



# RELATÓRIO - PESQUISA DE DEMANDA TURISTICA

## CIRIO DE NAZARÉ DE SÃO JOÃO DE PIRABAS - 2013

APOIO:



FAPAN – FACULDADE PAN AMAZÔNICA



**SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO PARÁ  
DIRETORIA DE POLITICAS PARA O TURISMO – DPOT  
COORDENADORIA DE ESTUDOS, PESQUISAS E INFORMAÇÕES – CEPI**

**PESQUISA DE DEMANDA TURISTICA DO CIRIO DE NAZARÉ DE SÃO  
JOÃO DE PIRABAS**

**BELÉM  
2013**



**GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ**

Simão Jatene

**Governador**

Helenilson Pontes

**Vice Governador**

**SECRETARIA ESPECIAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E INCENTIVO  
À PRODUÇÃO**

Sidney Rosa

**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 Jose da Silva Barbosa

**Diretor**

**DIRETORIA DE PRODUTOS TURISTICOS – DPRT**

Conceição Silva da Silva

**Diretora**

**DIRETORIA DE POLITICAS PÚBLICAS PARA O TURISMO-DPOT**

Maria de Fátima da Silva Gonçalves

**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**

**ELABORAÇÃO:**

Admilson Alcantara

**Coordenador de Estudos, Pesquisas e Informações**

João Gabriel P. Huffner

**Gerente de Estudos e Pesquisas**

Rosely Coroa

**Gerente de Escritórios Regionais**

Mira Ketlen Carvalho Nascimento

**Estagiária da Coordenação de Estudos, Pesquisas e Informações - CEPI**

## 1. INTRODUÇÃO

Na busca pelo fomento e planejamento de ações que visem o incremento do turismo no Estado, o conhecimento do perfil de quem visita e procura por atrativos é fundamental e imprescindível. Neste contexto, o estudo da demanda perpassa uma das primeiras etapas de planejamento de produtos, roteiros e atrativos turísticos, pois, dentro da cadeia produtiva da atividade o consumidor é o destino final de todo processo e para ser atingido ou atraído, precisa ser conhecido em sua essência, captando informações a cerca de suas preferências, opiniões e motivações que o leva a viajar e consumir determinado produto.

E dentro do mercado turístico cada vez mais competitivo entre destinos, trabalhar e incrementar produtos com forte potencial torna-se necessário diante as possibilidades de benefícios a curto e médio prazos.

Com esse entendimento esta pesquisa visa investigar o perfil socioeconômico do visitante do Círio de Nazaré de São João de Pirabas, com o intuito de a partir das informações colhidas propor possíveis melhorias, ações e medidas em prol do aumento no fluxo de visitantes bem como em sua permanência média e seus gastos, possibilitando o apoio ao fortalecimento da economia local e multiplicação dos benefícios.

Sabendo da importância que esta manifestação cultural e religiosa possui para o município, 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 sócio-econômico do turista, com vistas a alcançar eficácia nas estratégias de ações que venham a ser definidas ou adotadas, de forma a tornar o município competitivo, buscando a qualidade na prestação de serviços e um melhor gerenciamento do desenvolvimento turístico local.

## 2. METODOLOGIA

A pesquisa aconteceu nos dias 25, 26 e 27/10/13 em São João de Pirabas, no período diurno e noturno, buscando com isso, obter uma amostra representativa dentro de uma demanda turística do evento, motivo pelo qual justifica a quantidade de questionários preenchidos.

Foram aplicados 280 questionários durante o decorrer do evento, especificamente, durante a procissão e a trasladação, os quais constam de questões acerca do perfil do turista, dos equipamentos e serviços utilizados na cidade, dos atrativos e das impressões

adquiridas durante a visita no município. Foram entrevistadas apenas pessoas enquadradas na definição oficial de turista adotada pela OMT- Organização Mundial de Turismo<sup>1</sup> 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.

