

TURISMO

em números



OBSERVATÓRIO
DO TURISMO

ILHA DO MEL - PARANAGUÁ/PR

PESQUISA DE DEMANDA
TEMPORADA 2013/2014



PREFEITURA DE
PARANAGUÁ



APRESENTAÇÃO

O turismo é uma atividade complexa e influenciada por vários fatores que interferem no fluxo de turistas que visitam uma localidade gerando impactos positivos e negativos. Daí a necessidade de conhecer o perfil do turista que visita um destino, dimensionar a oferta e a demanda.

A pesquisa serve como uma ferramenta de caracterização e nível da satisfação da demanda turística, visando a elaboração do Plano Master de Turismo 2013 - 2020. Teve propósito de identificar o perfil dos entrevistados, procedência, nível socioeconômico, nível de formação escolar, gasto na ilha, meio de hospedagem utilizado, incluindo a avaliação dos visitantes/turistas sobre a infraestrutura básica, qualidade dos equipamentos e serviços culminando com as percepções dos aspectos que mais agradaram e das sugestões apontadas para a melhoria do turismo na Ilha do Mel.

Assim, o estudo da demanda turística passa a ser vital para o êxito e sustentabilidade dessa destinação, seja para a adequação da oferta frente à necessidade e desejos dos consumidores, seja para a produção de quantidade real dos produtos e serviços de qualidade, para garantir a rentabilidade das empresas turísticas aliadas à preservação da natureza.

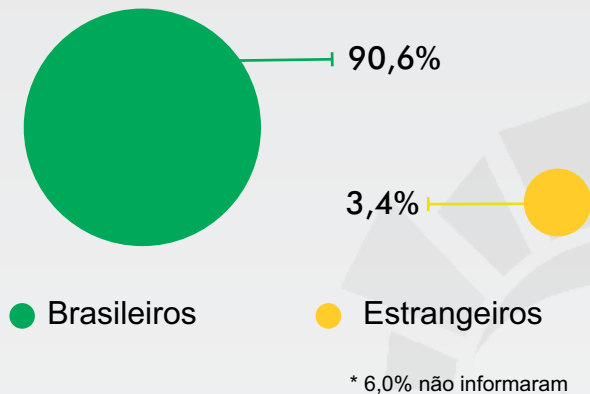
Para os resultados apontados, o erro amostral foi de 5% para mais ou para menos, com nível de confiabilidade de 95%. Foram aplicados 502 formulários, abrangendo as localidades de Encantadas e de Nova Brasília.

Segundo o Instituto Ambiental do Paraná - IAP o número de turistas foi de 53.000 durante os meses de janeiro à março. Os entrevistadores foram devidamente capacitados e monitorados durante o período da pesquisa, ou seja, nos meses de janeiro e fevereiro. O formulário de pesquisa foi dividido em 4 blocos: socioeconômico, qualidade dos produtos, serviços turísticos e finalizando com sugestões para a melhoria do turismo na Ilha do Mel.

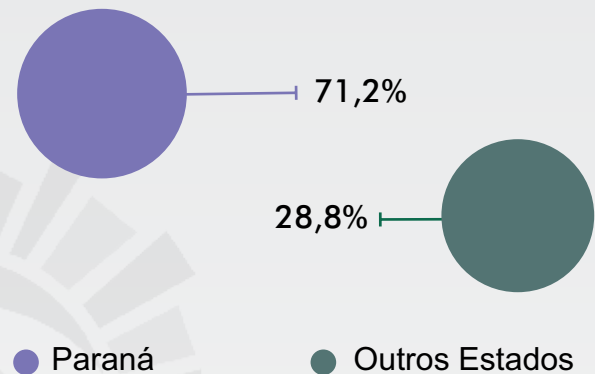
PERFIL DO ENTREVISTADO

Ilha do Mel é o segundo atrativo turístico mais visitado no Estado do Paraná, e conhecida mundialmente. Todos os resultados da pesquisa estão assinalados nesse relatório nas próximas páginas em formas de gráficos e tabelas.

PROCEDÊNCIA DOS ENTREVISTADOS



PROCEDÊNCIA DOS BRASILEIROS



Quanto à procedência dos turistas que visitaram a Ilha do Mel, 91% são brasileiros, 6% estrangeiros. Esse resultado revela a importância de promover a Ilha do Mel junto às operadoras e agências de viagens que trabalham com demandas estrangeiras.

