

**PESQUISA DE OPINIÃO COM O TURISTA ATUAL EM VISITA AO
ESTADO DO PARÁ.**

Produto II

ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO DE PESQUISA DE OPINIÃO

**Belém/PA
Agosto de 2011**

**GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ
COMPANHIA PARAENSE DE TURISMO – PARATUR**

**PESQUISA DE OPINIÃO COM O TURISTA ATUAL EM VISITA AO
ESTADO DO PARÁ.**

Produto II

ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO DE PESQUISA DE OPINIÃO

**Belém/PA
Agosto de 2011**

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ

SIMÃO ROBISON OLIVEIRA JATENE
GOVERNADOR

HELENILSON CUNHA PONTES
VICE-GOVERNADOR

SECRETARIA ESPECIAL DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO E INCENTIVO À PRODUÇÃO - SEDIP
SHYDNEY JORGE ROSA
SECRETÁRIO

COMPANHIA PARAENSE DE TURISMO - PARATUR

ADENAUER MARINHO DE OLIVEIRA GÓES
DIRETOR-PRESIDENTE

LILIANE OBANDO MAIA DE HOLLANDA LIMA
DIRETORA DE FOMENTO

TEREZA JACQUELINE ALVES
DIRETORA DE MARKETING

ALBINO JOSÉ DA SILVA BARBOSA
DIRETOR ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO

DANIELA DE CÁSSIA FERREIRA DA SILVA
COORDENADOR DO NÚCLEO DE PLANEJAMENTO

ESTATÍSTICO

ADMILSON ALCANTARA
ESTATÍSTICO/NUP

PESQUISA DE CAMPO

PESQUISADORES:

MARIA PEREIRA DE SOUSA / PARATUR
ANA CLAUDIA FARIAS / PARATUR
DÉBORA DE OLIVEIRA SERRA / PARATUR
PAULO DANIEL ALMADA / PARATUR
ULTIMO AUGUSTO CORRÊA / PARATUR
REGINA LÚCIA PEREIRA / PARATUR
GILENA DA SILVA LIMA / PARATUR
RAUL DAVILLA GOULART / PARATUR
THIAGO FREITAS MATOS / PARATUR
LAÉLIA DA SILVA BORGES / PARATUR

PRODUÇÃO DO RELATÓRIO:

PAULO DANIEL ALMADA / PARATUR
ULTIMO AUGUSTO CORRÊA / PARATUR
THIAGO FREITAS MATOS / PARATUR
LUCIANA CORRÊA/ PARATUR
ADMILSON ALCANTARA/ PARATUR

ÍNDICE

	Pág.
PARTE I – PERGUNTAS FILTRO	
1. Residência atual.	12
1.1. No PARÁ. (cidade)	
1.2 Em outros Estados	
1.2.1 Cidade de outros Estados	
1.3 País	
1.3.1 cidades de outros países	
2. Idade.	15
PARTE II – HÁBITOS DE VIAGEM	
1. Quantitativo de viagens de lazer realizadas nos últimos três anos.	16
2. Quantitativos de viagens nacionais e internacionais.	16
3. Destino brasileiro o(a) Sr(a) mais gostou de visitar nos últimos três anos.	17
4. Destino brasileiro que gostaria de conhecer mais.	18
PARTE III - ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM AO PARÁ	
1. Quantas vezes visitou o Pará	18
2. Quantidades de visitas em que praticou atividades de lazer	19
3. Destinos que visitou nesta viagem ao Pará	19
3.1 que destinos visitou em outros estados	
3.2 Quantidade de destinos citados no Pará	
4. Total de pernoites passou no Pará	20
5. Principal fonte de informações para a preparação desta viagem	20
6. Organização da viagem	21

7. Meio de transporte utilizado na viagem	21
8. Quem acompanhou nessa viagem	21
9. Onde se hospedou	22
10. Principal motivação para ter escolhido visitar o Pará	22
11. Principais atividades de lazer realizadas durante a estadia no Pará	23
PARTE IV – OPINIÃO SOBRE O DESTINO	
1. O mais positivo no Pará como destino turístico	23
2. O mais negativo no Pará como destino turístico	24
3. Destino a que se referiu	25
4. Cor que melhor representa o Pará	26
5. Palavra que mais se associa ao Pará	26
6. Símbolo que mais se associa ao Pará	27
7. Destinos da Amazonia visitados além do Pará	28
8. Pará em relação ao destino visitado na Amazônia	28
9. Avaliação do turismo no Pará:	29
9.1. Avaliação dos Atrativos Naturais	29
9.2. Avaliação dos Atrativos Culturais	29
9.3. Avaliação da Cultura Viva: música, dança, festas populares, etc.	29
9.4. Avaliação do Artesanato	29
9.5. Avaliação da Gastronomia	29
9.6. Avaliação dos Restaurantes	29
9.7. Avaliação da Hospedagem	29
9.8. Avaliação dos Transportes	29
9.9. Avaliação da Sinalização	29
9.10. Avaliação da Limpeza urbana	29

9.11. Avaliação da Segurança pública	29
9.12. Avaliação da Hospitalidade do povo	29
9.13. Avaliação das Informações prestadas ao turista	29
9.14. Avaliação do Entretenimento	29
9.15. Avaliação da Infra-estrutura	29
9.16. Avaliação da Qualidade no atendimento	29
9.17. Avaliação da Divulgação/Promoção	29
9.18. Avaliação do Preço	29
9.19. Avaliação dos Equipamentos	29
10. Intenção de voltar ao Pará	29
11. Recomendações a amigos e parentes	30
12. Avaliação geral da viagem ao Pará	30
PARTE V – PERFIL DO ENTREVISTADO E GASTO DE VIAGEM	
1. Gênero	31
2. Estado civil	31
3. Qual é o seu grau de instrução (escolaridade)	32
4. Gasto médio na viagem	32
5. O que está incluído nesse gasto	33

1. INTRODUÇÃO

PESQUISA DE OPINIÃO COM O TURISTA ATUAL

A pesquisa de mercado aplicada aos consumidores atuais é de suma importância para compreender os pontos positivos e negativos do destino, aspectos diferenciais importantes que determinam as bases sobre a qual a imagem do destino deve ser construída. Para tanto, o turista que consideramos neste estudo visitou o local pesquisado, ou seja, que experimentou o produto. Foi também um consumidor “ativo” de viagens e, experiente, ou seja, fez viagens turísticas nos últimos 2 anos e possui referências comparativas suficientes que legitimam suas impressões e opiniões sobre o destino visitado.

