PESQUISA DE PERCEPÇÃO DO TURISMO

Estado de São Paulo | 2025-2026

46.583
respondentes

468
municípios

48
regiões turísticas

21
indicadores

SP PRA TODOS

CIET
CENTRO DE INTELIGÊNCIA DA ECONOMIA DO TURISMO

Secretaria de Turismo e Viagens

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO SÃO TODOS

AGENDA

68º Congresso Estadual de Municípios – APM | ~25 minutos

01 | O CIET e a Pesquisa
Quem somos, o que medimos, 6 anos de histórico

02 | Metodologia e Amostra
46.583 respondentes, 468 municípios, 4 dimensões

03 | Scores por Dimensão
Sociocultural, Econômico, Ambiental, Plan. e Gestão

04 | Pódio por Região Turística
Top 3 RTs em cada dimensão e NPS líquido

05 | Net Promoter Score (NPS)
Probabilidade de recomendar a cidade como destino

06 | Da Percepção à Ação
Achados centrais e recomendações para gestão municipal

O QUE É O CIET

Centro de Inteligência da Economia do Turismo | Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo

Missão: Produzir e disseminar informação estratégica sobre a economia e sustentabilidade do turismo paulista, subsidiando políticas públicas, gestão municipal, investimentos e estimulando o desenvolvimento do setor.

Pesquisas e Estudos
Percepção, demanda, PIB do turismo

Painéis e Índices
Chegadas de turistas internacionais, empregos formais diretos, fretamento etc.

RITS-SP
Rede de Inteligência de Turismo Sustentável

Acesse nossa plataforma pública de dados: plataforma.turismo.sp.gov.br/ciet

6 ANOS DE SÉRIE HISTÓRICA

Evolução da Pesquisa de Percepção do Turismo | Estado de São Paulo | 2020–2026

2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	2025-26
1ª edição	2ª edição	3ª edição	4ª edição	5ª edição	6ª edição

Maior série histórica contínua de percepção do turismo no Brasil

Aplicação anual | Instrumento padronizado e evoluído | Cobertura crescente de municípios e regiões turísticas

02

METODOLOGIA E AMOSTRA

46.583 respondentes, 468 municípios, 4 dimensões

METODOLOGIA E AMOSTRA

Pesquisa de Percepção do Turismo 2025-2026 | CIET / Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo

Instrumento

Questionário estruturado com 21 itens em escala Likert de 5 pontos + NPS (0–10) + variáveis sociodemográficas

Cobertura

468 municípios participantes de 645 no Estado de SP. 48 Regiões Turísticas representadas. Jan–Fev 2026

Amostra

46.583 respondentes. 54,5% feminino · 42,3% masculino. 65% com nível superior ou pós-graduação

Método analítico

Análise Fatorial Exploratória (EFA) · Regressão OLS · Modelos de Efeitos Mistos (lmer) · K-means clustering

As 4 Dimensões de Impacto do Turismo analisadas

Sociocultural

Score: 4,1

8 itens | α = 0,94

Segurança · Cultura · Integração · Qualidade de vida

Econômico

Score: 4,1

3 itens | α = 0,74

Desenvolvimento · Emprego e renda · Benefício pessoal

Ambiental

Score: 3,5

6 itens | α = 0,90

Preservação · Lixo · Poluição · Superlotação

Plan. e Gestão

Score: 3,3

7 itens | α = 0,83

Infraestrutura · Autoridades · Participação popular

03

SCORES POR DIMENSÃO

Resultados detalhados por eixo de impacto do turismo

SCORES POR DIMENSÃO — VISÃO GERAL

Escala 1–5 | Itens negativos invertidos | Estado de São Paulo 2025-2026

Sociocultural

Segurança, oferta cultural e preservação de tradições lideram. 61% concordam plenamente com segurança para fazer turismo.