PROCEDÊNCIA DO PARANÁ

Curitiba	49,4%
Região Metropolitana	8,6%
Ponta Grossa	4,6%
Outras Cidades do Litoral do Paraná	4,3%
Paranaguá	14,5%
Demais Cidades	18,6%

DEMAIS ESTADOS

São Paulo	33,6%
Rio Grande do Sul	19,1%
Santa Catarina	13,0%
Rio de Janeiro	9,2%
Minas Gerais	8,4%
Demais Estados	16,7%

PROCEDÊNCIA DE ESTRANGEIROS

Argentina	29,4%	Itália	5,9%
Paraguai	23,5%	Espanha	5,9%
Canadá	11,8%	Demais Países	23,5%

Quanto à procedência de estrangeiros, a maioria vem da Argentina e Paraguai, seguido do Canadá e outras capitais da Europa. Considerando a representatividade, é preciso intensificar a promoção e divulgação nesses nichos do mercado internacional, especialmente nos países do Mercosul e Europa, considerando que turistas europeus também conhecem Paranaguá pelos navios de cruzeiros que aqui atracam.

Fonte: Pesquisa de Demanda - FUMTUR

PERFIL DO ENTREVISTADO

GÊNERO



Quanto ao gênero dos visitantes, 55% eram do gênero feminino, 40% masculino e 5% não informaram. Esse resultado se assemelha aos dados do IBGE, igualmente abrindo frentes para as ações mercadológicas.

FAIXA ETÁRIA

18 a 24	15,3%
25 a 29	21,9%
30 a 39	29,1%
40 a 49	17,3%
50 a 59	9,6%
60 anos ou +	3,4%

* 3,4% não informaram

GRAU DE INSTRUÇÃO

Fundamental	1,2%
Médio	21,7%
Superior Incompleto	20,3%
Superior completo	28,9%
Pós-graduação	24,1%

* 3,8% não informaram

RENDA MENSAL

Até R\$ 724	2,4%
De R\$ 725 a R\$ 1.866	13,5%
De R\$ 1.867 a R\$ 3.110	25,9%
De R\$ 3.111 a R\$ 6.220	24,9%
De R\$ 6.221 a R\$ 9.330	11,0%
De R\$ 9.331 a R\$ 12.440	6,0%
De R\$ 12.441,00 a R\$ 15.550	3,0%
Acima de R\$ 15.550,00	6,2%

* 7,1% não informaram

OCUPAÇÃO PROFISSIONAL

Assalariado	30,5%
Funcionário Público	15,3%
Autônomo	12,3%
Empresário	13,5%
Aposentado	5,0%
Profissional Liberal	9%
Desempregado	1%
Outros	6,7%

* 6,7% não informaram

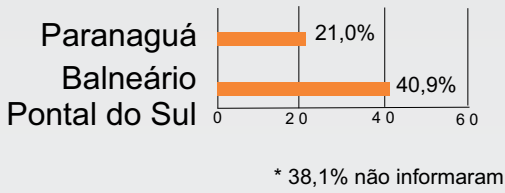
Em relação a faixa etária dos entrevistados, a maioria 29% está entre 30 a 29 anos, seguido pelos de 25 a 29 anos 22%, de 40 a 49 anos 17%, de 18 a 24 anos 15%, de 50 a 59 anos 10%, 60 anos ou mais 4% e não informou a idade 3%. O que representa um público de faixa etária relativamente jovem, alinhando-se com as atividades e segmentos do ecoturismo, esportes náuticos próprios de turismo de natureza. Há de se analisar a importância de trabalhar o segmento da Melhor Idade, para a baixa temporada.

Já em relação ao grau de instrução dos entrevistados, 29% possuíam grau superior completo, 24% pós-graduação, 22% possuíam ensino médio, 20% possuíam grau superior incompleto, 4% não informaram e 1% com grau fundamental de instrução. O resultado revela bom nível de instrução. O que permite utilizar as mídias digitais como ferramenta de promoção do destino.

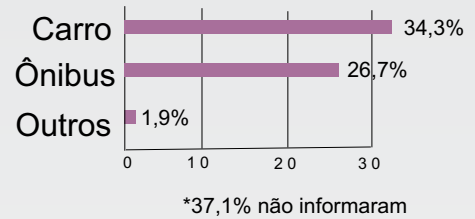
Quanto à renda mensal bruta individual dos entrevistados, 26% afirmaram receber de R\$ 1.867,00 a R\$ 3.110,00 mensais, 25% uma renda de R\$ 3.111,00 a R\$ 6.220,00, 14% recebem de R\$ 725,00 a R\$ 1.866,00, a 11% recebem de R\$ 6.221,00 a R\$ 9.330,00, 7% não informaram a renda, 6% recebem mensalmente R\$ 9.331,00 a R\$ 12.440,00 e acima de R\$ 12.441,00 a R\$ 15.550,00, 3% informaram que recebem de R\$ 12.441,00 a R\$ 15.550,00 e 2% afirmaram que recebem até R\$ 724,00 por mês.

