



PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE PARATY

INVENTÁRIO TURÍSTICO

VOLUME II — DEMANDA

2003

PREFEITURA MUNICIPAL DE PARATY

GESTÃO: JOSÉ CLÁUDIO DE ARAÚJO

SECRETARIA DE TURISMO E CULTURA

JOSÉ POSSIDÔNIO PEREIRA NETO

SOLVING CONSULTORIA EM TURISMO

COORDENADORES DO PROJETO:

Cláudio Alberto de Moraes

Daniela Toyoshima

Fabricio Scarpeta Matheus

Leonardo Nogueira de Moraes

Marcelo Nogueira de Moraes

Rafael Chequer Bauer

ESTAGIÁRIOS:

Ana Paula Meira Barros

Mayra Mayumi Iguchi

Cíntia Gabrieli

Michelle Taufner

Cláudia Ikeda Fortes

Patricia Dunker

Dylan Sakabe Koishi

Rafael Chimello Bertoncello

Érika Sayuri Koga

Renata Cristina M. Freire

Fabiana Cristina Mazo

Sérgio Alves de Jesus

Ivan Bose do Amaral

Silvine de Freitas Monteiro

Jana Sikorová

Stephan Strojnowski

Lilian M. Urata

Thiago Allis

Maria Fernanda B. Fernandes

Vinícius Moraes Raszl

AGRADECIMENTOS

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

IEF/RJ – Instituto Estadual de Florestas do Rio de Janeiro

SEBRAE/RJ – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio de Janeiro

S.O.S. Mata Atlântica

TurisRio – Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro

PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

MUNICÍPIO DE PARATY

2003

DOCUMENTOS IMPRESSOS:

1. INVENTÁRIO

VOLUME 1 — ASPECTOS GERAIS

VOLUME 2 — DEMANDA

VOLUME 3 — ANEXOS

2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3. PROJETOS

4. MAPA DE ZONEAMENTO, POTENCIALIDADES E SEGMENTAÇÃO TURÍSTICA

5. FOTOS

VOLUME 1 — IMPRESSÕES DE PARATY

VOLUME 2 — FOTOS TÉCNICAS

DOCUMENTOS DIGITAIS

1. CD COM CÓPIA DIGITAL DO PLANO

2. CD COM MAPAS E TABELAS DO BANCO DE DADOS DA OFERTA TURÍSTICA

3. CD COM DOCUMENTOS BASE PARA O PLANO

4. CD COM FOTOS

SUMÁRIO

9.	Metodologia	218
10.	Dados.....	220
10.1.	Agrupamento.....	220
10.2.	Faixa Etária	230
10.3.	Ocupação Profissional	234
10.4.	Grau de Instrução.....	237
10.5.	Estado Civil	239
10.6.	Município de Residência.....	242
10.7.	Região e Unidade de Federação de Residência	244
10.8.	Continente e País de Origem	250
10.9.	Viagem organizada por Agência de Viagem.....	255
10.10.	Meio de Transporte Utilizado	258
10.11.	Paraty como Fator Determinante da Viagem.....	262
10.12.	Principal Destino da Viagem	264
10.13.	Outros Municípios Visitados Durante a Viagem.....	265
10.14.	Tempo Gasto para Chegar a Paraty	267
10.15.	Permanência em Paraty	269
10.16.	Motivação da Viagem	275
10.17.	Áreas de Interesse em Turismo	278
10.18.	Atrativos Motivadores da Visita	282
10.19.	Atrativos Visitados	296
10.20.	Atividades Realizadas	302
10.21.	Pernoite.....	308
10.22.	Meio de Hospedagem	312
10.23.	Gastos	317
10.24.	Renda Familiar Mensal	331
10.25.	Contato com Paraty	335
10.26.	Quantidade de Visitas a Paraty.....	340
10.27.	Interesse de Retorno a Paraty	345

10.28.	Avaliação	347
10.29.	Expectativas.....	355
10.30.	Número Total de Visitantes	358
11.	Estratificação da Demanda por Área de Interesse	360
11.1.	Metodologia.....	360
11.2.	Divisão dos Visitante s por Área de Interesse.....	360

