



SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO PARÁ

**PESQUISA DE DEMANDA
TURISTICA DO FESTIVAL DA
MARUJADA, BRAGANÇA-PA**



**SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO PARÁ
DIRETORIA DE POLITICAS PARA O TURISMO
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS, PESQUISAS E INFORMAÇÕES**

**PESQUISA DE DEMANDA TURISTICA DO
FESTIVAL DA MARUJADA, BRAGANÇA-PA -2013**

**Belém
2013**

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
Simão Jatene
Governador

Helenilson Pontes
Vice Governador

**SECRETARIA ESPECIAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
INCENTIVO À PRODUÇÃO**
David Araújo Leal
Secretário

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO - SETUR
Adenauer Marinho de Oliveira Goés
Secretário

Álvaro Negrão do Espírito Santo
Secretário Adjunto de Estado de Turismo

DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO E FINAÇAS - DAFI
Albino José da Silva Barbosa
Diretor

DIRETORIA DE POLITICAS PÚBLICAS PARA O TURISMO-DPOT
Maria de Fátima da Silva Gonçalves
Diretora

DIRETORIA DE PRODUTOS TURISTICOS – DPRT
Conceição Silva da Silva
Diretora

**COORDENAÇÃO DE ESTUDOS, PESQUISAS ESTATÍSTICAS E
INFORMAÇÕES-CEPI**
Admilson Alcantara da Silva
Coordenador

GERÊNCIA DE ESTUDOS E PESQUISAS – GEPE
João Gabriel Pinheiro Hüffner
Gerente

APRESENTAÇÃO

Caracterizada pela dança e pelo predomínio da figura feminina, a Marujada, festividade que teve início no final do século XVIII, quando escravos negros organizavam uma Irmandade de louvor ao Santo Preto, reúne em Bragança cerca de 80 mil pessoas para homenagear São Benedito.

O festival da Maruja acontece no período de 18 a 26 de dezembro, e é uma das festas religiosas mais populares do estado do Pará.

A festividade é organizada pela Igreja Católica, através de rituais religiosos como missas e procissões. Durante esse período, o município recebe aproximadamente 80 mil visitantes.

Sabendo da importância que esta manifestação cultural possui para o estado, foi elaborada esta pesquisa de demanda turística com a finalidade de se ter um estudo quantitativo e qualitativo da demanda do turismo e o perfil socioeconômico do turista, com vistas a alcançar eficácia nas estratégias de ações que venham a ser definidas ou adotadas, de forma a tornar o produto paraense competitivo, a nível nacional e internacional, buscando a qualidade na prestação de serviços e um melhor gerenciamento do produto natural do Estado.

A pesquisa foi realizada no período da festividade em Bragança, através da aplicação de questionários com os visitantes nos principais pontos turísticos e locais onde ocorreram programações do evento, e teve como principal objetivo traçar o perfil do turista que visita e participa do Festival da Marujada.

O resultado dessa pesquisa servirá como base para as autoridades governamentais, empresários e a todos os que, direta ou indiretamente queiram investir no setor turístico.

Coordenadoria de Estudos, Pesquisas e Informações

Admilson Alcantara

METODOLOGIA

A pesquisa aconteceu no período de 18 a 26 de dezembro em Bragança, buscando com isso, obter uma amostra representativa dentro de uma demanda turística presente evento, motivo pelo qual se justifica a quantidade de questionários preenchidos.

Foram aplicados 244 questionários durante o decorrer do evento, os quais constam questões abertas e fechadas acerca do perfil do turista, dos equipamentos e serviços utilizados na cidade, dos atrativos e das impressões adquiridas durante a visita ao município. Foram entrevistadas apenas pessoas enquadradas na definição oficial de turista adotada pela OMT- Organização Mundial de Turismo¹ para gerar confiabilidade nos dados obtidos.

O resultado desta pesquisa poderá vir a servir como instrumento a comunidade técnica/científica, autoridades governamentais, empresários e todos os que, direta ou indiretamente, queiram investir no desenvolvimento do turismo.

¹Segundo a OMT, turista é: Toda pessoa sem distinção de raça, sexo, língua e religião que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem proposta de imigração.

OBJETIVOS

Coletar informações com base na formação de um banco de dados e a obtenção de indicadores para o monitoramento da atividade turística no município;

- Traçar o perfil da demanda turística no período do festival da Marujada do município de Bragança;
- Identificar os problemas existentes no tocante à oferta turística do município;
- Identificar características que possibilitem estratégias de projeção regional e nacional do turismo em Bragança, bem como conscientização em relação aos impactos culturais e humanos.