A pesquisa de opinião com o turista atual é um instrumento de planejamento indicativo, em uma área geográfica selecionada, que tem por objetivo principal identificar os aspectos relativos ao turismo atual e seus principais destinos, bem como orientar o crescimento do setor em bases sustentáveis, em curto, médio e longo prazo, estabelecendo as bases para a definição de ações, as prioridades, e a tomada de decisão. Deve, portanto, constituir o instrumento técnico de gestão, coordenação e condução das decisões da política turística e de apoio ao setor público e privado, de modo a dirigir seus investimentos e melhorar a capacidade empresarial e o acesso ao mercado turístico.

2. OBJETIVOS DA PESQUISA

A pesquisa tem por objetivo a identificação dos seguintes aspectos relativos ao turismo atual do Pará e seus principais destinos:

- O perfil do visitante atual (incluindo a identificação dos seus destinos preferidos já visitados e desejados) ;
- O que o turista fez durante sua estadia (que atividades realizou, o que viu, que atrativos visitou etc.);
- Que motivos levaram-no a escolher o destino (ou incluí-la no seu roteiro) e como planejou a sua viagem (onde obteve informações, se utilizou agência de viagens etc.) ;

- A imagem e o posicionamento do Pará, tanto do ponto de vista dos elementos que a definem (cores, palavras, símbolos, produtos, marcas e argumentos), como em comparação com outros destinos concorrentes ;
- O nível de satisfação e a qualidade de produtos percebida, incluindo a relação “expectativa X experiência vivenciada” e a intenção de retorno e recomendação ;
- O nível de conhecimento da marca turística do Pará.

3. PÚBLICO-ALVO

Turistas experientes, homens e mulheres que vieram ao Pará e/ou viajaram pelo Estado, auto-organizados ou em pacotes, e que já completaram sua viagem. Estes possuem as seguintes características:

- Realizaram viagens de férias nos últimos dois anos;
- Viajaram a lazer
- Viajaram a negócios ou para eventos, mas praticaram atividades de lazer durante a estadia;
- Permaneceram no mínimo 2 pernoites no destino;
- Com idades entre 18 e 65 anos;
- Que pertençam às classes A, B ou C;
- Estrangeiros e brasileiros de outros Estados do Brasil, sem distinção de local de procedência.
- Paraenses em viagem pelo próprio Estado.

4. AMOSTRA

Foram entrevistados 800 turistas, estratificadas por ponto de coleta, com uma distribuição mínima por mercado de origem, que considera a relevância dos mesmos para o crescimento do turismo nos destinos.

- Belém: 360 entrevistas à turistas estrangeiros e brasileiros, excluindo as entrevistas aos próprios turistas paraenses. 25% da amostra foi composta por turistas estrangeiros. Os demais 75% da amostra são de turistas brasileiros.

- Santarém: 160 entrevistas, reservando mínimo de 70% das entrevistas a turistas brasileiros de outros Estados e estrangeiros.

- Altamira: 90 entrevistas, sem distinção de origem.

- Marabá: 90 entrevistas, sem distinção de origem.

- Salinas: 50 entrevistas, sem distinção de origem.

- Conceição do Araguaia: 50 entrevistas, sem distinção de origem.

As entrevistas foram realizadas ao final da estada do turista no Pará, quando o mesmo já havia concluído sua visita ou teve uma estadia mínima de 2 pernoites no destino. Os indivíduos pesquisados não pertenciam ao mesmo grupo de viagem, família, amigos, cônjuge, grupo organizado de outro indivíduo já entrevistado.

5. LOCAIS E PERÍODO DE COLETA

As entrevistas foram realizadas nos portões aéreos de saída dos turistas do Estado, ou seja, nas salas de embarque dos seguintes aeroportos

- Aeroporto Internacional de Belém

- Aeroporto de Santarém – Maestro Wilson Fonseca

- Aeroporto de Altamira

- Principais pousadas de Altamira, no momento do check out.

- Aeroporto de Marabá

- Principais pousadas de Salinas, no momento do check out.

- Principais pousadas de Conceição do Araguaia, no momento do check out.

A distribuição da amostra executada por ponto de coleta está em conformidade com a distribuição definida no plano amostral.

A pesquisa foi realizada em julho (20 a 24 de julho de 2011), no período de alta temporada no Estado, em que houve maior fluxo de turistas.

6. Procedimentos Operacionais

- Os questionários foram propostos à PARATUR a partir de um briefing, submetidos à aprovação antes de qualquer procedimento de campo.
- Os questionários foram, então, testados e validados para executar a pesquisa, antes de sua aplicação.
- Todos os procedimentos operacionais para a realização da pesquisa, em que se inclui os tramites necessários para obter a permissão da INFRAERO, POLÍCIA FEDERAL e RECEITA FEDERAL para o acesso dos pesquisadores nas salas de embarque dos respectivos aeroportos para a aplicação das entrevistas, foi de responsabilidade da PARATUR.

RESULTADOS:

PARTE I – PERGUNTAS FILTRO

1. Residência atual.

1.1. No PARÁ. (cidades)

Cidade de residência dos visitantes do Pará. Julho de 2011.

CIDADES DO PARÁ	QUANTIDADE	%
Belém	211	64,3
Ananindeua	30	9,4
Marabá	13	4,0
Parauapebas	07	2,1
Porto Trombetas	06	1,8
Santarém	06	1,8
Ourilândia	06	1,8
Redenção	05	1,5
Abaetetuba	03	0,9
Barcarena	03	0,9
Vigia	03	0,9
Castanhal	03	0,9
Salinas	03	0,9
Bragança	03	0,9
Cametá	03	0,9
Altamira	02	0,6
Mojú	02	0,6
Xinguara	02	0,6
Oriximiná	02	0,6
Santa Izabel	02	0,6
Monte Dourado	02	0,6
Outros*	11	3,4
Total	328	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

* Marapanim, São Domingos do Capim, Marituba, Rio Maria, Canaã dos Carajás, Igarapé-Açú, Paragominas, Aveiro, Alenquer, Tailândia e Juruti.

1.2 Em outros Estados

Estados e Distritos de residência dos visitantes do Pará. Julho de 2011.

ESTADOS E DISTRITOS DO BRASIL	QUANTIDADE	%
São Paulo	81	17,2
Minas Gerais	50	10,6
Tocantins	50	10,6
Amapá	40	8,5
Goiás	40	8,5
Distrito Federal	28	5,9
Ceará	20	4,2
Amapá	20	4,2
Rio de Janeiro	20	4,2
Paraná	20	4,2
Bahia	18	3,8
Maranhão	18	3,8
Mato Grosso	18	3,8
Pernambuco	10	2,1
Rondônia	08	1,7
Espírito Santo	05	1,1
Santa Catarina	05	1,1
Acre	05	1,1
Rio Grande do Norte	05	1,1
Piauí	05	1,1
Ceará	03	0,6
Rio Grande do Sul	03	0,6
Total	472	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

1.2.1 Cidade de outros Estados

Cidades de residência dos visitantes provenientes de outros estados que estiveram no Pará. Julho de 2011.