QUADROS

Quadro 1.	Divisão dos Questionários Considerados por Estação.....	218
Quadro 2.	Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo	220
Quadro 3.	Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo por Estação	221
Quadro 4.	Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo por Região.....	222
Quadro 5.	Divisão por Número de Visitantes por Grupo	225
Quadro 6.	Divisão do Número de Visitantes por Estação.....	227
Quadro 7.	Divisão do Número de Visitantes por Região.....	229
Quadro 8.	Divisão dos Visitantes por Faixa Etária	230
Quadro 9.	Divisão dos Visitantes por Faixa Etária por Período	232
Quadro 10.	Divisão dos Visitantes por Faixa Etária por Região.....	233
Quadro 11.	Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional.....	234
Quadro 12.	Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional por Estação	235
Quadro 13.	Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional por Região.....	236
Quadro 14.	Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução	237
Quadro 15.	Divisão dos Turistas por Grau de Instrução por Estação	238
Quadro 16.	Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução por Região	239
Quadro 17.	Divisão dos Visitantes por Estado Civil	240
Quadro 18.	Divisão dos Visitantes por Estado Civil por Estação	241
Quadro 19.	Divisão dos Visitantes por Estado Civil por Região.....	242
Quadro 20.	Divisão de Visitantes por Município de Residência.....	244
Quadro 21.	Divisão de Visitantes por Região de Residência	245
Quadro 22.	Divisão de Visitantes por UF	247
Quadro 23.	Divisão de Visitantes por UF por Estação.....	248
Quadro 24.	Divisão de Visitantes por UF por Região	249
Quadro 25.	Divisão de Visitantes por Continente	250
Quadro 26.	Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros	251
Quadro 27.	Divisão de Visitantes Estrangeiros por País de Residência	253
Quadro 28.	Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros por Estação	254
Quadro 29.	Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros por Região	255
Quadro 30.	Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem	256

Quadro 31.	Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem por Estação	257
Quadro 32.	Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem por Região	258
Quadro 33.	Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado.....	259
Quadro 34.	Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado por Estação	260
Quadro 35.	Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado por Região.....	262
Quadro 36.	Paraty como Fator Determinante da Viagem.....	263
Quadro 37.	Paraty como Fator Determinante da Viagem por Estação.....	263
Quadro 38.	Paraty como Fator Determinante da Viagem por Região	264
Quadro 39.	Divisão de Visitantes pelo Principal Destino da Viagem.....	265
Quadro 40.	Outros Municípios Visitados Durante a Viagem.....	266
Quadro 41.	Tempo Gasto para Chegar a Paraty	268
Quadro 42.	Tempo Médio Gasto para Chegar a Paraty	269
Quadro 43.	Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos.....	270
Quadro 44.	Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos por Estação ..	271
Quadro 45.	Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos por Região....	272
Quadro 46.	Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos	273
Quadro 47.	Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos por Estação	274
Quadro 48.	Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos por Região	275
Quadro 49.	Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem.....	276
Quadro 50.	Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem por Estação	277
Quadro 51.	Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem por Região.....	278
Quadro 52.	Áreas de Interesse em Turismo	279
Quadro 53.	Áreas de Interesse em Turismo por Estação	280
Quadro 54.	Áreas de Interesse em Turismo por Região	282
Quadro 55.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores	284
Quadro 56.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (1ª Opção) por Estação.....	286
Quadro 57.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (2ª Opção) por Estação.....	288
Quadro 58.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (3ª Opção) por Estação.....	290
Quadro 59.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (1ª Opção) por Região	292
Quadro 60.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (2ª Opção) por Região	294
Quadro 61.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (3ª Opção) por Região.....	296
Quadro 62.	Atrativos Visitados	298
Quadro 63.	Atrativos Visitados por Estação	300
Quadro 64.	Atrativos Visitados por Região	302

Quadro 65.	Atividades Realizadas	304
Quadro 66.	Atrativos Visitados por Estação	306
Quadro 67.	Atrativos Visitados por Região	308
Quadro 68.	Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas	309
Quadro 69.	Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Estação	310
Quadro 70.	Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Região	311
Quadro 71.	Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Nacionalidade	312
Quadro 72.	Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem	313
Quadro 73.	Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem por Estação	314
Quadro 74.	Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem por Região	315
Quadro 75.	Nome dos Meios de Hospedagem Utilizados.....	316
Quadro 76.	Média de Pernoites.....	317
Quadro 77.	Gasto Médio dos Visitantes	317
Quadro 78.	Distribuição dos Gastos dos Turistas	318
Quadro 79.	Distribuição dos Gastos dos Turistas em Paraty e em Outros Destinos	319
Quadro 80.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Estação	320
Quadro 81.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Região	321
Quadro 82.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Faixa de Renda Familiar Mensal.....	324
Quadro 83.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Estado Civil	324
Quadro 84.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Ocupação Profissional	325
Quadro 85.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Áreas de Interesse em Turismo	326
Quadro 86.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Número de Turistas por Grupo	327
Quadro 87.	Distribuição dos Gastos dos Turistas pelo País de Procedência.....	329
Quadro 88.	Distribuição dos Gastos dos Turistas Brasileiros X Estrangeiros	330
Quadro 89.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Grau de Instrução.....	331
Quadro 90.	Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal	332
Quadro 91.	Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal por Estação	333
Quadro 92.	Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal por Região	335
Quadro 93.	Contato com Paraty	336
Quadro 94.	Contato com Paraty por Estação	338
Quadro 95.	Contato com Paraty por Região.....	340
Quadro 96.	Quantidade de Visitas a Paraty.....	341
Quadro 97.	Quantidade de Visitas a Paraty por Estação.....	343
Quadro 98.	Quantidade de Visitas a Paraty por Região.....	344