PERFIL DO ENTREVISTADO

EMBARQUES/CIDADE



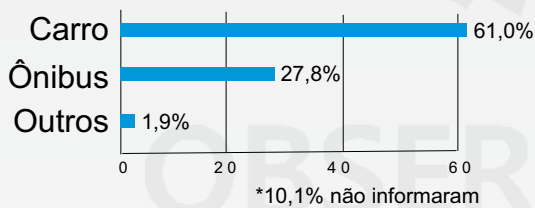
TRANSPORTE UTILIZADO PELOS QUE EMBARCARAM EM PARANAGUÁ



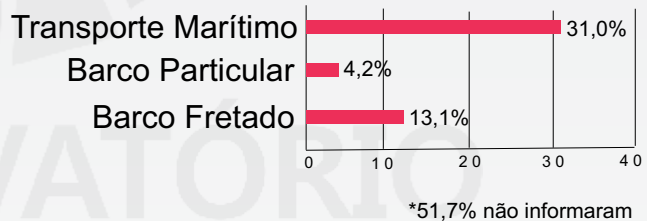
Quanto aos locais de embarque para a Ilha do Mel, 41% informaram que embarcaram em Pontal do Paraná, já 38% não informaram o local do embarque e 21% embarcaram em Paranaguá.

Em relação ao meio de transporte utilizado até o local de embarque, 38% dos entrevistados que embarcaram em Paranaguá não informaram o meio de transporte utilizado, talvez porque residam próximo do terminal de passageiros, 34% utilizaram carro, 27% ônibus e 2% utilizaram outros meios de transporte. Esses resultados denotam que o uso de transporte aquaviário é bem menor por Paranaguá.

TRANSPORTE UTILIZADO PELOS QUE EMBARCARAM EM PONTAL DO PARANÁ



TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR NA ILHA DO MEL



Quanto ao meio de transporte dos turistas que embarcaram em Pontal do Paraná, 61% informaram que vieram até o local de carro, 28% vieram de ônibus, 10% não informaram e 2% utilizaram outros meios de transporte. Esses resultados denotam que o transporte aquaviário é bem maior por Pontal, possivelmente pelo tempo de travessia.

Em relação ao meio de transporte utilizado dos entrevistados que não informaram o local de embarque, 43% também não informaram o meio de transporte utilizado, 34% afirmaram que utilizaram carro, 21% ônibus e 2% utilizaram outros meios de transporte. Situação que remete ao planejamento de espaços de estacionamento com segurança próximo ao embarque em Paranaguá.

Já em relação ao meio de transporte para chegar à Ilha do Mel, 51,7% não informaram, 41% afirmaram utilizar transporte marítimo regular, 13% afirmaram utilizar barco fretado e 4% barco particular. Observa-se que a maioria utiliza de transporte marítimo regular. Chama-se atenção para o pequeno percentual de barco particular.

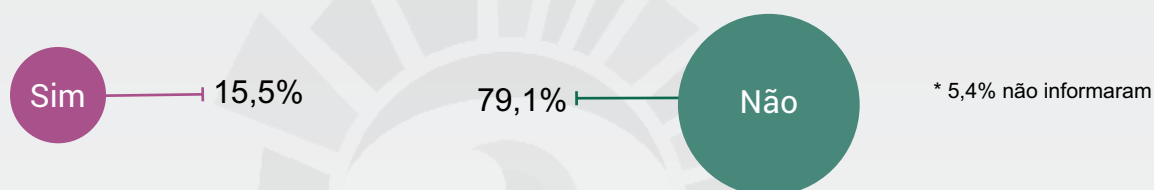
ASPECTOS MOTIVACIONAIS

PRINCIPAL MOTIVO DE FREQUENTAR A ILHA DO MEL

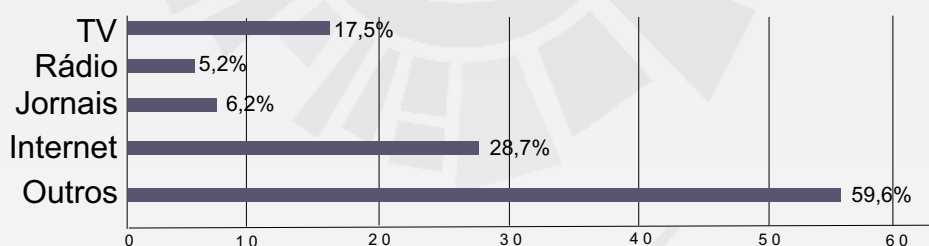
Praticar Surf e Outros Esportes.....	5,2%	Descanso e Lazer.....	80,9%
Ficar com Parentes e Amigos.....	9,6%	Outros.....	7,0%

OBS: 16 pessoas assinalaram duas alternativas e 7 pessoas assinalaram três alternativas, por isso a porcentagem total ultrapassa 100%. E 3,4% não informaram nenhuma opção.

ALÉM DA ILHA DO MEL, PROGRAMOU-SE PARA FICAR TAMBÉM EM PARANAGUÁ?



