

ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA DE SANTO ANDRÉ

2025



Strong
Business School



**TURISMO
SANTO
ANDRÉ**

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E GERAÇÃO DE EMPREGO DE SANTO ANDRÉ

Rua Visconde de Taunay, 70 - Santo André, SP - 09210-570

Tel.: 11 4433-0752

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

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

Gilvan Ferreira de Souza Junior

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

Tamara de Novais Rocha Santana

Encarregada de Informações Turísticas

COORDENAÇÃO E ELABORAÇÃO:

Fernando Santos Soares da Cunha

Fernanda Parra Garcia

Rubens Gallino Junior

Tarsila de Almeida Fernandes

REVISÃO TÉCNICA E METODOLÓGICA

STRONG Business School

Mantenedor: Sr. Sérgio Tadeu Ribeiro

Prof. Dr. Luciano Schmitz Simões

REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS:

PREFEITURA

Alberto Renan Gama Ferreira

André Luiz Pinto Serra

Anna Maria Barbosa de Melo

Cristiana Maria Nosé Lopes

Feliciano Nogueira Joventino

Fernanda Parra Garcia

Fernando Santos Soares da Cunha

Gustavo Vieira Toth

Julio Cesar Ferreira de Figueiredo

Karina Guimaraes Belmont

Luiz Carlos Baptista dos Santos

Marcos Gomes Godinho

Maria de Lourdes Serra Lopes

Maria Eduarda da Silva Mota

Mauro José Sandri

Renan Muniz de Sales

Ricardo Magnani Andrade

Rubens Gallino Junior

Sidney Barbosa

Tamara de Novais Rocha Santana

Tarsila de Almeida Fernandes

Valquiria Aparecida Lavecchia

STRONG BUSINESS SCHOOL

Anderson Soares Souza Neves

Caroline Barbosa de Castro

Gabriel Gouveia de Sousa

Jaqueline Jahel Moraes

Luciano Schmitz Simões

Marcos Antônio de Souza Pereira

Rafael Junior Ferreira

Talyta da Silva Ferreira

Tauany Alcantara Cabral

Vinicius Nunes Carvalho

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. OBJETIVOS.....	6
3. CRONOGRAMA.....	7
4. METODOLOGIA E APLICAÇÃO DA PESQUISA	8
4.1. Metodologia aplicada	8
4.2. Organização.....	8
4.3. Amostragem.....	9
4.4. Método de coleta.....	9
4.5. O Questionário da Pesquisa	10
4.6. Entrevistadores	10
4.7. Locais de Aplicação	11
4.8. Compilação dos dados	11
4.9. Apresentação dos resultados.....	12
5. QUESTIONÁRIO	13
6. RESULTADOS – PESQUISA GERAL.....	16
6.1. Perfil Geral	16
6.2. Origem.....	17
6.3. Perfil de formação e Renda.....	20
6.4. Forma Viagem	21
6.5. Conhecimento prévio da cidade	24
6.6. Permanência	25
6.7. Forma de chegar à cidade.....	26
6.8. Motivação da visita	28

6.9.	Expectativas e nível de satisfação	30
6.10.	Durante a visita	31
6.11.	Avaliação sobre as estruturas da cidade.....	33
7.	RESULTADOS – PESQUISA PARANAPIACABA	36
7.1.	Perfil Geral	36
7.2.	Origem.....	37
7.3.	Perfil de formação e Renda.....	38
7.4.	Forma Viagem	40
7.5.	Conhecimento prévio da cidade	43
7.6.	Permanência	44
7.7.	Forma de chegar à cidade	45
7.8.	Motivação da visita	46
7.9.	Expectativas e nível de satisfação.....	47
7.10.	Durante a visita	48
7.11.	Avaliação sobre as estruturas da cidade.....	50
8.	CONCLUSÃO GERAL.....	52
9.	ANEXO ÚNICO	55

1. INTRODUÇÃO

O turismo tem um grande impacto na economia, no meio ambiente, nas comunidades locais e nas pessoas. Por isso, é um tema que, assim como qualquer outro, precisa ser investigado, possibilitando planejamento para que se atinjam melhores resultados econômicos e sociais. A estruturação adequada do turismo reduz seus impactos negativos, e resulta no desenvolvimento do Turismo Responsável. Para que se realize o planejamento da atividade turística, o primeiro passo é o levantamento de informações, através da realização de pesquisas, estudos e análise de dados que são essenciais para esta tarefa.

Para um resultado de pesquisa confiável, se faz necessário a coleta apropriada de informações em quantidades adequadas e localidades pré-definidas, por equipe preparada e orientada. As informações auxiliam em diversas atividades, tais como orientar no planejamento turístico, auxiliar em futuros investimentos, conhecer o público consumidor (visitantes) e, principalmente, melhorar a prestação de serviços para satisfação dos visitantes. O objetivo final é avaliar os diferentes aspectos da atividade turística, de forma a alavancar o turismo na cidade em todas as suas vertentes e ainda, auxiliar na elaboração de políticas públicas para o setor.

O Estudo de Demanda Turística serve de base para o Plano Municipal de Turismo de Santo André, a fim de monitorar a atividade turística da cidade e auxiliar no desenvolvimento políticas públicas que promovam e impulsionem a atividade como eixo de desenvolvimento econômico.

Portanto, este documento – “Estudo de Demanda Turística Santo André 2025” é parte fundamental do planejamento e execução das políticas públicas de fomento à atividade turística no município de Santo André, sendo a continuidade e permitindo comparações com os dados coletados no “Estudo de Demanda Turística Santo André 2022 e 2020”.

2. OBJETIVOS

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

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

3. CRONOGRAMA

O planejamento do Estudo de Demanda se deu a partir do início do mês de janeiro de 2025, com a elaboração do planejamento geral e a elaboração de cada um dos documentos e referenciais necessários para realização da pesquisa, inclusive a validação técnica da metodologia aplicada no questionário.

A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de julho e novembro de 2025, já a análise dos dados e desenvolvimento dos gráficos ocorreram nos meses de dezembro de 2025 a março de 2026, e a publicação do estudo, em julho de 2026.

A tabela abaixo demonstra em detalhes o cronograma do Estudo de Demanda Santo André 2025.

TABELA 01 | CRONOGRAMA DO ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA

ETAPAS	AÇÕES	2025												2026			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
Planejamento do Trabalho	Elaboração do Plano de Ação	x															
	Elaboração do Projeto de Pesquisa		x	x													
	Elaboração e Validação dos Instrumentos de Coleta de Dados			x	x												
	Construção do Banco de Dados					x											
	Entrega dos materiais para aprovação da Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS							x									
	Seleção e Treinamento dos Entrevistadores da Pesquisa						x	x									
	Coleta técnica com Órgãos Públicos para Coleta de Dados	x	x														
	Pesquisa de Campo							x	x	x	x	x					
Análise de Dados	Análise e interpretação dos dados coletados e sistematizados												x	x	x	x	
	Elaboração de relatório preliminar															x	
	Apresentação das etapas já realizadas à Escola Superior de Administração e Gestão STRONG ESAGS																x
Relatório Conclusivo	Elaboração do relatório final do estudo																x
	Apresentação das análises conclusivas																x
	Adequações sugeridas e entrega final do relatório																x

4. METODOLOGIA E APLICAÇÃO DA PESQUISA

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

4.1. Metodologia aplicada

O método de pesquisa, amostras, locais de aplicação, assim como todo o planejamento para realização desta pesquisa foi revisada e certificada pela STRONG BUSINESS SCHOOL, através de Termo de Cooperação firmado a partir do Edital de Chamamento Público SDEGE nº 07/2025.

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

4.2. Organização

Com a finalidade de atendimento da Lei Complementar Estadual nº 1261/2015 e a necessidade de avaliação, renovação, e manutenção dos serviços turísticos da cidade, a realização do Estudo de Demanda Turística de Santo André 2025 é essencial. Ressalta-se que o título de “Município de Interesse Turístico – MIT” foi aprovado para Santo André, conforme a Lei Estadual nº 18.271, de 19 de setembro de 2025.

A coordenação da pesquisa foi conduzida pela Gerência de Turismo da Diretoria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, uma equipe com profundo conhecimento dos aspectos turísticos da cidade, e apropriada em relação às necessidades que envolvem o estudo de demanda. A coordenação foi responsável pelo controle de escala, solução de demandas durante as entrevistas, viabilidade de acesso dos pesquisadores a áreas restritas ou com necessidade de autorização prévia, entre outras.

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

4.3. Amostragem

Santo André recebe aproximadamente 1.100.000 mil visitantes por ano (estimativa de 2024). São pessoas que vem majoritariamente das cidades do entorno, como o Grande ABC e também áreas da Região Metropolitana de São Paulo, principalmente aquelas que fazem fronteira com a Cidade. Os locais que mais atraem os visitantes são:

- Vila de Paranapiacaba: estimada 670 mil visitas/ano
- SABINA Parque Estola do Conhecimento: estimada 108.000 mil visitas/ano.
- Santuário Nacional de Umbanda: estimado 100 mil visitas/ano
- Rede hoteleira estimado em 220 mil hóspedes/ano

Os locais de coleta dos dados foram definidos considerando o número de visitantes estimados em 2024, segundo dados do Observatório de Turismo de Santo André, e assim distribuídas quantidades proporcionais a serem aplicadas em cada lugar. Sendo a Vila de Paranapiacaba a área com maior incidência de visitantes, para lá foram destinados 52,5% do total de 425 questionários aplicados. Os outros 47,5% dos questionários foram distribuídos entre hotéis e equipamentos relevantes da cidade.

A amostra de turistas com seleção aleatória proporciona um resultado representativo, passível de aplicação ao universo estimado para a pesquisa. O período de aplicação dos questionários em campo abrangeu os meses de julho a novembro de 2025.

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

Desta forma, quanto à margem de erro desta pesquisa, que considera a diferença entre o valor encontrado na pesquisa e o seu valor real, e tendo em vista o universo de análise apresentado e o número de pesquisas coletadas em campo, estima-se que esta amostra possa vir apresentar margem de erro de 5%.

4.4. Método de coleta

Para a obter um resultado final uniforme, o questionário foi impresso em folha de papel preenchida pelo aplicador no momento de encontro com o turista e posteriormente encaminhado à equipe do Turismo que lançou todos em um formulário online Google Forms, visando o desenvolvimento de um único banco de dados para toda a informação coletada.

Os turistas participantes, foram abordados nos locais determinados para coleta, estando ou não em grupo, porém, no caso de pessoas em grupo, apenas um do grupo respondeu o questionário. Os meses em que foram aplicados os questionários, abarcam férias escolares, FIP – Festival de Inverno de Paranapiacaba, celebrações diversas e também

dias comuns e fins de semana ordinários. Os questionários foram aplicados em dias e horários variados de forma a atender momentos de fluxo mais intenso, ou as vezes, de baixo movimento no local.

Somente foram aplicados questionários às pessoas não residentes em Santo André. Essa identificação foi feita no início da abordagem com o possível entrevistado e se a pessoa declarava ser moradora de Santo André, não se aplicava a pesquisa.

O tempo estimado para aplicação do questionário era de aproximadamente 5 minutos.

Na pesquisa realizada no ano de 2020, foram utilizadas outras formas de coleta de dados, como envio de e-mails a pessoas que visitaram certos atrativos da cidade, e impressão de cartões com QR Code, para aplicação de pesquisa pelo próprio visitante. Contudo, tais métodos se mostraram pouco efetivos, e por isto na versão de 2022 e 2025, o Estudo deu-se somente via entrevista direta presencial.

4.5. O Questionário da Pesquisa

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

O questionário possui 23 perguntas, as quais priorizaram-se perguntas objetivas, visando estabelecer um padrão de respostas para consolidação e análise dos dados. Desta forma, as perguntas estão distribuídas da seguinte forma:

- Perguntas com resposta objetiva de única escolha: 18 questões, sendo a pergunta nº. 23 avaliando outras 13 subquestões;
- Perguntas com resposta objetiva de múltipla escolha: 3 questões;
- Pergunta com resposta aberta: 2 questões

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

4.6. Entrevistadores

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

Além da capacitação na abordagem, que levou em conta controle do tempo, imparcialidade ao coletar as informações, responsabilidade com os dados e cordialidade com os entrevistados, também foram realizadas orientações para melhor qualificação da amostra, como distribuição de público entre gênero, idade e perfil dos entrevistados.

4.7. Locais de Aplicação

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

Os locais de aplicação presencial do questionário foram:

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

4.8. Compilação dos dados

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

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

4.9. Apresentação dos resultados

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

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

Será realizada uma apresentação oficial no âmbito do Conselho Municipal de Turismo no 2º semestre de 2026 (a se verificar calendário de reuniões ordinárias do Conselho), assim como apresentações posteriores que se façam necessárias.

Este documento também será mantido público em formato virtual (PDF) no portal “Turismo Santo André”, na aba do Observatório de Turismo de Santo André junto à demais pesquisas e publicações relacionadas à atividade do turismo na cidade, permitindo comparações em relação ao Estudo de Demanda Turística realizados nos anos de 2020 e 2022. Acesso através do: acesse.santoandre.br/ObservatorioTurismo.

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

5. QUESTIONÁRIO

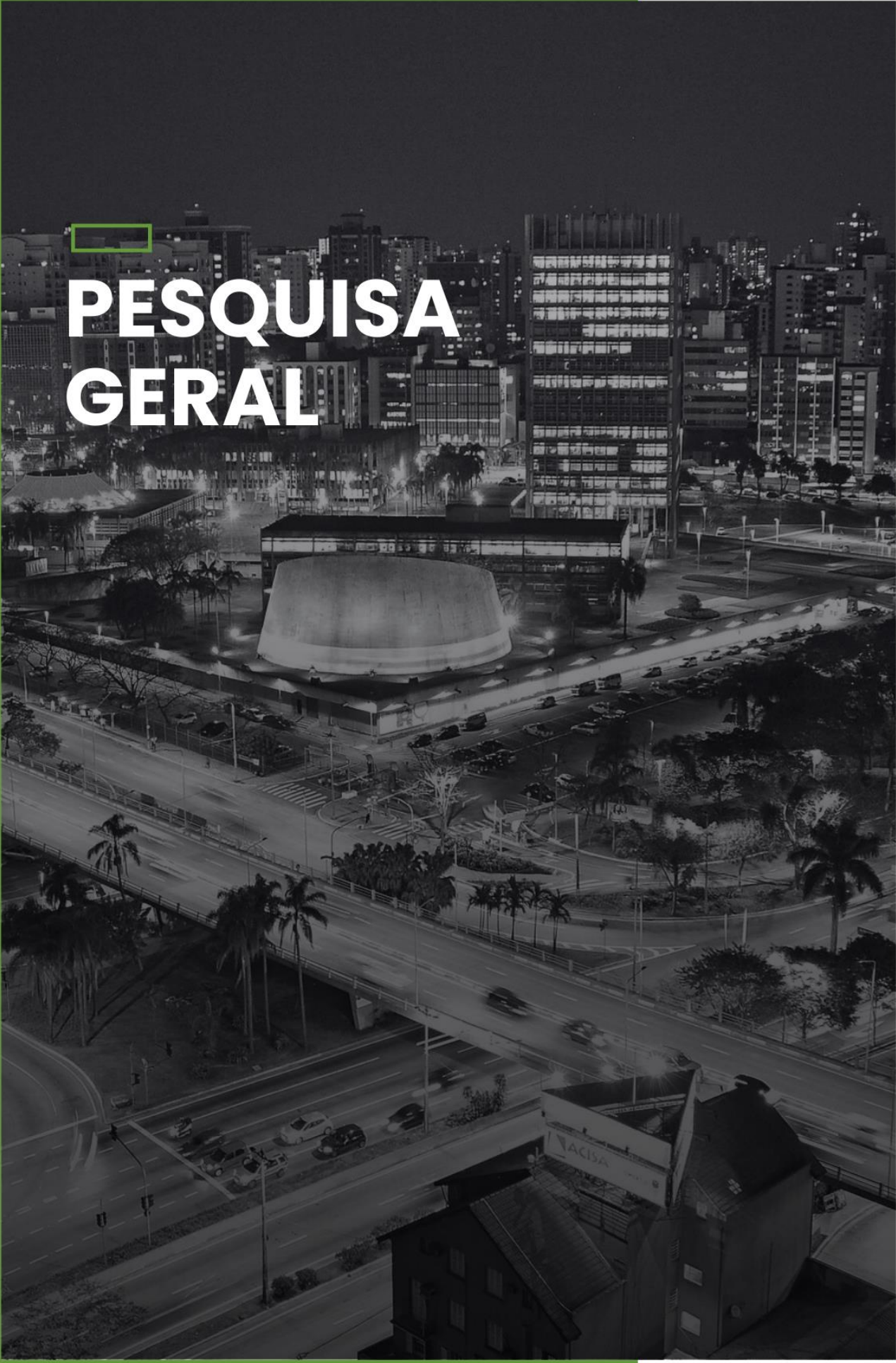
O questionário para coleta de dados foi elaborado com questões fechadas e abertas, totalizando 23 perguntas, conforme apresentado no ANEXO ÚNICO deste estudo.

O questionário abordou as seguintes informações:

- Perfil Geral
 - Idade
 - Sexo
- Origem
 - Município
 - Estado
- Perfil de Formação e Renda
 - Grau de Instrução
 - Profissão/ Ocupação
 - Renda Familiar per capita
- Forma Viagem
 - Acompanhantes
 - Perfil dos acompanhantes
- Conhecimento prévio da cidade
- Permanência
 - Tempo de permanência
 - Local de permanência
- Forma de chegar à cidade
- Como conheceu a cidade
- Motivação da visita
- Expectativas e nível de satisfação
 - Antes da visita
 - Após a visita
- Durante a visita

- Locais visitados
- Gasto médio
- Serviços utilizados

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



PESQUISA GERAL

6. RESULTADOS – PESQUISA GERAL

Este capítulo apresenta os resultados gerais da coleta realizada no município de Santo André, entre julho e novembro de 2025.

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

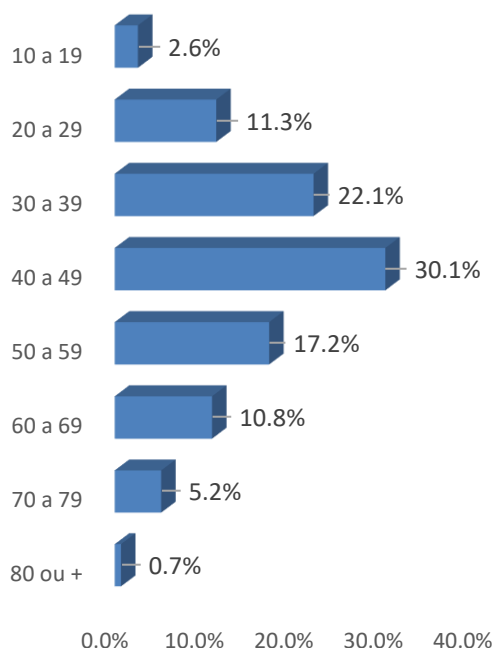
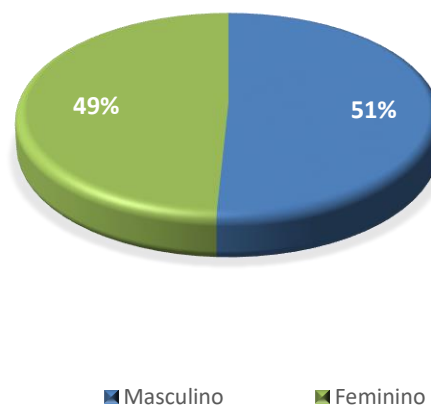
TABELA 02 | RESULTADO DA COLETA POR LOCAL

LOCAL	TOTAL
Vila de Paranapiacaba*	223
Hotéis (Blue Tree + Go Inn/ Hilton Garden Inn + Plaza Mayor + Ibis)	102
Sabina Escola Parque do Conhecimento	50
Santuário Nacional da Umbanda	50
TOTAL	425

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

6.1. Perfil Geral

Buscou-se a realização de entrevistas de forma igualitária entre gêneros, o que se demonstrou no resultado, com público entrevistado de 51% masculino e 49% feminino. Quanto à faixa etária, o público adulto de 20 a 59 anos foi o mais recorrente, sendo o de 40 a 49 a faixa etária que teve maior destaque na pesquisa.