Quadro 99.	Divisão dos Visitantes por Interesse de Retorno	345
Quadro 100.	Interesse de Retorno a Paraty por Estação	346
Quadro 101.	Interesse de Retorno a Paraty por Região.....	347
Quadro 102.	Avaliação dos Quesitos e Média de Notas dos Visitantes.....	351
Quadro 103.	Avaliação dos Visitantes por Estação.....	353
Quadro 104.	Avaliação dos Visitantes por Região.....	355
Quadro 105.	Expectativas Atendidas dos Visitantes	356
Quadro 106.	Expectativas Atendidas dos Visitantes por Estação	357
Quadro 107.	Expectativas Atendidas dos Visitantes por Região	358
Quadro 108.	Número Total de Turistas por Meio de Hospedagem.....	359
Quadro 109.	Número Total de Visitantes	359
Quadro 110.	Distribuição por Região	360
Quadro 111.	Comparação por Agrupamento.....	361
Quadro 112.	Comparação por Faixa Etária	361
Quadro 113.	Comparação por Grau de Instrução	362
Quadro 114.	Comparação por Faixa de Renda.....	362
Quadro 115.	Distribuição por Região	362
Quadro 116.	Comparação por Agrupamento.....	363
Quadro 117.	Comparação por Faixa Etária	363
Quadro 118.	Comparação por Grau de Instrução	363
Quadro 119.	Comparação por Faixa de Renda.....	364
Quadro 120.	Comparação por Região	364
Quadro 121.	Comparação por Agrupamento.....	364
Quadro 122.	Comparação por Faixa Etária	365
Quadro 123.	Comparação por Grau de Instrução	365
Quadro 124.	Comparação por Faixa de Renda.....	365
Quadro 125.	Distribuição por Região	366
Quadro 126.	Comparação por Agrupamento.....	366
Quadro 127.	Comparação por Faixa Etária	366
Quadro 128.	Comparação por Grau de Instrução	367
Quadro 129.	Comparação por Faixa de Renda.....	367
Quadro 130.	Distribuição por Região	367
Quadro 131.	Comparação por Agrupamento.....	368
Quadro 132.	Comparação por Faixa Etária	368

Quadro 133.	Comparação por Grau de Instrução	368
Quadro 134.	Comparação por Faixa de Renda	369
Quadro 135.	Distribuição por Região	369
Quadro 136.	Comparação por Agrupamento.....	369
Quadro 137.	Comparação por Faixa Etária	370
Quadro 138.	Comparação por Grau de Instrução	370
Quadro 139.	Comparação por Faixa de Renda	370
Quadro 140.	Distribuição por Região	371
Quadro 141.	Comparação por Agrupamento.....	371
Quadro 142.	Comparação por Faixa Etária	371
Quadro 143.	Comparação por Grau de Instrução	372
Quadro 144.	Comparação por Faixa de Renda	372