ONDE VIU OU OUVIU A PROPAGANDA DA ILHA DO MEL



OBS: 38 pessoas assinalaram duas alternativas e 12 pessoas assinalaram três alternativas, por isso a porcentagem total ultrapassa 100%

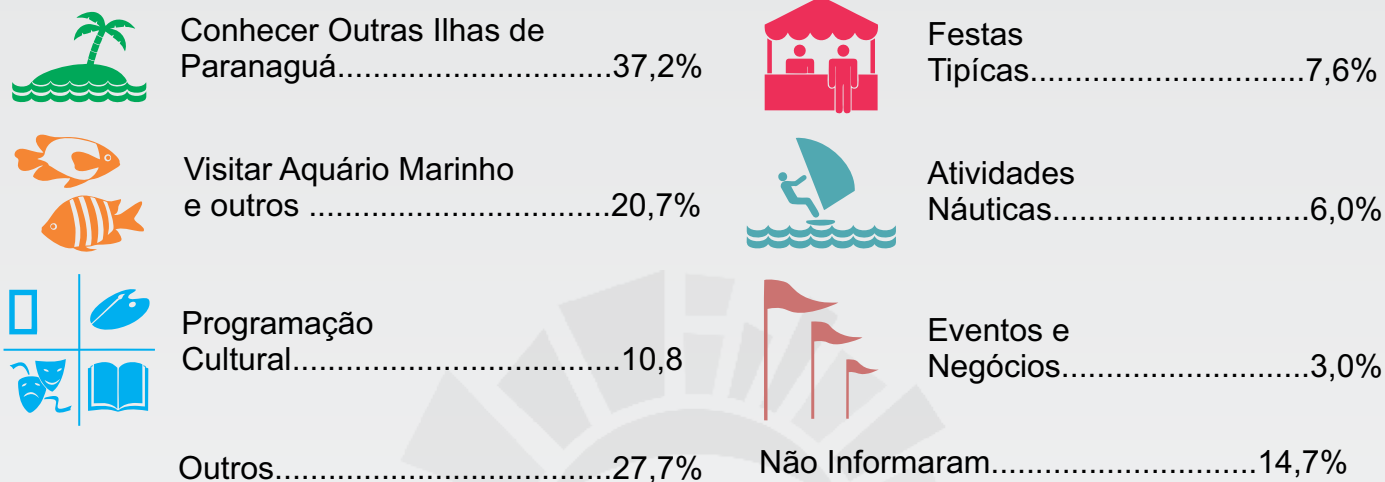
Em relação ao principal motivo para frequentar a Ilha do Mel, 76% dos turistas afirmaram o descanso e lazer como o principal motivo, 9% ficar com parentes e amigos, 7% por outros motivos, 5% para praticar surf e outros esportes e 3% não informaram sobre a motivação.

Quanto à onde viu propaganda da Ilha do Mel, 49% informaram outros, 23% viram na internet, 14% na TV, 5% viram em jornais e não informaram e 4% ouviram em rádio. As mídias digitais ainda não foram as mais representativas o que permite inferir que muitos são visitantes habituais, ou sejam retornam em toda temporada de verão.

Quanto à programação de ficar em Paranaguá, 79% afirmaram que não se programaram, 16% que sim e 5% não informara. Resultado que chama a atenção para a implantação de estratégias promovendo os atrativos de Paranaguá, para que visitem Paranaguá durante os eventos ou mesmo para fazer outros roteiros turísticos.

ASPECTOS MOTIVACIONAIS

O QUE LHE MOTIVARIA A FICAR OU RETORNAR A PARANAGUÁ?

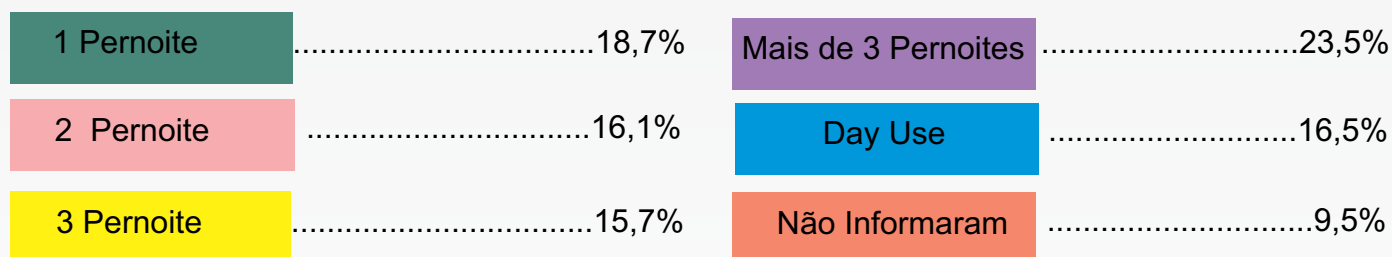


48 pessoas assinalaram duas alternativas, 21 pessoas assinalaram três alternativas, 08 pessoas assinalaram quatro alternativas e 02 pessoas assinalaram cinco alternativas, por isso a porcentagem total ultrapassa 100%.