Econômico

73,8% veem contribuição ao desenvolvimento econômico. Mas apenas 38,4% percebem benefício econômico pessoal — lacuna estratégica.



Ambiental

Percepção moderada. Pressões de superlotação, lixo e poluição pesam especialmente nos municípios litorâneos de alto fluxo.



Planejamento e Gestão

Score mais crítico. Participação popular é o único item onde discordância supera concordância: 35,5% vs. 30,0%.



04

PÓDIO POR REGIÃO TURÍSTICA

Top 3 RTs com melhor percepção em cada dimensão | Município destaque = melhor resultado interno

SCORE GERAL

Escala 1–5

Média das 4 dimensões de impacto do turismo

Média Estadual

Média geral:

3,7

pontos (escala 1–5)

Vínculo com o Turismo

Trabalha no setor	3,9
Não trabalha no setor	3,7

Δ = +0,2 pts

trabalhadores percebem o turismo de forma mais positiva

Top 3 Regiões Turísticas — Melhor percepção

Mín. 100 respondentes | Score médio da RT | Município destaque (score interno)

1º ANGRA PAULISTA

4,3

Paranapanema (4,6)

n = 1.087 respondentes

2º Vale Histórico

4,3

Areias (4,4)

n = 260 respondentes

3º Cuesta Paulista

4,2

Anhembi (4,6)

n = 1.131 respondentes

DIMENSÃO SOCIOCULTURAL

Escala 1–5

Qualidade de vida · Cultura · Segurança · Integração · Acesso às atrações

Média Estadual

Média geral:

4,1

pontos (escala 1–5)

Vínculo com o Turismo

Trabalha no setor	4,2
Não trabalha no setor	4,1

Δ = +0,1 pts

trabalhadores percebem o turismo de forma mais positiva

Top 3 Regiões Turísticas — Melhor percepção

Mín. 100 respondentes | Score médio da RT | Município destaque (score interno)

2º Vale Histórico

4,5

📍 Areias (4,5)

n = 260 respondentes

1º ANGRA PAULISTA

4,5

📍 Paranapanema (4,8)

n = 1.087 respondentes

3º Entre Rios

4,5

📍 Três Fronteiras (4,8)

n = 722 respondentes

💼 DIMENSÃO ECONÔMICA

Escala 1–5

Desenvolvimento econômico · Emprego e renda · Benefício pessoal/familiar

Média Estadual

Média geral:

4,1

pontos (escala 1–5)

👷 Vínculo com o Turismo

Trabalha no setor	4,5
Não trabalha no setor	4,0

Δ = +0,5 pts

trabalhadores percebem o turismo de forma mais positiva

Top 3 Regiões Turísticas — Melhor percepção

Mín. 100 respondentes | Score médio da RT | Município destaque (score interno)

🥈 2º

Vale Histórico

4,4

📍 Areias (4,4)

n = 260 respondentes

🥇 1º

Tietê Vivo

4,4

📍 Araçatuba (4,5)

n = 1.554 respondentes

🥉 3º

Entre Rios

4,4

📍 Três Fronteiras (4,7)

n = 722 respondentes

DIMENSÃO AMBIENTAL

Escala 1–5

Preservação ambiental · Controle de lixo e poluição

Média Estadual

Média geral:

3,5

pontos (escala 1–5)

Vínculo com o Turismo

Trabalha no setor	3,5
Não trabalha no setor	3,5

Sem diferença

trabalhadores percebem o turismo de forma mais positiva

Top 3 Regiões Turísticas — Melhor percepção

Mín. 100 respondentes | Score médio da RT | Município destaque (score interno)

2º ANGRA PAULISTA

4,4

📍 Paranapanema (4,7)

n = 1.087 respondentes

1º Vale Histórico

4,2

📍 Areias (4,3)

n = 260 respondentes

3º Cavernas da Mata Atl...