GRÁFICOS

Gráfico 1.	Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo	220
Gráfico 2.	Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo por Estação	221
Gráfico 3.	Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo por Região.....	222
Gráfico 4.	Divisão por Número de Visitantes por Grupo	224
Gráfico 5.	Divisão do Número de Visitantes por Estação.....	226
Gráfico 6.	Divisão do Número de Visitantes por Região.....	228
Gráfico 7.	Divisão dos Visitantes por Faixa Etária	230
Gráfico 8.	Divisão dos Visitantes por Faixa Etária por Estação	231
Gráfico 9.	Divisão de Visitantes por Faixa Etária por Região.....	233
Gráfico 10.	Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional	234
Gráfico 11.	Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional por Estação	235
Gráfico 12.	Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional por Região	236
Gráfico 13.	Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução.....	237
Gráfico 14.	Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução por Estação	238
Gráfico 15.	Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução por Região.....	239
Gráfico 16.	Divisão dos Visitantes por Estado Civil	240
Gráfico 17.	Divisão dos Visitantes por Estado Civil por Estação.....	241
Gráfico 18.	Divisão por Visitantes por Estado Civil por Região	242
Gráfico 19.	Divisão de Visitantes por Município de Residência	243
Gráfico 20.	Divisão de Visitantes por Região de Residência	245
Gráfico 21.	Divisão de Visitantes por UF	246
Gráfico 22.	Divisão de Visitantes por UF por Estação	248
Gráfico 23.	Divisão de Visitantes por UF por Região	249
Gráfico 24.	Divisão de Visitantes por Continente.....	250
Gráfico 25.	Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros.....	251
Gráfico 26.	Divisão de Visitantes Estrangeiros por País de Residência	252
Gráfico 27.	Divisão dos Visitantes Brasileiros X Estrangeiros por Estação	254
Gráfico 28.	Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros por Região.....	255
Gráfico 29.	Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem.....	256
Gráfico 30.	Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem por Estação	257

Gráfico 31.	Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem por Região.....	258
Gráfico 32.	Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado	259
Gráfico 33.	Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado por Estação	260
Gráfico 34.	Divisão de Visitantes por Meio de Transporte Utilizado por Região.....	261
Gráfico 35.	Paraty como Fator Determinante da Viagem	262
Gráfico 36.	Paraty como Fator Determinante da Viagem por Estação	263
Gráfico 37.	Paraty como Fator Determinante da Viagem por Região	264
Gráfico 38.	Divisão de Visitantes pelo Principal Destino da Viagem	265
Gráfico 39.	Outros Municípios Visitados Durante a Viagem	266
Gráfico 40.	Tempo Gasto para chegar a Paraty (em horas)	267
Gráfico 41.	Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos	270
Gráfico 42.	Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos por Estação.....	271
Gráfico 43.	Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos por Região	272
Gráfico 44.	Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos.....	273
Gráfico 45.	Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos por Estação.....	274
Gráfico 46.	Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos por Região	275
Gráfico 47.	Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem	276
Gráfico 48.	Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem por Estação	277
Gráfico 49.	Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem por Região	278
Gráfico 50.	Áreas de Interesse em Turismo	279
Gráfico 51.	Áreas de Interesse em Turismo por Estação.....	280
Gráfico 52.	Áreas de Interesse em Turismo por Região	281
Gráfico 53.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores	283
Gráfico 54.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (1ª Opção) por Estação	285
Gráfico 55.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (2ª Opção) por Estação	287
Gráfico 56.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (3ª Opção) por Estação	289
Gráfico 57.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (1ª Opção) por Região	291
Gráfico 58.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (2ª Opção) por Região	293
Gráfico 59.	Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (3ª Opção) por Região	295
Gráfico 60.	Atrativos Visitados.....	297
Gráfico 61.	Atrativos Visitados por Estação.....	299
Gráfico 62.	Atrativos Visitados por Região	301
Gráfico 63.	Atividades Realizadas.....	303
Gráfico 64.	Atrativos Visitados por Estação.....	305

Gráfico 65.	Atrativos Visitados por Região	307
Gráfico 66.	Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas.....	309
Gráfico 67.	Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Estação.....	310
Gráfico 68.	Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Região.....	311
Gráfico 69.	Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Nacionalidade	312
Gráfico 70.	Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem.....	313
Gráfico 71.	Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem por Estação.....	314
Gráfico 72.	Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem por Região.....	315
Gráfico 73.	Distribuição dos Gastos dos Turistas	318
Gráfico 74.	Distribuição dos Gastos dos Turistas em Paraty e em Outros Destinos.....	319
Gráfico 75.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Estação	320
Gráfico 76.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Região.....	321
Gráfico 77.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Faixa de Renda Familiar Mensal	322
Gráfico 78.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Estado Civil.....	324
Gráfico 79.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Ocupação Profissional.....	325
Gráfico 80.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Áreas de Interesse em Turismo.....	326
Gráfico 81.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Número de Pessoas por Grupo	327
Gráfico 82.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por País de Procedência.....	328
Gráfico 83.	Distribuição dos Gastos dos Turistas Brasileiros X Estrangeiros.....	330
Gráfico 84.	Distribuição dos Gastos dos Turistas por Grau de Instrução	331
Gráfico 85.	Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal	332
Gráfico 86.	Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal por Estação	333
Gráfico 87.	Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal por Região.....	334
Gráfico 88.	Contato com Paraty	335
Gráfico 89.	Contato com Paraty por Estação.....	337
Gráfico 90.	Contato com Paraty por Região	339
Gráfico 91.	Quantidade de Visitas a Paraty	340
Gráfico 92.	Quantidade de Visitas a Paraty por Estação	342
Gráfico 93.	Quantidade de Visitas a Paraty por Região	344
Gráfico 94.	Divisão dos Visitantes por Interesse de Retorno.....	345
Gráfico 95.	Interesse de Retorno a Paraty por Estação.....	346
Gráfico 96.	Interesse de Retorno a Paraty por Região	347
Gráfico 97.	Médias de Avaliação dos Visitantes	348
Gráfico 98.	Avaliação por Quesito dos Visitantes.....	350