1. RESULTADOS DA PESQUISA

1.1. ORIGEM DO VISITANTE

✓ PAÍS

Tabela 1: País de origem do visitante

País	Quantidade	Percentual
Brasil	240	98,36
Argentina	1	0,41
Portugal	1	0,41
Sem Resposta	2	0,82
Total	244	100,00

Fonte: SEMTUR – Bragança
Tratamento e sistematização: SETUR/DPOT/CEPI
(2014)

- O Turismo doméstico caracteriza o fluxo de visitantes durante o evento. Porém, dentro do universo de turistas entrevistados, verificou-se a presença de visitantes oriundos de alguns outros países, como Argentina e Portugal.

✓ ESTADO

Tabela 2: Estados de origem dos turistas

Estado	Quantidade	Percentual
Pará	176	72,73
Minas Gerais	10	4,13
Maranhão	8	3,31
São Paulo	8	3,31
Rio de Janeiro	6	2,48
Ceará	5	2,07
Bahia	4	1,65
Distrito Federal	4	1,65
Amapá	3	1,24
Mato Grosso do Sul	3	1,24
Rio Grande do Norte	3	1,24
Sergipe	2	0,83
Tocantins	2	0,83
Alagoas	1	0,41
Amazonas	1	0,41
Espírito Santo	1	0,41
Pernambuco	1	0,41
Rio Grande do Sul	1	0,41
Santa Catarina	1	0,41
Sem Resposta	2	0,83
Total	242	100,00

- Dentre os Estados que se destacam como principais emissores de turistas para o evento Marujada estão; o próprio Estado do Pará com 72,73% dos visitantes, Minas Gerais com 4,13%, Maranhão com 3,31% e São Paulo com 3,31%.

✓ CIDADES

- Belém figura como a cidade paraense que mais originou turistas em visita ao festival da Marujada de Bragança em 2013 com 34,30% dos visitantes. Em seguida Capanema ficou com 7,85%, Castanhal com 7,85%, Ananindeua com 2,89%, e Tracuateua com 2,89%. Caracterizando assim a predominância do turismo interno e regional. Além destas, outras cidades surgem como polos emissores, porém, sem muita expressividade no cenário turístico regional.

Tabela 3: Cidades de origem dos turistas

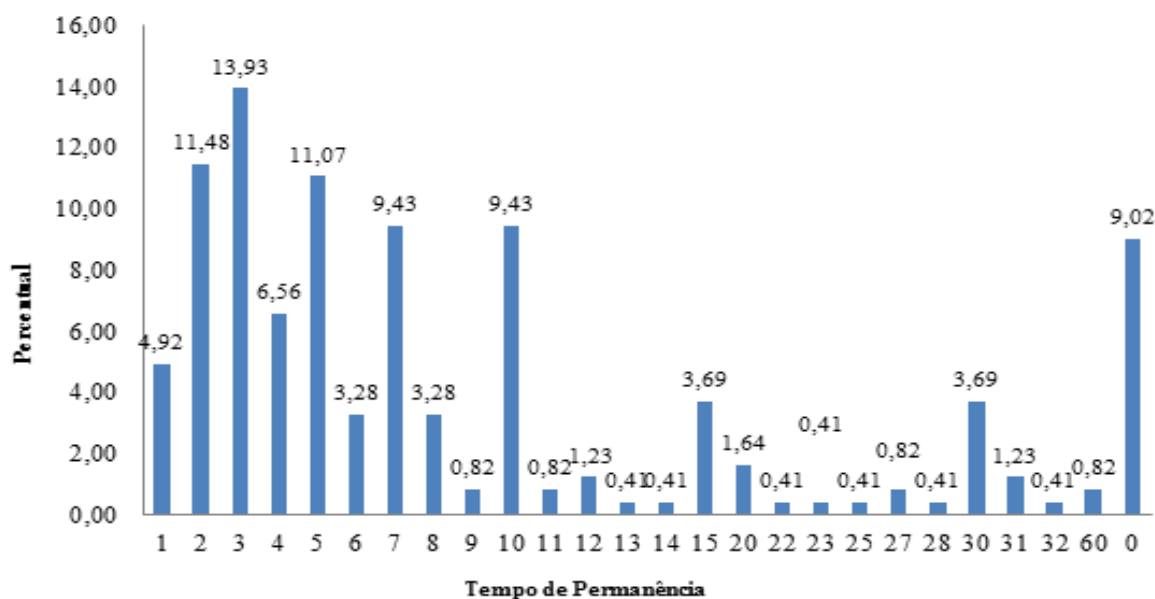
Cidades	Quantidade	Percentual
BELEM	83	34,30
CAPANEMA	19	7,85
CASTANHAL	19	7,85
ANANINDEUA	7	2,89
TRACUATEUA	7	2,89
OUTROS	4	37,61
Sem resposta	16	6,61
Total	242	100,00