4,1

📍 Barra do Turvo (4,3)

n = 727 respondentes

PLANEJAMENTO E GESTÃO

Escala 1–5

Infraestrutura · Autoridades · Participação · Custo de vida · Trânsito

Média Estadual

Média geral:

3,3

pontos (escala 1–5)

Vínculo com o Turismo

Trabalha no setor	3,3
Não trabalha no setor	3,3

Sem diferença

trabalhadores percebem o turismo de forma mais positiva

Top 3 Regiões Turísticas — Melhor percepção

Mín. 100 respondentes | Score médio da RT | Município destaque (score interno)

2º ANGRA PAULISTA

4,2

Paranapanema (4,7)

n = 1.087 respondentes

1º Vale Histórico

4,2

Areias (4,3)

n = 260 respondentes

3º Cuesta Paulista

4,0

Anhembi (4,6)

n = 1.131 respondentes

05

NET PROMOTER SCORE (NPS)

Probabilidade de recomendar a cidade como destino turístico | Escala 0 a 10

O QUE É O NET PROMOTER SCORE (NPS)?

Métrica de lealdade adaptada à gestão pública | Pergunta: 0 a 10, qual a probabilidade de recomendar sua cidade como destino turístico?

O NPS mede o grau de suporte ou rejeição dos residentes em relação ao turismo local. O cálculo é simples: % de Promotores (notas 9-10) menos % de Detratores (notas 0-6). O resultado varia de -100 a +100 e classifica o destino em 5 zonas de percepção.

PROMOTORES

Notas 9 e 10

55,3%

Moradores que veem o turismo como benefício, sentem orgulho da cidade e atuam como embaixadores locais. Recomendam ativamente o destino para amigos e familiares.

NEUTROS

Notas 7 e 8

18,6%

Estão indiferentes; não veem grandes problemas, mas também não sentem que o turismo melhora significativamente suas vidas. Não contribuem para o NPS.

DETRATORES

Notas 0 a 6

26,1%

Moradores insatisfeitos que sentem os impactos negativos — trânsito, barulho, custo de vida — e podem ser hostis aos visitantes.

Escala de Classificação:

Crítica	Aperfeiçoamento	Qualidade	Excelência	Encantamento
-100 a 0	1 a 50	51 a 75	76 a 95	96 a 100

NPS — RESULTADO GERAL

% Promotores (9-10) – % Detratores (0-6) = NPS Líquido | Pesquisa de Percepção do Turismo 2025-2026