Gráfico 99.	Avaliação dos Visitantes por Estação	352
Gráfico 100.	Avaliação dos Visitantes por Região.....	354
Gráfico 101.	Expectativas Atendidas dos Visitantes	356
Gráfico 102.	Expectativas Atendidas dos Visitantes por Estação	357
Gráfico 103.	Expectativas Atendidas dos Visitantes por Região	358

DEMANDA

9. METODOLOGIA

A pesquisa de Demanda foi realizada através da aplicação de questionários com os turistas. Foi previamente planejada para ocorrer em 4 períodos, mas devido à solicitação do Secretário de Turismo e Cultura do município foi adicionado mais um feriado de expressão, o Carnaval:

- Alta Estação – De 14 a 23 de fevereiro;
- Média Estação – De 12 a 16 de março;
- Baixa Estação – De 26 a 27 de Abril;
- Carnaval – De 01 a 04 de março;
- Páscoa – De 18 a 21 de abril.

Para uma margem de erro de 3% para cima ou para baixo, com um nível de confiança de 99%, são necessários 1849 questionários. Considerando-se uma margem de segurança foi planejada a aplicação de 1960 questionários. Dos questionários aplicados durante as 5 fases da pesquisa de demanda, 1914 foram considerados para a tabulação e respectiva análise do perfil do turista de Paraty. A divisão de questionários considerados por fase da pesquisa está no quadro abaixo:

Quadro 1. Divisão dos Questionários Considerados por Estação

Estação	Questionários Planejados	Questionários Considerados
Alta	980	812
Média	360	323
Baixa	160	160
Carnaval	0	295
Páscoa	460	324
Total	1960	1914

Foram estabelecidas macro-regiões dentro do município, agrupadas por semelhança de atrativos, perfil de visitantes e localização geográfica, que estão dispostas abaixo:

- Norte: Praias ao norte da cidade de Paraty e a Polícia Federal Rodoviária da divisa de município com Angra dos Reis;
- Sul: Trindade e Paraty-Mirim;
- Centro: Centro Histórico, Rodoviária e Polícia Federal Rodoviária;
- Interior: Fazenda Murycana e cachoeiras do circuito Paraty-Cunha;
- Baía: Escunas e Marinas.

É importante salientar que muitos gráficos apresentam números distintos quando aparentemente deveriam apresentar os mesmos valores. Isto ocorre devido à quantidade de questionários considerados que variam para cada item, uma vez que os entrevistados não respondem as perguntas de maneira uniforme.