GRÁFICO 01 | FAIXA ETÁRIA DO ENTREVISTADO

GRÁFICO 02 | GÊNERO DO ENTREVISTADO


6.2. Origem

Para a categoria origem, foram consideradas as variáveis cidade e estado, a fim de identificar o público oriundo dos locais do Brasil, e para o público estrangeiro, identificado estado e país. A cidade de São Paulo e as cidades que compõem a região do Grande ABC, Rio de Janeiro, Santos e Guarulhos ocupam as 7 primeiras posições no ranking, demonstrando claramente os locais que mais exportam visitantes para a cidade de Santo André são os municípios do entorno, embora recebamos muitos turistas de várias cidades do Estado de São Paulo e diversos estados do Brasil.

TABELA 03 | MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA

São Paulo, SP	158	37,18%	Anápolis, GO	1	0,24%
São Bernardo do Campo, SP	50	11,76%	Apucarana, SP	1	0,24%
Mauá, SP	23	5,41%	Dublin, Irlanda	1	0,24%
Rio de Janeiro, RJ	19	4,47%	Ferraz de Vasconcelos, SP	1	0,24%
Santos, SP	13	3,06%	Fortaleza, CE	1	0,24%
Diadema, SP	12	2,82%	Francisco Morato, SP	1	0,24%
Guarulhos, SP	10	2,35%	Embu das Artes, SP	1	0,24%
São Caetano do Sul, SP	9	2,12%	Ibiúna, SP	1	0,24%
Ribeirão Pires, SP	9	2,12%	Jacareí, SP	1	0,24%
Jundiaí, SP	8	1,88%	Ilha Solteira, SP	1	0,24%
Belo Horizonte, MG	7	1,65%	Itu, SP	1	0,24%
Osasco, SP	7	1,65%	Limeira, SP	1	0,24%
Valinhos, SP	6	1,41%	Matão, SP	1	0,24%
Campinas, SP	4	0,94%	Araraquara, SP	1	0,24%
Brasília, DF	4	0,94%	Bragança Paulista, SP	1	0,24%
Rio Grande da Serra, SP	4	0,94%	Cajamar, SP	1	0,24%
Recife, PE	4	0,94%	Guarujá, SP	1	0,24%
Mogi das Cruzes, SP	3	0,71%	Itanhaém, SP	1	0,24%
Barueri, SP	3	0,71%	Itapevi, SP	1	0,24%
Porto Alegre, RS	3	0,71%	Joinville, SC	1	0,24%
Praia Grande, SP	3	0,71%	Montevideo, Uruguai	1	0,24%
Sorocaba, SP	3	0,71%	Mongaguá, SP	1	0,24%
Suzano, SP	3	0,71%	Natal, RN	1	0,24%
Carapicuíba, SP	3	0,71%	Poá, SP	1	0,24%
Salvador, BA	2	0,47%	Porto, Portugal	1	0,24%
Itapecerica da Serra, SP	2	0,47%	Regente Feijó, SP	1	0,24%
Curitiba, PR	2	0,47%	Resende, RJ	1	0,24%
Ilha Bela, SP	2	0,47%	São José do Rio Preto, SP	1	0,24%
Jaraguá do Sul, SC	2	0,47%	Sete Lagoas, MG	1	0,24%
Atibaia, SP	2	0,47%	Taboão da Serra, SP	1	0,24%
Goiânia, GO	2	0,47%	Utah, EUA	1	0,24%
Passos, MG	2	0,47%	Umuarama, PR	1	0,24%
Ribeirão Preto, SP	2	0,47%	Uberlândia, MG	1	0,24%
São José do Rio Pardo, SP	2	0,47%	Vinhedo, SP	1	0,24%
São Vicente, SP	2	0,47%	Volta Redonda, RJ	1	0,24%

A pesquisa identificou visitantes de 70 municípios, oriundos de 12 Estados quando considerados os visitantes do Brasil (incluindo São Paulo), e de mais 4 países.

GRÁFICO 03 | ESTADO DE ORIGEM (BRASIL)

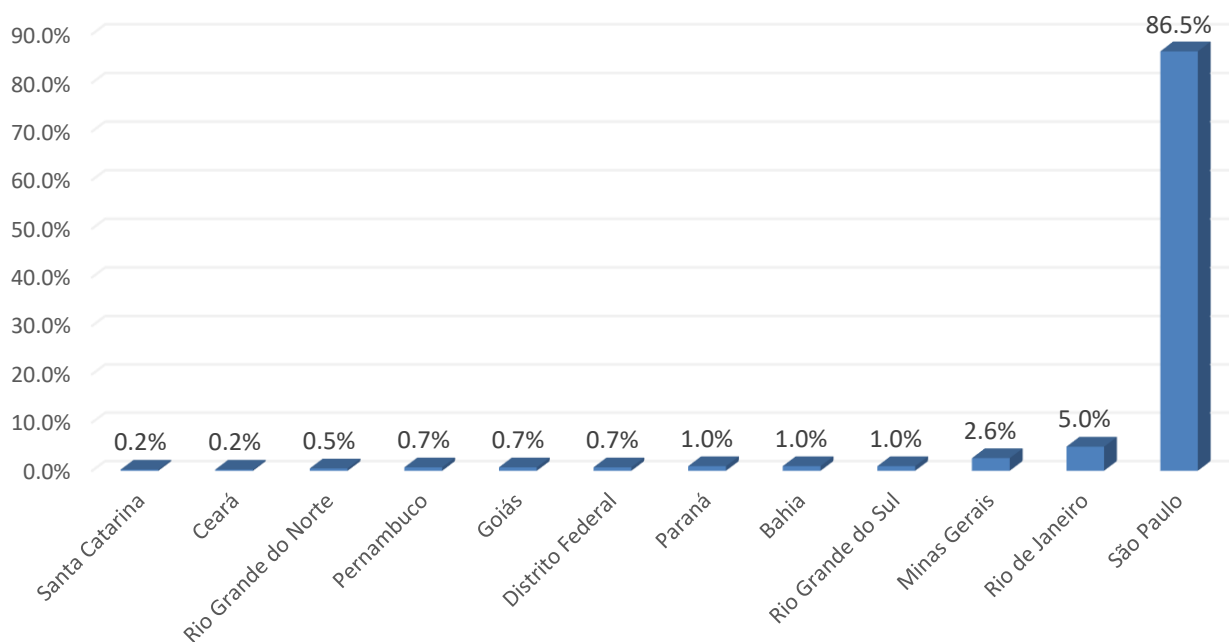
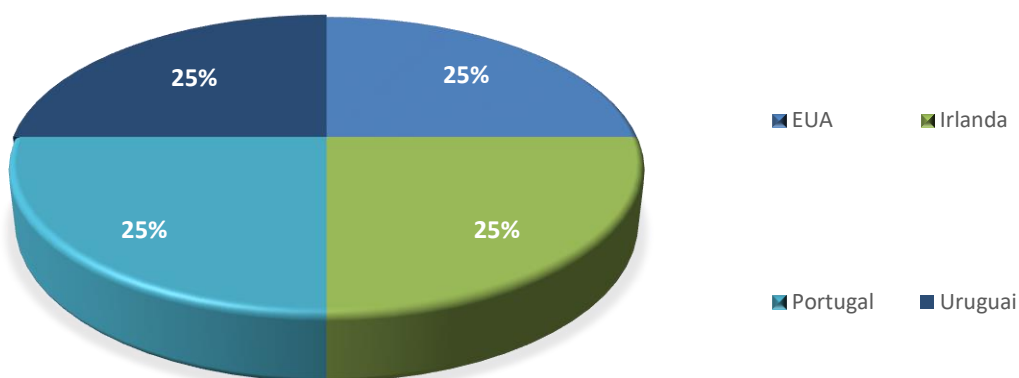


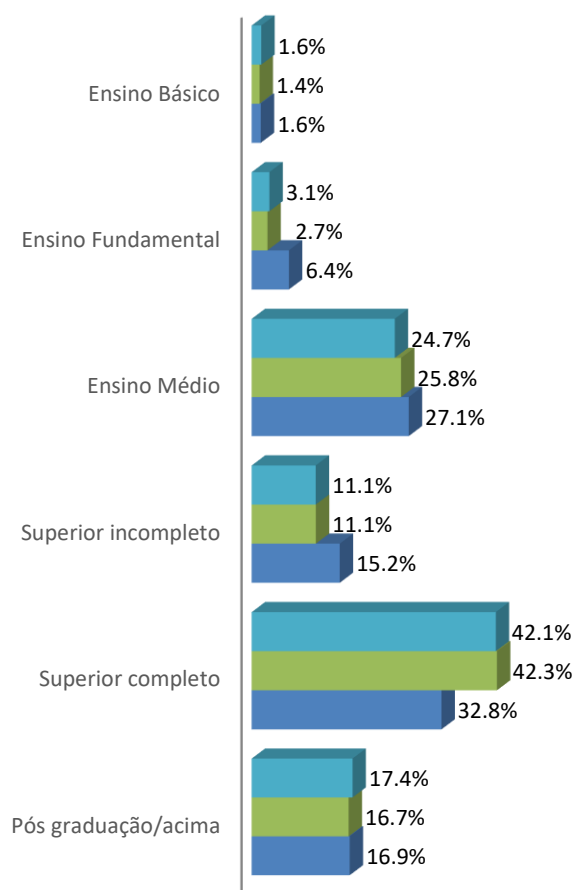
GRÁFICO 04 | PAÍS DE ORIGEM – INTERNACIONAL



6.3. Perfil de formação e Renda

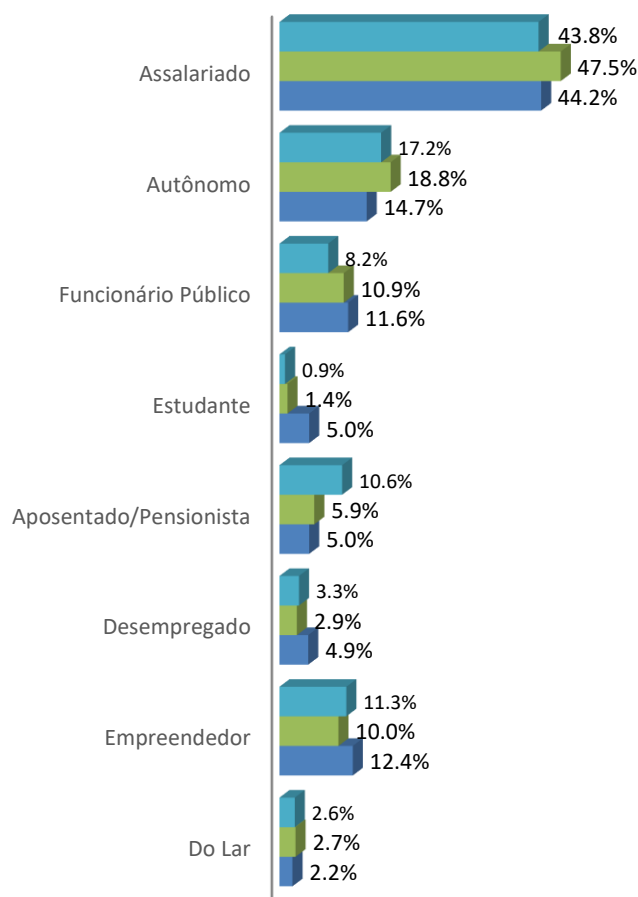
O perfil de renda dos turistas de Santo André demonstra que na maioria dos casos são pessoas assalariadas de renda média, com padrão de renda de 2 a 5 salários mínimos per capita por família, com predominância de casos de pessoas com formação superior completa. No comparativo com a pesquisa realizada no ano de 2020 e 2022, a maioria dos padrões se manteve estável.

GRÁFICO 05 | GRAU DE INSTRUÇÃO



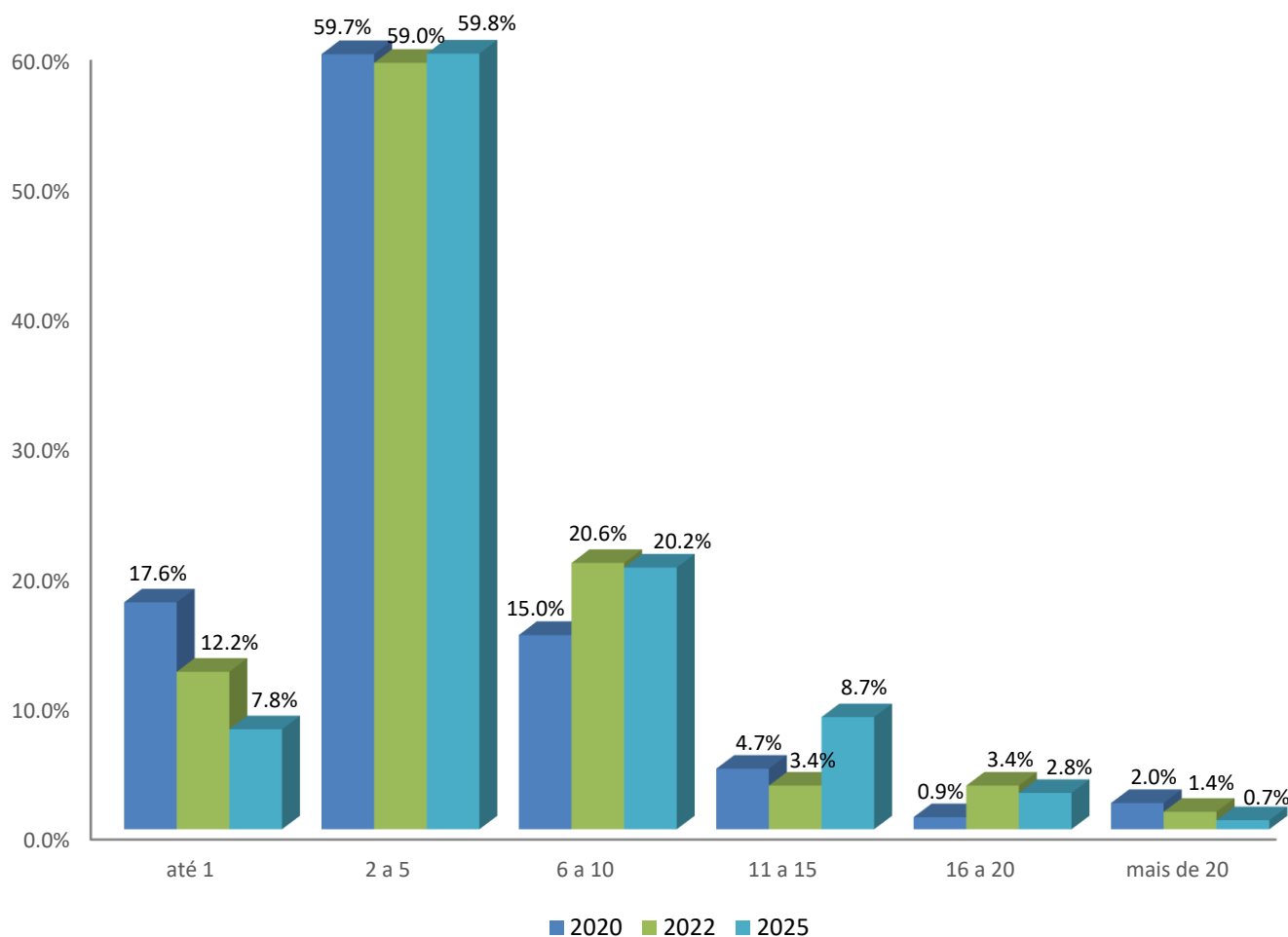
■ 2025 ■ 2022 ■ 2020

GRÁFICO 06 | TIPO DE OCUPAÇÃO



■ 2025 ■ 2022 ■ 2020

GRÁFICO 07 | RENDA FAMILIAR – POR SALÁRIO MÍNIMO MENSAL PER CAPITA – BASE 2025



6.4. Forma Viagem

A forma de viagem dos entrevistados demonstra que a maioria deles realiza a visita a Santo André com suas famílias (39%), seguido de visitantes que viajam com amigos, e em casal sem filhos. Os três perfis representam 74% da amostra, padrão somente um pouco maior que apresentado na pesquisa de 2022, quando estes três perfis alcançaram 71,1% da amostra.

Apesar da grande prevalência de pessoas viajando sozinhas ou com 1 acompanhante, o Gráfico 8 demonstra uma importante fração de 17,2% dos casos realizando a visita à Santo André com mais de 5 acompanhantes, padrão

também observado em 2022. Os acompanhantes também refletem a faixa etária dos entrevistados, com a maior recorrência entre a faixa de 30 a 45 anos.

