCIA | 1. permanece estável 2. piora em longo prazo 3. piora em médio prazo 4. piora em curto prazo 5. piora rapidamente |



11. ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

As estratégias a seguir vêm detalhar e atender aos objetivos centrais desta 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 que deverão orientar o alcance das metas estabelecidas pelos indicadores deste Plano:

1. 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.

2. ESTÍMULO AO TURISMO DOMÉSTICO NAS CIDADES DO ENTORNO

Planejar e executar estratégias de divulgação e atração de público nos municípios do entorno, que são a maior fonte de turistas para o Município de Santo André, buscando potencializar o turismo doméstico identificado como de maior potencial de crescimento no país.

3. ESTÍMULO AO TURISMO SUSTENTÁVEL, CONECTADO COM A NATUREZA E HARMONIZADO ÀS COMUNIDADES LOCAIS

Planejar e executar estratégias de divulgação, atração de público, desenvolvimento e aprimoramento de produtos e outras iniciativas para fortalecimento do turismo sustentável, conectado com a natureza e harmonizado com as comunidades locais, buscando potencializar este tipo de turismo identificado como de grande potencial de crescimento no país.

4. 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 residência.

5. 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.

6. 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.



7. QUALIFICAÇÃO ORIENTADA PARA PARANAPIACABA

Realizar programas de qualificação dos serviços turísticos prestados na Vila de Paranapiacaba, tendo em vista as especificidades locais, a relevância da Vila como bem cultural e atrativo turístico, principalmente o capital humano ali disponível.

8. 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.

9. 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.

10. 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 em estágio mais avançado de desenvolvimento turístico.

11. POSICIONAMENTO DE SANTO ANDRÉ NOS ESPAÇOS INSTITUCIONAIS

Realizar esforços políticos para articular e conquistar espaço de destaque às iniciativas de turismo junto ao Governo Federal e Governo do Estado de São Paulo. Atrelado 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.

12. 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.

13. PROMOÇÃO DO TURISMO INDUSTRIAL E DE INOVAÇÃO

Planejar, executar e aprimorar projetos que culminem no fomento a segmentos turísticos que possamos 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.

14. 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.

15. 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.

16. 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.



17. 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.

18. 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, ou de incremento curricular da rede municipal de ensino básico e fundamental.

19. AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL

Desenvolver ações para ampliar os canais de diálogo e participação da sociedade civil, através de conversas, diálogos, debates e reuniões com todos os segmentos do *trade* de turismo e comunidade andreense em geral.



12. 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 Econômico e Geração de Emprego, e aporte de recursos de outras secretarias através de atividades que geram impacto ao turismo, como da Secretaria de Cerimonial, Lazer e Gestão de Eventos com a realização de eventos e festivais, da Subprefeitura de Paranapiacaba e Parque Andreense 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 Escola Parque do Conhecimento - SABINA e Parque Escola, do Serviço Municipal de Saneamento Ambiental de Santo André - SEMASA com a administração do Parque do Pedroso, e Secretaria de Cultura com a promoção da economia criativa da cidade e pela gestão de estruturas como Casa da Palavra, Casa do Olhar, Museu de Santo André 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 Econômico 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.



13. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta 2ª revisão do Plano Diretor de Turismo se propõe a apresentar metas e estratégias de atuação a partir da análise do cenário do turismo no Brasil e no Mundo, em que o turismo se põe cada vez mais como umas das principais atividades econômicas, com tendência de crescimento, após a importante recuperação dos efeitos da pandemia da Covid-19.

O impulso ao turismo doméstico, primeiro como consequência da pandemia e depois com a desvalorização do Real frente as principais moedas estrangeiras, levaram os brasileiros a buscar viagens próximas ou no território nacional, o que abre muitas possibilidades a municípios com o perfil de Santo André.

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

- ANEXO I – Inventário Turístico de Santo André 2024
- ANEXO II – Estudo de Demanda Turística de Santo André 2022
- ANEXO III – Resultado Consulta Pública da 2ª Revisão do Plano

O Plano Diretor de Turismo 2021-2024, estipulado pela Lei Municipal nº 10.428, de 15 de outubro de 2021, 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 esta matéria.



PREFEITURA DE
SANTO ANDRÉ

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E GERAÇÃO DE EMPREGO

Av. José Caballero, nº 143, 5º andar, Centro, Santo André – SP. CEP: 09040-210

Tel.: +5511 4433-0752

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

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



ANEXO I

INVENTÁRIO TURÍSTICO DE SANTO ANDRÉ 2024



ANEXO II

ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA DE SANTO ANDRÉ 2022



ANEXO III

RESULTADO CONSULTA PÚBLICA DA 2ª REVISÃO DO PLANO