Em relação à motivação para ficar ou retornar à Paranaguá, 30% afirmaram que conhecer outras ilhas de Paranaguá seria uma motivação, 20% afirmaram outras motivações, 16% visitar o Aquário Marinho e outros atrativos, 12% não informaram, 9% programações culturais, 6% as festas regionais, 5% atividades náuticas e 2% eventos de negócios. Os resultados apontados remetem para a maior divulgação dos atrativos de Paranaguá, inclusive para os turistas da Ilha do Mel.

ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS

QUANTOS DIAS NA ILHA DO MEL



Quanto à quantidade de dias de permanência na Ilha, 23% afirmaram que ficariam mais de 3 pernoites, 19% ficariam 1 pernoite, 16% 3 pernoites e 2 pernoites também 16% e 9% não informaram. Outros 17% estavam em /day Use. Os dados permitem inferir que, somados, 32% passaram um fim de semana prolongado. Isso somado aos 23% de mais de 3 pernoites, atingimos um percentual de 55% dos turistas que movimentam a cadeia produtiva local. Com menor interferência os 19% uma noite. Merece uma análise de impactos os 26% que não pernoitam.

ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS

ONDE FICOU HOSPEDADO

Pousada.....49,9%

Parente / Amigo.....3,0%

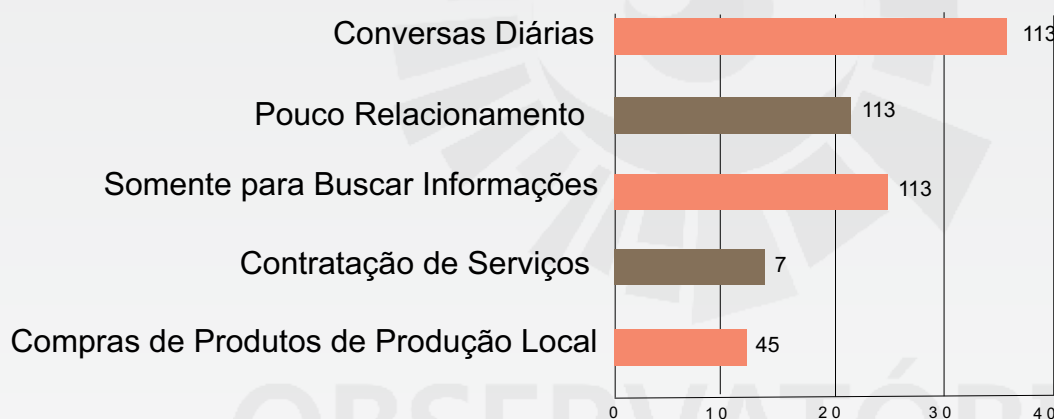
2º Residência.....2,0%

Camping.....7,0%

Casa Alugada.....3,2%

Em relação ao local de hospedagem na Ilha, 50% ficaram hospedados em pousada, 35% não informaram, 7% em camping, 3% em casa de parente e amigos e cada alugada e 2% em residência. É possível inferir que os que não informaram são Day Use ou estão em outra atividade que não turismo.

COMO FOI O SEU RELACIONAMENTO COM A COMUNIDADE LOCAL



- 4,6% Outros

- 4,0% Não Informaram

- 51 pessoas assinalaram duas alternativas e 22 pessoas assinalaram três alternativas.