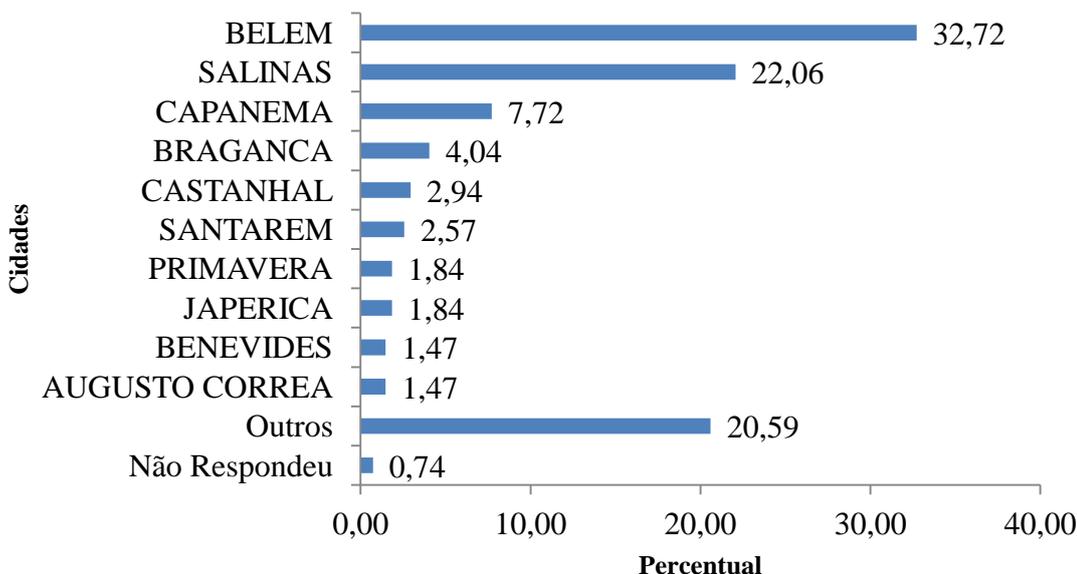
### 3. OBJETIVOS

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 do visitante no período do Círio de Nazaré de São João de Pirabas;
- Identificar os problemas existentes no tocante a oferta do turismo no município;
- Identificar características que possibilitem estratégias de projeção regional e nacional do turismo em São João de Pirabas, bem como conscientização em relação aos impactos culturais e humanos.

### 4. RESULTADOS – PERFIL DO VISITANTE / CIDADE DE ORIGEM

Gráfico 1: Cidade de origem do visitante



<sup>1</sup> Segundo 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.

\* Observa-se no gráfico acima, o grande contingente de visitantes oriundos da capital do estado, o que caracteriza o turismo doméstico/regional em direção ao município de São João de Pirabas. Neste sentido, pode-se gerar alguns parâmetros analíticos diferenciados sobre tal realidade. Primeiro, o impacto econômico ao estado é nulo, pois, trata-se de um movimento interno sem a entrada de divisas e receitas que fortaleçam a economia. Segundo, o fluxo descrito no gráfico a seguir pode gerar impactos locais mais perceptíveis, a partir da movimentação da microeconomia, utilização de serviços de pequenos empreendimentos, infraestrutura de apoio ao visitante e demais serviços e componentes da oferta turística local.

- Principais Municípios emissores:

- Belém;
- Salinas;
- Capanema;
- Bragança;
- Castanhal.

#### 4.1 ESTADOS EMISSORES

Conforme a análise dos dados obtidos, tem-se como maior emissor parte dos turistas entrevistados durante o Círio de São João de Pirabas 2013 o próprio Estado do Pará (94,12%), seguido dos Estados do Distrito federal (3,26%), Amapá (2,24%), Minas Gerais (0,74%), Ceará e Maranhão (0,37%). Esses dados mostram que mesmo de forma incipiente existe um fluxo de turistas oriundos de outras regiões do país, o que de acordo com o planejamento a ser desenvolvido pode ser potencializado.

**Tabela 1:** Estados emissores

Estado	Quantidade	Percentual
PARÁ	256	94,12
DISTRITO FEDERAL	3	1,10
AMAPA	2	0,74
MINAS GERAIS	2	0,74
CEARÁ	1	0,37
MARANHÃO	1	0,37
PARANÁ	1	0,37
TOCANTINS	1	0,37
RORAIMA	4	1,47
Não Respondeu	1	0,37
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00</b>

**Gráfico 2:** Percentual dos estados emissores



Fonte: SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

## 4.2 PERMANÊNCIA MÉDIA

Neste quesito, os índices obtidos demonstram um aspecto a ser melhorado por meio do planejamento do turismo municipal junto aos empreendimentos locais, pois, cerca de um quarto dos entrevistados afirmaram permanecer em média de um (1) dia apenas pernoitando no município.