CIDADES	QUANTIDADE	%
São Paulo/SP	31	6,6
Macapá/AP	19	4,0
Fortaleza/CE	10	2,1
Rio de Janeiro/RJ	10	2,1
Manaus/AM	10	2,1
São Luis	08	1,7
Recife/PE	06	1,3
Distrito Federal/DF	06	1,3
Belo Horizonte/MG	06	1,3
Salvador/BA	05	1,1
Palmas/TO	05	1,1
Goiânia/GO	05	1,1
Curitiba/PR	04	0,8
Teresina/PI	03	0,6
Campinas/SP	02	0,4
São Bernardo/SP	02	0,4
Natal/RN	02	0,4
Cuiabá/MT	02	0,4
Imperatriz/MA	02	0,4
Porto Velho/RO	02	0,4
Outras Cidades*	24	5,1
Não Especificou	308	65,3
Total	472	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

* Osasco/SP, Santos/SP, Ribeirão Preto/SP, Blumenau/SC, Florianópolis/SC, Nova Viçosa/BA, Boa Vista dos Ramos/AM, Apucarana/PR, Poricatu/PR, Londrina/PR, Foz do Iguaçu/PR, Maringá/PR, Riacho Fundo/DF, Ceilândia/DF, Bahia/BA, Varginha/MG, Uberlândia/MG, Itubiana/GO, Bonito/MT, Rio Branco/AC, Bela Vista/MS, Senador Porfírio/AC, Plácido de Castro/AC, Iracema/RR e Vitória/ES

1.3 País

País de residência dos visitantes que estiveram no Pará. Julho de 2011.

PAÍSES	QUANTIDADE	%
Estados Unidos	28	27,4
Guiana Francesa	22	21,6
França	11	10,8
Alemanha	11	10,8
Japão	09	8,8
Argentina	06	5,9
Miami	05	4,9
Peru	05	4,9
Chile	05	4,9
Total	102	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

2. Idade.

Resumo estatístico da idade

Média	37,74684
Erro padrão	0,667403
Mediana	37
Moda	30
Desvio padrão	11,86401
Variância da amostra	140,7548
Curtose	-0,50506
Assimetria	0,442227
Intervalo	54
Mínimo	18
Máximo	72
Soma	11928
Contagem	316
Nível de confiança (95,0%)	1,313131

PARTE II – HÁBITOS DE VIAGEM

1. Quantitativo de viagens de lazer realizadas nos últimos três anos. Análise descritiva da quantidade de viagens

QUANTITATIVO DE VIAGENS

Média	4,737643
Erro padrão	0,293974
Mediana	3
Moda	2
Desvio padrão	4,767454
Variância da amostra	22,72862
Curtose	32,3852
Assimetria	4,442093
Intervalo	49
Mínimo	1
Máximo	50
Soma	1246
Contagem	263
Nível de confiança (95,0%)	0,578852

2. Quantitativos de viagens nacionais e internacionais. Análise descritiva das viagens internacionais

Viagens Internacionais

Média	2,26
Erro padrão	0,247122
Mediana	2
Moda	1
Desvio padrão	1,747418
Variância da amostra	3,053469
Curtose	7,728595
Assimetria	2,428048
Intervalo	9
Mínimo	1
Máximo	10
Soma	113
Contagem	50
Nível de confiança(95,0%)	0,496611

Análise descritiva de viagens nacionais

Viagens Nacionais

Média	3,971098
Erro padrão	0,23753
Mediana	3
Moda	2
Desvio padrão	3,124226
Variância da amostra	9,760788
Curtose	7,911072
Assimetria	2,399576
Intervalo	19
Mínimo	1
Máximo	20
Soma	687
Contagem	173
Nível de confiança(95,0%)	0,46885

3. Destino brasileiro o(a) Sr(a) mais gostou de visitar nos últimos três anos.

CIDADES	QUANTIDADE	%
Fortaleza	34	13,9
Santarém/PA	31	12,9
Soure e Salvaterra/PA	20	8,2
Rio Grande do Norte	17	6,9
Recife	16	6,5
Bragança/PA	15	6,1
Belém	15	6,1
São Paulo	14	5,7
Rio de Janeiro	13	5,3
Manaus	10	4,1
Curitiba	09	3,7
Goiânia	08	3,3
Florianópolis	08	3,3
Belo Horizonte	05	2,0
Bahia	05	2,0
Maceió	04	1,6
Brasília	04	1,6
Paraíba	04	1,6
Maranhão	03	1,2
Mato Grosso	02	0,8
Amapá	02	0,8
Rio Grande do Sul	02	0,8
Santa Catarina	01	0,4
Petrolina	01	0,4
Espírito Santo	01	0,4
Foz do Iguaçu	01	0,4

Total	245	100,0
-------	-----	-------

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

4. Destino brasileiro que gostaria de conhecer mais.

DESTINOS	QUANTIDADE	%
Fortaleza	36	17,4
Fernando de Noronha	29	14,0
Rio de Janeiro	29	14,0
Rio Grande do Sul	19	9,2
Bahia	17	8,2
Manaus	16	7,7
Recife	14	6,8
Rio Grande do Norte	12	5,8
Curitiba	08	3,9
Brasília	05	2,4
Belo Horizonte	05	2,4
Santa Catarina	04	1,9
Mato Grosso	04	1,9
Foz do Iguaçu	03	1,4
Porto Alegre	02	1,0
Goiânia	02	1,0
Maranhão	01	0,5
Ceará	01	0,5
Total	207	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

PARTE III - ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM AO PARÁ

1. Quantas vezes visitou o Pará

Análise descritiva da quantidade de vezes que o turista visitou o Pará

Visitas ao Pará

Média	4,569343
Erro padrão	0,347815
Mediana	3
Moda	1
Desvio padrão	5,75736
Variância da amostra	33,14719
Curtose	19,52267
Assimetria	3,513347
Intervalo	49
Mínimo	1
Máximo	50
Soma	1252
Contagem	274
Nível de confiança(95,0%)	0,68474

2. Quantidades de visitas em que praticou atividades de lazer

Análise descritiva da quantidade de atividades de lazer

Atividades de Lazer

Média	4,517073
Erro padrão	0,302674
Mediana	3
Modo	1
Desvio padrão	4,333629
Variância da amostra	18,78034
Curtose	1,042131
Assimetria	1,435842
Intervalo	19
Mínimo	1
Máximo	20
Soma	926
Contagem	205
Nível de confiança(95,0%)	0,59677