GRÁFICO 08 | TIPO DE ACOMPANHANTES NA VIAGEM

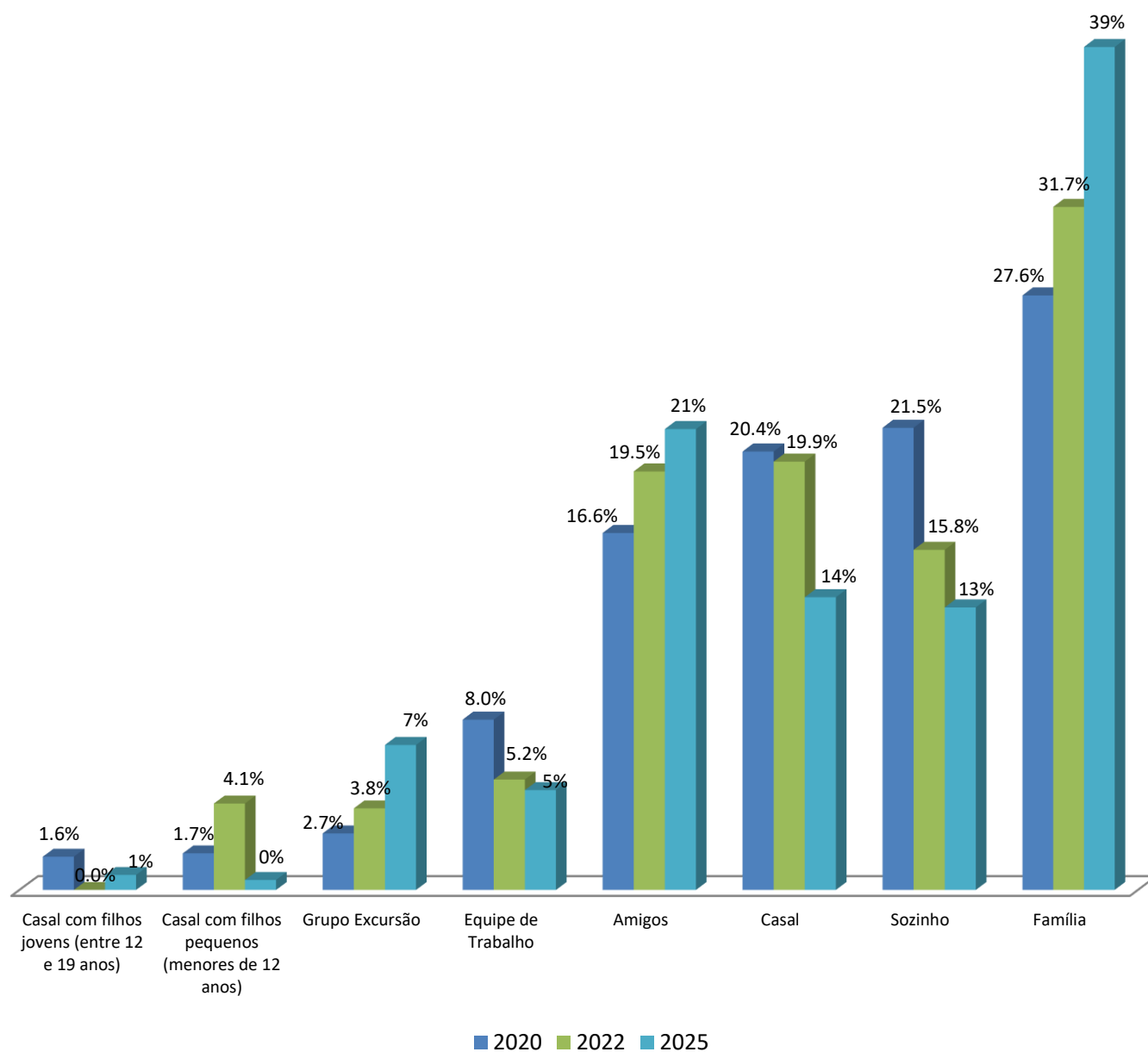


GRÁFICO 09 | NÚMERO DE ACOMPANHANTES

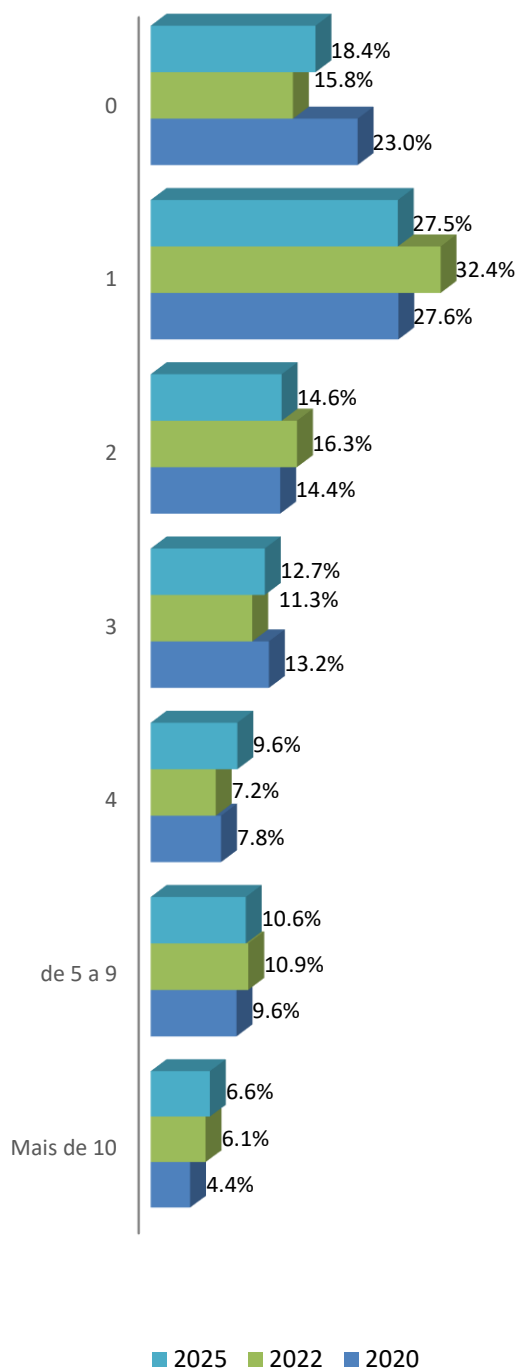
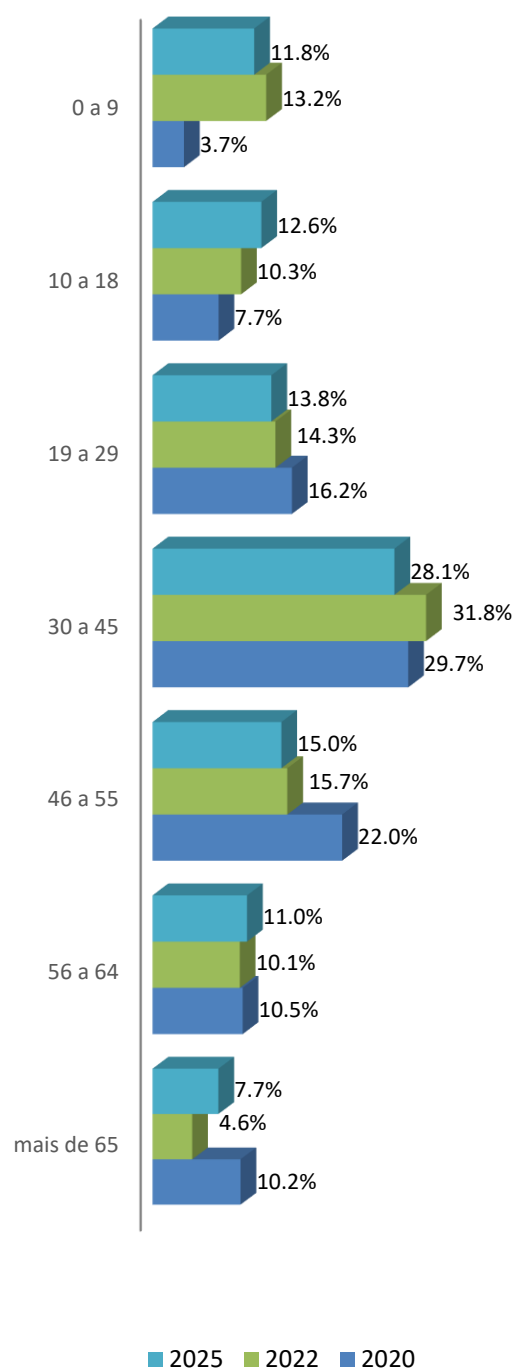


GRÁFICO 10 | FAIXA ETÁRIA DOS ACOMPANHANTES



6.5. Conhecimento prévio da cidade

A pesquisa demonstrou que 78% das pessoas que visitaram a cidade nesta oportunidade já haviam estado no município anteriormente, tendo a grande maioria delas visitado a cidade com grande recorrência, sendo que 71,4% já visitou a cidade por 10 (dez) vezes ou mais, o que demonstra uma forte tendência de recorrência da visita.

O padrão da frequência das visitas cresceu um pouco no comparativo com o estudo de 2022, se observando somente um aumento de 4% em relação aos visitantes que já estiveram na cidade, passando de 74% para 78% da amostra.

GRÁFICO 11 | SE JÁ ESTEVE EM SANTO ANDRÉ ANTERIORMENTE

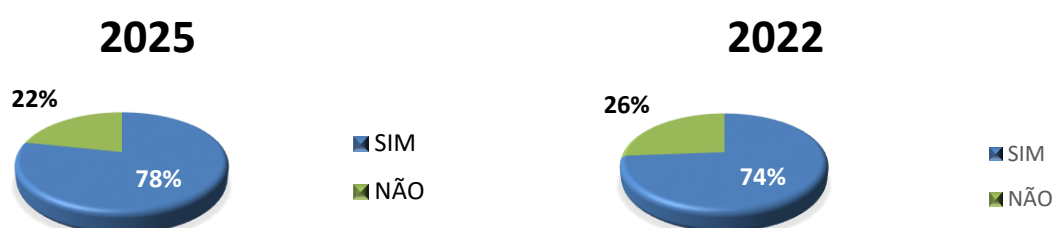
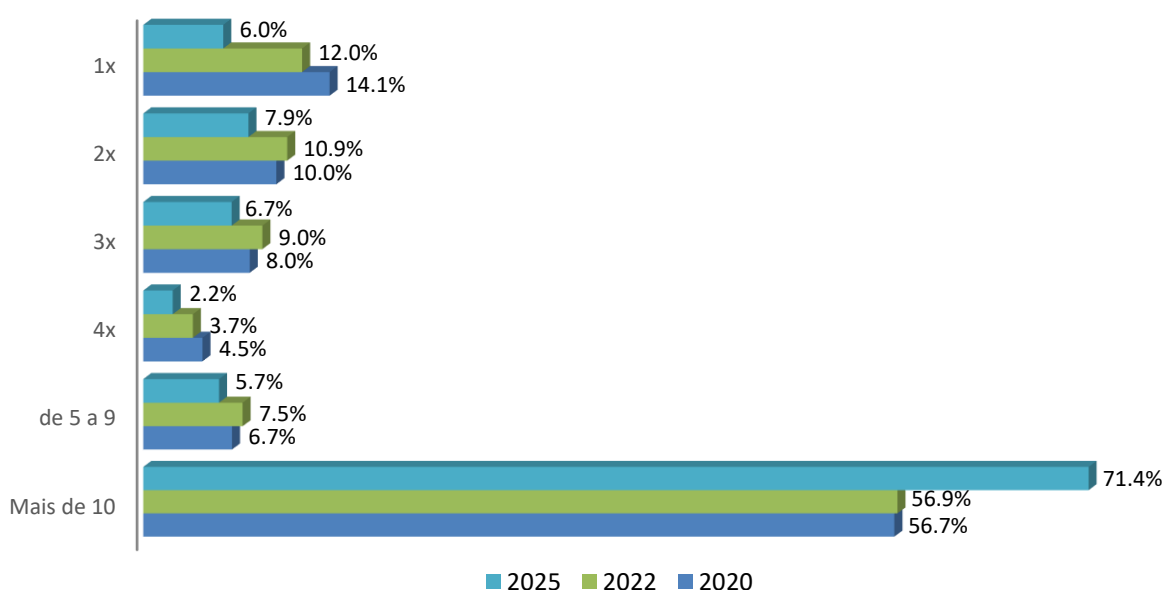


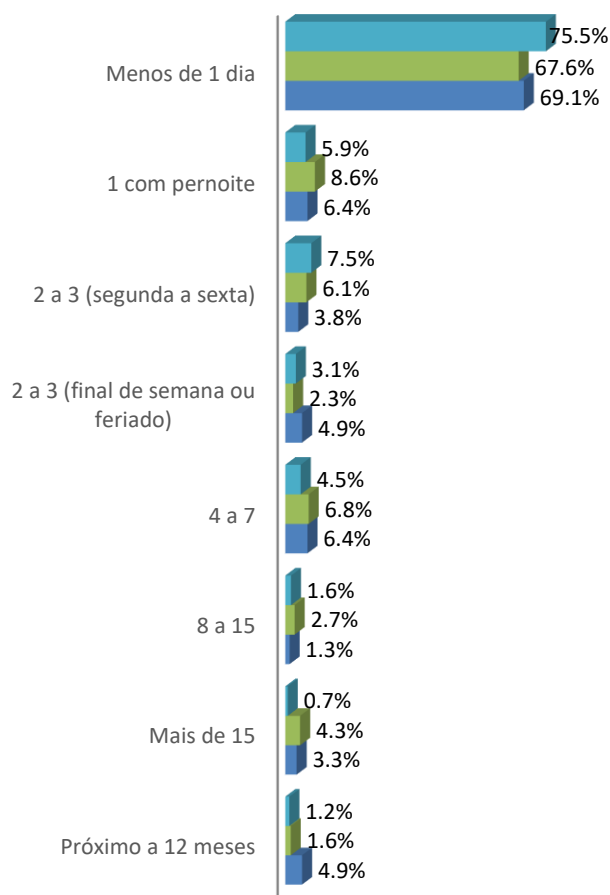
GRÁFICO 12 | FREQUÊNCIA DOS QUE JÁ ESTIVERAM EM SANTO ANDRÉ



6.6. Permanência

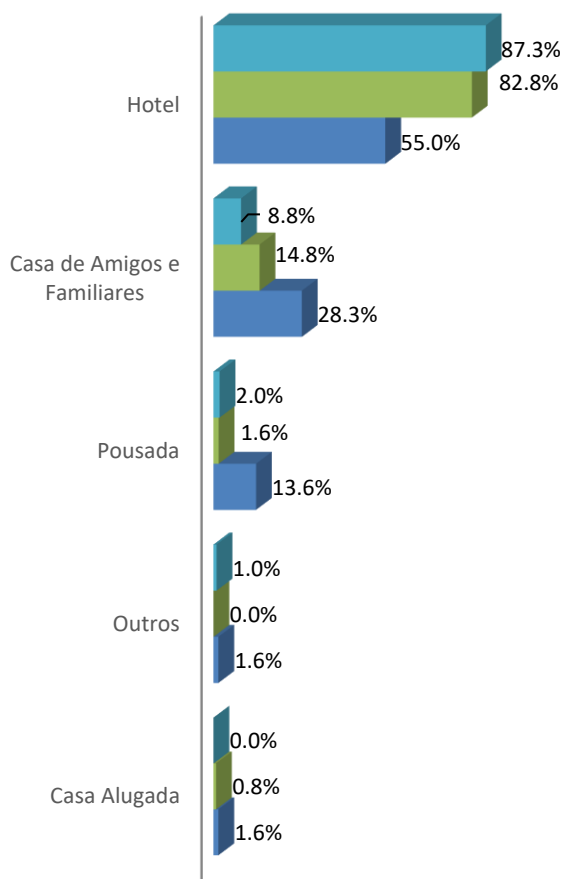
O levantamento sobre permanência do visitante também demonstrou que a cidade não retém a maioria dos turistas por mais de 3 dias, sendo que 75,5% destes permanecendo por menos de 1 dia. Contudo, vale destacar que daqueles que ficam no município, a maioria escolhe a hospedagem em hotéis, justificando que uma parcela da coleta de entrevistas para esta pesquisa foi realizada nos próprios hotéis.

GRÁFICO 13 | NÚMEROS DE PERNOITES EM SANTO ANDRÉ



■ 2025 ■ 2022 ■ 2020

GRÁFICO 14 | LOCAL DE PERMANÊNCIA QUANDO HOUVE PERNOITE



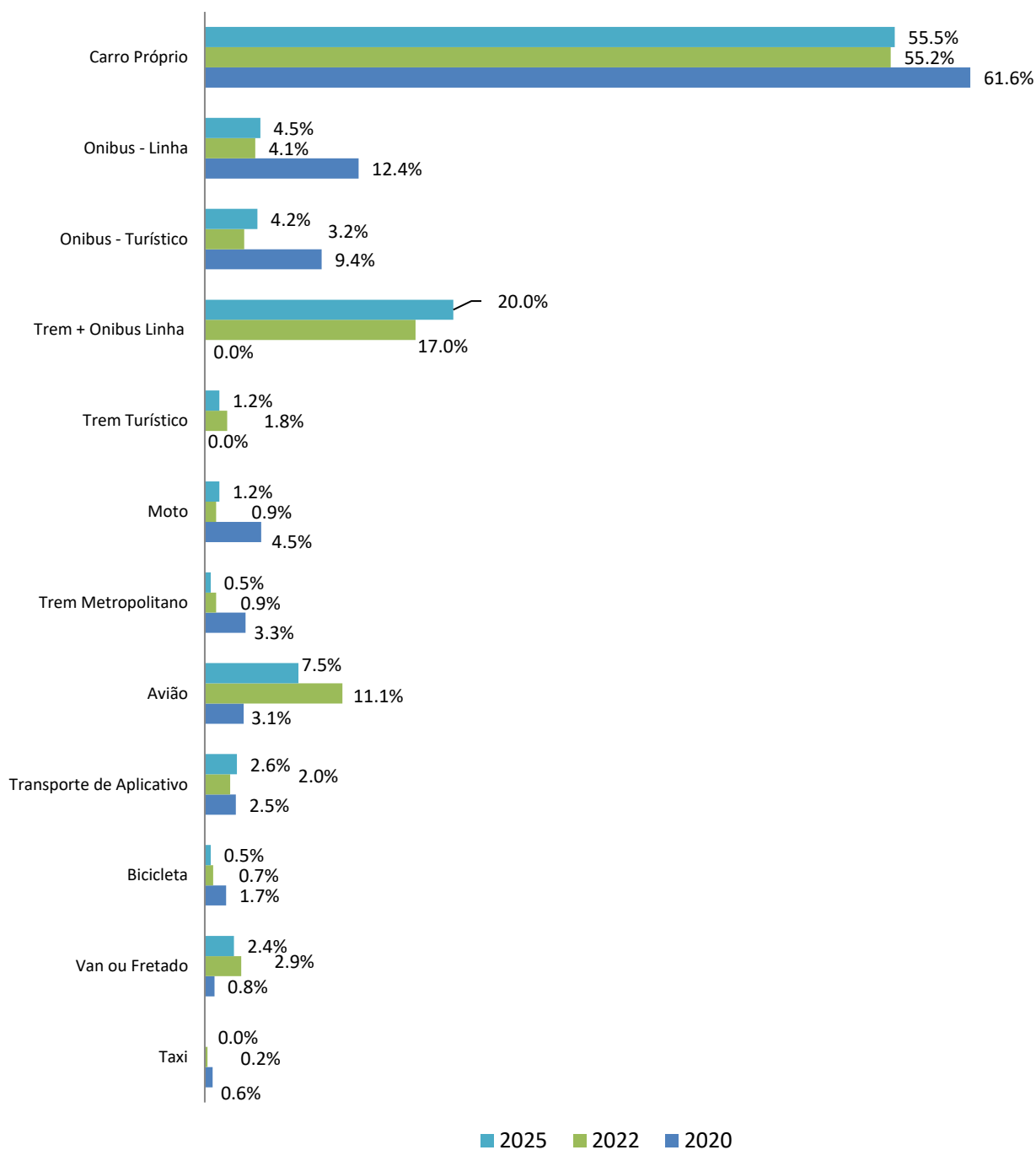
■ 2025 ■ 2022 ■ 2020

6.7. Forma de chegar à cidade

O levantamento sobre principal forma de transporte utilizado demonstra que o carro particular é o modal de maior incidência, com aproximadamente 55,5% dos casos. Os trens e ônibus de linha local também demonstram ser recorrentes na amostra, com aproximadamente 24,5 % dos casos, somados aqueles que utilizam apenas o ônibus de linha ou trem e ônibus de linha conjuntamente, refletindo a condição de município conurbado à Região Metropolitana de São Paulo e de ser um local de atração para a capital e para as cidades que compõem o Grande ABC.

Podemos observar que não houve alterações substanciais em relação à amostra de 2022, como a utilização de carro próprio que teve aumento de 0,3 pontos percentuais. Quanto à variação da utilização do trem e ônibus de linha, com aumento em 3,4 pontos percentuais, esta variação estaria mais concentrada nas pesquisas realizadas na Vila de Paranapiacaba, em que a utilização do trem de linha em conjunto com ônibus de linha é uma das opções disponíveis e bastante utilizada pelo público frequentador. Com relação ao avião houve um decréscimo de 3,6 pontos com relação à pesquisa de 2022, embora represente mais do dobro de 2020 que foi de 3,1%. O avião é utilizado por visitantes que vem de outros estados e países, predominantemente a trabalho ou negócios e ficam hospedados nos seis grandes hotéis de Santo André.

GRÁFICO 15 | PRINCIPAL MEIO DE TRANSPORTE PARA CHEGAR À SANTO ANDRÉ



6.8. Motivação da visita

Os dados deste capítulo revelam que a maior parte dos entrevistados tem como motivação a visita de lazer, eventos e em terceiro lugar a motivação por trabalho, padrão que se manteve em relação aos dados coletados em 2020 e 2022, com exceção de eventos que passou de 8,2 para 19,3 pontos, o que pode ser explicado por um número expressivo de entrevistas realizadas durante o Festival de Inverno de Paranapiacaba, evento que atraiu para a Vila em 2025 mais de 280 mil visitantes, uma parte significativa dos visitantes esperados em todo o ano. Os dados de visita por lazer refletem o perfil do público que visita principalmente a Vila de Paranapiacaba e a Sabina Escola Parque do Conhecimento, e a elevada porcentagem de pessoas que declararam como motivação da viagem negócios e trabalho demonstram um perfil importante de turista para Santo André, em especial para a malha urbana com foco nas principais empresas da cidade.