Outros 25,37% afirmaram permanecer de dois (2) a três (3) dias, o que um bom indicador, mas tona-se necessário agir em busca da elevação da permanência média dentro do contingente contabilizado, pois, subentende-se que com o aumento da permanência do visitante eleva-se o seu gasto médio, culminando na maior repercussão positiva do turismo na economia local.

**Tabela 2:** Permanência média dos visitantes

<b>N ° dias</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
1	68	25,00
2	69	25,37
3	69	25,37
4	18	6,62
5	7	2,57
6	3	1,10
7	3	1,10
8	4	1,47
10	3	1,10
15	6	2,21
20	2	0,74
21	1	0,37
24	1	0,37
30	4	1,47
120	1	0,37
Não Respondeu	13	4,78
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00</b>

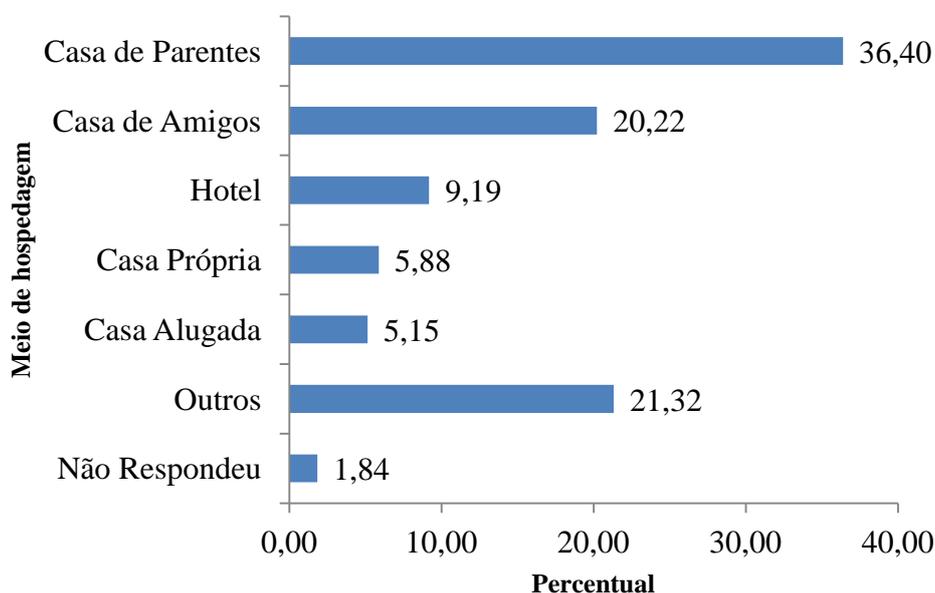
Fonte: SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

## 5. MEIOS DE HOSPEDAGEM

Dos turistas entrevistados durante o Círio de São João de Pirabas 2013, a maior parte (36,40%) alegou ter utilizado casa de parentes como meio de hospedagem, sendo que 20,22% afirmaram ter se hospedado em casa de amigos, seguido de hotel (9,19%), casa própria (5,88%), casa alugada (5,15%) e outros (21,32%).

Ressalta-se a existência de poucos empreendimentos de hospedagem no município, com pouca oferta de leitos, o que contribui para o cenário diagnosticado neste quesito.