3. Destinos que visitou nesta viagem ao Pará

CIDADES DO PARÁ	QUANTIDADE	%
Santarém	104	28,5
Belém	71	19,2
Conceição do Araguaia	39	10,6
Marabá	18	4,9
Salinópolis	17	4,6
Mosqueiro	09	2,4
Altamira	09	2,4
Salvaterra	09	2,4
Soure	09	2,4
Itaituba	09	2,4
Alenquer	08	2,2
Oriximiná	05	1,4
Tucuruí	05	1,4
Belterra	04	1,1
Juruti	04	1,1
Rio Maria	04	1,1
Bragança	04	1,1
Monte Alegre	04	1,1
Castanhal	03	0,8
Parauapebas	02	0,5
Xinguara	02	0,5
São Félix do Xingu	02	0,5
Paragominas	02	0,5
Algodal	02	0,5
Barcarena	02	0,5
Redenção	02	0,5
Curuçá	02	0,5
Outros*	18	4,9

Total	207	100,0
-------	-----	-------

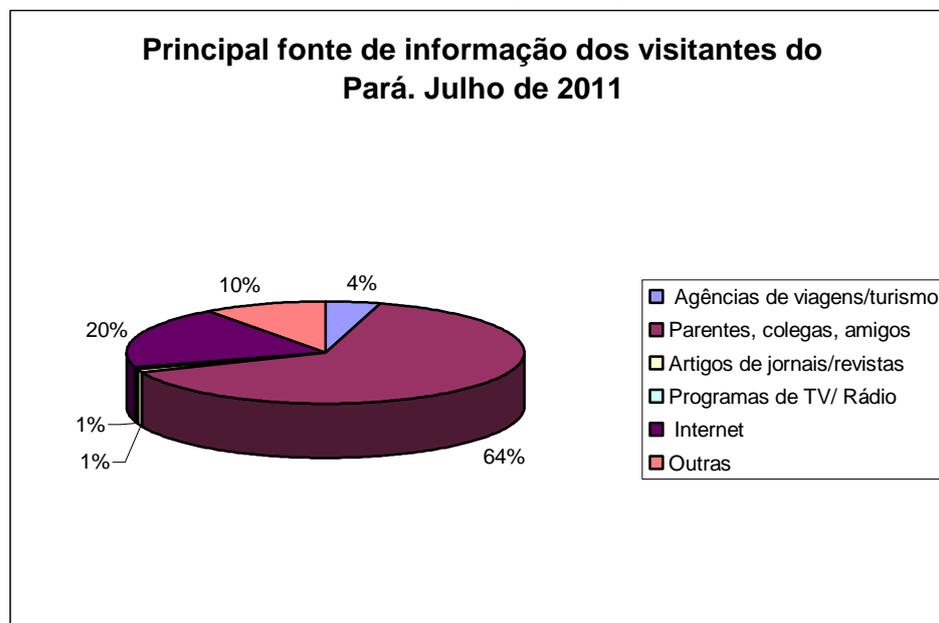
FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

* Carajás, Santana do Araguaia, Canaã dos Carajás, São Domingos do Araguaia, Marapanim, São Domingos do Capim, Baião, Goianésia, Capitão Poço, Capanema, Xinguara, Ourilândia, Tucumã, Óbidos, Abaetetuba, Rurópolis, Placas e Terra Santa

4. Total de pernoites que passou no Pará Análise descritiva dos pernoites no Pará

<i>Pernoites</i>	
Média	7,833333
Erro padrão	0,462551
Mediana	5
Modo	3
Desvio padrão	6,798085
Variância da amostra	46,21395
Curtose	1,86686
Assimetria	1,594239
Intervalo	30
Mínimo	1
Máximo	31
Soma	1692
Contagem	216
Nível de confiança(95,0%)	0,911715

5. Principal fonte de informações para a preparação desta viagem



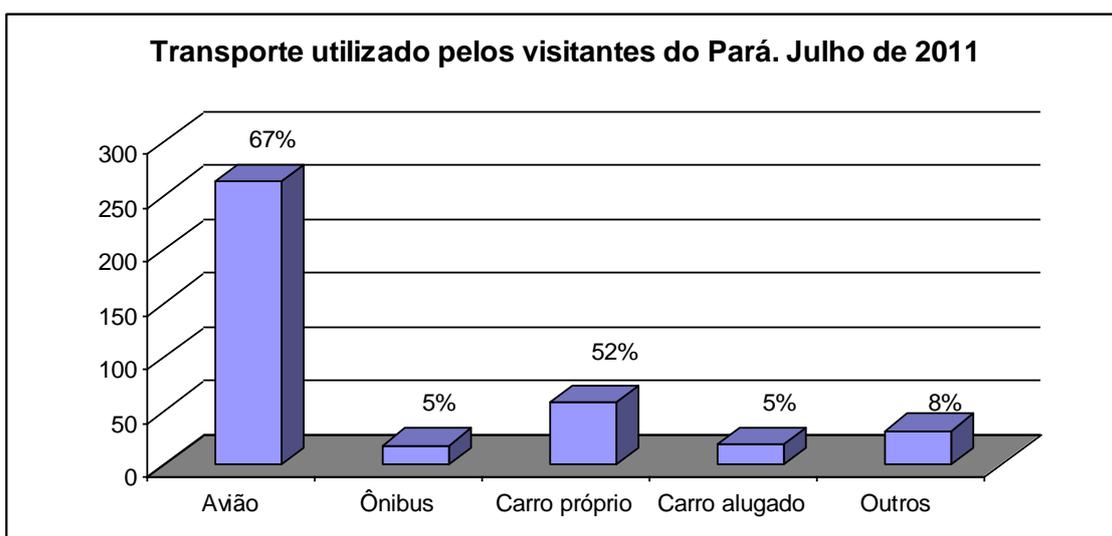
FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

6. Organização da viagem



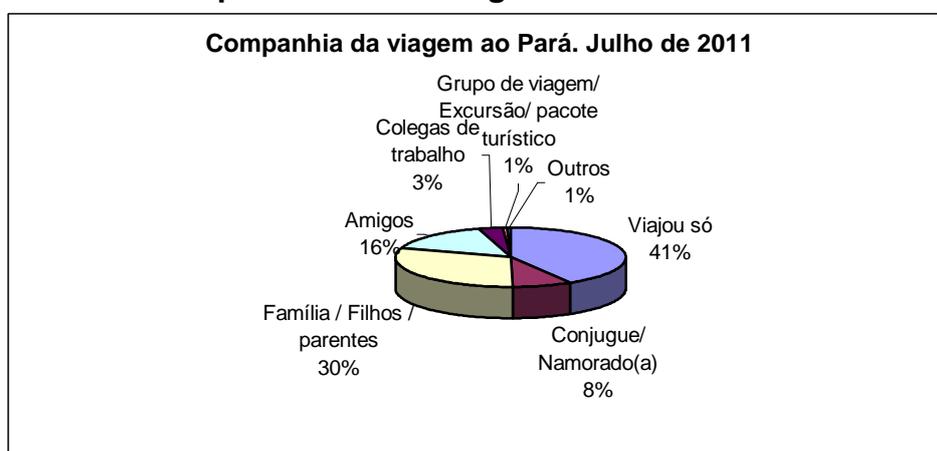
FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