GASTOS FAMILIARES

Restaurante.....33%

Mercado Local.....13%

Hotel / Pousada.....23%

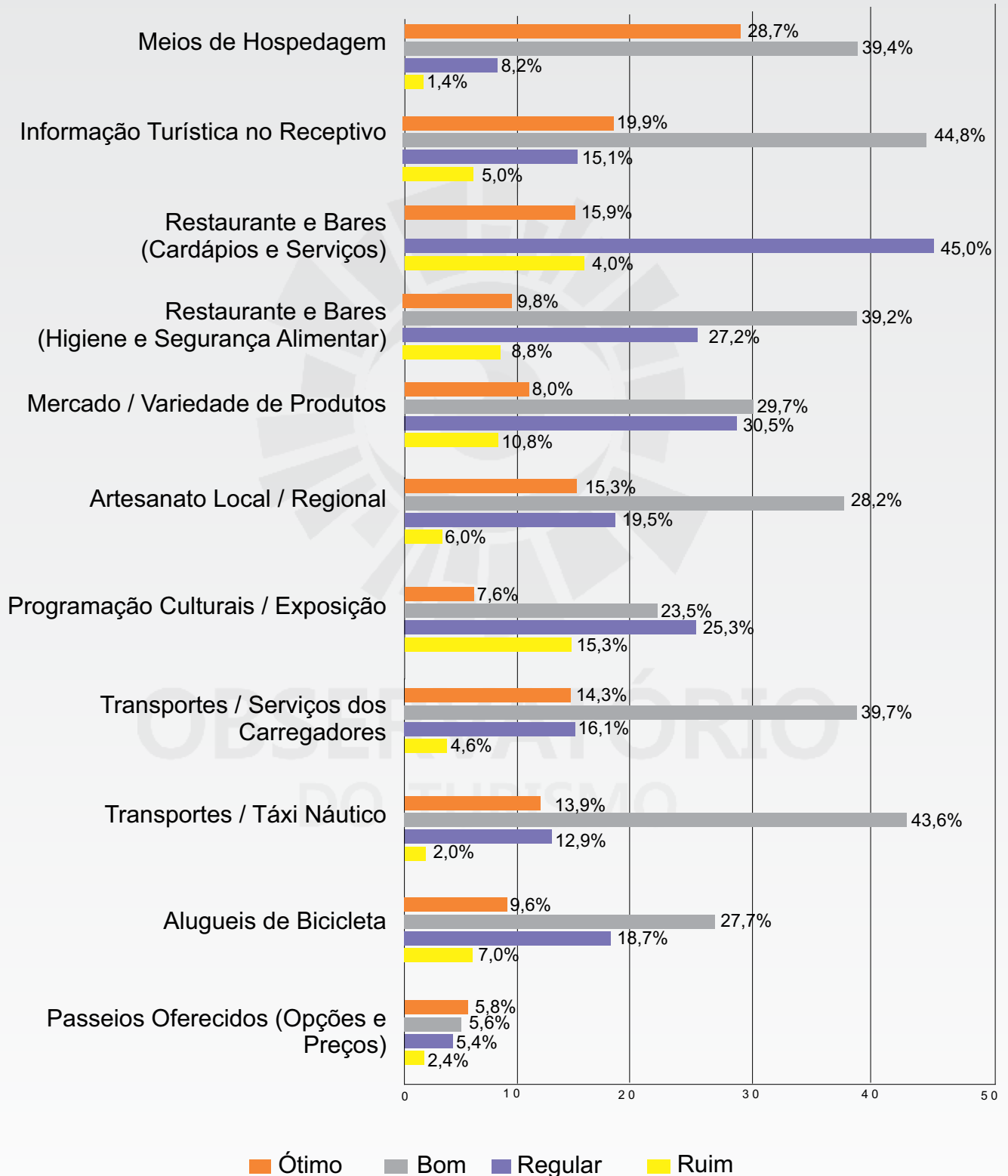
Artesanato.....9%

Lazer / Passeios.....14%

Gastos gerais.....8%

QUALIDADE DOS SERVIÇOS E PRODUTOS TURÍSTICOS

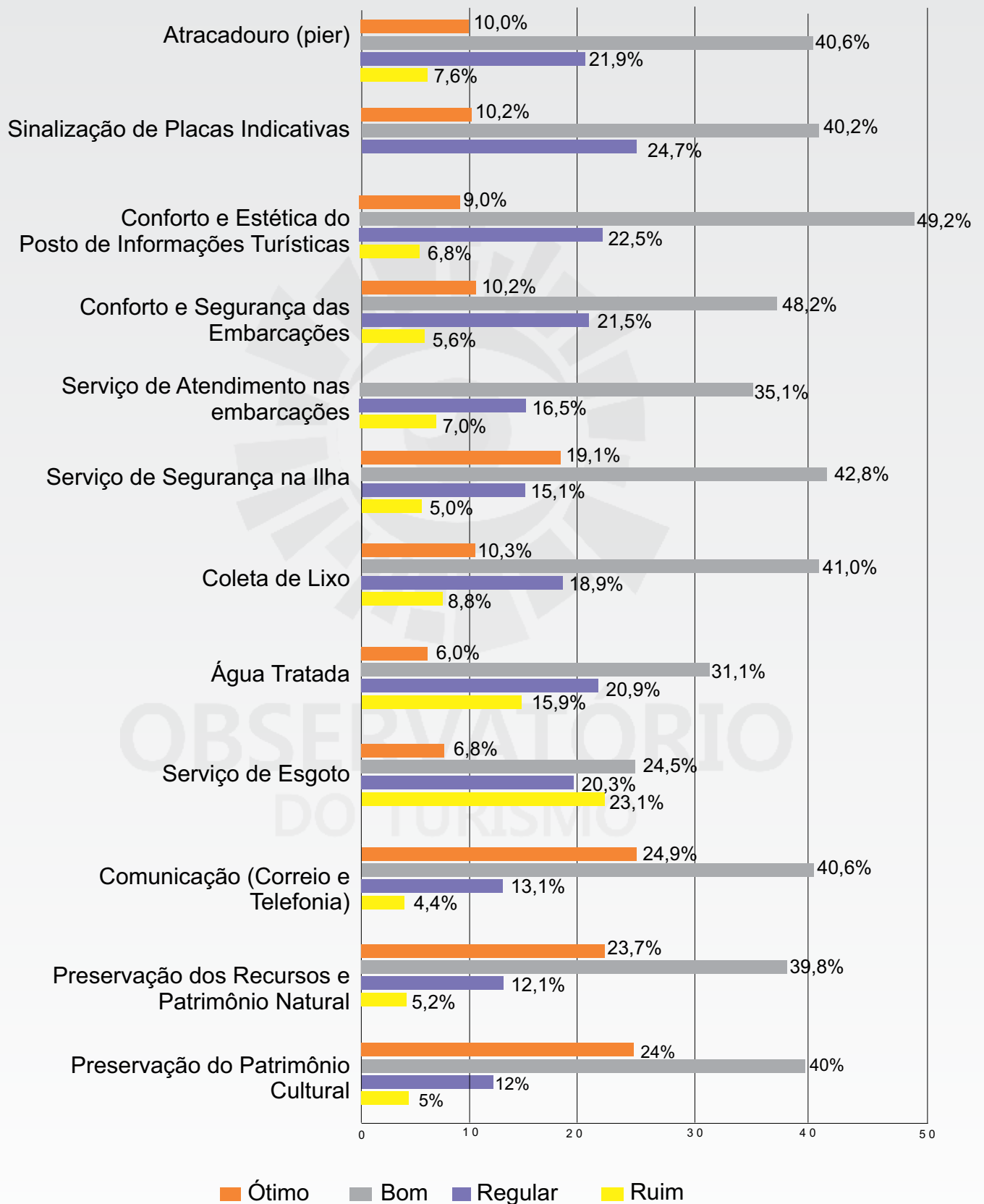
SERVIÇOS TURÍSTICOS



As porcentagens acima apresentadas não fecham 100% porque existe um número de pessoas que não informaram nada.

QUALIDADE DOS SERVIÇOS E PRODUTOS TURÍSTICOS

SERVIÇOS DE INFRAESTRUTURA DA ILHA DO MEL



As porcentagens acima apresentadas não fecham 100% porque existe um número de pessoas que não informaram nada.

ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Considerando os resultados das pesquisas de demanda da Ilha do Mel, pode-se destacar que o perfil do turista que visita a Ilha é de adultos, em sua maioria com poder aquisitivo bom e um bom nível de escolaridade. Isso caracteriza um turista/visitante bem informado e justifica também a principal motivação para visitar a Ilha do Mel para descanso e lazer, como a maioria dos entrevistados relatou. A Ilha do Mel é vista como um refúgio de descanso e tranquilidade, principalmente pela sua natureza ainda preservada, as praias e o modo de vida peculiar da Ilha, sem trânsito nem estresse de outro local que tenha praia, por exemplo.

Em uma pergunta aberta, a maioria dos turistas respondeu que o que mais agradou na Ilha foram as belezas naturais (praias, trilhas, vegetação preservada), caracterizando assim uma demanda especial de pessoas que gostam de estar perto da natureza para ter um momento de lazer e descanso, e justificando a permanência da maioria dos entrevistados (mais de 3 dias).