**Gráfico 3:** Meio de Hospedagem



**Tabela 3:** Meio de Hospedagem Utilizado

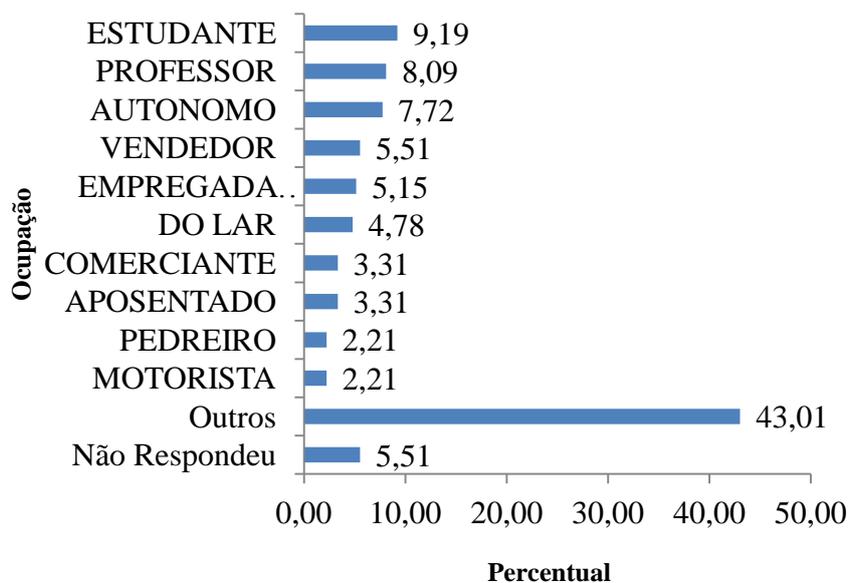
<b>Meio de hospedagem</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
Casa de Parentes	99	36,40
Casa de Amigos	55	20,22
Hotel	25	9,19
Casa Própria	16	5,88
Casa Alugada	14	5,15
Outros	58	21,32
Não Respondeu	5	1,84
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

## 6. OCUPAÇÃO

Quanto à profissão dos entrevistados durante o evento, constatou-se a predominância de estudantes (9,19%), seguidamente de professores (8,09%), autônomos, vendedores e empregadas domésticas com 5,15% respectivamente (Gráfico 4).

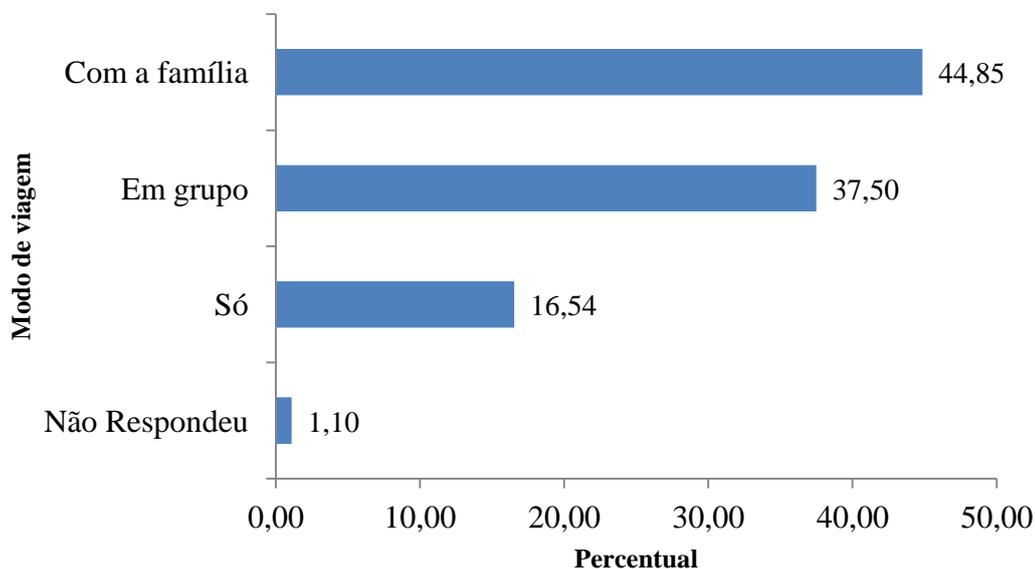
**Gráfico 4:** Ocupação do entrevistado



## 7. MODO DE VIAJAR

Dos turistas entrevistados durante o Círio de São João de Pirabas 2013, 44,85% optaram por viajar em companhia da família, sendo que 37,50% viajaram em grupo, e 16,54% viajaram só, um pequeno percentual de entrevistados não especificou o modo de viajar.