GRÁFICO 16 | MOTIVAÇÃO DA VISITA

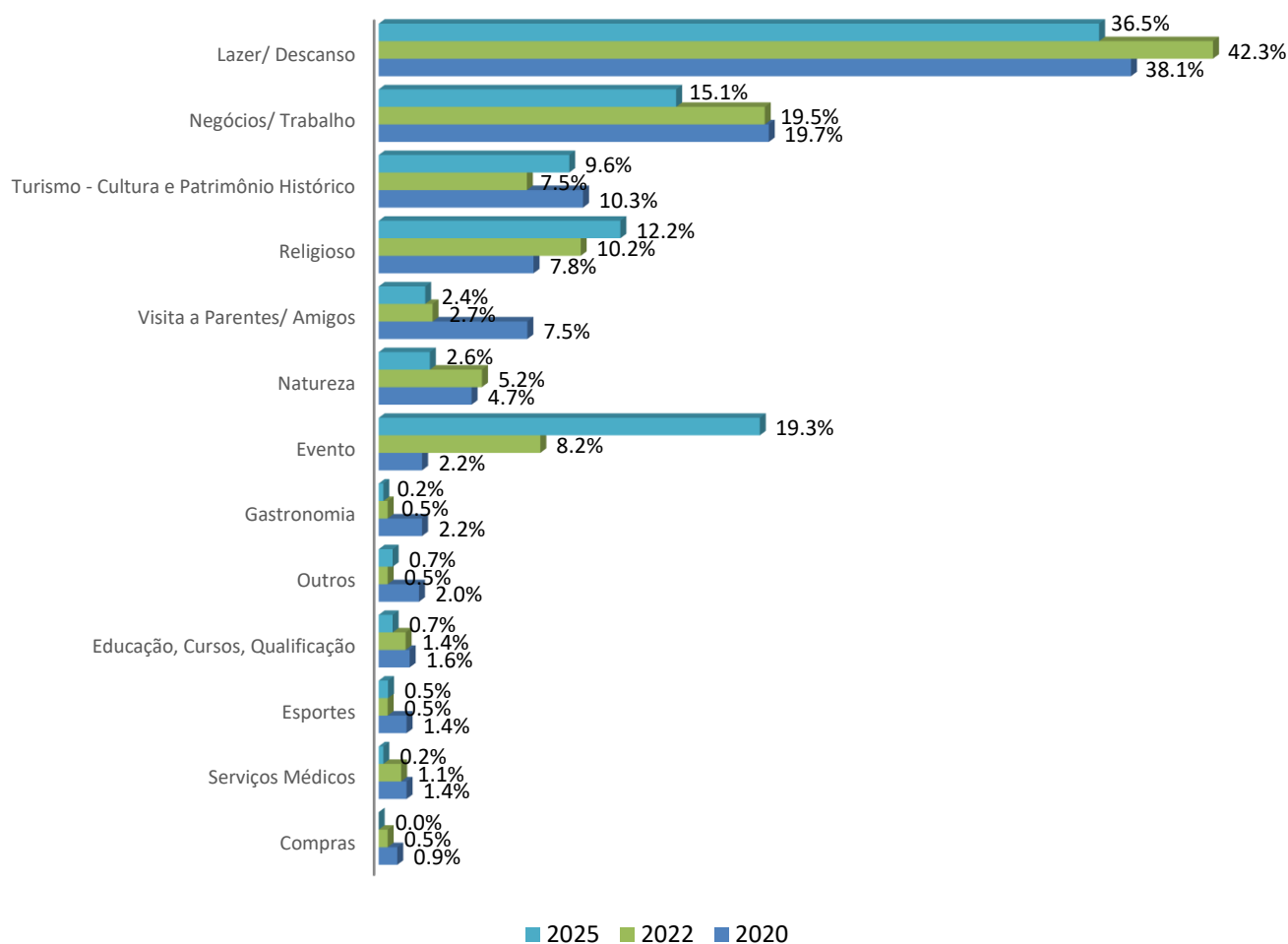
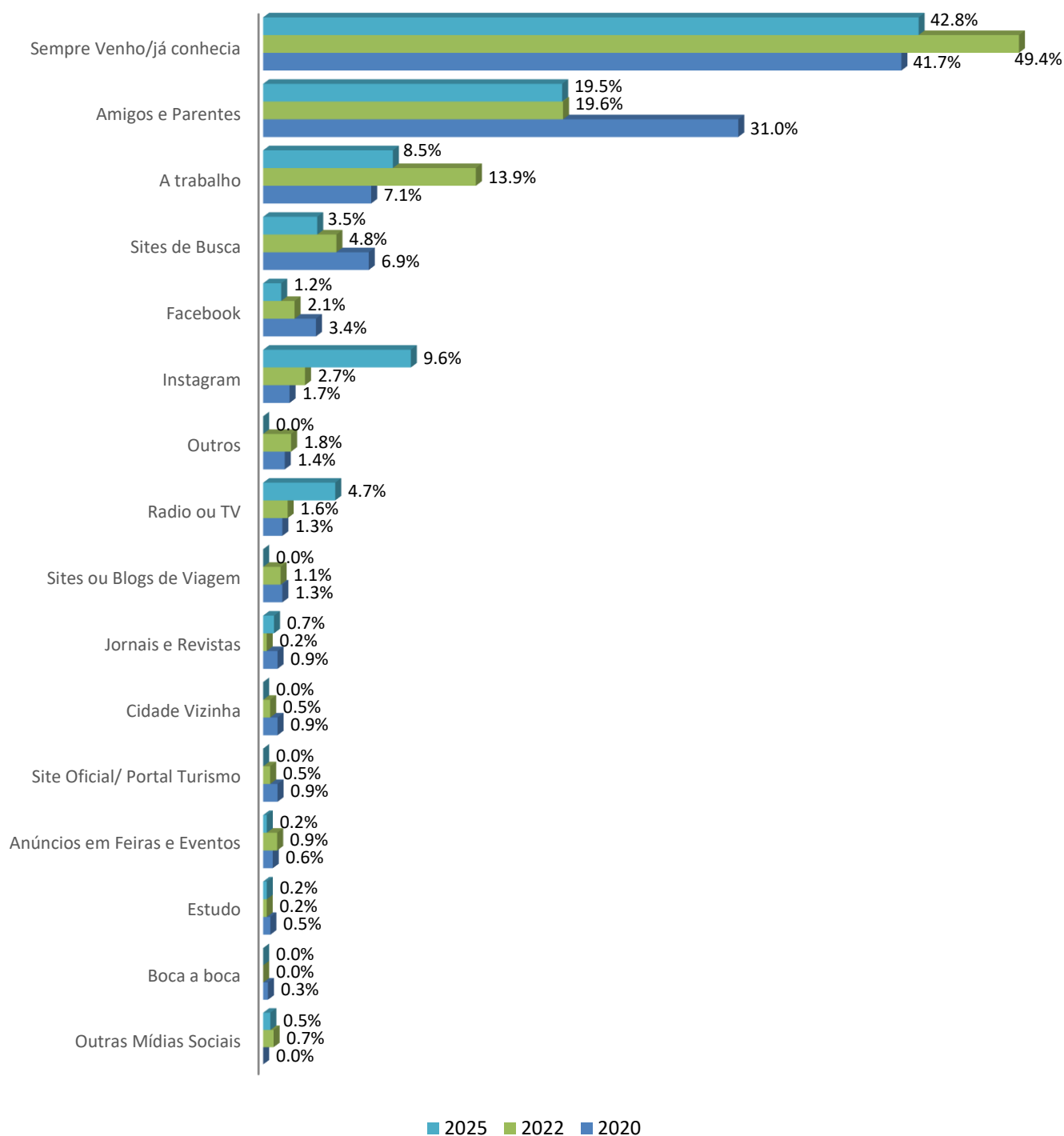


GRÁFICO 17 | COMO CONHECEU A CIDADE



6.9. Expectativas e nível de satisfação

Os dados de expectativa em relação à visita demonstram que houve, em geral, uma melhora na percepção em relação ao município de Santo André, com um aumento substancial dos casos declarados como “ótimo” no pós-visita, em relação à expectativa antes da visita, o que também se observou como padrão em relação aos dados coletados em 2020 e 2022.

GRÁFICO 18 | EXPECTATIVA ANTES DA VISITA

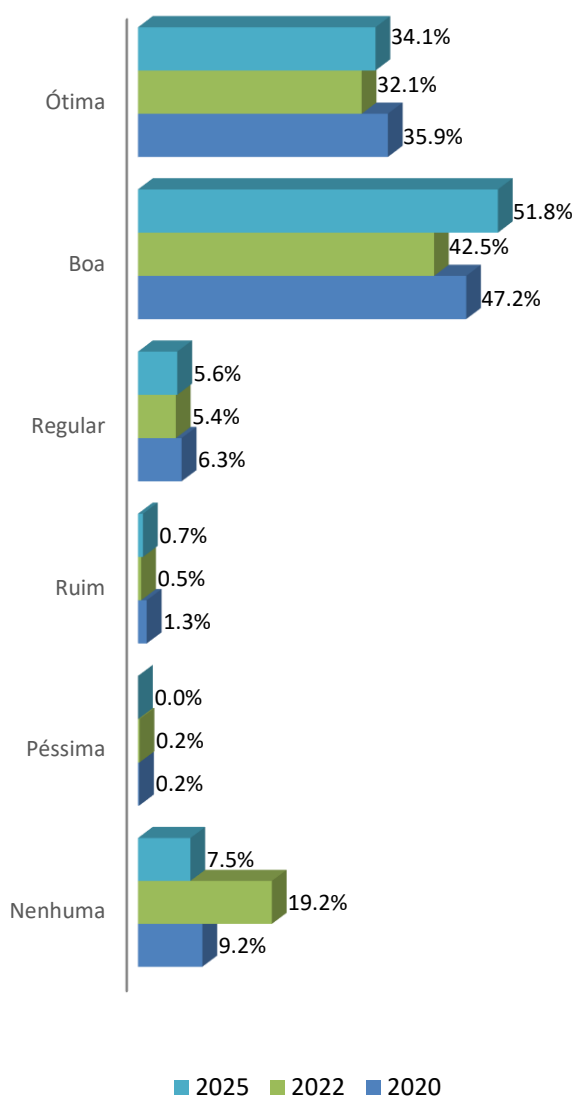
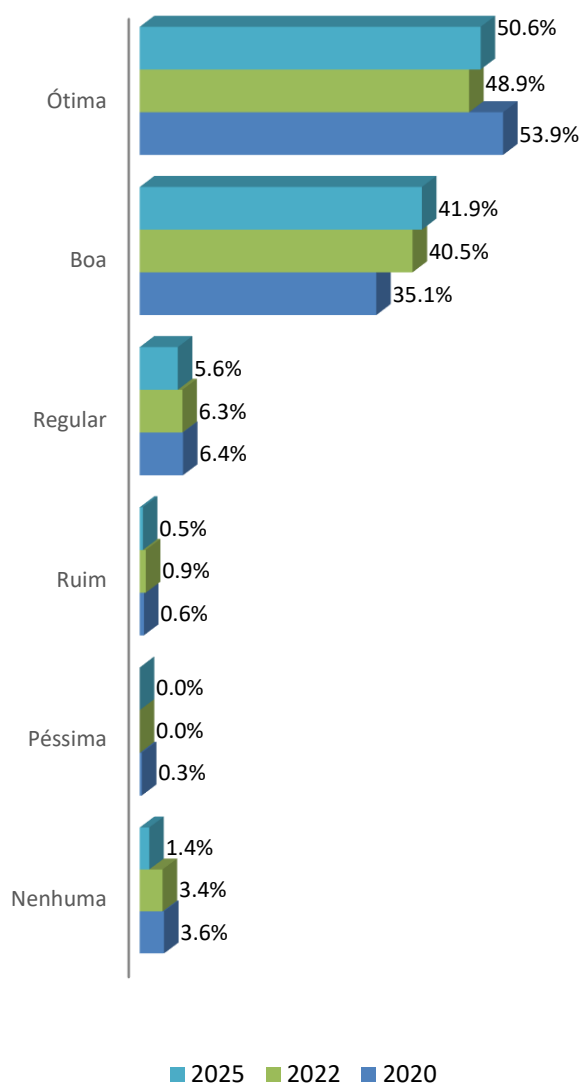


GRÁFICO 19 | SATISFAÇÃO PÓS VISITA



6.10. Durante a visita

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

O gasto médio previsto por visitante foi de R\$ 697 e o gasto médio realizado foi de R\$ 748, sendo o principal ponto de consumo os restaurantes, depois ingressos e eventos, bares e casas noturnas, e em 4º lugar os meios de hospedagem. Observou-se uma estabilidade no indicador de ingressos e eventos, após um forte crescimento de 2020 para 2022, porém precisamos lembrar que 2020 foi o ano da pandemia, embora as pesquisas tenham sido realizadas após a abertura com os devidos protocolos sanitários.

O levantamento também demonstra que a maioria dos visitantes somente visitou uma atração do município, mas um número bastante significativo de quase 25% dos entrevistados realizou a visita em 4 ou mais atrativos e polos de atração turística de Santo André. Os padrões também se mantiveram em relação a pesquisa 2020 e 2022, com poucas variações.