Fonte: SEMTUR Bragança/SETUR/CEPI/DPOT (2014)

2. TEMPO DE PERMANÊNCIA

A média de permanência do visitante durante o festival da Marujada em Bragança ficou entre 2 e 3 dias conforme os dados apresentados no gráfico a seguir.

Gráfico 1: Tempo de permanência do visitante



3. MEIOS DE HOSPEDAGEM

Tabela 4: Cidades de origem dos turistas

Hospedagem	Quantidade	Percentual
Casa de Parentes	78	31,97
Casa de Amigos	68	27,87
Hotel	40	16,39
Casa Alugada	16	6,56
Casa Própria	14	5,74
Flat	3	1,23
Igrejas	2	0,82
Hospedaria	2	0,82
Outros	17	6,97
Sem resposta	4	1,64
Total	244	100,00

Os meios de hospedagem se configuram como uma das bases de sustentação da atividade turística no território, portanto, verificar a sua importância na cadeia produtiva local é fundamental, no entanto, com esta pesquisa verificou-se que apenas **16,39%** dos entrevistados hospedaram-se em hotel na cidade Bragança por ocasião do festival da Marujada. A maioria dos entrevistados se hospedou em casa de parentes (31,97%), em seguida, 27,87% hospedaram-se em casa de amigos.

4. OCUPAÇÃO

Dentre as principais no universo de visitantes entrevistados durante o evento, estão a de professor com 33,24%, estudante com 30,22%, Jornalista com 11,8%, vendedor com 11,8%, Advogado com 9,7%, Autônomo com 8,6% dentre outras que totalizam o perfil profissional dos visitantes. Diante dos dados identificados, percebe-se como característica comum um universo de pessoas formado por pessoas economicamente ativas e com possibilidades de ampliação dos gastos com a oferta turística local conforme a adoção de estratégias de planejamento.

5. TRANSPORTE

Tabela 5: Transporte utilizado

Transporte	Quantidade	Percentual
Automóveis	109	44,67
Avião	31	12,70
Navio	4	1,64
Ônibus	82	33,61
Outros	17	6,97
Sem resposta	1	0,41
Total	244	100,00

No quesito referente aos meios de transporte utilizados pelos turistas para acessar o município de Bragança por ocasião do evento festival da Marujada, constatou-se a prevalência do uso de automóveis particulares entre os visitantes atingindo um percentual de 44,67%, em seguida os ônibus com 33,61% e o avião 12,70%.

6. MODO DE VIAJAR

- O modo como os turistas viajam em direção ao festival da Marujada, traduz-se em um importante dado no que tange à discussão e diagnóstico do perfil do visitante. Pois, de acordo com a situação em que se enquadra, seja viajando com a família, só ou em grupo de amigos, o visitante se comportará de forma diferenciada, ou seja, seu consumo turístico do destino será totalmente oposto em cada situação. Nesse esse dado, serve como subsidio para o planejamento estratégico local.

Do total de entrevistados durante o evento, 39,75% afirmaram ter viajando junto com a família, 33,20% viajaram só e 27,05% viajaram em grupo com amigos.

Tabela 6: Modo De viajar

Modo de viagem	Quantidade	Percentual
Com a Família	97	39,75
Só	81	33,20
Em grupo	66	27,05
Total	244	100,00

7. É A PRIMEIRA VEZ NO MUNICÍPIO ?

- Esta pesquisa revelou que 71,31% dos entrevistados já visitou o município de Bragança em outras ocasiões, contra 27,87% que visitaram o município pela primeira vez. Este dado demonstra a fidelização de grande parcela do público com relação a atratividade do evento e da oferta turística local, porém, necessita de estratégias que visem a ampliação do número de novos visitantes.

Tabela 6: Primeira vez no município

Primeira vez na cidade	Quantidade	Percentual
Não	174	71,31
Sim	68	27,87
Sem resposta	2	0,82
Total	244	100,00

8. SEXO

- Dentre os entrevistados, a maioria pertence ao sexo feminino com 52,05% do percentual total, e o masculino com 47,54% do total.