NPS LÍQUIDO

+29,2

ZONA

APERFEIÇOAMENTO



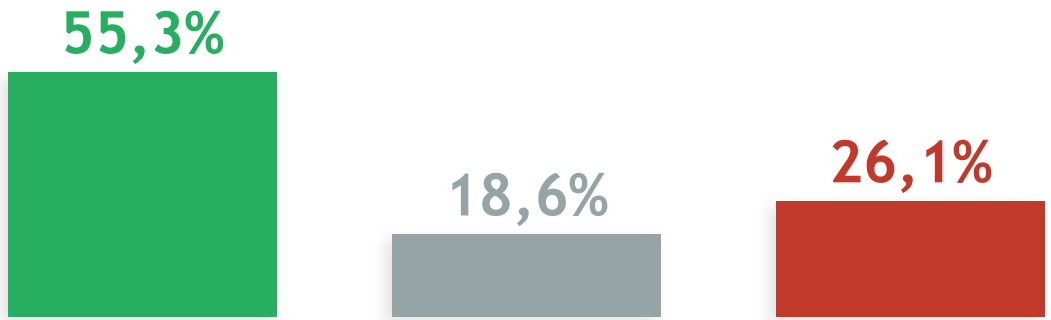
55,3% – 26,1%

Promotores – Detratores

Distribuição dos Respondentes por Grupo NPS

46.411 respondentes com NPS válido | Escala 0 a 10

NOTA 0 A 6 = DETRATORES | NOTAS 7 E 8 = NEUTROS | NOTAS 9 E 10 = PROMOTORES



Promotores
Notas 9 e 10
Recomendam ativamente

Neutros
Notas 7 e 8