7. Meio de transporte utilizado na viagem



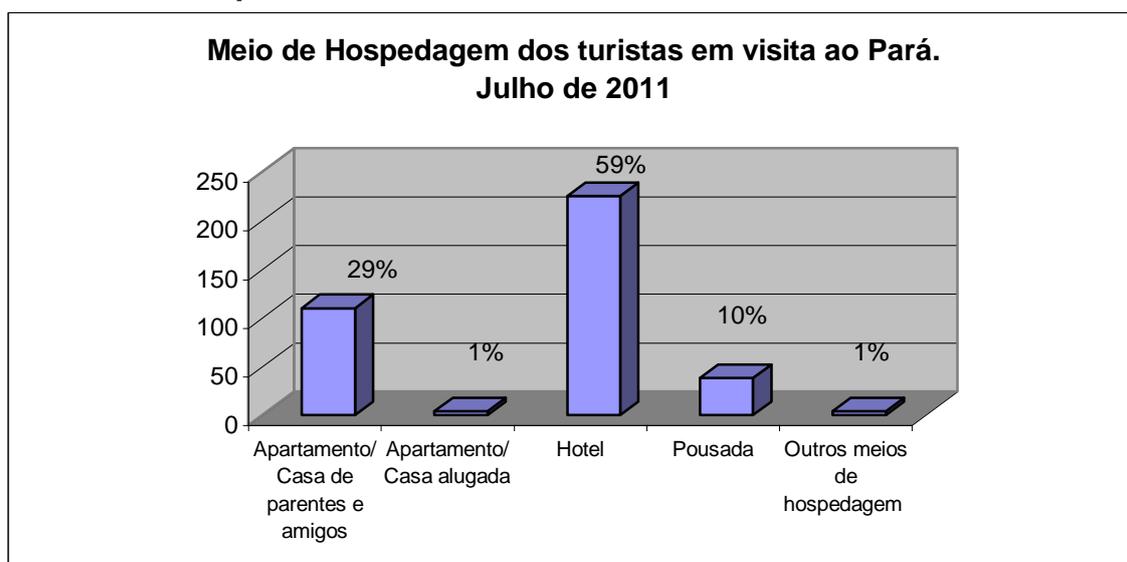
FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

8. Quem acompanhou nessa viagem



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

9. Onde se hospedou



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

* Acampamento e casa própria

10. Principal motivação para ter escolhido visitar o Pará

MOTIVO	Quantidade de Turistas	%
Conhecer o patrimônio histórico e a cultura do Pará	27	6,4
Ver as manifestações culturais e/ou participar de festas populares	32	7,6
Hospitalidade/Qualidades do Povo	39	9,3
Conhecer os atrativos naturais do Pará	102	24,3
Conhecer a Amazonia	34	8,1
Participação em eventos/ congressos/ conferências	6	1,4
Praticar esportes. Qual	16	3,8
Negócios/ trabalho	85	20,3
Visitar amigos/ parentes	58	13,8
Encontros religiosos	4	1,0
Clima	9	2,1
Outros*.	7	1,7
TOTAL	419	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

* Repouso e Culinária

11. Principais atividades de lazer realizadas durante a estadia no Pará

ATIVIDADES	Quantidade de Turistas	%
Visitou espaços culturais: museus, teatros, feiras, etc.	52	6,9
Visitou o conjunto histórico-arquitetônico de Belém	44	5,9
Praticou esporte	41	5,5
Foi à praia	173	23,0
Foi ao teatro/shows	21	2,8
Assistiu às manifestações culturais ou participou de festas populares	29	3,9
Fez compras	123	16,4
Fez passeios de barco	72	9,6
Visitou as praias	76	10,1
Visitou ilhas	34	4,5
Participou de atividade de pesca	30	4,0
Fez caminhada na floresta /Unidade de Conservação	25	3,3
Fez atividades de observação de fauna e/ou flora	19	2,5
Outras.	13	1,7
TOTAL	752	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

PARTE IV – OPINIÃO SOBRE O DESTINO

1. O mais positivo no Pará como destino turístico :

Os aspectos considerados positivos pelos turistas foram:

- o rio de Alter do Chão;
- Cultura;
- Belezas Naturais;
- Pontos turísticos;
- Diversidade cultural;
- Floresta;
- Hospitalidade;
- Fauna e flora
- Natureza;
- Riquezas minerais
- Praias;
- Infra-estrutura;
- Limpeza;
- Culinária
- Rio Araguaia;
- Clima

2. O mais negativo no Pará como destino turístico

Os aspectos considerados negativo pelos turistas foram:

- Infra-estrutura;
- Atendimento;
- Devastação da floresta;
- Aeroportos;
- Poluição nas cidades;
- Preços abusivos;
- Acesso;
- Comunicação;
- Saúde;
- Divulgação;
- Restaurante;
- Transporte precário;
- Insegurança;
- Transito;
- Violência;
- Pobreza;
- Sujeira;
- Estradas;
- Falta de incentivo ao turismo;
- Distância;
- Comunicação;
- Esgoto;
- Poluição Sonora.