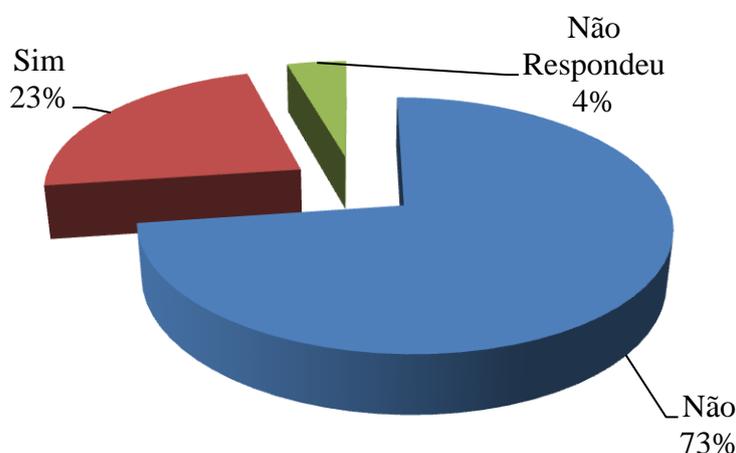
**Gráfico 5:** Modo de Viajar



## 8. PRIMEIRA VEZ NO MUNICÍPIO

Dentre o total de pessoas entrevistadas em visita ao município de São João de Pirabas, apenas 23% afirmaram estar conhecendo a cidade. Este indicador demonstra a importância do trabalho voltado ao planejamento e manutenção dos atrativos, serviços e infraestrutura básica/turística local, pois, Não basta ter belos atrativos, bons passeios e lugares "exóticos" para serem mostrados. É preciso uma série de cuidados para manter os turistas que já vieram e fazer com que novos turistas venham, e o que vejam repercutam por toda a vida de maneira agradável.

**Gráfico 6:** Primeira vez que visita o município



**Fonte:** SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

## 9. GÊNERO

**Tabela 4:** Gênero

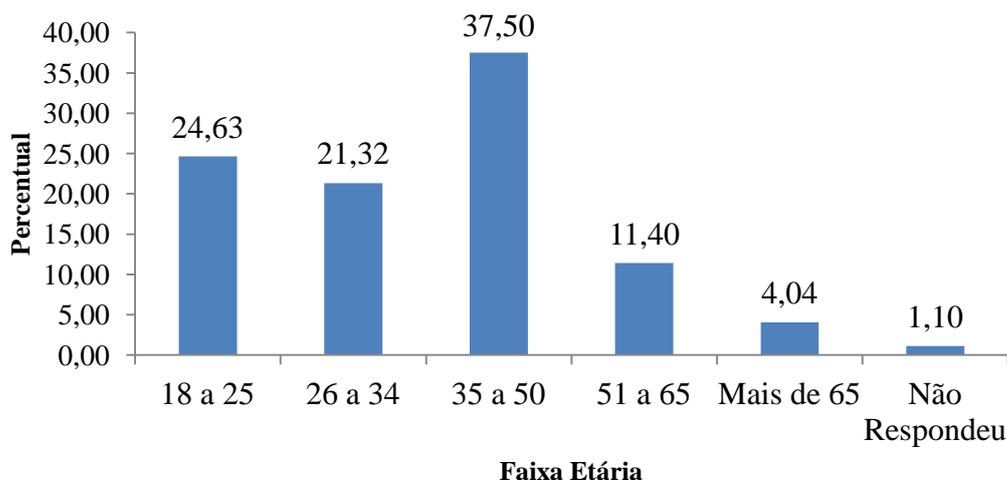
Sexo	Quantidade	Percentual
Feminino	123	45,22
Masculino	144	52,94
Não Respondeu	5	1,84
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

## 10. FAIXA ETÁRIA

O gráfico apresenta o percentual de visitantes por faixa etária no Círio de São João de Pirabas 2013. Observa-se que a maioria dos entrevistados se enquadram na faixa etária entre 35 e 50 anos, o que permite constatar um público formado por indivíduos relativamente jovens, e economicamente ativos segundo o gráfico 4 citado anteriormente.