Analisando-se a procedência dos turistas, a grande maioria foi de brasileiros provenientes dos três estados do Sul e de São Paulo, fato que justifica o meio de transporte mais utilizado (carro) pela proximidade da Ilha à esses estados. A Ilha também recebe a maioria dos turistas vindo do estado do Paraná, caracterizando uma demanda regional, abrindo espaço para trabalhar a promoção e divulgação para a demanda segmentada de outros estados.

No que diz respeito ao embarque para a Ilha, a maioria dos entrevistados afirmou que realiza o mesmo por Pontal do Paraná, fato que pode-se atribuir à melhor estrutura para o turista neste local do que em Paranaguá (principalmente de estacionamento, já que a maioria vem de carro), somado ao fato do menor tempo da travessia por Pontal. É importante ressaltar que esses transportes obtiveram uma boa avaliação geral por parte dos entrevistados, de bom (maioria) à ótimo. Porém, quando perguntados especificamente sobre a segurança, conforto, serviços e atendimentos nessas embarcações a avaliação foi de bom ressaltando o regular. Isso caracteriza um aspecto limitante para o turismo local, já que o transporte até a Ilha é parte importante no processo da ida do turista à Ilha, citado pelo turistas como aspecto para melhorias inclusive no que diz respeito aos horários de ida e volta.