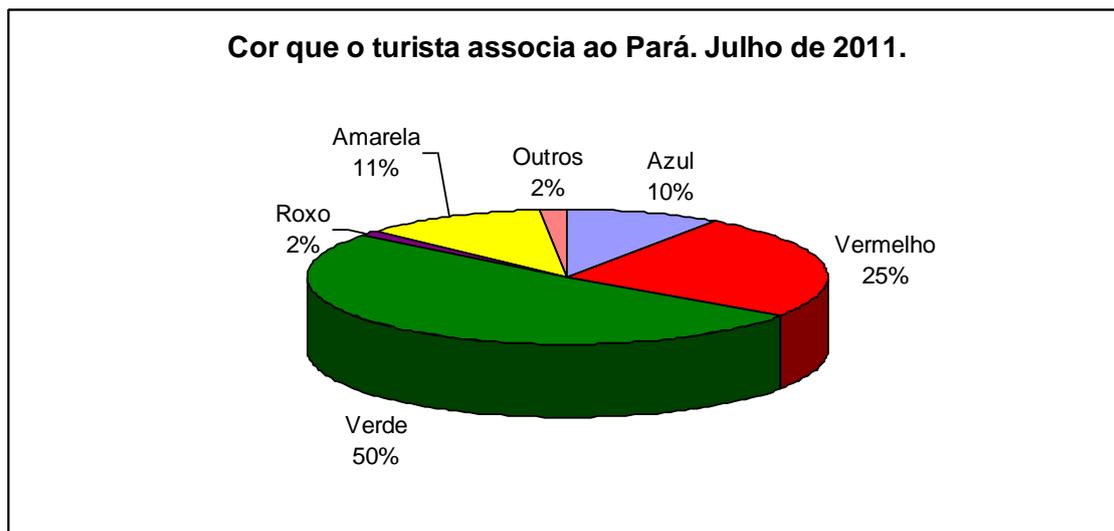
3. Destino a que se referiu

CIDADES DO PARÁ	QUANTIDADE	%
Santarém	104	28,5
Belém	71	19,2
Conceição do Araguaia	39	10,6
Marabá	18	4,9
Salinópolis	17	4,6
Mosqueiro	09	2,4
Altamira	09	2,4
Salvaterra	09	2,4
Soure	09	2,4
Itaituba	09	2,4
Alenquer	08	2,2
Oriximiná	05	1,4
Tucuruí	05	1,4
Belterra	04	1,1
Juruti	04	1,1
Rio Maria	04	1,1
Bragança	04	1,1
Monte Alegre	04	1,1
Castanhal	03	0,8
Parauapebas	02	0,5
Xinguara	02	0,5
São Félix do Xingu	02	0,5
Paragominas	02	0,5
Algadoal	02	0,5
Barcarena	02	0,5
Redenção	02	0,5
Curuçá	02	0,5
Outros*	18	4,9
Total	207	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

* Carajás, Santana do Araguaia, Canaã dos Carajás, São Domingos do Araguaia, Marapanim, São Domingos do Capim, Baião, Goianésia, Capitão Poço, Capanema, Xinguara, Ourilândia, Tucumã, Óbidos, Abaetetuba, Rurópolis, Placas e Terra Santa

4. Cor que melhor representa o Pará



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

5. Palavra que mais se associa ao Pará

As palavras que os turistas associam ao Pará são:

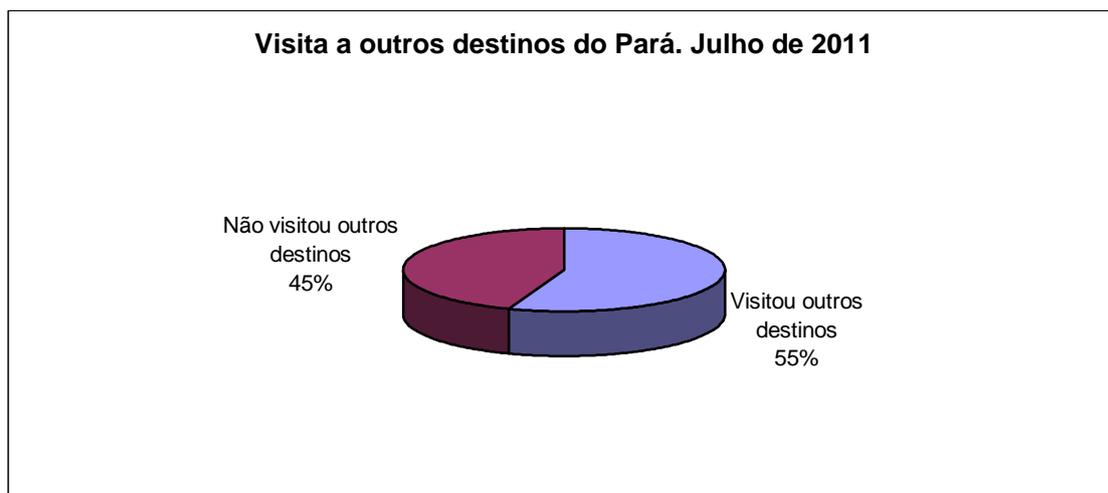
- Açaí;
- Belo;
- Arara;
- Estrela;
- Araguaia;
- Ver-o-peso;
- Tucano;
- Minério;
- Caboclo;
- Tacacá;
- Diversão;
- Férias;
- Fé;
- Amazônia;
- Cheiro do Pará;
- Alegria;
- Mata;
- Círio;
- Carimbo;
- Rios;
- Égua;
- Desenvolvimento;
- Indígena;
- Floresta;
- Paraíso.

6. Símbolo que mais se associa ao Pará

Os símbolos que os turistas associam ao Pará são:

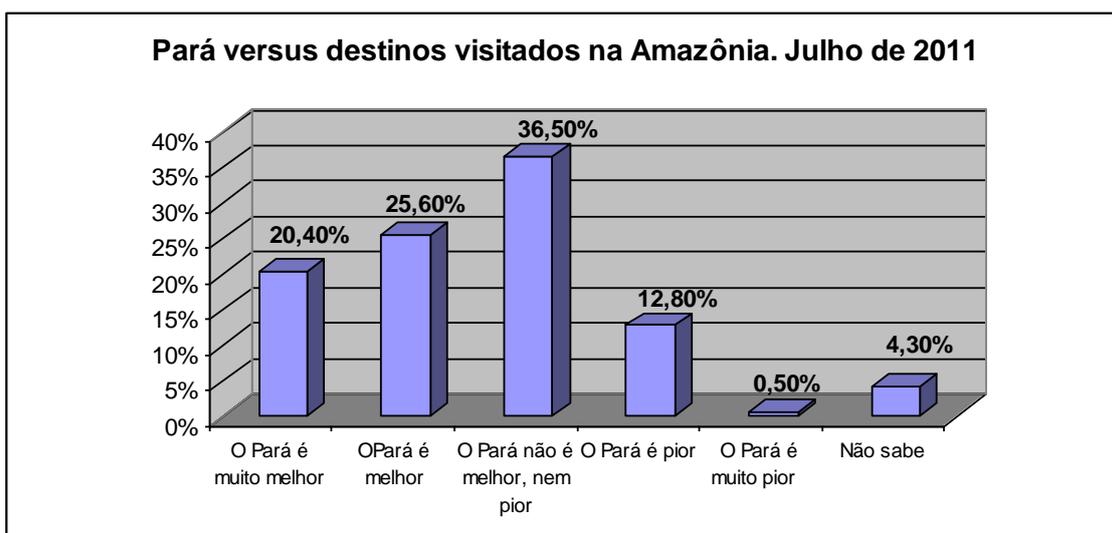
- Boto;
- Castanheira;
- Círio;
- Igreja da Sé;
- Índio;
- Arara;
- Tacacá;
- Açai;
- Artesanato marajoara;
- Árvore;
- Rios;
- Urubu;
- Peixes;
- Guará;
- Ver-o-pêso;
- Boi-bumbá;
- Bandeira do Pará;
- Água;
- Estrela do Pará na Bandeira do Brasil;
- Carimbo;
- Praias;
- Muiraquitã;
- Água doce;
- Floresta.;
- Castanha do Pará;
- Coração;
- Cupuaçu;
- Pato no Tucupi;
- Mangueiras;
- Sol;
- Nossa Senhora;
- Carinho;
- Ouro;