Indiferentes

Detratores
Notas 0 a 6
Insatisfeitos

NPS LÍQUIDO POR REGIÃO TURÍSTICA

% Promotores – % Detratores | Mín. 100 respondentes por Região Turística

TOP 5 — Melhor NPS Líquido



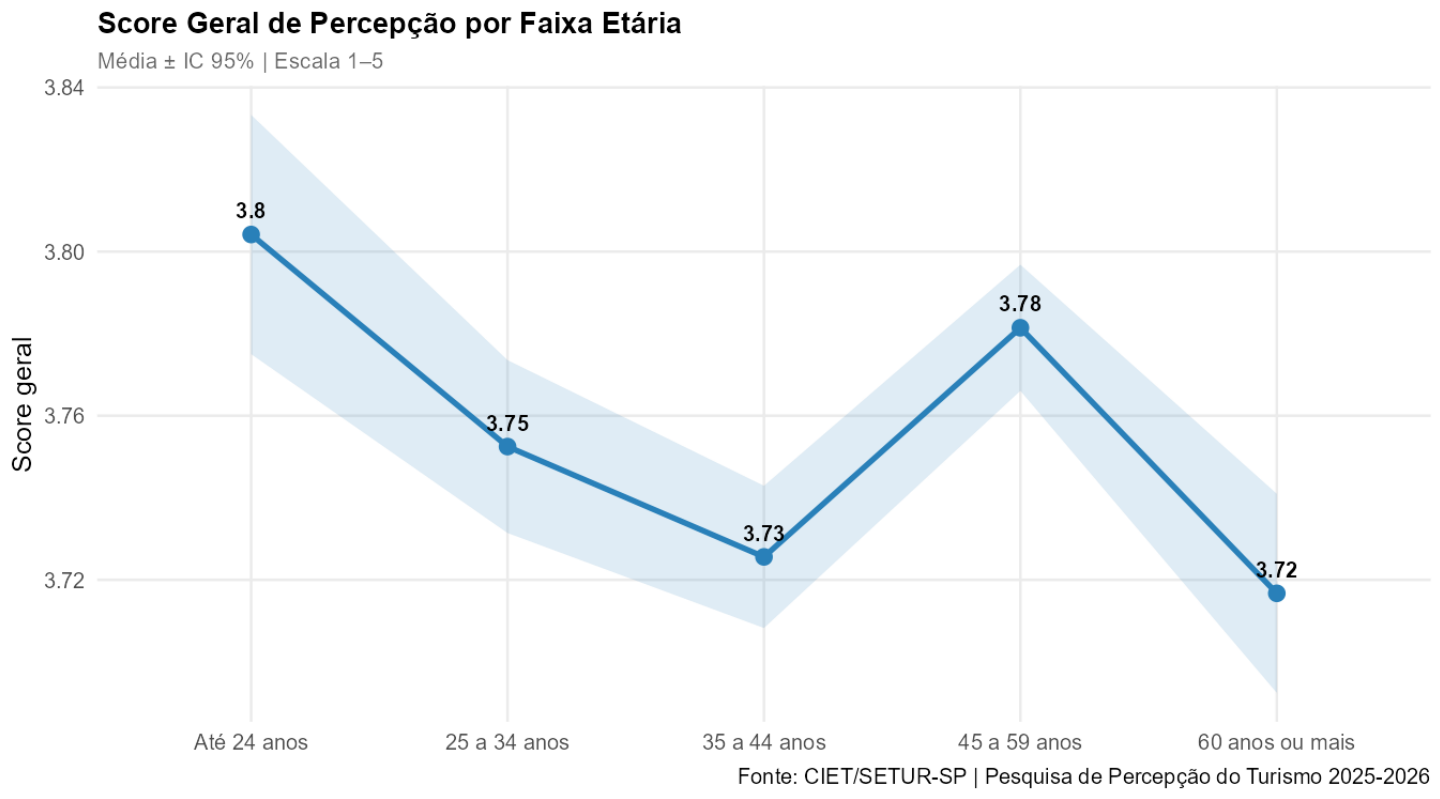
06

DA PERCEPÇÃO À AÇÃO

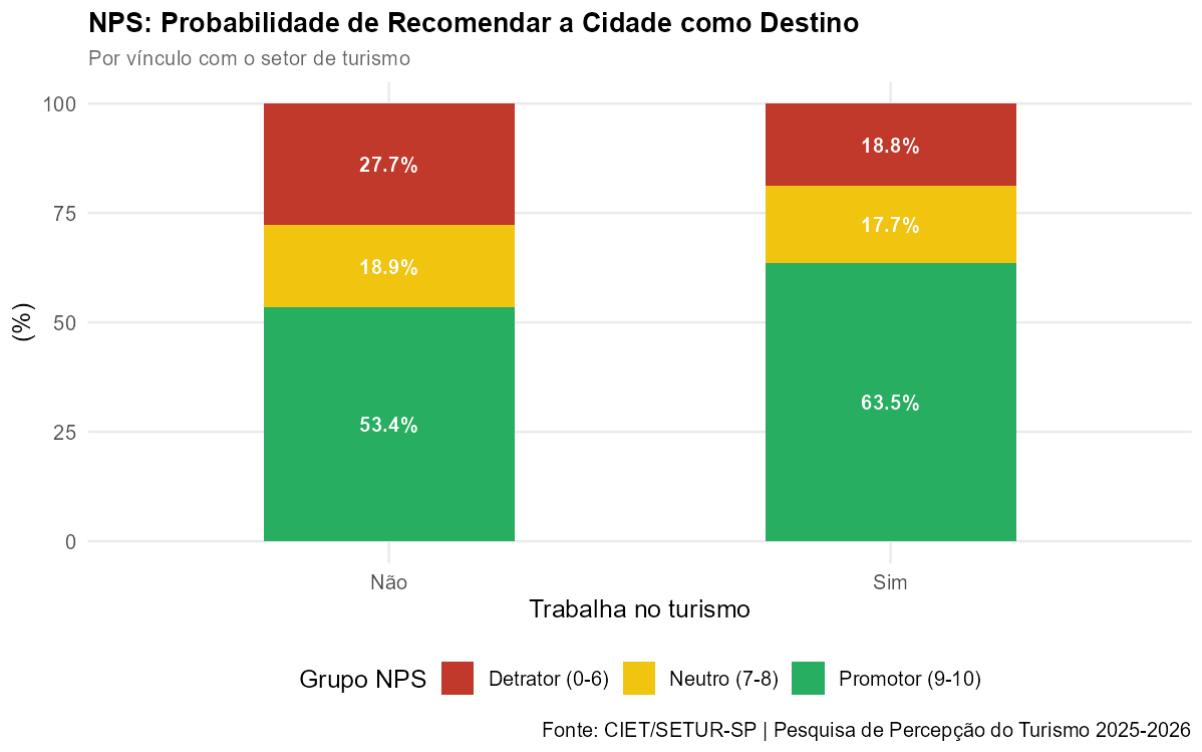
Como as políticas públicas transformam moradores em promotores do turismo paulista