**Gráfico 7:** Faixa etária dos entrevistados



Fonte: SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

## 11. ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

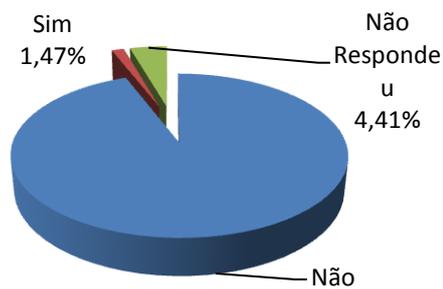
**Tabela 5:** Organização da viagem

Utilizou agência	Quantidade	Percentual
Não	256	94,12
Sim	4	1,47
Não Respondeu	12	4,41
Total	272	100,00

- Apenas 4 (quatro) entrevistados afirmaram ter organizado sua viagem ao município a partir de agências de turismo;

- A grande maioria dos entrevistados (256) não utilizou nenhum tipo de serviço de agenciamento para chegar ao município.

**Gráfico 8:** Organização da viagem



## 12. PREVISÃO DE GASTO

**Tabela 6:** Previsão de gasto

<b>Gasto total</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
Menor que 200 reais	120	44,12
De 200 a 399 reais	56	20,59
De 400 a 599 reais	21	7,72
De 600 a 799 reais	12	4,41
De 800 a 999 reais	3	1,10
Maior ou igual a 1000 reais	13	4,78
Não Respondeu	47	17,28
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

- A maior parte dos entrevistados teve uma previsão de gasto menor que 200 reais;
- Percebe-se, no entanto, vários perfis de turistas, com um certo grau de heterogeneidade entre eles, onde encontramos visitantes com previsão de gasto desde um valor inferior a 200 como também valores acima de 800 reais.

## 13. PESSOAS INCLUSAS NESSE GASTO

**Tabela 7:** Pessoas inclusas no gasto

<b>Pessoas inclusas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
1	86	31,62
2	53	19,49
3	27	9,93
4	23	8,46
5	16	5,88
6	6	2,21
7	2	0,74
8	5	1,84
9	1	0,37
10	3	1,10
20	1	0,37
22	1	0,37
25	1	0,37
40	1	0,37
60	1	0,37
Não Respondeu	45	16,54
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

- Segundo o resultado da apuração dos dados, o percentual de pessoas inclusas na previsão de gasto do visitante varia de 1 (31, 62%) a 5 pessoas (5,88%);

## 14. RENDA MENSAL

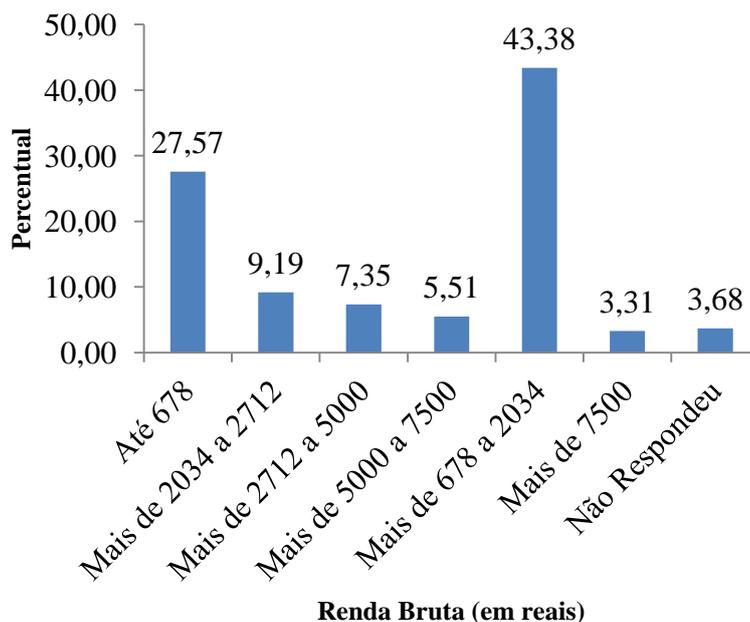
**Tabela 8:** Renda mensal

<b>Renda Bruta (R\$)</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
Até 678	75	27,57
Mais de 2034 a 2712	25	9,19
Mais de 2712 a 5000	20	7,35
Mais de 5000 a 7500	15	5,51
Mais de 678 a 2034	118	43,38
Mais de 7500	9	3,31
Não Respondeu	10	3,68
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00</b>

- A maioria dos turistas do Círio de Nazaré de São João de Pirabas possui renda mensal entre 1 e 3 salários mínimos (43,38%).