GRÁFICO 20 | ATRATIVOS E LOCAIS VISITADOS

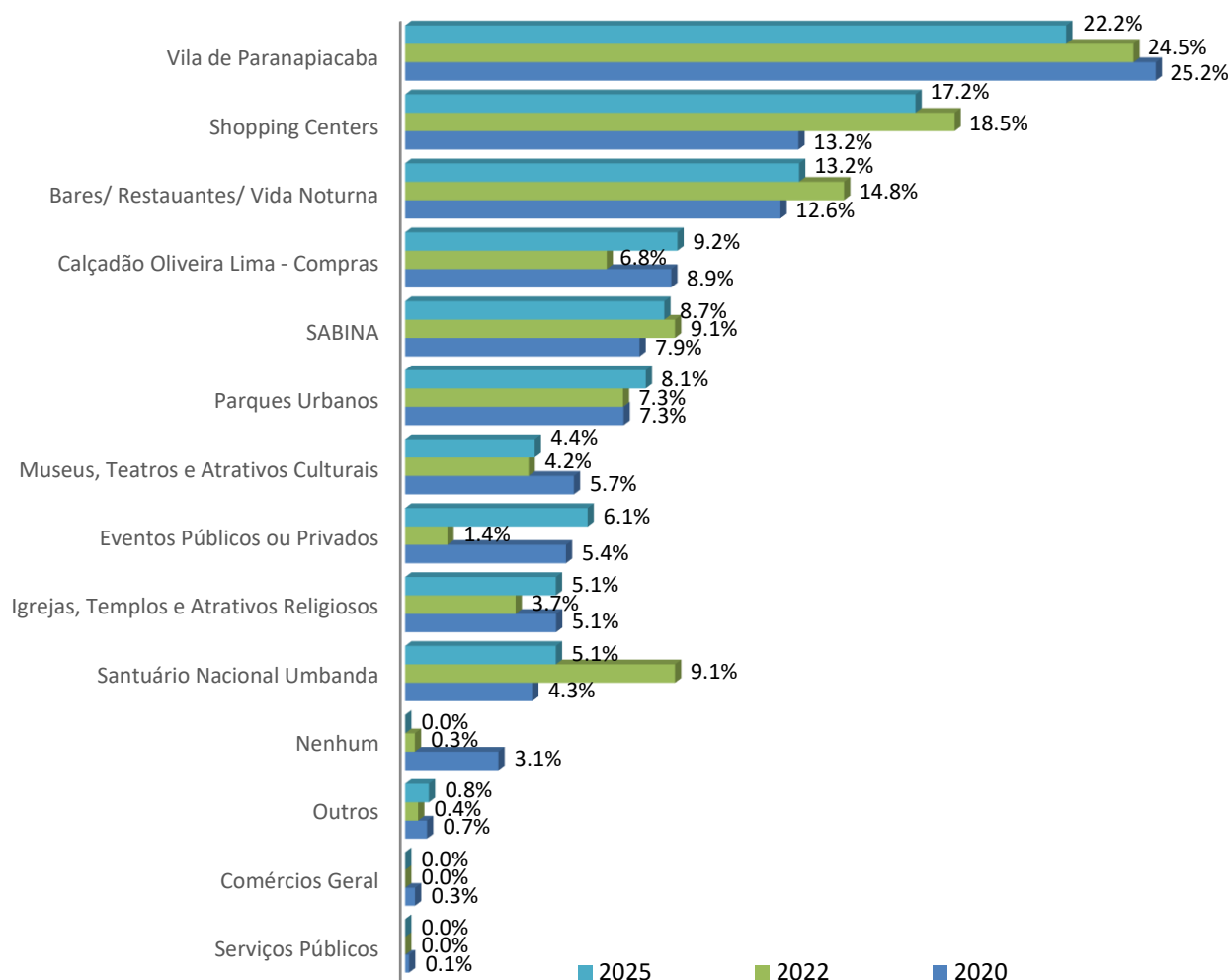


GRÁFICO 21 | SERVIÇOS UTILIZADOS

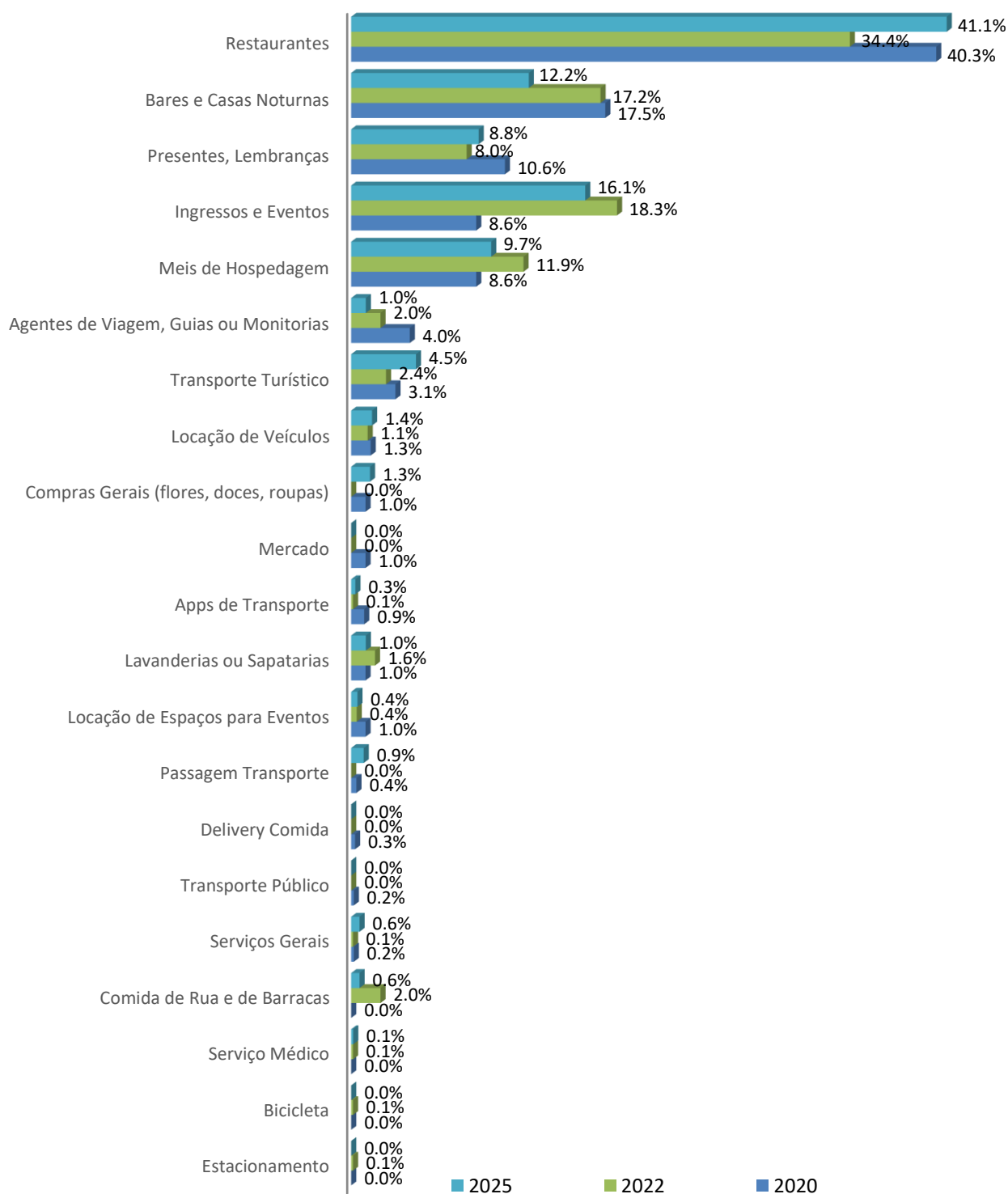
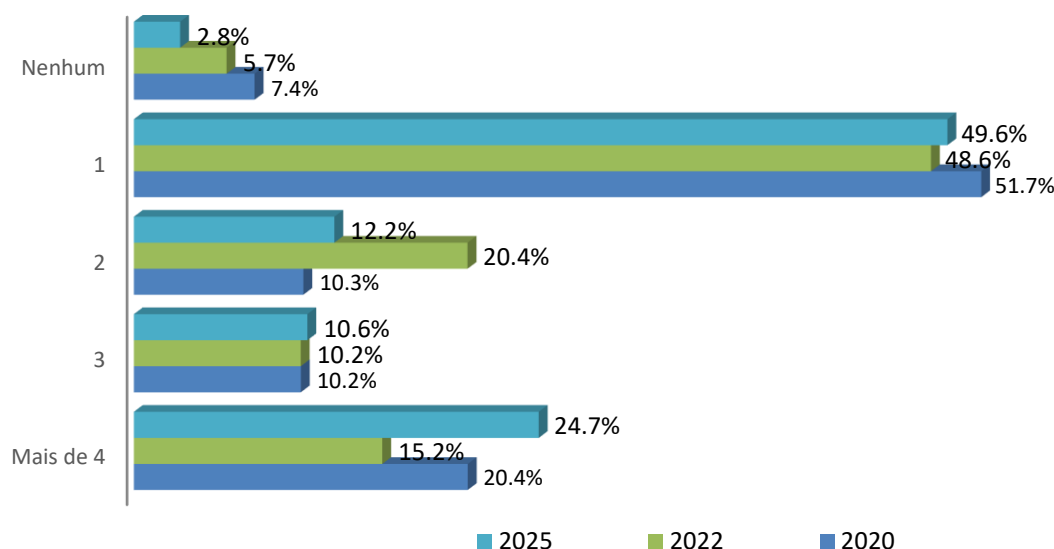


GRÁFICO 22 | NÚMERO DE ATRATIVOS VISITADOS



GASTO MÉDIO POR VISITANTE DURANTE A VISITA

Previsto: R\$ 697,08

Realizado: R\$ 748,45

Receita Total em Milhões: R\$ 845.748.500,00
 (considerando a base estimada de 1.130.000 visitantes).

6.11. Avaliação sobre as estruturas da cidade

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

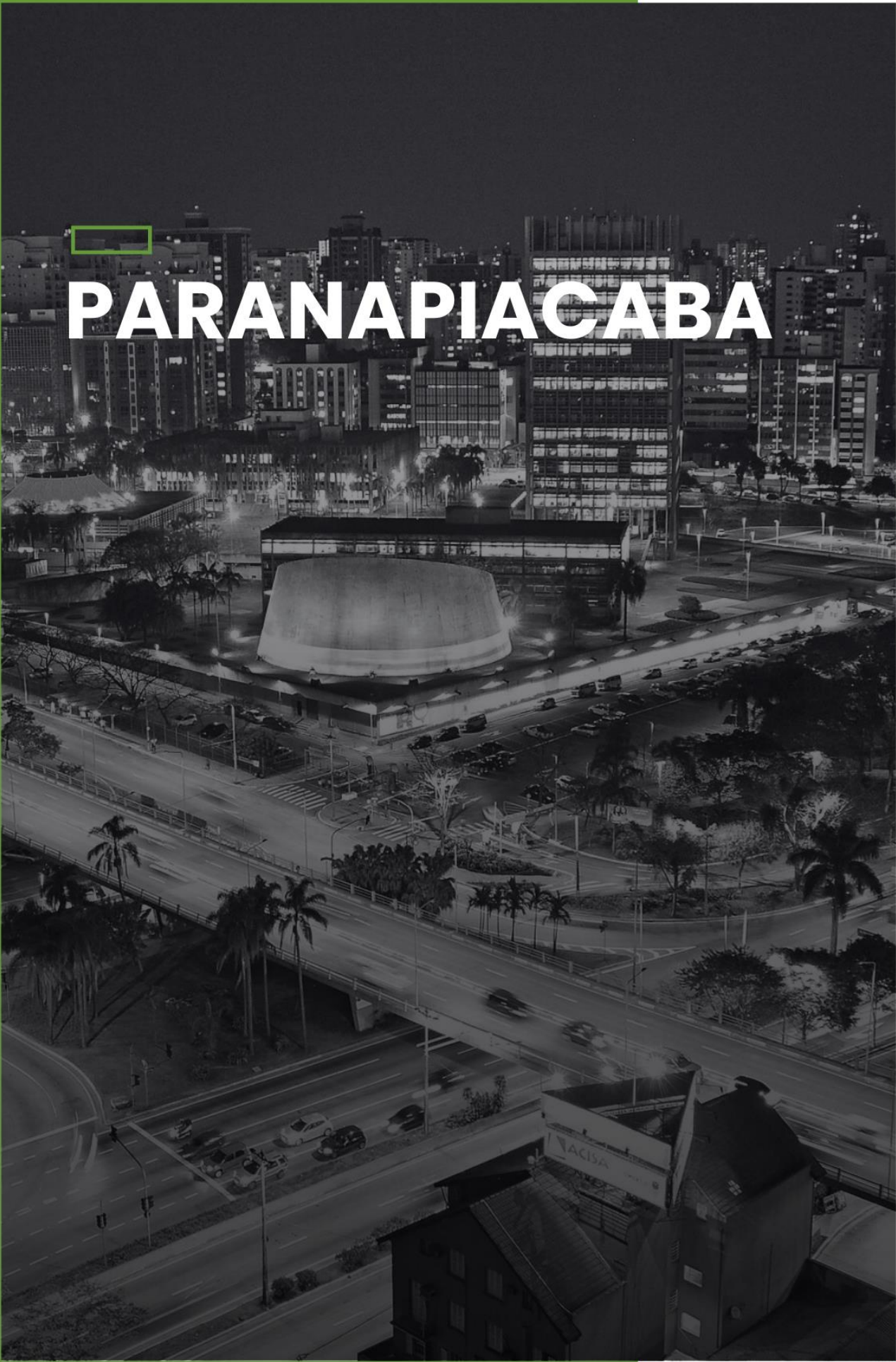
A tabela abaixo apresenta os números comparados com a avaliação realizada em 2020 e 2022, com as porcentagens considerando 100% das pessoas que opinaram em cada item específico, excluídas aquelas que não opinaram. As colunas ao lado direito da tabela com a informação “NÃO SABE”, traz a porcentagem em relação a todos os respondentes. Optou-se por apresentar esta informação dos que não souberam responder tendo em vista o alto número de respostas deste tipo para algumas das perguntas realizadas, o que pode ser um dado importante para o desenvolvimento de estratégias de políticas públicas. Por exemplo, no item hospedagem 77% dos entrevistados não

souberam opinar, o que se explica pelo grande número de visitantes que vieram a um determinado atrativo, permaneceram menos de um dia e não se hospedaram na cidade.

TABELA 4 | AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA URBANA¹

ITEM	ÓTIMO			BOM			REGULAR			RUIM			PÉSSIMO			NÃO SABE		
	2020	2022	2025	2020	2022	2025	2020	2022	2025	2020	2022	2025	2020	2022	2025	2020	2022	2025
Acesso Informações e Materiais de Consulta ao Turista – sites, mapas, etc.)	32%	35%	27%	48%	47%	36%	13%	16%	5%	5%	2%	2%	2%	0%	0%	25%	46%	30%
Atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes	47%	40%	44%	48%	52%	42%	5%	7%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	14%	11%
Atrativos Visitados	45%	45%	42%	45%	48%	35%	8%	7%	3%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	13%	17%	19%
Sanitários Públicos	n/h	24%	28%	n/h	48%	31%	n/h	20%	10%	n/h	9%	2%	n/h	0%	1%	n/h	43%	28%
Qualidade do comércio, serviços e artesanato	33%	33%	31%	57%	58%	49%	8%	8%	3%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	10%	0%	17%
Conservação, limpeza e sinalização das ruas	22%	28%	40%	49%	50%	45%	18%	18%	7%	6%	2%	2%	5%	1%	1%	2%	9%	5%
Estacionamentos	18%	20%	17%	53%	50%	30%	17%	20%	8%	6%	6%	4%	5%	3%	1%	30%	41%	40%
Hospedagens	34%	43%	10%	53%	45%	12%	11%	10%	1%	1%	1%	0%	2%	1%	0%	66%	73%	77%
Qualidade Receptivos, guias e monitores	52%	50%	20%	38%	41%	17%	7%	8%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	34%	57%	62%
Restaurantes	35%	31%	29%	55%	58%	39%	7%	11%	5%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	24%	31%	27%
Sinalização turística nos atrativos	29%	28%	31%	47%	53%	36%	16%	17%	5%	5%	2%	1%	3%	1%	1%	21%	25%	26%
Taxi e App de Transporte	23%	29%	6%	54%	53%	12%	10%	15%	2%	3%	1%	1%	10%	2%	0%	67%	75%	79%
Transporte Público (Ônibus, Trem e Rodoviária)	13%	24%	14%	43%	47%	15%	23%	19%	2%	9%	4%	1%	12%	6%	1%	61%	69%	67%

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



PARANAÍCABA

7. RESULTADOS – PARANAPIACABA

Para a pesquisa específica de Paranapiacaba apresentada neste capítulo são considerados 223 casos, que é o número total de pesquisas coletadas na Vila de Paranapiacaba no período entre julho e outubro de 2025.

7.1. Perfil Geral

O perfil geral do visitante de Paranapiacaba reflete o perfil geral do visitante da cidade de Santo André, na faixa etária predominante entre 30 e 59 anos, com maior destaque para pessoas entre 40 e 49 anos.

GRÁFICO 24 | FAIXA ETÁRIA DO ENTREVISTADO EM PARANAPIACABA

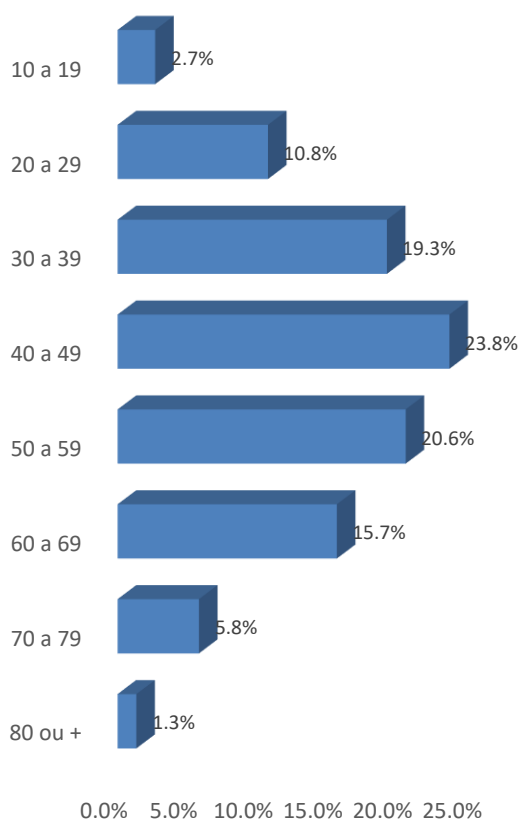
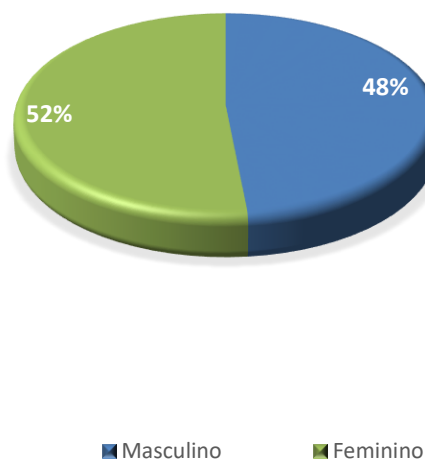


GRÁFICO 25 | GÊNERO DO ENTREVISTADO EM PARANAPIACABA



7.2. Origem

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

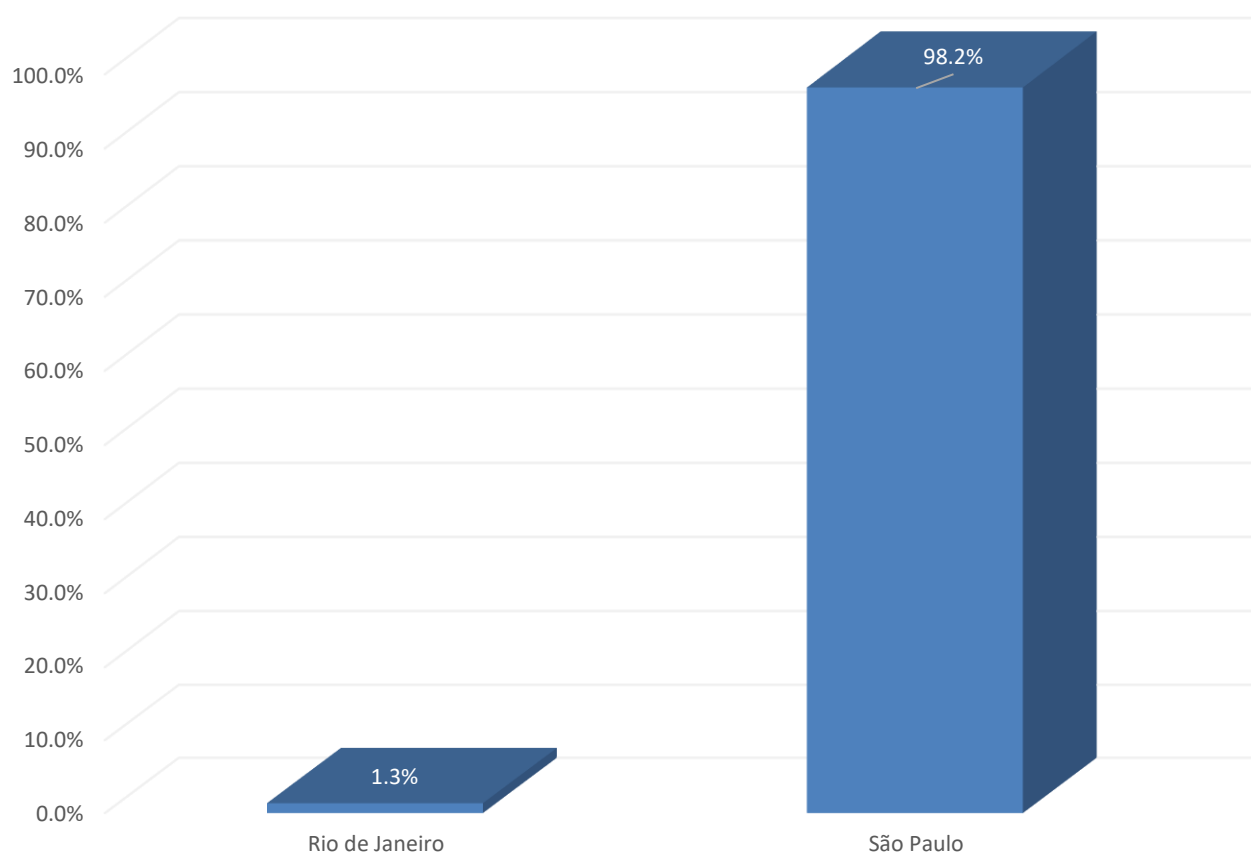
A Vila não atraiu visitantes de tantos estados como a malha urbana, tampouco visitantes internacionais na mesma recorrência, segundo apresentado pela amostra coletada.

TABELA 5 | MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA

São Paulo, SP	98	43,95%	Campinas / SP	2	0,90%
São Bernardo do Campo, SP	27	12,11%	Itapecerica da Serra / SP	2	0,90%
Mauá, SP	14	6,28%	Mogi das Cruzes / SP	2	0,90%
Guarulhos, SP	9	4,04%	São Vicente / SP	2	0,90%
Ribeirão Pires, SP	9	4,04%	Suzano / SP	2	0,90%
Santos, SP	7	3,14%	Cajamar / SP	1	0,45%
Diadema, SP	6	2,69%	Carapicuíba / SP	1	0,45%
São Caetano do Sul, SP	6	2,69%	Embu das Artes / SP	1	0,45%
Valinhos / SP	6	2,69%	Francisco Morato / SP	1	0,45%
Jundiaí / SP	5	2,24%	Ibiúna / SP	1	0,45%
Osasco / SP	5	2,24%	Ilha Bela / SP	1	0,45%
Rio Grande da Serra / SP	4	1,79%	Itapevi / SP	1	0,45%
Barueri / SP	3	1,35%	Saint George / Utah / USA	1	0,45%
Rio de Janeiro / RJ	3	1,35%	Taboão da Serra / SP	1	0,45%
Atibaia / SP	2	0,90%			

A pesquisa identificou visitantes de 29 municípios, oriundos de 02 Estados quando considerados os visitantes do Brasil (incluindo São Paulo), e de mais 1 país.

GRÁFICO 26 | PARANAPIACABA - ESTADO DE ORIGEM (BRASIL)



7.3. Perfil de formação e Renda

Os dados coletados demonstram que a Vila de Paranapiacaba atrai um público preponderantemente de assalariados, com a maior recorrência de pessoas com superior completo, seguido muito de perto de pessoas com ensino médio, com 66,4% com perfil de renda familiar entre 2 e 5 salários mínimos per capita. No comparativo com a pesquisa realizada no ano de 2020 e 2022, a maioria dos padrões se manteve relativamente estável.