Análise exploratória

Score Geral:
média das 4 dimensões

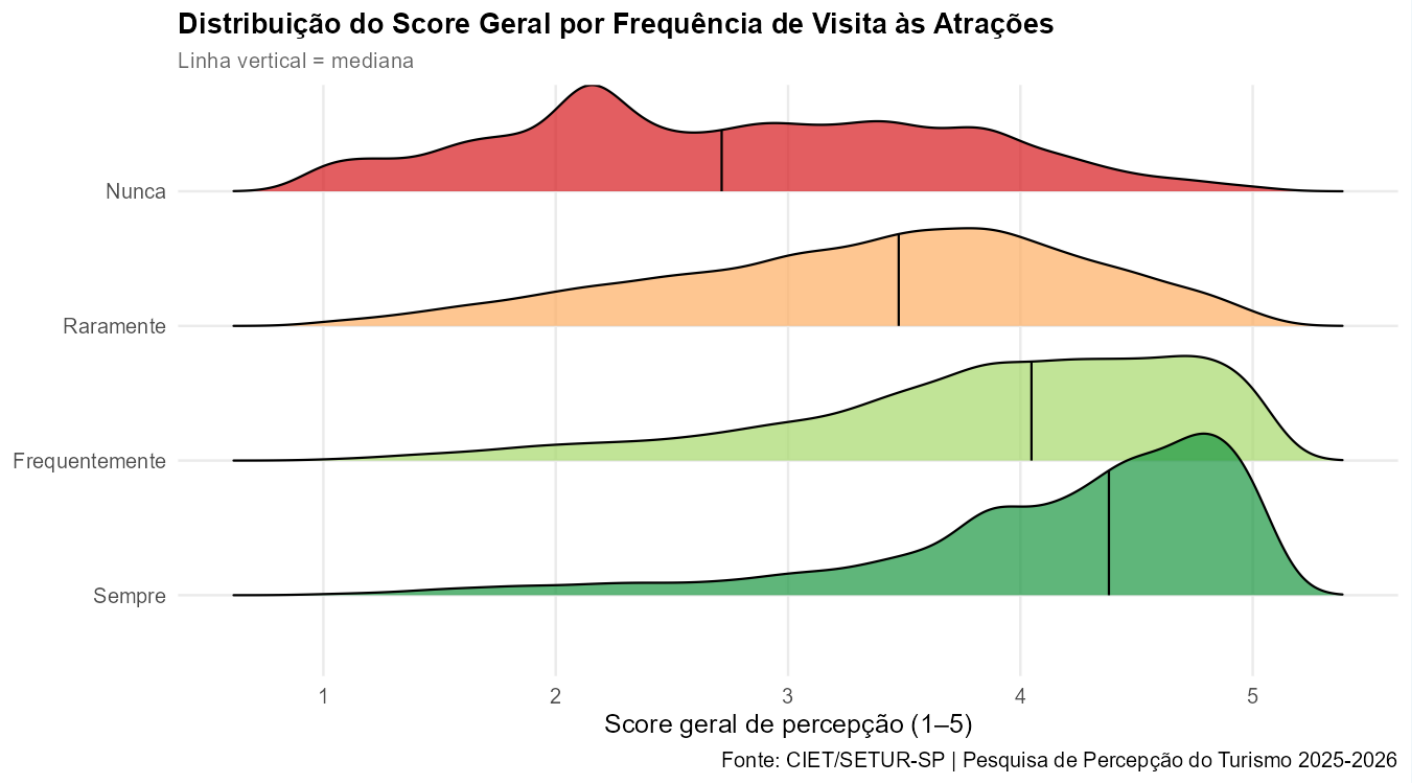


Análise exploratória

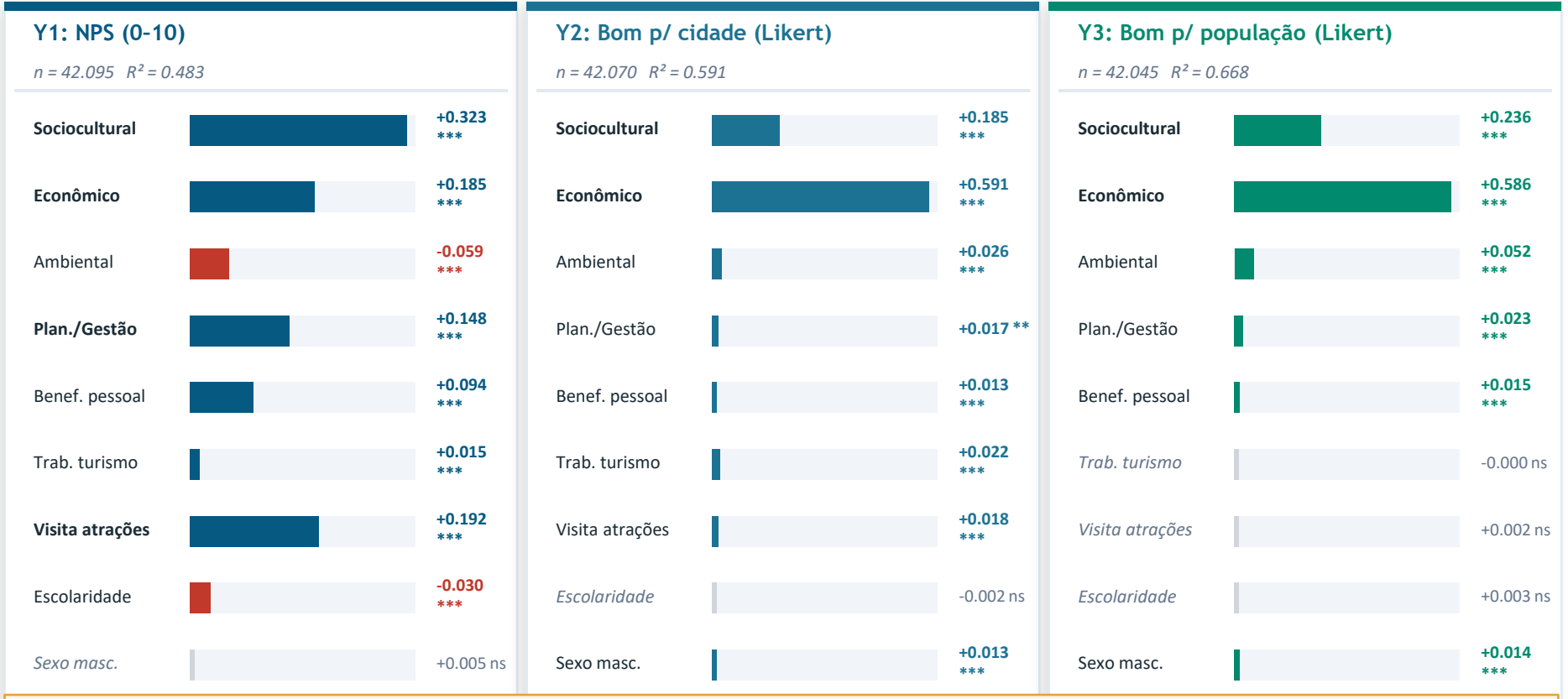


Análise exploratória

Visão Geral



DETERMINANTES DA PERCEPÇÃO — MODELAGEM ESTATÍSTICA (VALORES REAIS)



⚠ Barras normalizadas por modelo (escala local). Score Ambiental negativo no NPS decorre de multicolinearidade com Plan./Gestão (r=0,79); na correlação bivariada é positivo (r=0,41). *** p<0,001 ** p<0,01 * p<0,05 ns = não sig.

💡 ACHADO CENTRAL: DOIS MECANISMOS COMPLEMENTARES

Os modelos estatísticos identificaram dois vetores distintos de apoio ao turismo

MECANISMO 1

ECONOMIA CONVENCE

A percepção de benefícios econômicos ancora a aprovação racional do turismo.