- Os valores contidos na **tabela 8** são referentes ao valor do salário mínimo nacional em 2013, anterior ao reajuste de 2014.

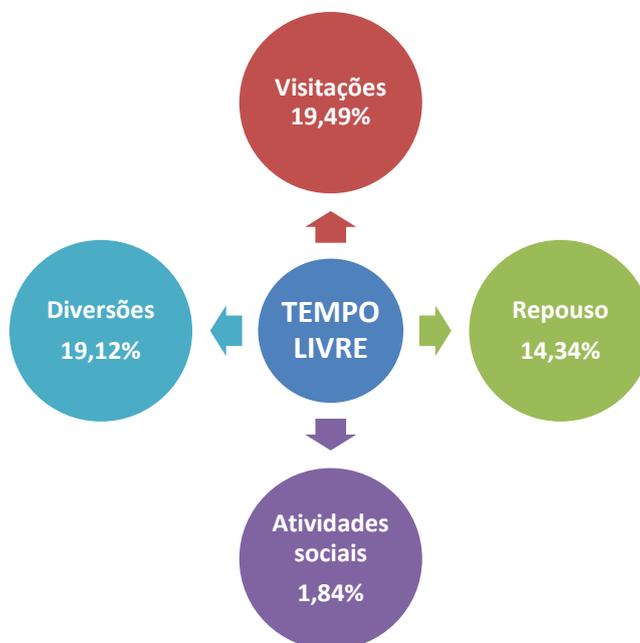
**Gráfico 9:** Renda mensal



**Fonte:** SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

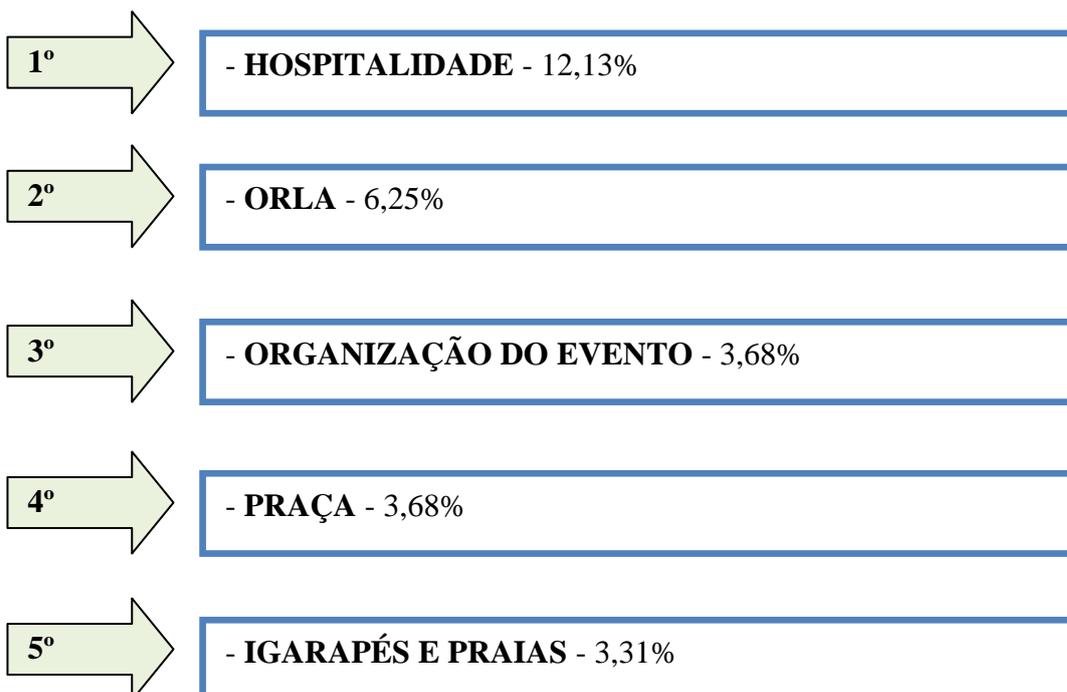
## 15. COMO APROVEITOU O TEMPO LIVRE NO MUNICÍPIO

- Neste quesito, inclui-se a visitação de atrativos municipais, como os balneários e áreas naturais, comprovando a necessidade de planejamento e diversificação da oferta.