GRÁFICO 27 | GRAU DE INSTRUÇÃO DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA

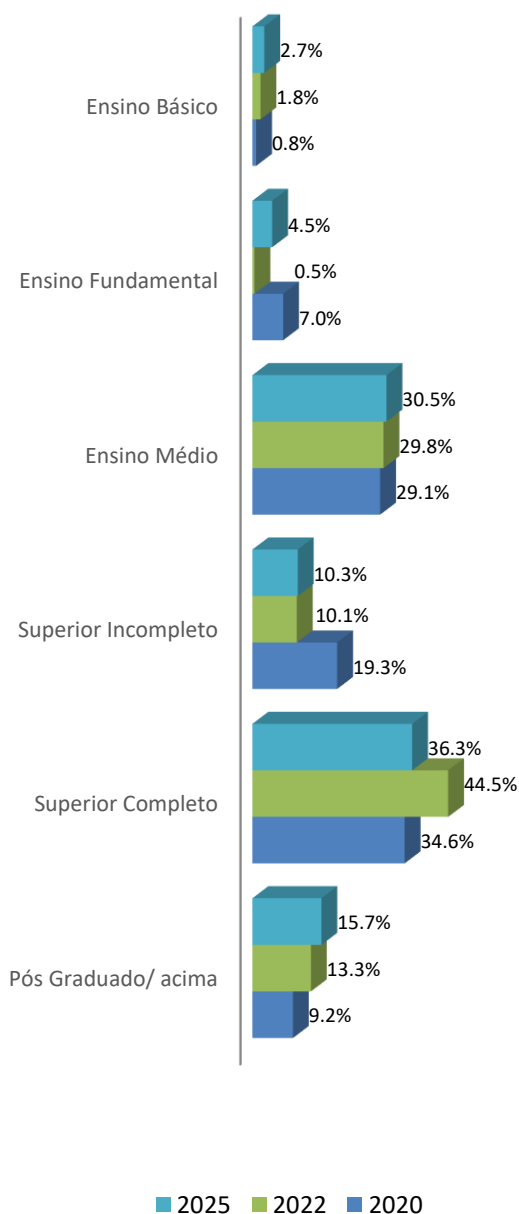
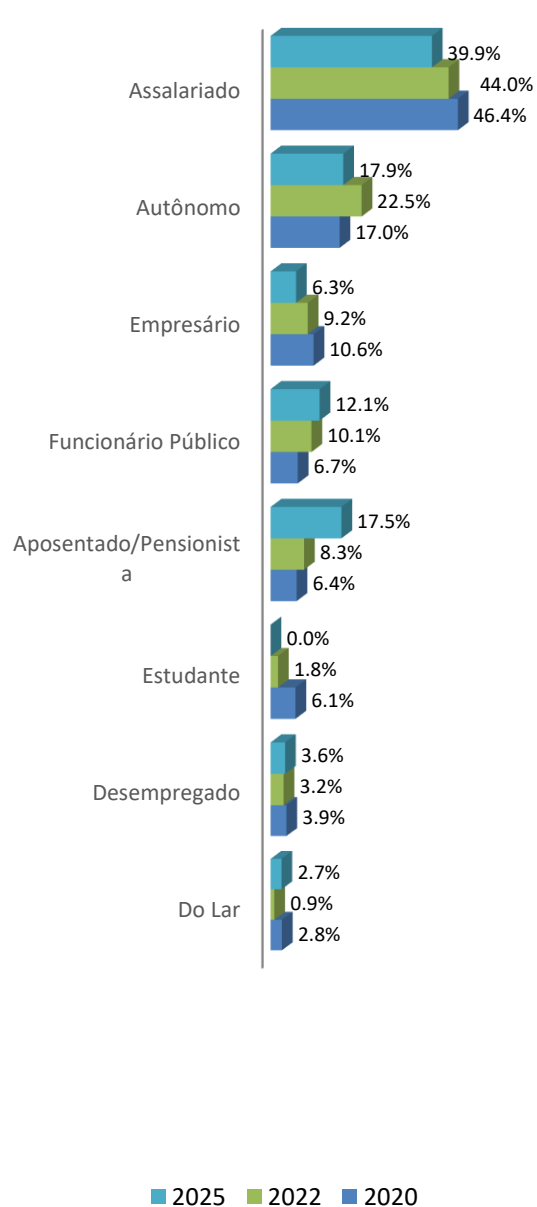
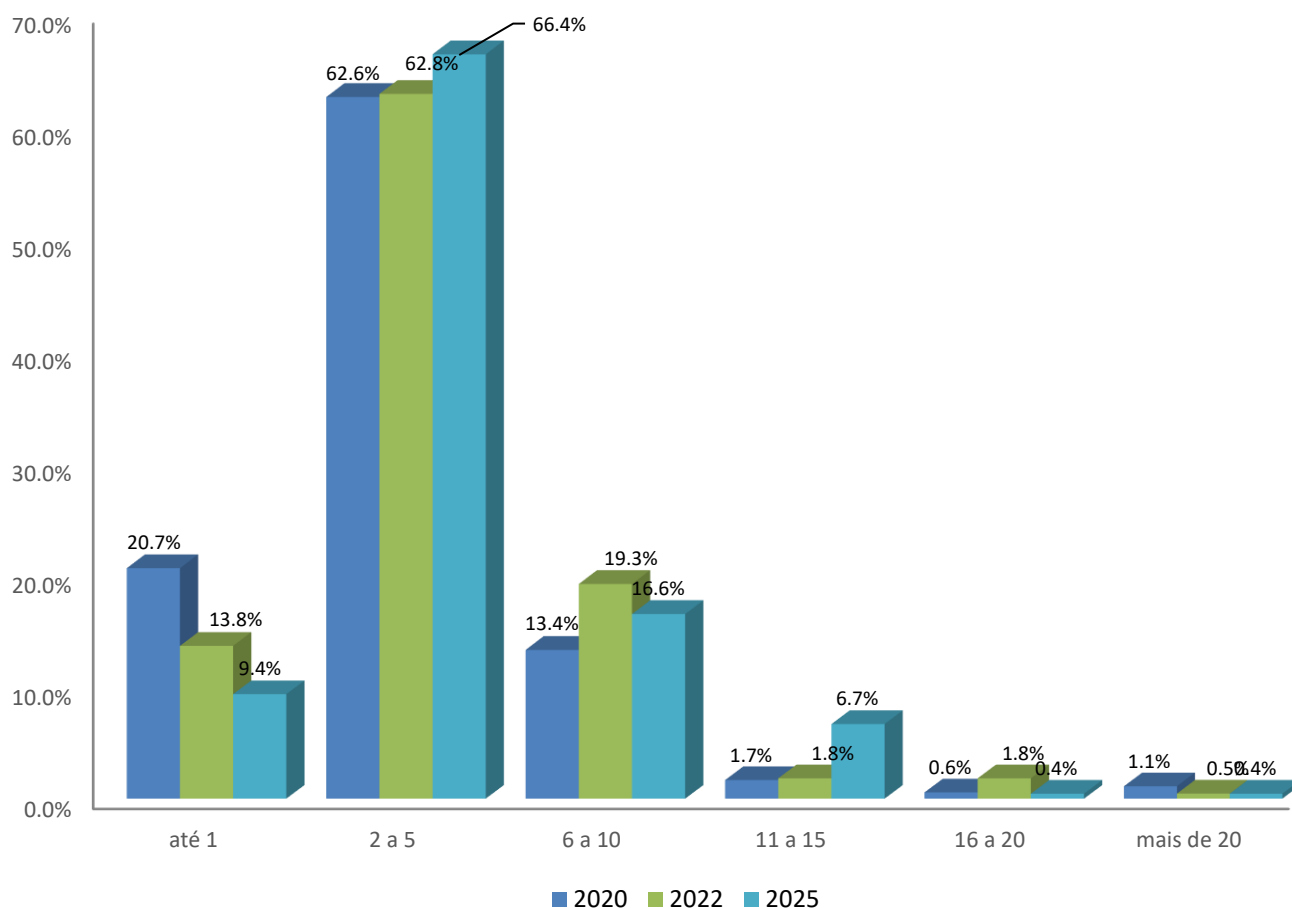


GRÁFICO 28 | TIPO DE OCUPAÇÃO DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA



**GRÁFICO 29 | RENDA FAMILIAR POR SALÁRIO MÍNIMO MENSAL
PER CAPTA DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA – BASE 2025**



7.4. Forma Viagem

Os dados demonstram que o perfil de público que visita a Vila é composto em sua maioria por pessoas que fazem a visita com suas famílias, seguida por grupos de amigos, e na sequência por casais sem filhos, sendo estes 3 perfis correspondendo a 85,7% da amostra. A faixa etária dos acompanhantes também reflete o perfil de idade dos entrevistados, em sua maioria pessoas entre 19 e 55 anos.

Observa-se que os dados se mantiveram relativamente estáveis em relação ao ano de 2020 e 2022, com uma queda um pouco mais acentuada de casais, porém com um pequeno aumento em famílias e amigos.

GRÁFICO 30 | TIPO DE ACOMPANHANTES NA VIAGEM DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA

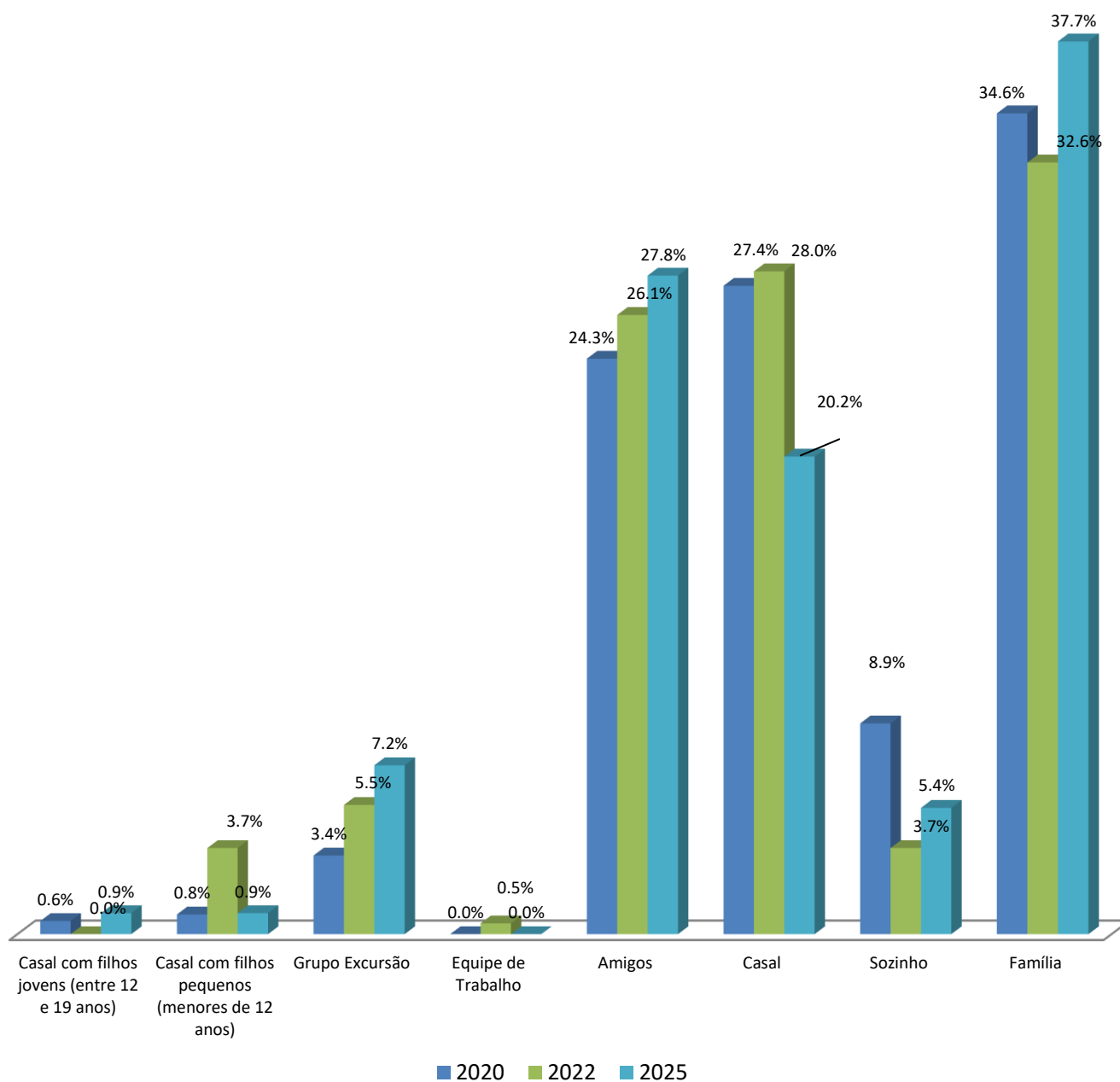


GRÁFICO 31 | NÚMERO DE ACOMPANHANTES DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA

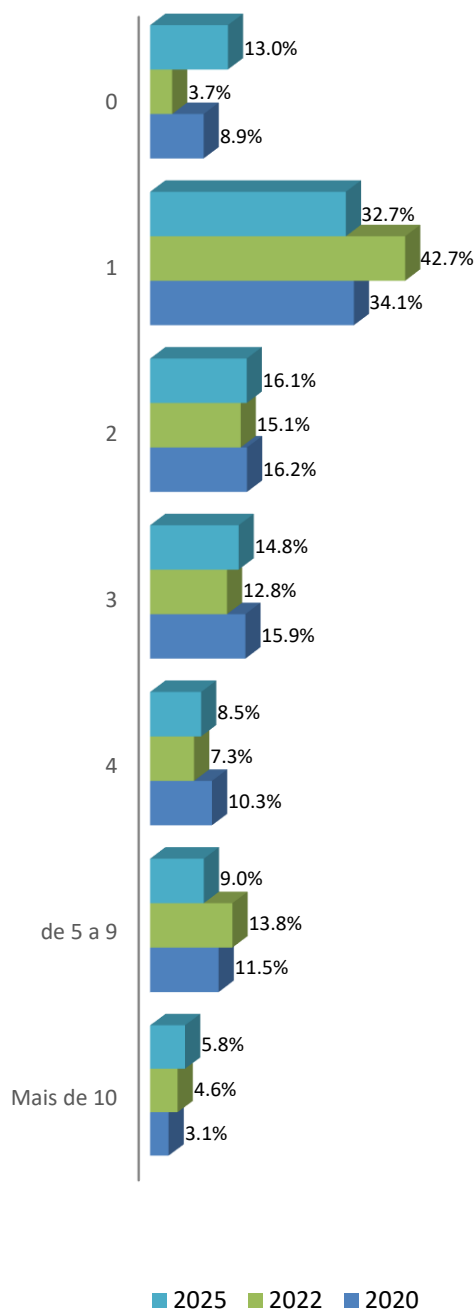
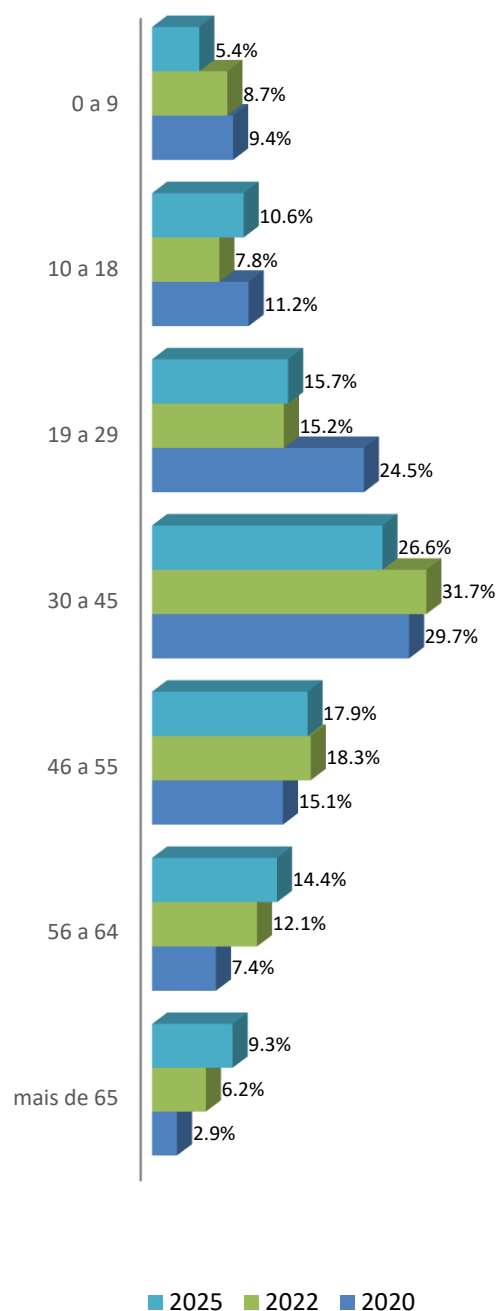


GRÁFICO 32 | FAIXA ETÁRIA DOS ACOMPANHANTES DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA



7.5. Conhecimento prévio da cidade

Os dados demonstram que o público frequentador da Vila em sua grande maioria já conhecia o município, fazendo visitas constantes, cujo índice ampliou em 14 pontos de 20 para 22, e 1 ponto de 22 para 25.

GRÁFICO 33 | SE O ENTREVISTADO EM PARANAPIACABA JÁ ESTEVE EM SANTO ANDRÉ ANTERIORMENTE

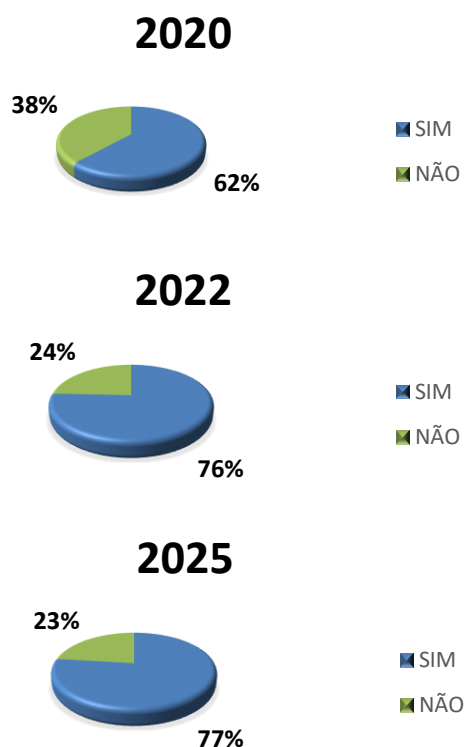
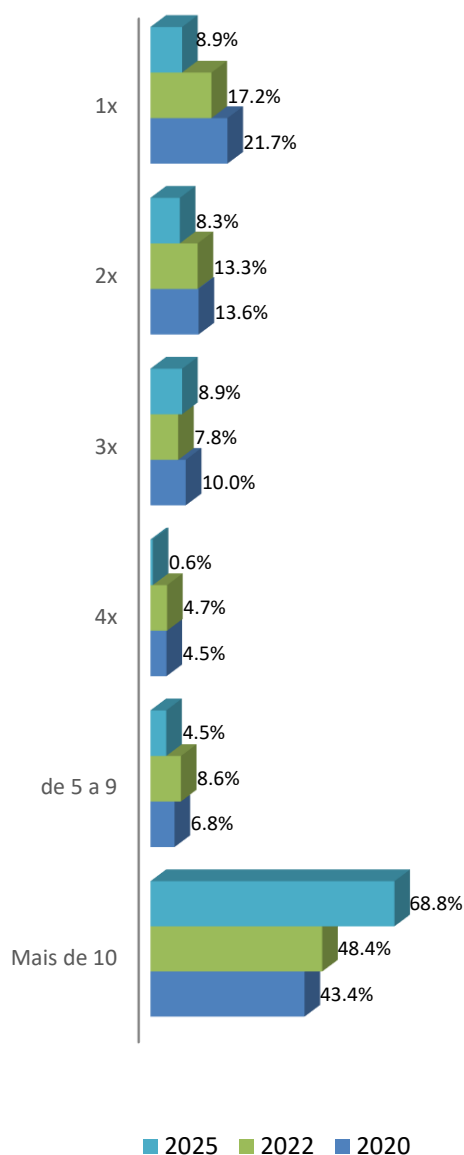


GRÁFICO 34 | FREQUÊNCIA DOS QUE JÁ ESTIVERAM EM SANTO ANDRÉ



7.6. Permanência

A pesquisa demonstrou que quase 97,3% da amostra indica que não ficará nenhum pernoite, seja na visita à Vila de Paranapiacaba seja em outras localizações do município de Santo André. Este número demonstra um dos principais gargalos da Vila que diz respeito a baixa oferta de hospedagem de qualidade.