7. Destinos da Amazônia visitados além do Pará



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

8. Pará em relação ao destino visitado na Amazônia

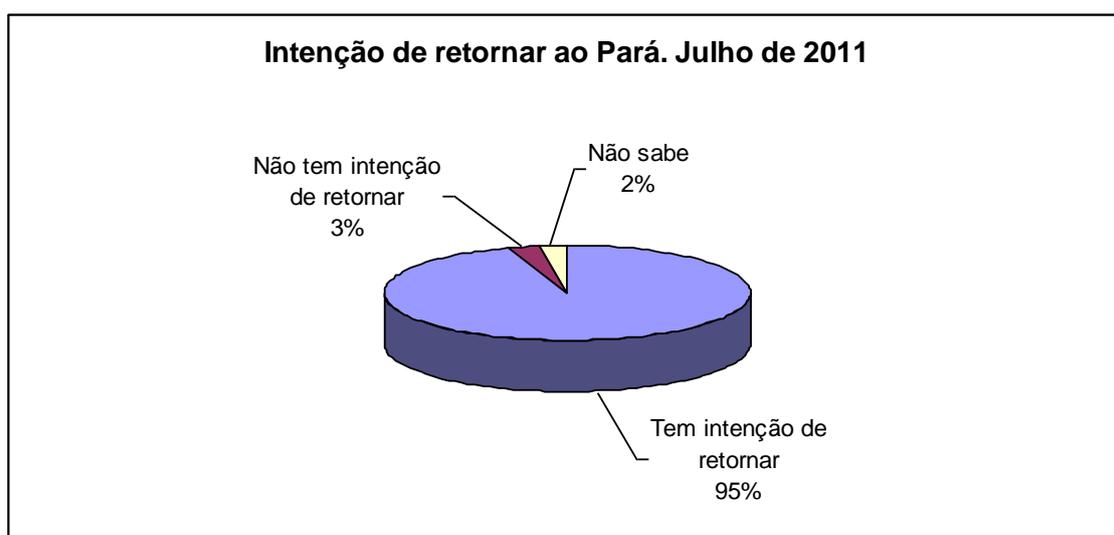


FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

9. Avaliação do turismo no Pará:

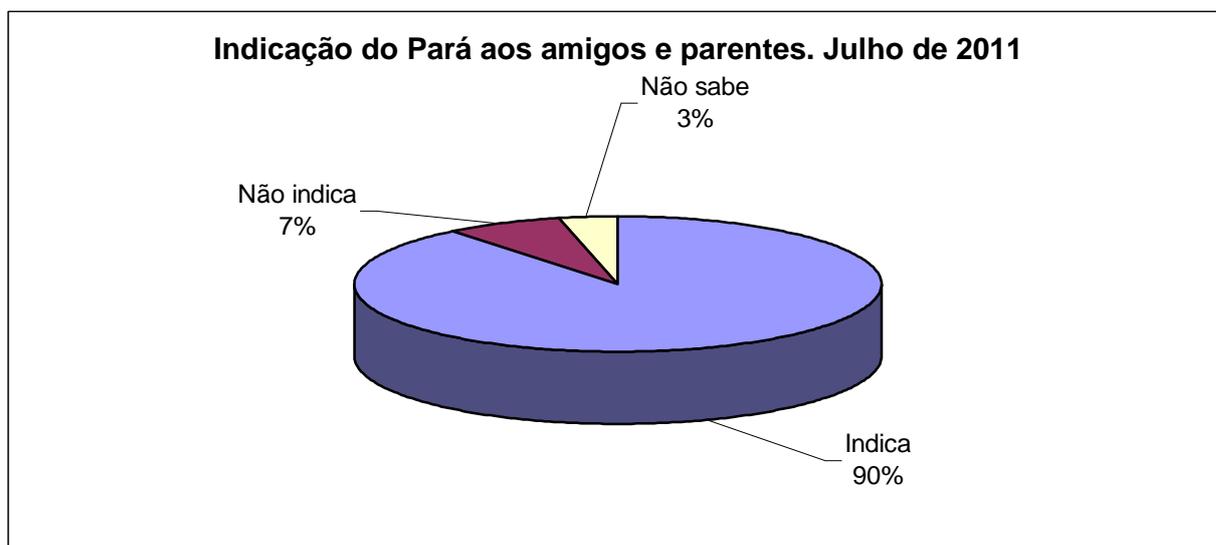
ASPECTOS	CONCEITOS (%)						
	Muito Bom	Bom	Regular	Ruim	Muito Ruim	Não Sabe	Não Respondeu
Atrativos Naturais	38,4	56,2	1,4	2,7	1,4	0,0	0,0
Atrativos Culturais	19,7	54,5	21,2	3,0	1,5	0,0	1,5
Cultura Viva: música, dança, festas populares, etc.	19,2	54,8	17,8	1,4	2,7	2,7	1,4
Artesanato	8,3	56,9	22,2	1,4	2,8	5,6	2,8
Gastronomia	21,3	56,0	16,0	0,0	4,0	2,7	0,0
Restaurantes	8,2	48,6	31,1	5,4	2,7	4,1	0,0
Hospedagem	6,8	38,2	45,9	4,1	2,7	1,4	0,0
Transportes	4,1	27,4	41,1	13,7	9,6	4,1	0,0
Sinalização	2,8	6,9	27,8	30,6	30,6	1,4	0,0
Limpeza urbana	0,0	16,4	39,7	23,3	20,5	0,0	0,0
Segurança pública	2,9	33,3	30,4	10,1	18,8	4,3	0,0
Hospitalidade do povo	48,6	37,5	8,3	2,8	1,4	1,4	0,0
Informações prestadas ao turista	4,3	55,7	24,3	7,1	5,7	2,9	0,0
Entretenimento	1,4	61,1	29,2	4,2	2,8	1,4	0,0
Infra-estrutura	1,4	22,9	55,7	15,7	4,3	0,0	0,0
Qualidade no atendimento	5,7	41,4	37,1	12,9	2,9	0,0	0,0
Divulgação/Promoção	1,4	29,2	31,9	22,2	13,9	1,4	0,0
Preço	0,0	19,4	45,8	27,8	6,9	0,0	0,0
Equipamentos	1,4	39,1	39,1	15,9	1,4	2,9	0,0