Tabela 7: Sexo

Sexo	Quantidade	Percentual
Feminino	127	52,05
Masculino	116	47,54
Sem resposta	1	0,41
Total	244	100,00

9. FAIXA ETÁRIA

- A faixa etária com maior percentual entre os visitantes é entre 26 a 34 anos com 33,20%, em seguida de 35 a 50 anos com 31,56%, e em terceiro a de 18 a 25 anos com 24,18%. Esses dados demonstram a prevalência de um público relativamente jovem.

Tabela 8: Faixa etária

Faixa etária	Quantidade	Percentual
18 a 25 anos	59	24,18
26 a 34 anos	81	33,20
35 a 50 anos	77	31,56
51 a 65 anos	22	9,02
Mais de 65 anos	2	0,82
Sem resposta	3	1,23
Total	244	100,00

10. VIAGEM ORGANIZADA POR AGÊNCIA?

- As informações obtidas neste quesito demonstram a incipiência do receptivo turístico local no que tange a comercialização turística do evento, assim como do município em si e todos os seus recursos turísticos, pois, apenas 2,46% dos entrevistados utilizaram os serviços de agências de viagens para participar do evento e visitar Bragança, outros 78,28% não utilizaram nenhum serviço de agenciamento.

Tabela 9: Viagem organizada por agência

Viagem por agência	Quantidade	Percentual
Não	191	78,28
Sim	6	2,46
Sem resposta	47	19,26
Total	244	100,00

11. PREVISÃO DE GASTO

11.1. GASTO MÉDIO PER CAPTA DOS VISITANTES HOSPEDADOS EM HOTEL.

O gasto médio per capita (gasto por dia) dos visitantes de Bragança, que se hospedaram em hotéis, por ocasião da Marujada foi em média R\$ 146,60, sendo com transporte 22,57, com hospedagem R\$45,00, com alimentação R\$ 36,00 e com lembranças R\$ 24,00.

Tabela 10 - Gasto Médio Per capita dos visitantes hospedados em Hotel. (R\$)

Estatísticas	Gasto Médio Per capita dos visitantes hospedados em Hotel. (R\$)				
	Transporte	Hospedagem	Alimentação	Lembranças	Total
Máximo	44,00	75,00	50,00	37,00	400,00
Mínimo	8,00	20,00	20,00	15,00	31,25
Média	22,57	45,00	36,00	24,00	146,60

Fonte: SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2014)

11.2. GASTO MÉDIO PER CAPTA DOS VISITANTES HOSPEDADOS EM CASA ALUGADA, CASA DE AMIGOS E PARENTES, CASA PRÓPRIA E OUTROS MEIOS DE HOSPEDAGEM

O gasto médio per capita (gasto por dia) dos visitantes de Curuçá, que não se hospedaram em hotéis, por ocasião do Carnaval foi em média R\$ 68,62, sendo com transporte 41,48, com hospedagem R\$ 43,29 , com alimentação R\$ 21,73 e com lembranças R\$ 20,65.

Tabela 11 - Gasto Médio Per capita dos visitantes hospedados em outros meios de hospedagem. (R\$)

Estatísticas	Gasto Médio Per capita dos visitantes hospedados em Hotel. (R\$)				
	Transporte	Hospedagem	Alimentação	Lembranças	Total
Máximo	300,00	83,00	250,00	125,00	500,00
Mínimo	3,75	17,00	5,00	5,00	4,44
Média	41,48	43,29	21,73	20,65	68,62

Fonte: SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2014)

13. RENDA BRUTA

- Cerca de 29,10% dos entrevistados se enquadra na faixa de renda que vai de um a dois salários mínimos, 25,82% ficam entre dois e quatro salários mínimos, e 16,39% se incluem na faixa quatro e seis salários mínimos. Esses dados comprovam a frequência de pessoas economicamente ativas e propensas ao gasto turístico.

Tabela 14: Renda Bruta do visitante

Renda Bruta	Percentual
Até R\$ 724,00	13,11
Mais de R\$ 1.448,00 a R\$2.172,00	25,82
Mais de R\$ 2.172,00 a R\$ 2.896,00	16,39
Mais de R\$ 2.896,00 a R\$ 7.200,00	7,38
Mais de R\$ 7.200,00 a R\$8.448,00	29,10
Mais de R\$ 8.448,00 a R\$ 12.000,00	2,05
Sem resposta	6,15
Total	100,00

14. TEMPO LIVRE

- A maioria dos entrevistados alegou utilizar o seu tempo livre no município com diversões (23,77%), em seguida visitasões (22,54%) e repouso (4,10%).