Quanto aos gastos médios dos turistas na Ilha, na maioria foram de gastos familiares e com restaurantes e hotéis/pousadas, sendo esses os principais serviços turísticos da Ilha. Muitos não responderam talvez pela condição de Day Use. O que também pode ter interferido no percentual de abstinência nas perguntas sobre a avaliação dos serviços, uma vez que fizeram uso dos mesmos.

É importante ressaltar que na pergunta aberta, o principal aspecto que mais desagradou o turista durante a estadia foram os preços praticados por estes e outros tipos de serviços, considerados até abusivos por alguns turistas, o que pode justificar a avaliação boa para regular dos passeios oferecidos (opção e preço) e do mercado / variedade de produtos.

Já a avaliação dos meios de hospedagem e restaurantes em geral (higiene e segurança alimentar e cardápios e serviços) foi de boa para ótima, considerando os comentários de alguns turistas que gostaram da receptividade dos moradores locais. O relacionamento com a comunidade local é um positivo para o turismo e a maioria dos entrevistados respondeu que teve conversas diárias com a comunidade local.

ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Quanto aos serviços de infraestrutura, a maioria dos entrevistados classificou de bom a regular, com destaque para o atracadouro / pier, que foi recomendado como uma melhoria para o turismo na Ilha. Acrescenta-se o serviço de esgoto, que também foi apontado como item que mais desagradou na estadia assim como a água tratada.

Vale destacar que a sinalização e placas indicativas também obtiveram uma avaliação de bom para regular e a coleta de lixo obteve uma avaliação com uma porcentagem maior de bom do que os itens anteriores, porém foi bastante apontado na pesquisa aberta como principal item que mais desagradou, principalmente o lixo nas trilhas e nas praias da Ilha.

A higienização de banheiros e/ou a falta de banheiros públicos também foi citado como item que mais desagradou na estadia do turista, assim como a falta de estrutura nas praias (local para descanso) e as más condições de telefonia, comprovado pelo resultado de bom a ruim da avaliação de comunicação (telefonia celular e correios).

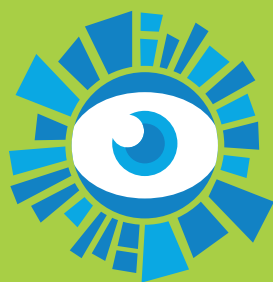
Nas visitas in loco e análise da pesquisa de demanda, percebe-se que a Ilha do Mel, possui grande potencial turístico para alavancar não só demanda estadual, como nacional e internacional. No entanto, este destino necessita de adequações para o desenvolvimento do turismo local, como é o caso das pesquisas que auxiliem aos gestores no desenvolvimento da atividade turística sustentável.

As pesquisas podem tornar-se uma ferramenta de auxílio para a tomada de decisões adequadas frente ao turismo local. Recomenda-se que a Ilha e a cidade de Paranaguá utilizem a sua potencialidade cultural e natural, para desenvolver novas estratégias de marketing direcionado, para auxiliar no desenvolvimento do turismo sustentável.

Para o Plano Máster de Turismo 2012-2020, faz-se necessário apontar estratégias para o desenvolvimento de novos produtos de turismo de natureza, segmento que pouco explorado na localidade e a diversificação do mercado, buscando novos segmentos para o destino, afim de equilibrar o fluxo de turistas na lata temporada e buscar ocupação na baixa temporada.

Além disso, é indispensável a socialização dos resultados da pesquisa para os atores locais seja os restaurantes, pousadas e a comunidade local, além da disponibilização dos resultados da presente pesquisa, no Observatório de Turismo de Paranaguá, gerenciado e alimentado pela FUMTUR.

CRÉDITOS



OBSERVATÓRIO DO TURISMO

PREFEITO: Edison de Oliveira Kersten

PRESIDENTE DA FUMTUR: Rafael Guttierres Junior

DIRETORIA DE PROJETOS E AÇÃO TURÍSTICAS: Dayanny Pires de Oliveira Feitoza

DIRETOR FINANCEIRO: Gabriel Pereira das Neves

EQUIPE TÉCNICA: Bel. Dayanny Pires de Oliveira Feitoza
Bel. Lilian Missae Uyetaqui Marins
Amauri Alves Rodrigues

CONSULTORA DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO DA FUMTUR: Dra. Marlene Huebes Novaes

Elaborado pela equipe Técnica do **Departamento de Ação Turística - FUMTUR** - Órgão oficial de turismo da cidade de Paranaguá.



PREFEITURA DE
PARANAGUÁ



FUMTUR
FUNDAÇÃO MUNICIPAL
DE TURISMO
PREFEITURA DE PARANAGUÁ

Avenida Arthur de Abreu, 44 - Centro - 83.203-210 - Tel: (41) 3420-2940
fumtur@fumtur.com.br | www.fumtur.com.br

Julho 2014