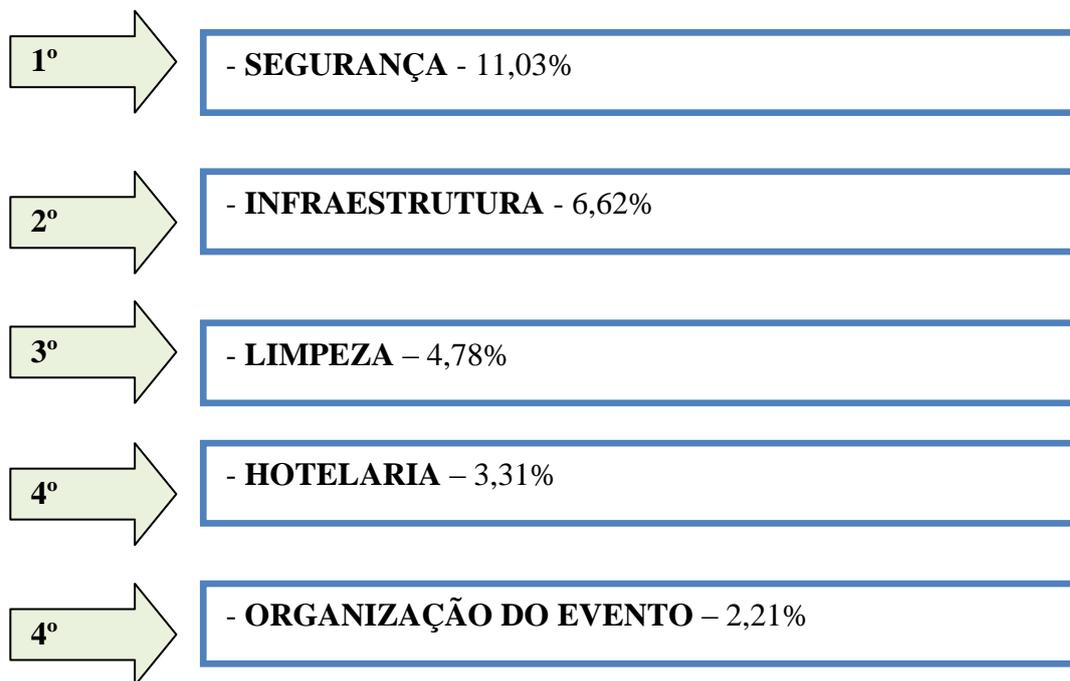


**Figura 1:** Como aproveitou seu tempo livre  
**Fonte:** SETUR/ Coordenação de Estudos e Pesquisas (2013)

## 16. ASPECTOS POSITIVOS



## 17. ASPECTOS A MELHORAR



- Também foram citados os itens **transporte, saúde, saneamento e atrações**, todos como 2,21%, e por fim os **serviços de telefonia** com 1,84%

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentro do que se pôde analisar por meio dos dados obtidos ao término da pesquisa, o Cirio de Nazaré de São João de Pirabas, possui relevante posicionamento enquanto atrativo turístico no contexto local, no entanto, necessita de fomento, articulação política/administrativa e ações internas de planejamento, que visem o incremento e desenvolvimento da oferta e da infraestrutura turística local, bem como outros elementos envolvidos.

O objetivo principal desta pesquisa consistiu no conhecimento do perfil socioeconômico do visitante do Cirio de Pirabas, e a partir destas informações propor um 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.

Quanto às principais características do perfil do visitante destaca-se a faixa etária, prevalente de adultos entre os 35 e 50 anos, com renda média salarial da maioria dos entrevistados correspondente à faixa entre 1 e 3 salários mínimos, demonstrando um efetivo de pessoas economicamente ativas.

Quanto aos meios de hospedagem utilizados, observa-se a incipiente oferta de leitos e meios de hospedagem, o que de certa forma inviabiliza o aumento da permanência do visitante no município entre outros aspectos.

E concomitantemente, devem ser realizadas pesquisas junto à oferta turística da cidade e seu aproveitamento adequado.