Tabela 15: Tempo livre no município

Tempo livre	Percentual
Diversões	23,77
Visitações	22,54
Visitações, Diversões	15,98
Visitações, Diversões, Repouso	4,92
Visitações, Repouso	4,51
Repouso	4,10
Diversões, Repouso	2,87
Diversões, Esportes	2,46
Visitações, Repouso, Atividades Sociais	2,05
Visitações, Diversões, Recreações, Repouso	1,64
Diversões, Recreações	1,23
Esportes	1,23
Recreações	1,23
Visitações, Diversões, Recreações	1,23
Visitações, Diversões, Recreações, Repouso, Esportes, Atividades Sociais	1,23
Visitações, Esportes	1,23
Atividades Sociais	0,82
Diversões, Atividades Sociais	0,82
Visitações, Diversões, Atividades Sociais	0,82
Visitações, Recreações	0,82
Visitações, Recreações, Repouso	0,82
Esportes, Atividades Sociais	0,41
Visitações, Atividades Sociais	0,41
Visitações, Diversões, Esportes	0,41
Visitações, Diversões, Repouso, Atividades Sociais	0,41
Visitações, Diversões, Repouso, Esportes	0,41
Sem resposta	1,64
Total	100,00

15. COMO SOUBE DO EVENTO?

- O principal meio de acesso à informação sobre o evento por parte dos visitantes se deu por meio de amigos e parentes com 67,62% , a Internet ficou em segundo lugar com 8,20% e, Rádio, Tv ou Filmes ficaram com 6,56% do percentual total. O restante foi dividido entre folhetos, revistas e demais publicações.

Tabela 15: Como soube do evento

Meio que soube do evento	Percentual
Amigos ou Parentes	67,62
Internet	8,20
Rádio, TV ou Filmes	6,56
Folhetos, Revistas ou Publicações	3,28
Rádio, TV ou Filmes, Amigos ou Parentes	0,82
Amigos ou Parentes, Internet	0,41
Folhetos, Revistas ou Publicações, Amigos ou Parentes	0,41
Rádio, TV ou Filmes, Amigos ou Parentes, Outros	0,41
Rádio, TV ou Filmes, Internet	0,41
Outros	7,79
Sem resposta	4,10
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

16. COMO VOCÊ QUALIFICA?

✓ LIMPEZA

- Neste quesito, 48,13% dos entrevistados consideraram boa a limpeza do município por ocasião do festival da Marujada, 33,20% consideraram regular, e 4,15% ruim.

Tabela 16: Opinião do turista sobre a limpeza

Limpeza	Percentual
Péssimo	1,24
Ruim	4,15
Regular	33,20
Bom	48,13
Excelente	6,64
Sem resposta	7,88
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ SEGURANÇA

- Na avaliação dos visitantes, 45,42% avaliaram o quesito segurança como bom, 35% consideraram regular, 7,92% excelente, e apenas 4,58% consideraram ruim. Esses são índices subjetivos de análise que variam de acordo com a experiência de cada um durante o evento, sendo que o resultado apresentado pode não representar fidedignamente a realidade local.

Tabela 17: Opinião do turista sobre a segurança

Segurança	Percentual
Péssimo	1,67
Ruim	4,58
Regular	35,00
Bom	45,42
Excelente	7,92
Sem resposta	7,08
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ SINALIZAÇÃO

- A sinalização turística e urbana local foi bem avaliada segundo a opinião dos visitantes entrevistados, onde 40,98% consideraram a sinalização regular, outros 35,66% avaliaram como bom, e 6,56% consideraram excelente o que se refere à sinalização local.

Tabela 18: Opinião do turista sobre a sinalização

Sinalização	Percentual
Péssimo	3,28
Ruim	6,15
Regular	40,98
Bom	35,66
Excelente	6,56
Sem resposta	7,38
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ HOSPEDAGEM

- Quanto aos meios de hospedagem do município de Bragança, estes foram avaliados de forma positiva pelos visitantes, pois, o percentual de 43,33% consideraram a oferta hotéis boa, outros 14,58% consideraram excelente, e apenas um percentual de 7,92% avaliaram como regular. Nesse quesito, Bragança se diferencia de outros municípios do polo Amazônia Atlântica pela sua oferta hoteleira em desenvolvimento e qualidade nos serviços.