- 73,8% percebem contribuição ao desenvolvimento econômico
- 71,8% percebem criação de empregos e renda
- 84,9% consideram o turismo bom para a cidade

β econômico = +0,59 (principal preditor das avaliações racionais do morador – Benefícios do turismo para a cidade e para o indivíduo)

MECANISMO 2

CULTURA ENGAJA

A experiência sociocultural transforma aprovação em recomendação ativa.

- NPS 9,0 para quem visita atrações sempre vs. 5,6 para quem nunca visita
- β sociocultural = +0,323 — principal preditor do NPS
- 60,6% concordam com melhora da oferta cultural

A CADEIA DE VALOR DAS POLÍTICAS DO TURISMO

Como a atuação institucional se conecta à formação de promotores do turismo

01

🎭

Municipio Promove

Eventos culturais
Festivais
Valorização do patrimônio
Ampliação de atrativos

→

02

🏛️

Morador Engaja

Frequenta as atrações
Participa da cultura local
Conhece o próprio destino

→

03

😊

Percepção Melhora

Score sociocultural sobe
Satisfação com a cidade cresce
Identidade local se fortalece

→

04

📣

Morador Recomenda

NPS aumenta
Promotor ativo do destino
Embaixador do turismo local

O QUE OS DADOS DIZEM SOBRE A ATUAÇÃO DA GESTÃO PÚBLICA

01 Continue investindo em cultura e eventos

Oferta cultural tem β=+0,323 no NPS. Cada evento promovido pelo município tem impacto direto e mensurável na recomendação.

02 Amplie o acesso das comunidades às atrações

Diferença de 3,4 pts de NPS entre quem visita sempre e nunca. Política de acesso gratuito tem o maior retorno potencial.

03 Fortaleça a cadeia produtiva local

Lacuna de 35 pp entre aprovação coletiva e benefício pessoal. Microempreendedores locais no turismo ampliam percepção e engajamento.

04 Use dados como instrumento de gestão

13,4% da variação no NPS é explicada pelo município de residência — o contexto local importa tanto quanto as características individuais.

07

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

01 Alta legitimidade social do turismo

~85% da população apoia o turismo na cidade e o considera benéfico. Base sólida para políticas de expansão do setor.

02 Dimensão sociocultural como diferencial

É o preditor mais forte da percepção geral. Investimentos em cultura, segurança e integração têm o maior retorno em termos de apoio.

03 Planejamento e gestão: o calcanhar de Aquiles

Score mais baixo da pesquisa. Participação popular e confiança nas autoridades são os itens mais críticos — demandam atenção prioritária.

04 Trabalhadores do turismo como promotores

NPS 8,6 vs. 6,9 dos não-trabalhadores. Programas de capacitação e formalização do setor ampliam a base de promotores do destino.

05 Engajamento com as atrações: fator decisivo

Quem visita frequentemente as atrações tem percepção 30% mais positiva. Estratégias de envolvimento da comunidade local são altamente efetivas.

06 Benefício pessoal: oportunidade de distribuição

Apenas 38% percebem benefício econômico direto, ante 70%+ de aprovação coletiva. Reduzir essa lacuna é estratégico para a sustentabilidade do turismo.

Pesquisa de Percepção do Turismo — Estado de São Paulo 2025-2026

01

Monitoramento Municipal

O entendimento dos resultados de cada localidade são oportunidades para melhoria na relação entre a gestão municipal e os moradores

02

Próxima Edição

Continuidade da série histórica com ampliação de cobertura e incorporação de novos indicadores de sustentabilidade

Centro de Inteligência e Estudos Turísticos — CIET

Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo | ciet.turismo.sp.gov.br

OBRIGADO(A)!

contato CIET:
pesquisa@turismo.sp.gov.br

Luciana Derze (luciana.derze@investsp.org.br)
Vinícius Bíscaro (vinicius.biscaro@investsp.org.br)

SP PRA TODOS

CIET
CENTRO DE INTELIGÊNCIA DA ECONOMIA DO TURISMO

Secretaria de Turismo e Viagens

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO SÃO TODOS