10. Intenção de voltar ao Pará



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

11. Recomendações a amigos e parentes



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

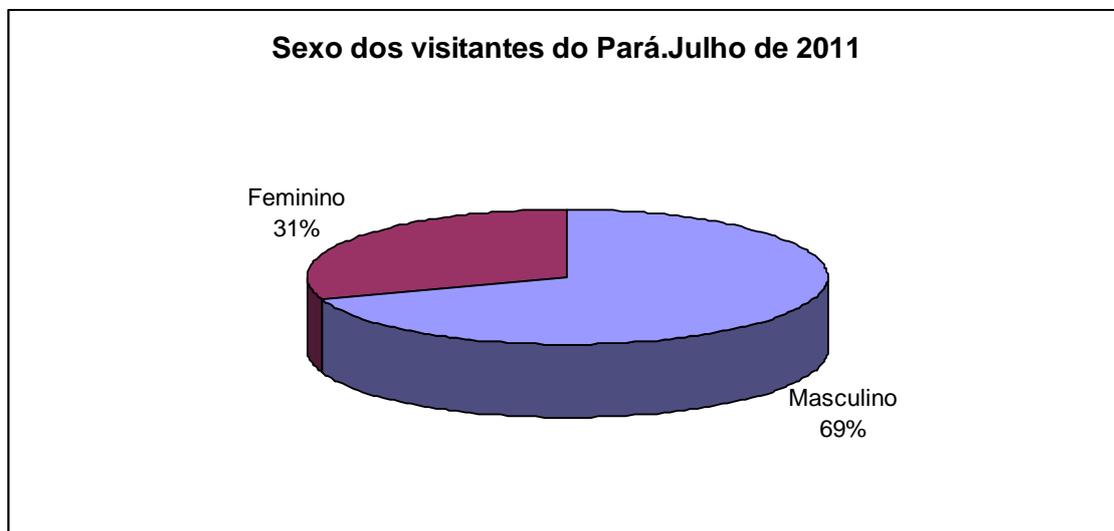
12. Avaliação geral da viagem ao Pará



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

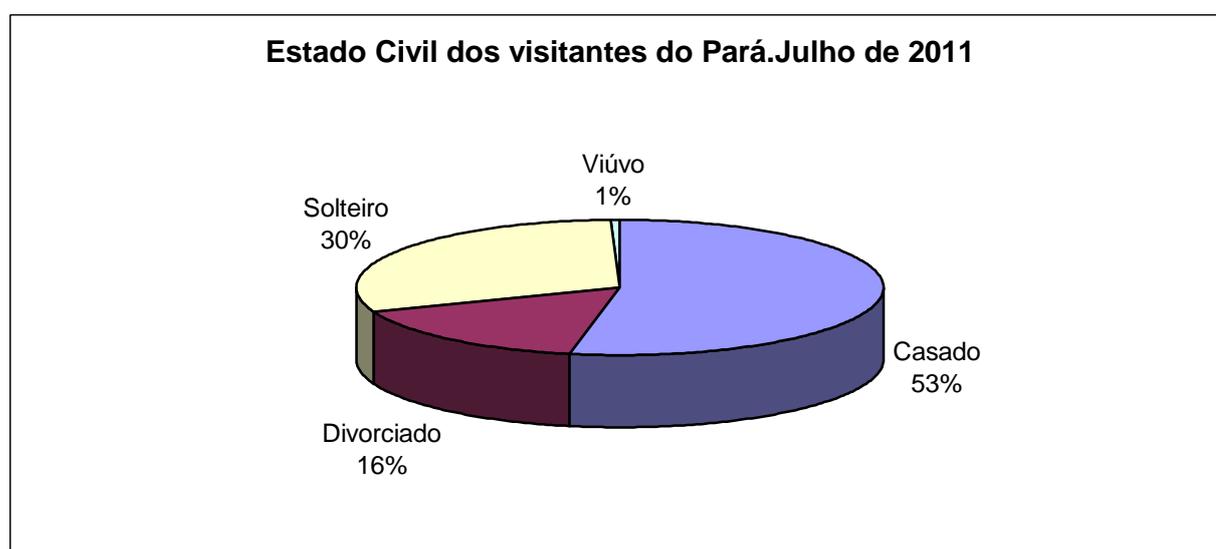
PARTE V – PERFIL DO ENTREVISTADO E GASTO DE VIAGEM

1. Gênero



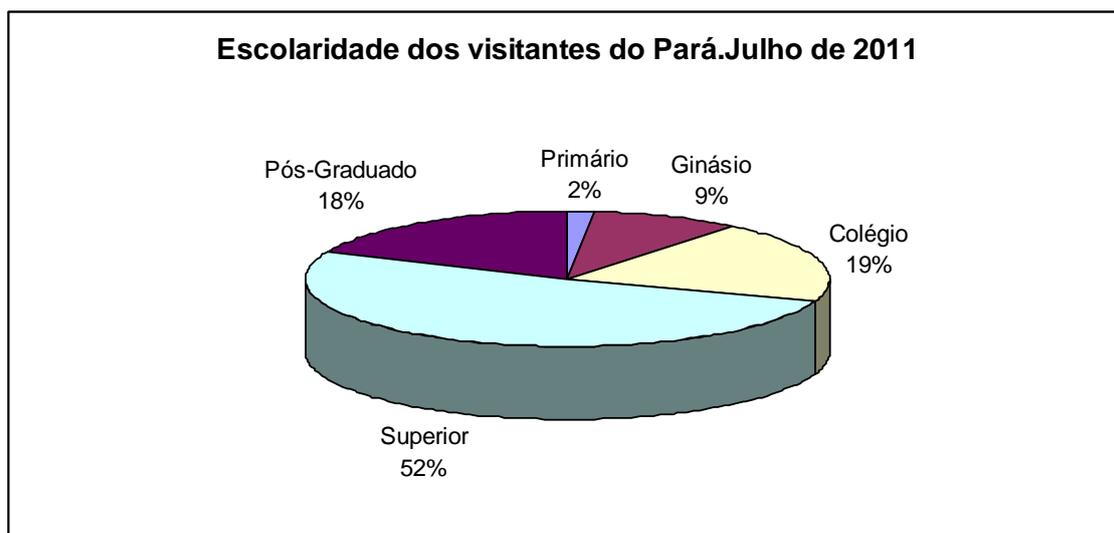
FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

2. Estado civil



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

3. Qual é o seu grau de instrução (escolaridade)



FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011

4. Gasto médio na viagem

Análise descritiva do Gasto

<i>Gasto Médio</i>	
Média	1829,396
Erro padrão	74,4878
Mediana	1500
Moda	1500
Desvio padrão	1421,137
Variância da amostra	2019629
Curtose	1,501926
Assimetria	1,211237
Intervalo	7350
Mínimo	150
Máximo	7500
Soma	665900
Contagem	364
Nível de confiança (95,0%)	146,4818

5. O que está incluído nesse gasto

Discriminação do tipo de gasto	Numero de visitantes	%
Passagens Aéreas	165	18,5
Transfer, deslocamentos internos	128	14,4
Hospedagem	122	13,7
Alimentação	256	28,7
Passeios, atividades, entradas em museus, casas de espetáculo, parques e etc.	127	14,3
Compras: artesanato, souvenirs, produtos locais	87	9,8
Outros	6	0,7
TOTAL	891	100,0

FONTE: PESQUISA DE CAMPO/ PARATUR./JULHO DE 2011