Tabela 19: Opinião do turista sobre a Hospedagem

Hospedagem	Percentual
Ruim	0,42
Regular	7,92
Bom	43,33
Excelente	14,58
Sem resposta	35,42
Total	101,67

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ RESTAURANTE

Tabela 20: Opinião do turista sobre os Restaurantes

Restaurante	Percentual
Ruim	2,87
Regular	9,02
Bom	47,95
Ótimo	0,41
Excelente	17,21
Sem resposta	22,54
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

- ✓ 47,95% dos visitantes avaliaram a oferta de restaurantes locais como boa;
- ✓ 17,21% avaliaram como excelente;
- ✓ 9,02% avaliaram como regular;
- ✓ Esses índices demonstraram a satisfação do visitante com relação aos equipamentos de alimentos e bebidas.

✓ COMÉRCIO E SERVIÇOS

- A opinião do visitante sobre o comércio pode ser considerada como positiva, pois, praticamente a metade dos entrevistados, cerca de 44,26% avaliaram como bom este quesito. Outros 19,67% avaliaram como regular, e 8,20% consideraram o comércio local em suas diversas possibilidades e serviços como excelente.

Tabela 21: Opinião do turista sobre o Comércio Local

Comércio	Percentual
Péssimo	0,82
Ruim	3,28
Regular	19,67
Bom	44,26
Excelente	8,20
Sem resposta	23,77
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

- Quanto à categoria serviços, a avaliação do visitante também foi positiva, com 38,93% avaliando como bom, 24,18% consideraram regular, porém, apenas 6,97% avaliaram como excelente.

Tabela 22: Opinião do turista sobre os serviços locais

Serviço	Percentual
Péssimo	0,82
Ruim	3,28
Regular	24,18
Bom	38,93
Excelente	6,97
Sem resposta	25,82
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ **PRAIA**

- As praias do município foram avaliadas positivamente pelo visitante. 34,02% avaliaram como bom, 27,05 dos entrevistados avaliou como excelente, e 13,11% considerou regular. Tais dados expõem a relevância desses atrativos enquanto parte da oferta turística local.

Tabela 23: Opinião do turista sobre as praias locais

Praia	Percentual
Péssimo	0,41
Ruim	1,64
Regular	13,11
Bom	34,02
Ótimo	1,64
Excelente	27,05
Sem resposta	22,13
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ **FOLCLORE**

- O folclore integra o conjunto de elementos que compõem o patrimônio cultural imaterial, por, isso é fator de grande atratividade turística de acordo com sua singularidade e representatividade para determinado povo ou comunidade. Nesse aspecto, Bragança se diferencia enquanto município de cultura inconfundível. E este item da pesquisa demonstra justamente grande relevância das manifestações culturais/folclóricas locais para o turismo, pois, 40,98% consideraram bom o folclore local, e 31,97 avaliaram como excelente.

Tabela 23: Opinião do turista sobre o folclore local

Folclore	Percentual
Regular	5,33
Bom	40,98
Ótimo	0,41
Excelente	31,97
Sem resposta	21,31
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ MUSEUS

- Os museus são espaços culturais que abrigam exposições artísticas, obras, dentre outros elementos ligados à arte e a cultura, por isso são capazes de gerar grande atratividade de fluxos turísticos, configurando-se como espaços turísticos e componentes da oferta, portanto devem ser estudados enquanto objeto de avaliação da qualidade de seus serviços e funcionamento. A avaliação dos museus em Bragança se deu de forma equilibrada, pois, 37,70% dos entrevistados consideraram a oferta de museus como boa, 17,62% consideraram excelente, e apenas 10,66% avaliaram como regular.

Tabela 24: Opinião do turista sobre os museus locais

Museus	Percentual
Ruim	1,64
Regular	10,66
Bom	37,70
Ótimo	0,82
Excelente	17,62
Sem resposta	31,56
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ MONUMENTOS HISTÓRICOS

- 30,33% dos entrevistados opinaram considerando bom o que se refere aos monumentos históricos de Bragança. 24,18% avaliaram como excelente, e 13,93 como regular.

Tabela 25: Opinião do turista sobre os monumentos históricos de Bragança

Monumentos históricos	Percentual
Péssimo	2,05
Ruim	1,64
Regular	13,93
Bom	30,33
Ótimo	2,05
Excelente	24,18
Sem resposta	25,82
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ ARTESANATO

- A qualificação do artesanato local perante a opinião do visitante é muito importante para ter um panorama a cerca da sua potencialidade turística enquanto elemento representativo da cultura local. Nesse sentido, 46,31% qualificaram o artesanato local como bom, 23,36% como excelente, e 5,33% como regular.