GRÁFICO 35 | NÚMERO DE PERNOITES DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA

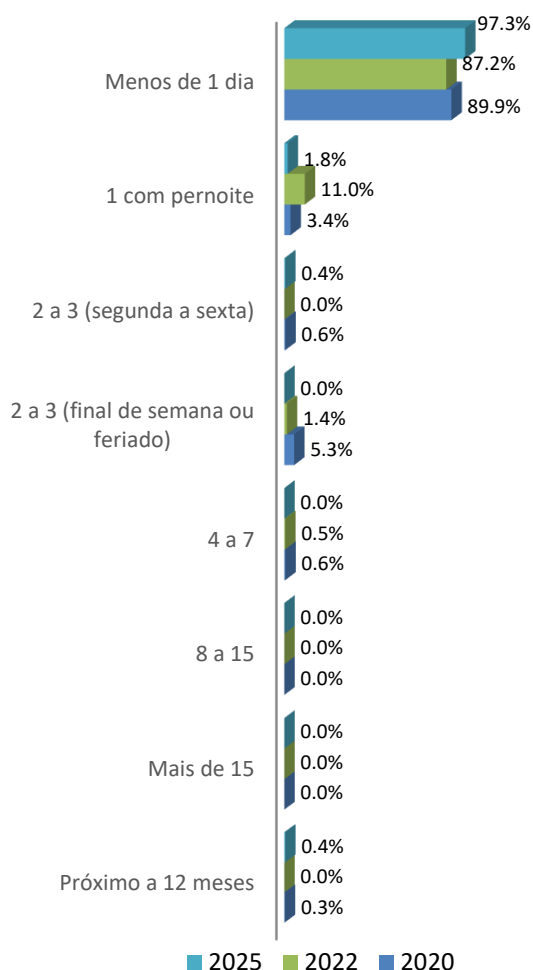
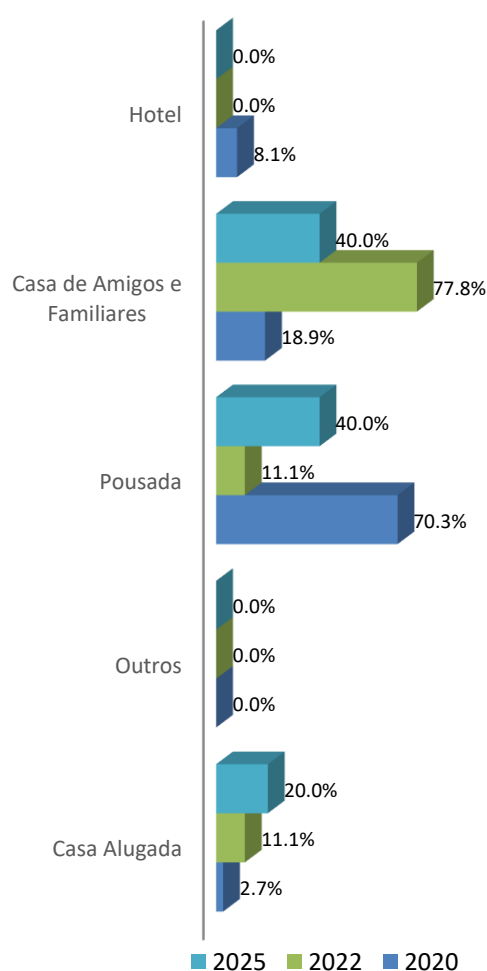


GRÁFICO 36 | LOCAL DE PERMANÊNCIA QUANDO HOUVE PERNOITE DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA

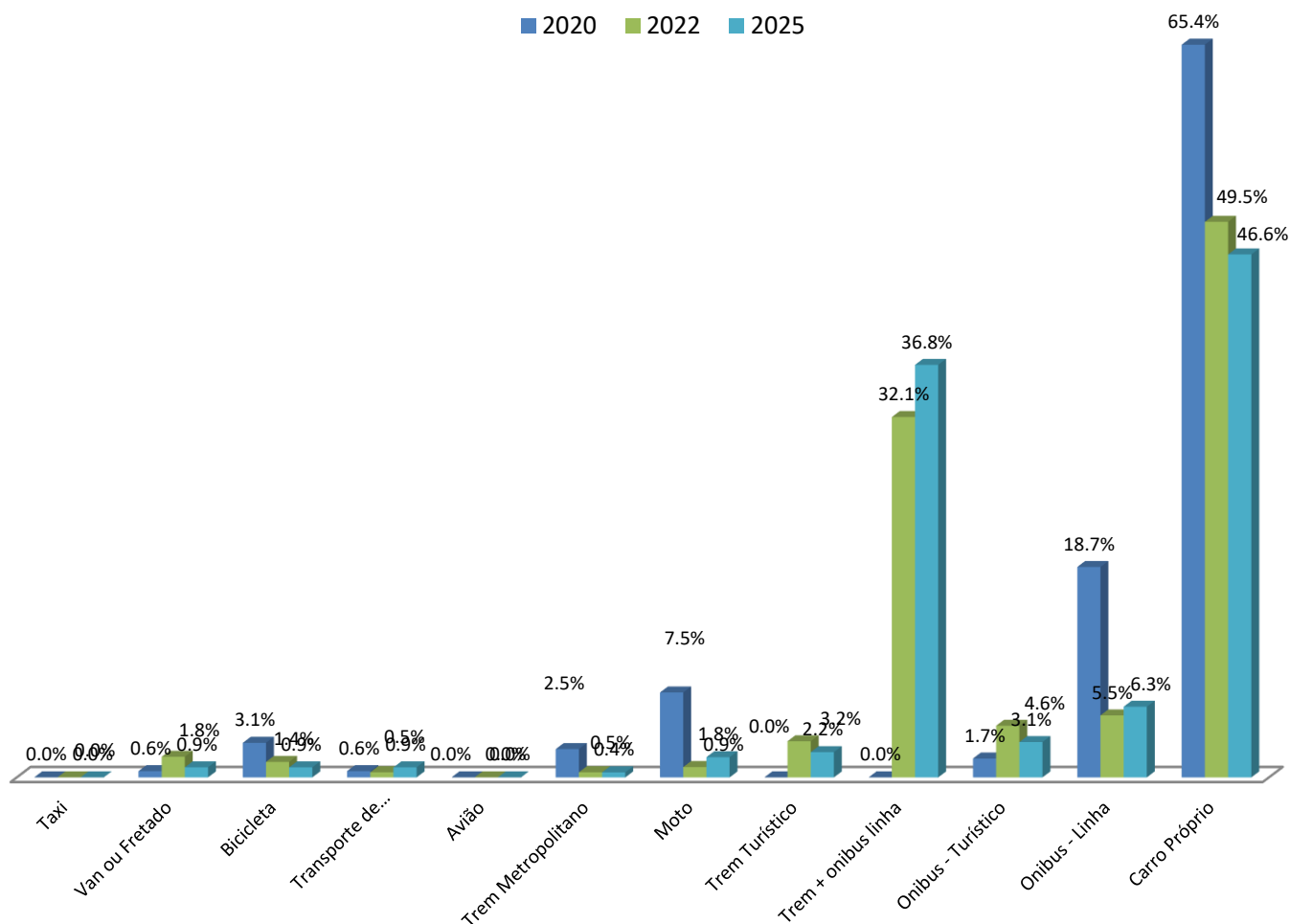


7.7. Forma de chegar à cidade

O levantamento sobre principal forma de transporte utilizado demonstra que o carro particular ainda é o modal de maior incidência, com 46,6% dos casos, teve uma pequena queda de 2,9 pontos percentuais em relação aos dados coletados em 2022. Esta queda demonstra uma redução do número de visitantes que utilizam veículo para seu deslocamento à Vila, mas por outro lado houve um aumento de 5,5 pontos nos que utilizam trem e ônibus de linha, que também reflete o perfil do público entrevistado, principalmente para o público que participou de grandes eventos, bem como a facilidade destes transportes para a Vila.

Ainda assim, tanto os números de 2022 como os de 2025 refletem a condição de município conurbado à região metropolitana de São Paulo, e de ser um local de atração para a capital e para as cidades que compõem o Grande ABC e demais cidades do entorno.

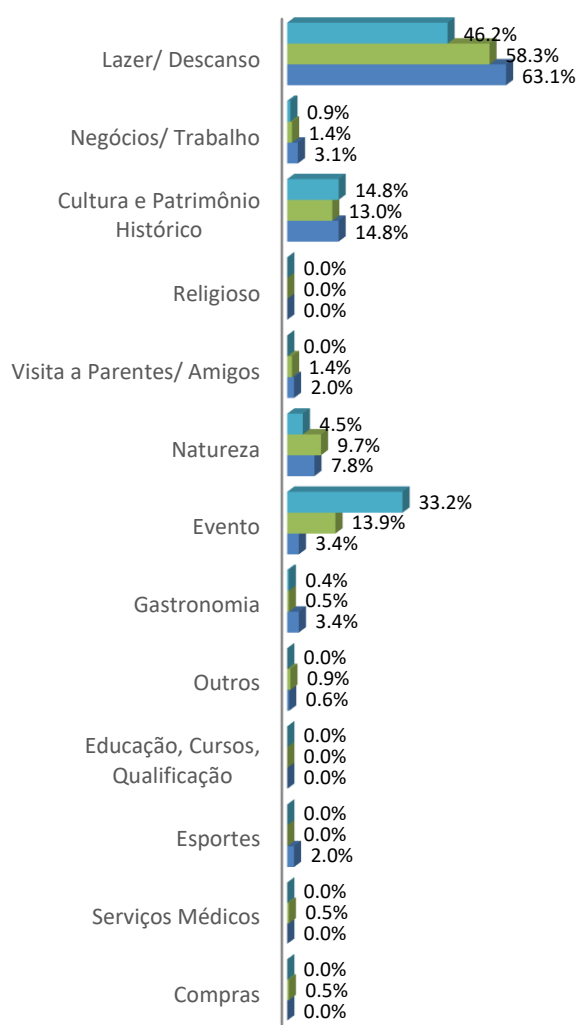
GRÁFICO 37 | PRINCIPAL MEIO DE TRANSPORTE PARA CHEGAR À VILA DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA



7.8. Motivação da visita

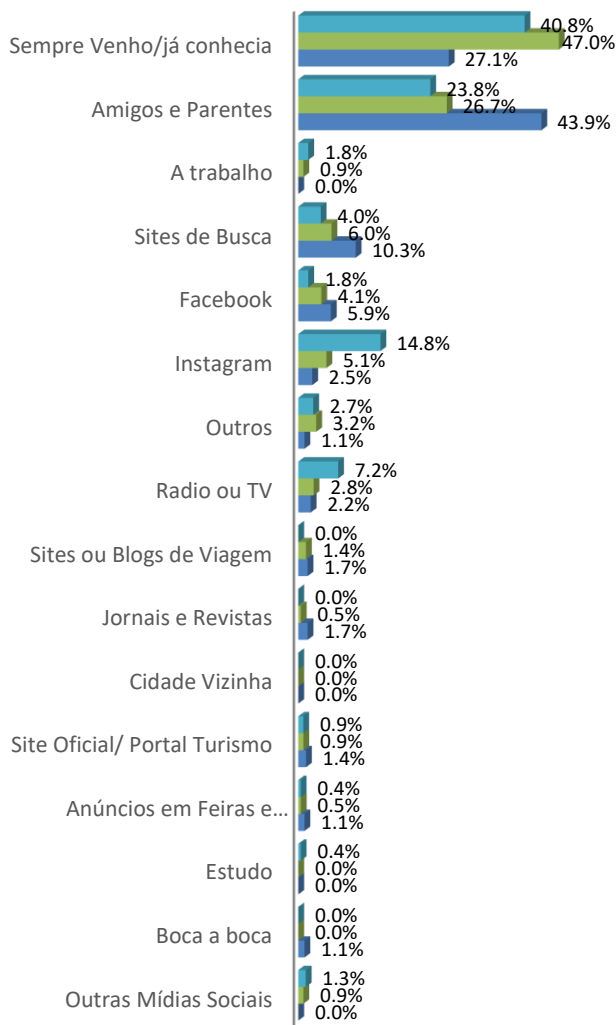
Os dados de motivação de visita à Vila demonstram que em sua imensa maioria está relacionada às atividades turísticas, e quase 65% realizaram a visita porque já conheciam a Vila ou por indicação de amigos ou familiares. Houve um crescimento expressivo dos que conheceram através do Instagram, de 5,1% para 14,8%, quase o triplo.

GRÁFICO 38 | MOTIVAÇÃO DA VISITA DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA



■ 2025 ■ 2022 ■ 2020

GRÁFICO 39 | COMO O ENTREVISTADO EM PARANAPIACABA CONHECEU A CIDADE



■ 2025 ■ 2022 ■ 2020

7.9. Expectativas e nível de satisfação

O nível de satisfação dos entrevistados demonstra que houve uma melhora geral da percepção das pessoas após a visita, sendo que o critério de “ótimo” obteve um crescimento de 38,1% para 58,3% em relação à expectativa antes da visita. Em compensação o “bom” caiu de 54,7% para 36,3%.

GRÁFICO 40 | EXPECTATIVA VISITA DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA ANTES DA VISITA

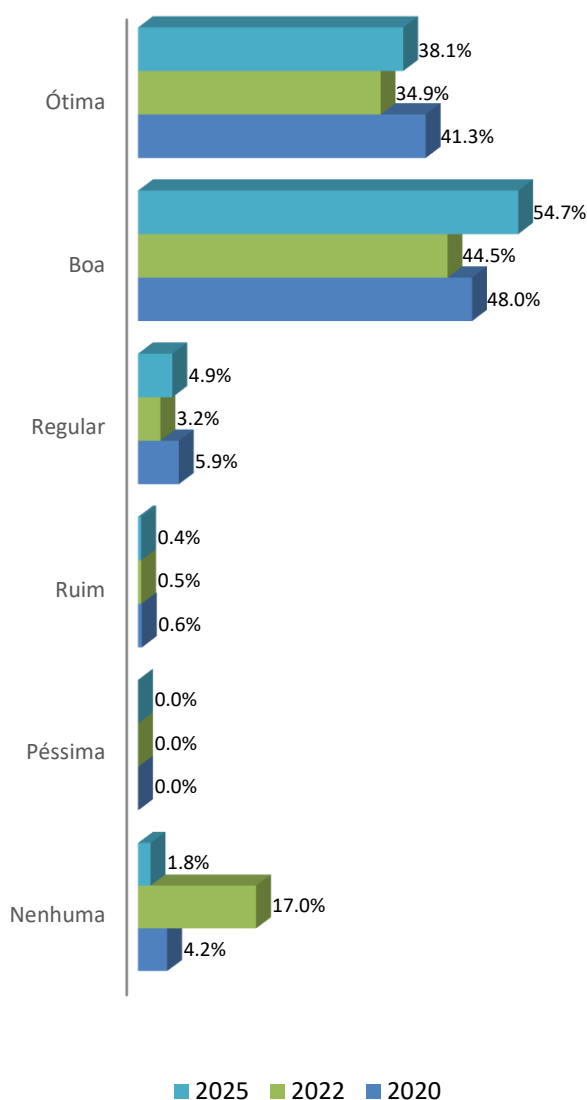
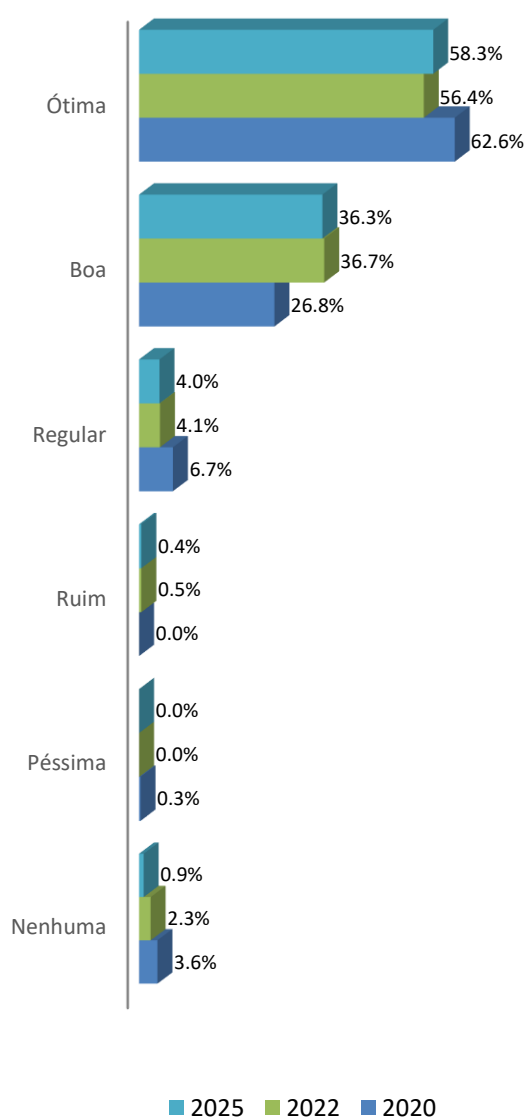


GRÁFICO 41 | SATISFAÇÃO VISITA DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA PÓS VISITA



7.10. Durante a visita

Importante destacar que nesta análise a Vila de Paranapiacaba não está sendo considerada como uma visita a um atrativo apenas, mas no contexto do município, embora a coleta tenha sido realizada neste local, muitos visitantes da Vila de Paranapiacaba declararam que já visitaram outros atrativos do município. Destacamos aqui que assim como observado na coleta geral do município, vale mencionar a força dos shoppings da cidade e do corredor comercial da Oliveira Lima, que em conjunto representa 37% da amostra. Também os bares, restaurantes e vida noturna foram citados por 19,8%. A grande maioria já visitou outros atrativos, o que leva a concluir que as pessoas que visitam a Vila, tem alguma relação de visitação com a parte urbana da cidade de Santo André.

O gasto médio previsto por visitante foi de R\$ 240,49 e o gasto médio realizado foi de R\$ 208,29, sendo o principal ponto de consumo, o gastronômico, em que na Vila podemos considerar os restaurantes, bares, Food Trucks quando da realização de eventos, dentre outros. Este número é mais concentrado nesta faixa de consumo, assim como mais concentrado do que a análise geral da cidade. Presentes e lembranças tiveram um crescimento de 8,8% para 13,8%, um crescimento de 5 pontos, o que pode ser explicado pelo aumento significativo dos estabelecimentos de artesanato nos últimos anos. Transporte turístico também teve um crescimento significativo, de 4,6% para 7,9%, o que pode ser explicado pelo aumento significativo das viagens do Expresso Turismo da CPTM para Paranapiacaba.

Também podemos observar que, no geral, os padrões também se mantiveram em relação à pesquisa 2020 e 2022.