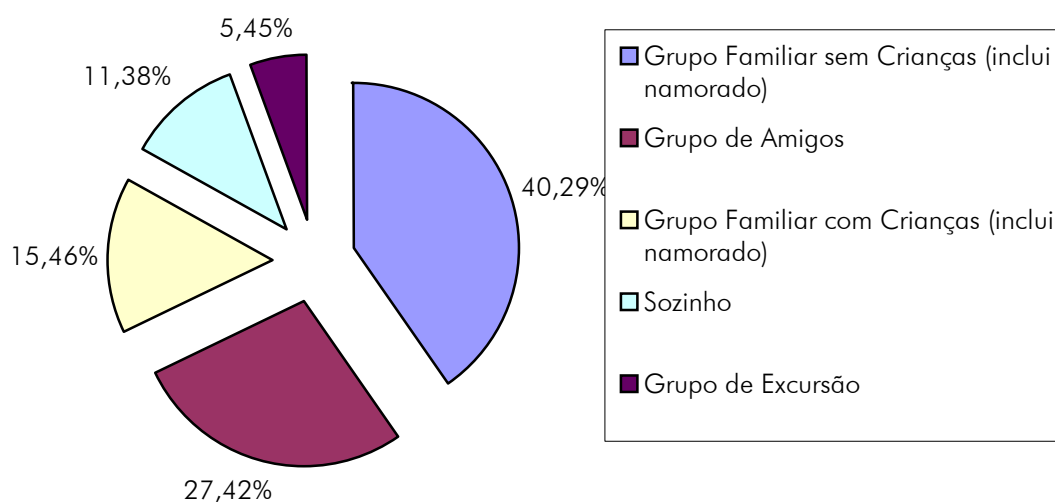
Para facilitar a compreensão dos dados obtidos com a pesquisa, os gráficos e tabelas apresentados abaixo seguem a mesma seqüência: Informações incluindo todos os períodos e regiões; Informações divididas por períodos; Informações divididas por regiões.

10. DADOS

10.1. Agrupamento

Observa-se no gráfico abaixo que o tipo de grupo predominante é o Grupo Familiar sem Crianças (inclui namorado), com 41% do total de entrevistados. Seguido do Grupo de Amigos com 28%.

Gráfico 1. Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo

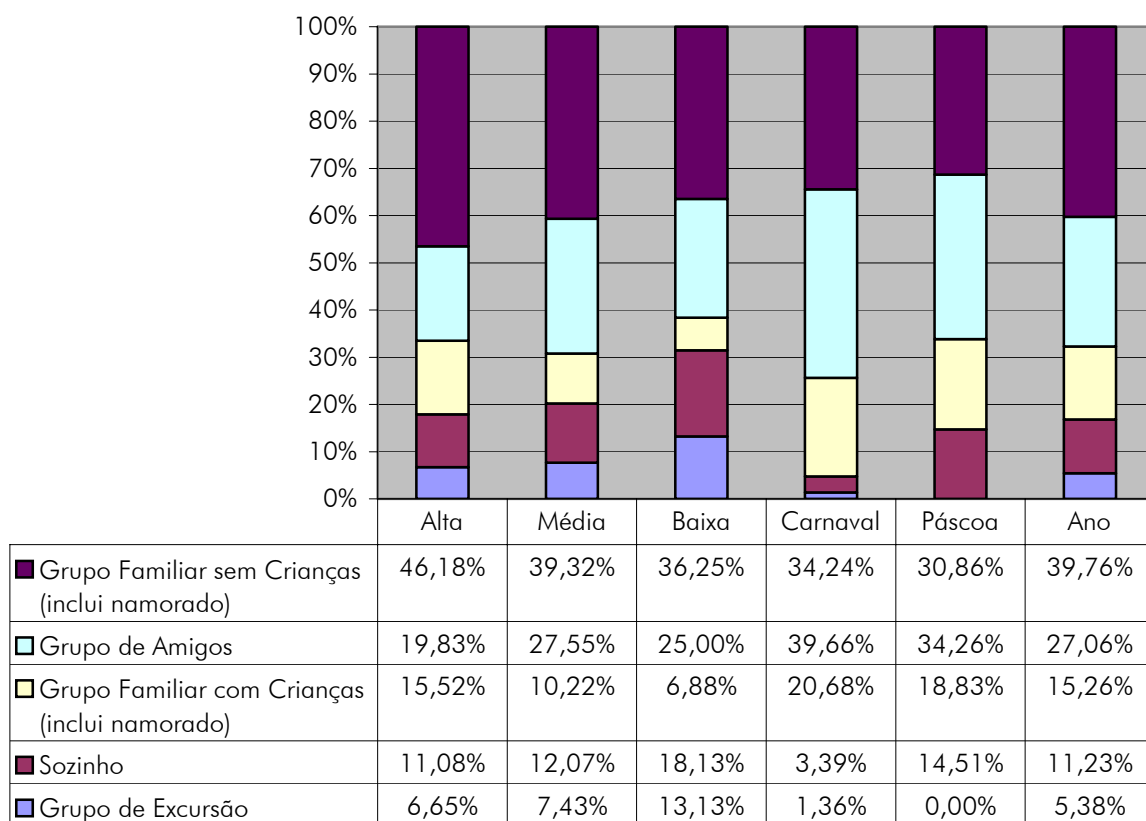


Quadro 2. Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo

Acompanhantes	Visitantes
Grupo Familiar sem Crianças (inclui namorado)	39,76%
Grupo de Amigos	27,06%
Grupo Familiar com Crianças (inclui namorado)	15,26%
Sozinho	11,23%
Grupo de Excursão	5,38%
Não Informou	1,31%
Total	100,00%

Entre os dados mais importantes do gráfico abaixo, destaca-se que o período com maior predominância de grupos familiares é a Alta Temporada. Outro dado relevante aponta o grande número de grupos de amigos durante o período do Carnaval, e a ausência quase total de grupos de excursionistas durante o período dos feriados.