Tabela 26: Opinião do turista sobre o artesanato local

Artesanato	Percentual
Ruim	0,41
Regular	5,33
Bom	46,31
Ótimo	1,64
Excelente	23,36
Sem resposta	22,95
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ BALNEÁRIOS

- Os balneários do município de Bragança foram avaliados de forma positiva perante a opinião critica do visitante. Nesse perspectiva, 38,93% avaliaram os balneários locais como bons, 18,79% consideraram excelente, e 7,79% como regular.

Tabela 27: Opinião do turista sobre os balneários

Balneários	Percentual
Regular	7,79
Bom	38,93
Ótimo	1,64
Excelente	18,85
Sem resposta	32,79
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

✓ CAMPOS NATURAIS

- Os campos naturais são áreas alagadas durante determinado certo período do ano, e possuem grande atratividade paisagística e importância ecológica para o equilíbrio dos ecossistemas. Os campos naturais de Bragança obtiveram avaliação positiva perante a opinião do visitante, pois, 29,10% avaliaram como bom, 16,39% consideraram excelente, e apenas 9,43% indicaram regular. Vale ressaltar o alto grau de subjetividade dessa avaliação.

Tabela 28: Opinião do turista sobre os campos naturais

Campos Naturais	Percentual
Péssimo	0,41
Regular	9,43
Bom	29,10
Ótimo	0,82
Excelente	16,39
Sem resposta	43,85
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

17. PRETENDE VOLTAR?

- A grande maioria dos entrevistados declarou ter a intenção de retornar ao município de Bragança, atingindo um percentual de 97,95% dos entrevistados, contra apenas 1,23% que não demonstraram interesse em retornar.

Tabela 29: intenção de retorno do visitante

Pretensão de voltar	Percentual
Sim	97,95
Não	1,23
Sem resposta	0,82
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

18. INDICARIA A CIDADE?

- O maior percentual de visitantes afirmou ter plenas condições de indicar a cidade a outros possíveis visitantes, atingindo um contingente de 96,72%, contra 2,87% que não indicariam.

Tabela 30: Indicaria a cidade

Indicaria a cidade	Percentual
Sim	96,72
Não	2,87
Sem resposta	0,41
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

19. ASPECTOS POSITIVOS

- Os três principais aspectos positivos do festival da Marujada na opinião do visitante, foram a Cultura (21,74%), Organização (18,48%) e Festividade (11,96%). O restante se dividiu em menor número entre outros aspectos não menos importantes, como o acolhimento (7,61%), a renda e o comércio (7,61%) e a alegria da festividade (6,52%).

Tabela 31: Aspectos positivos indicados pelos turistas

Aspectos positivos	Percentual
Cultura	21,74
Organização	18,48
Festividade	11,96
Acolhimento	7,61
Renda, comercio	7,61
Alegria	6,52
Religiosidade	4,35
Beleza	3,26
Crescimento	3,26
Atração	2,17
Marujada	2,17
Turistas	2,17
Acessibilidade	1,09
Acolhida, participação	1,09
Culinária	1,09
Cultura, festividade	1,09
Cultura, organização, receptividade	1,09
Cultura, religiosidade	1,09
Desenvolvimento do comercio	1,09
Diversão	1,09
Outros	47,83
Sem resposta	117,39
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

20. ASPECTOS A MELHORAR

- Os três principais aspectos a melhorar segundo a opinião dos visitantes, foram; a segurança (4,10%), a divulgação (3,69%) e a organização (3,69%). O restante se dividiu em menor entre outros aspectos não menos importantes, como a limpeza (2,05%), a sinalização (2,05%) e o transporte (2,05%). Tais aspectos devem ser alvo de estratégias de planejamento e ação que visem alcançar melhorias efetivas.

Tabela 32: Aspectos a melhorar indicados pelos turistas

Aspectos a melhorar	Percentual
Segurança	4,10
Divulgação	3,69
Organização	3,69
Limpeza	2,05
Sinalização	2,05
Transporte	2,05
Lixeira	1,64
Infra estrutura	0,82
Mais atrações	0,82
Segurança, organização	0,82
Transito	0,82
Artesanato industrial	0,41
Asfalto	0,41
A travessia de barco	0,41
Banheiros	0,41
Bloqueio de saída	0,41
Capacitação	0,41
Descuido ao patrimônio	0,41
Divisão econômica	0,41
Falta de apoio do estado	0,41
Outros	11,89
Sem resposta	61,89
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

21. SUGESTÕES PARA O EVENTO

- As principais sugestões direcionadas ao evento da Festividade da Marujada sob a opinião do turista, foram; melhorias na divulgação (11,89%), organização (11,89%), mais atrações (1,64%), melhorias na infraestrutura (1,23%) e a programação (1,23%). Todas essas sugestões partem do ponto de vista subjetivo do visitante, o que depende das situações vivenciadas pelo mesmo durante o evento, o que, portanto, depende de diversos outros fatores interligados.