GRÁFICO 42 | ATRATIVOS E LOCAIS VISITADOS DOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA

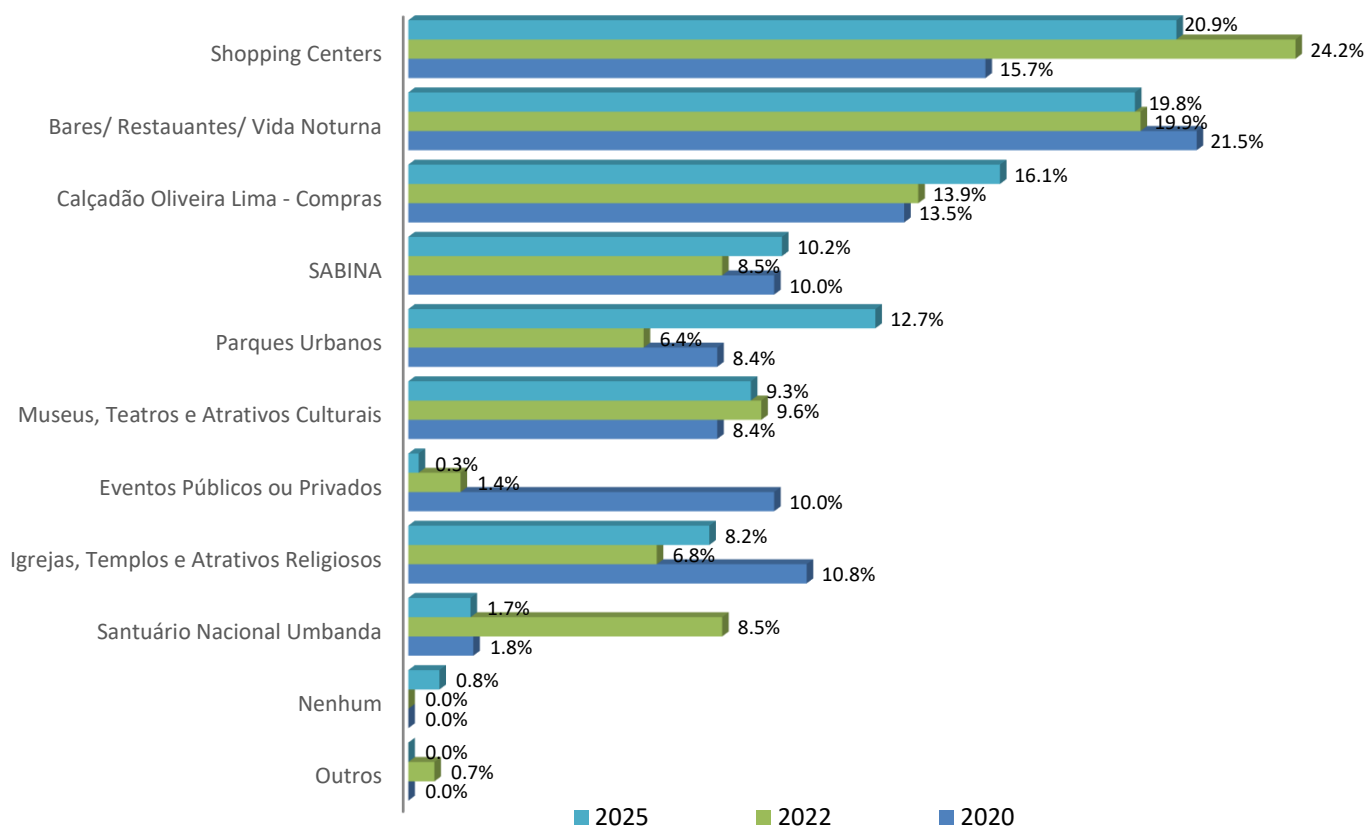
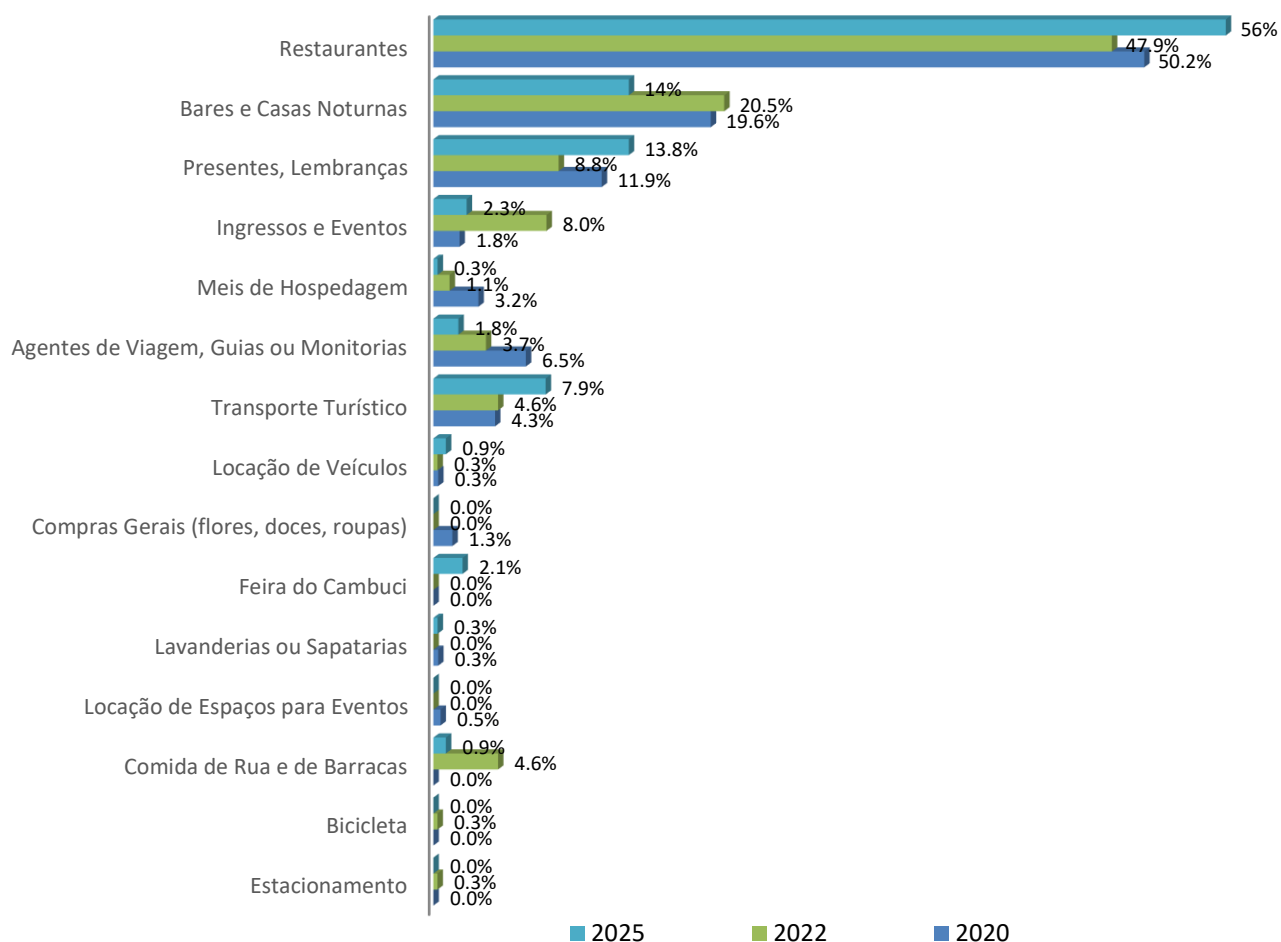


GRÁFICO 43 | SERVIÇOS UTILIZADOS PELOS ENTREVISTADOS EM PARANAPIACABA



**GASTO MÉDIO POR VISITANTE DURANTE A VISITA
EM PARANAPIACABA**

Previsto: R\$ 240,49

Realizado: R\$ 208,29

Receita Total em Milhões:

R\$ 138.512,850,00

(estimativa considerando a base estimada de 665.000 visitantes).

7.11. Avaliação sobre as estruturas da cidade

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

Assim como no levantamento geral da cidade, a tabela abaixo apresenta os números comparados com a avaliação realizada em 2020 e 2022, com as porcentagens considerando 100% das pessoas que opinaram. As colunas ao lado direito da tabela com a informação “NÃO SABE”, traz a porcentagem em relação a todos os respondentes. Optou-se por apresentar esta informação dos que não souberam responder tendo em vista o alto número de respostas deste tipo para algumas das perguntas realizadas, o que pode ser um dado importante para o desenvolvimento de estratégias de políticas públicas.

TABELA 6 | AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA URBANA EM PARANAPIACABA²

ITEM	ÓTIMO			BOM			REGULAR			RUIM			PÉSSIMO			NÃO SABE		
	2020	2022	2025	2020	2022	2025	2020	2022	2025	2020	2022	2025	2020	2022	2025	2020	2022	2025
Acesso Informações e Materiais de Consulta ao Turista – sites, mapas, etc.)	37%	37%	35%	46%	51%	49%	12%	10%	6%	3%	1%	1%	2%	1%	0%	10%	28%	9%
Atendimento dos prestadores de serviços e comerciantes	60%	46%	53%	37%	47%	42%	3%	6%	3%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	4%	10%	2%
Atrativos Visitados	42%	47%	47%	47%	47%	43%	9%	5%	4%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	5%	12%	6%
Sanitários Públicos	n/h	21%	35%	n/h	46%	39%	n/h	21%	15%	n/h	10%	3%	n/h	1%	0%	n/h	29%	8%
Qualidade do comércio, serviços e artesanato	39%	39%	43%	53%	51%	51%	7%	8%	3%	1%	2%	0%	1%	0%	0%	7%	0%	3%
Conservação, limpeza e sinalização das ruas	26%	32%	51%	46%	53%	41%	18%	13%	6%	6%	2%	1%	4%	1%	0%	1%	9%	1%
Estacionamentos	21%	20%	13%	47%	40%	23%	18%	20%	12%	7%	13%	6%	7%	7%	2%	32%	45%	44%
Hospedagens	38%	35%	3%	42%	53%	1%	15%	0%	0%	2%	6%	0%	3%	6%	0%	82%	92%	96%
Qualidade Receptivos, guias e monitores	61%	54%	21%	33%	42%	14%	3%	2%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	11%	61%	64%
Restaurantes	43%	25%	38%	48%	62%	46%	7%	12%	8%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	21%	24%	8%
Sinalização turística nos atrativos	36%	28%	40%	43%	51%	46%	14%	17%	7%	4%	3%	0%	3%	1%	0%	4%	11%	7%
Taxi e App de Transporte	16%	30%	6%	25%	48%	6%	16%	22%	0%	9%	0%	0%	35%	0%	0%	84%	88%	88%
Transporte Público (Ônibus, Trem e Rodoviária)	15%	24%	26%	34%	55%	22%	23%	14%	3%	11%	3%	1%	18%	4%	0%	63%	55%	48%

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

An aerial night photograph of a city. In the center, a large, illuminated, dome-shaped building sits on a raised platform. Below it, a multi-lane highway with a bridge section carries traffic, with light trails from cars visible. The surrounding area is filled with various urban structures, including a tall, modern glass skyscraper to the right and several smaller commercial buildings. Palm trees and landscaped green spaces are interspersed among the buildings. The overall scene is a vibrant depiction of urban architecture and infrastructure at night.

CONCLUSÃO GERAL

8. CONCLUSÃO GERAL

Nos últimos anos após a pandemia do Covid-19 notamos um crescimento consistente da atividade do turismo no Brasil, especialmente no ano de 2025, onde o fluxo de turistas interno e o recebimento de turistas internacionais bateram recorde, portanto este estudo de demanda de 2025, vem em uma hora oportuna para buscar melhor identificar eventual mudança no padrão de turismo da cidade. Para a viabilização do estudo específico para a Vila de Paranapiacaba foram coletadas pouco mais de 50% das entrevistas da amostra na própria Vila, e o restante distribuído nos demais locais estratégicos do município, como grandes hotéis, Sabina, Santuário Nacional da Umbanda, havendo uma proporcionalidade entre os pontos de coleta. Pode-se observar que o estudo foi concluído com êxito e atende aos objetivos promotores de sua elaboração, com uma amostragem satisfatória para os padrões deste tipo de análise para o perfil turístico da cidade de Santo André. Também foi possível realizar uma análise comparada com o “Estudo de Demanda Turística de Santo André 2020 e 2022”, já que foram mantidos os indicadores, sendo realizados somente pequenos ajustes, a fim de permitir a realização de comparação de dados históricos.

Se considerarmos a base de fluxo que tínhamos em 2020 para o total da Cidade, quinhentos mil visitantes, em 2025 trabalhamos com uma base total de um milhão e cem mil, estimativa de visitantes recebidos em 2024. A partir de 2021, ano posterior ao pico da pandemia, temos percebido um crescimento ano a ano do número de visitantes, especialmente nos grandes eventos, como o Festival de Inverno de Paranapiacaba, do Paço Municipal e Parque Central.

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 um crescimento na atividade hoteleira, principalmente com profissionais e empreendedores que vem à cidade à trabalho ou à negócios, mas também com um novo tipo de público que busca nestes hotéis um lazer nos finais de semana, informações que pudemos confirmar através dos dados obtidos para o nosso Observatório de Turismo de Santo André, lançado no início de 2025.

São alguns dos achados e interpretações desta pesquisa sobre o perfil da demanda turística de 2025:

- Foi observada uma constância no perfil dos indicadores coletados na pesquisa de 2025 em relação à pesquisa de 2022 e 2020, demonstrando que o perfil do turista de 2025 já estava mais ou menos definido nas pesquisas anteriores, um turista que na sua maioria está no perfil de visitante, fica menos de um dia, mas que cresceu o número de turistas que ficam entre de dois e três dias, especialmente nos grandes hotéis.
- Manteve-se alta e cresceu significativamente a taxa de retorno/frequência de visitação aos atrativos/cidade. A faixa etária que busca a cidade é relativamente extensa e predominantemente “jovem” (30 a 49 anos) tem a maior incidência, 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. O Expresso Turístico ferroviário da CPTM demonstra uma pequena queda, o que pode ser explicado por uma parte significativa das entrevistas que foram realizadas durante o Festival de Inverno, porém demonstrando sua importância para a Vila de Paranapiacaba, especialmente pelo aumento de um vagão, transportando mais passageiros por viagem, bem como pelo aumento do número de viagens, lembrando que a linha de Paranapiacaba é de longe a mais concorrida das três linhas existentes.

- A partir do descrito no item anterior, podemos concluir que a parte do público que busca lazer e descanso na Vila de Paranapiacaba é um perfil de visitante que reside próximo a sua moradia e que busca roteiros de curta estada com bom custo-benefício para viagens em família e com amigos. Já a outra parte do público que visita a cidade a trabalho e negócios tem permanência maior, maior gasto e vem de localidades mais distantes, viajando também em grupos, porém menores ou com a família e ficam hospedados nos grandes hotéis da Cidade.
- Pode-se propor que não se trata de um público altamente exigente com a qualidade dos serviços, mas que possui capacidade de independência na elaboração de seus passeios e potencial de absorção de serviços de agenciamento e receptivo local durante sua visita, como já identificado nos estudos anteriores.
- 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 nos estudos anteriores.
- Outro indicador interessante que permanece na pesquisa de 2025 em relação à pesquisa de 2022 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 e 2022, indicando um perfil de visitante que poderia circular e usufruir mais das estruturas tanto da Vila de Paranapiacaba quanto de outra região da cidade se alguns serviços estivessem mais presentes, como agenciamento de passeios, pontos de apoio ao turista, estacionamentos para veículos turísticos e sinalização turística, além de potencial para desenvolvimento de novas estruturas voltadas ao acolhimento do turista, promoção turística e turismo de negócios.

Desta forma, conclui-se que continuar investindo 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 mais divulgados, promovam e ofereçam opções de passeios aos turistas que por aqui já circulam, pode ser de grande valia na extensão da permanência dos turistas. Além disso, a



infraestrutura de apoio ao turista e de acesso seria mais efetiva caso receba mais investimentos, a fim de proporcionar uma melhor experiência e fidelizar seu público pela facilidade e comodidade.

9. ANEXO ÚNICO

PESQUISA DE DEMANDA: PERFIL DO TURISTA DE SANTO ANDRÉ - 2025

Pesquisador: _____	Data: ____/____/2025	Hora: ____: ____
1. Local de coleta da pesquisa: _____	Temporada: ☐ Alta ☐ Baixa	

2. Idade: _____

3. Sexo:

- ☐ Masculino
☐ Feminino
☐ Prefiro não responder
☐ Outro: _____

4. Qual o local de residência permanente?

Cidade: _____

(Se Santo André, encerrar a entrevista e agradecer).

Estado: _____

País: _____

05. Grau de instrução / Escolaridade

- ☐ Fundamental – Até 5ª série
☐ Fundamental – Até 9ª série
☐ Médio
☐ Superior Incompleto
☐ Superior Completo
☐ Pós-Graduação/acima

06. Ocupação

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

07. Renda Familiar per capita

- ☐ Até 1 salário por pessoa (R\$ 1.518)
☐ Até 5 salários por pessoa (R\$ 7.590)
☐ Até 10 salários por pessoa (R\$ 15.180)
☐ Até 15 salários por pessoa (R\$ 22.770)
☐ Até 20 salários por pessoa (R\$ 30.360)
☐ Acima de 20 salários por pessoa

08. Você está viajando?

- ☐ Sozinho
☐ Em grupo (excursão)
☐ Amigos
☐ Família
☐ Casal
☐ Casal com filhos (menor 12 anos)
☐ Casal com filhos (entre 12 e 19 anos)
☐ Equipe de trabalho

09. Total de acompanhantes (se houver): _____

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

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

11. Já esteve em Santo André?

- ☐ Sim. Quantas vezes? _____
☐ Não

12. Quanto tempo pretende ficar em Santo André?

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

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

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

14. Qual o meio de transporte utilizado para chegar?

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

15. Como tomou conhecimento de Santo André?

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

16. Qual o principal motivo da sua viagem?

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

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

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

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

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

19. Como você sentiu sua experiência em Santo André?

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

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

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

21. Qual foi o seu gasto médio durante a permanência em Santo André, não considerando deslocamento entre origem e o destino? (pergunta aberta – apenas números)

Previsto R\$: _____

Realizado R\$: _____

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

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

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

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

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

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

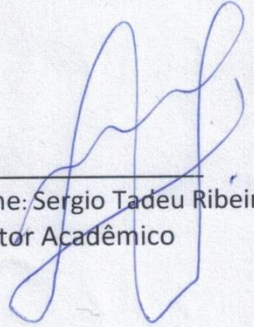
STRONG BUSINESS SCHOOL
CNPJ 03.986.941/0001-34

CERTIFICADO DE ACEITE E ENCERRAMENTO DO
TERMO DE COOPERAÇÃO RELATIVO AO EDITAL DE
CHAMAMENTO PÚBLICO DA SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO E GERAÇÃO DE EMPREGO,
Nº 07/2025, PARA APOIO METODOLÓGICO PARA
REALIZAÇÃO DE ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA
DE 2025 DO MUNICÍPIO DE SANTO ANDRÉ,
CELEBRADO ENTRE A STRONG BUSINESS SCHOOL
E A PREFEITURA DE SANTO ANDRÉ.

Certificamos que no mês de junho de 2026, foram concluídos os trabalhos referentes ao Termo de Cooperação firmado em 7 de agosto de 2025, através do processo nº 10.484/2025 da Prefeitura de Santo André, do Edital de Chamamento nº 07/2025 da Secretaria de Desenvolvimento e Geração de Emprego da Prefeitura de Santo André, referente ao Estudo de Demanda Turística de 2025 do Município de Santo André, tendo sido realizado dentro das melhores práticas, em que aprovamos e certificamos o processo de realização e o satisfatório relatório final, concluído e aprovado por ambas as partes em 6 de julho de 2026.

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

Santo André, 6 de julho de 2026

Ass. 
Nome: Sergio Tadeu Ribeiro
Diretor Acadêmico



SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E GERAÇÃO DE EMPREGO

Rua Visconde de Taunay, 70 - Santo André
www3.santoandre.sp.gov.br/turismosantoandre
turismo@santoandre.sp.gov.br | 4433-0752 | 4433-0198