Gráfico 2. Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo por Estação

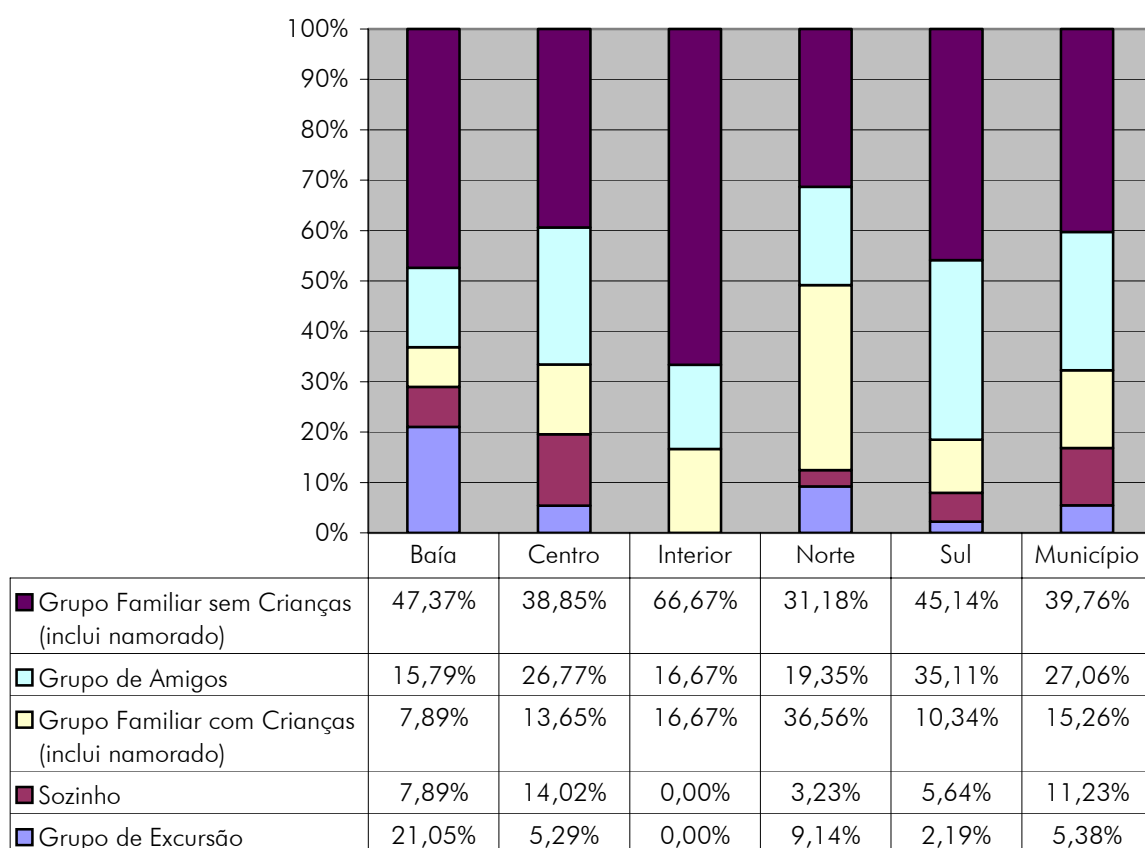


Quadro 3. Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo por Estação

Agrupamento	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Grupo de Excursão	6,65%	7,43%	13,13%	1,36%	0,00%	5,38%
Sozinho	11,08%	12,07%	18,13%	3,39%	14,51%	11,23%
Grupo Familiar com Crianças (inclui namorado)	15,52%	10,22%	6,88%	20,68%	18,83%	15,26%
Grupo de Amigos	19,83%	27,55%	25,00%	39,66%	34,26%	27,06%
Grupo Familiar sem Crianças (inclui namorado)	46,18%	39,32%	36,25%	34,24%	30,86%	39,76%
Não Informou	0,74%	3,41%	0,63%	0,68%	1,54%	1,31%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Destaca-se no gráfico abaixo a predominância de grupo familiar sem crianças no interior, além do grande número de excursionistas na região da baía. Ademais, a região sul apresenta o maior índice com classificação de grupo de amigos.