Tabela 33: Sugestões para o evento

Sugestão para o evento	Percentual
Divulgação	11,89
Organização	11,89
Mais atrações	1,64
Infraestrutura	1,23
Programação	1,23
Sinalização	1,23
Banheiros	0,82
Divulgação, programação	0,82
Organização, investimentos	0,82
Restaurantes	0,82
Acessibilidade	0,41
Atrações	0,41
Bancos, banheiro	0,41
Banheiro, preço acessível, espaço físico	0,41
Capacitação	0,41
Cultura, religiosidade	0,41
Destaque a patrocinadores	0,41
Diversões	0,41
Divulgação da dança, divulgação	0,41
Divulgação, capacitação	0,41
Outros	19,26
Sem resposta	44,26
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

22. SUGESTÕES PARA O TURISMO

- Quanto à atividade turística, as principais sugestões foram; melhorias na divulgação (11,89%), Capacitação profissional (4,51%), infraestrutura (4,51%), sinalização (2,05%), hotel (1,64%), organização (1,64%), e o transporte (1,64%).

Tabela 34: Sugestões para o turismo

Sugestão para o turismo	Percentual
Divulgação	11,89
Capacitação	4,51
Infraestrutura	4,51
Sinalização	2,05
Hotel	1,64
Organização	1,64
Transporte	1,64
Limpeza	1,23
Atrações	0,82
Divulgação, capacitação	0,82
Informações turísticas	0,82
Investimento	0,82
Mais atrações	0,82
Mais pontos turísticos	0,82
Ônibus	0,82
Segurança	0,82
Segurança, infraestrutura	0,82
Acessibilidade, transporte	0,41
Apoio ao ciclista, poluição, conscientização sobre reciclagem	0,41
Arquitetura, vias de acesso, transporte	0,41
Outros	30,33
Sem resposta	31,97
Total	100,00

Fonte: SEMTUR/Bragança, sistematização: SETUR/CEPI/DPOT – Pa (2014)

23. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentro do que se analisou por meio dos dados obtidos ao término da pesquisa, o a Festividade da Marujada - 2013 possui relevante posicionamento enquanto atrativo turístico no contexto local, no entanto, necessita de apoio ao fomento, articulação política/administrativa e ações de agentes internos e externos de planejamento, que visem o incremento, ordenamento e desenvolvimento da oferta e da infraestrutura turística local, bem como de outros elementos envolvidos.

O objetivo principal desta pesquisa consistiu no conhecimento do perfil socioeconômico do visitante do Festival da Marujada - 2013, e a partir destas informações dar subsídio informacional para um possível direcionamento ao evento, a fim de desenvolvê-lo juntamente à oferta turística local, porém, nestas considerações finais cabe ressaltar aspectos primordiais que foram levantados, e torná-los base para o planejamento futuro.

Neste sentido, vários aspectos foram observados, tais como a prevalência de visitantes oriundos do próprio Estado, vindos principalmente de municípios vizinhos, caracterizando um turismo doméstico/interno ou regional, o que revela a necessidade de expansão do público-alvo, com ações que busquem ampliar o alcance da demanda efetiva e potencial. E concomitantemente, devem ser realizadas novas pesquisas junto à oferta turística da cidade para o seu efetivo aproveitamento no que tange à cadeia produtiva do turismo.

- Coordenação da pesquisa:

- SECRETÁRIA MUNICIPAL DE TURISMO DE BRAGANÇA

Técnicas responsáveis (Setur Bragança)

Letícia Lima de Freitas

Ana Paula Rabelo

Maria Pinheiro

- Análise e sistematização dos dados:

Secretária de Estado de Turismo do Pará

Coordenadoria de Estudos, Pesquisas e Informações – CEPI

Gerência de Estudos e Pesquisas- GEPE

- Elaboração do Relatório:

Admilson Alcantara da Silva

João Gabriel Pinheiro Huffner

- Acesse o Boletim Ver-os-Dados do Turismo paraense:

<http://www.setur.pa.gov.br/boletim-ver-os-dados>

- Links úteis:

<http://www.setur.pa.gov.br/>

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html>