Gráfico 3. Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo por Região

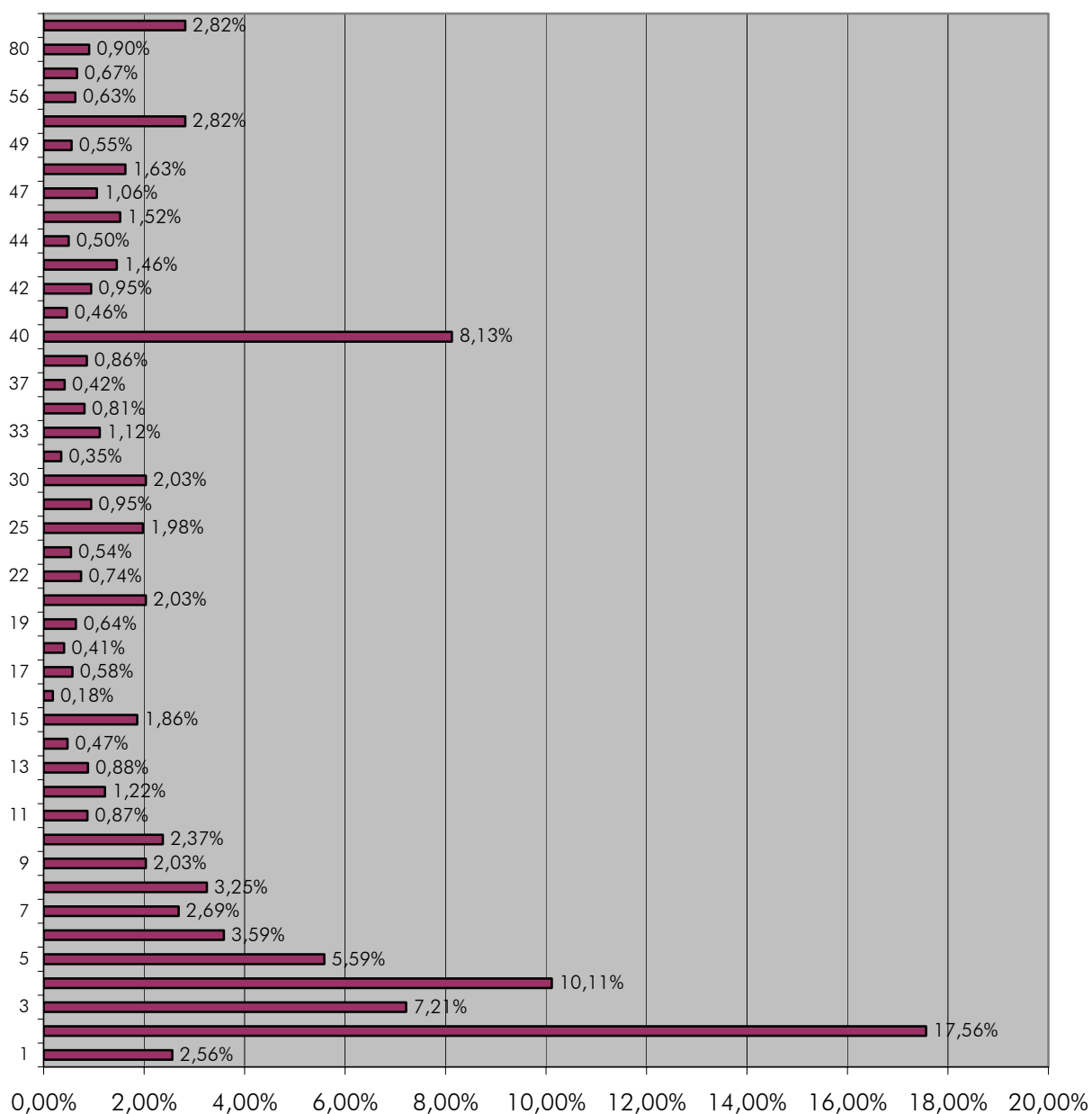


Quadro 4. Divisão dos Visitantes por Tipo de Grupo por Região

Agrupamento	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Grupo de Excursão	21,05%	5,29%	0,00%	9,14%	2,19%	5,38%
Sozinho	7,89%	14,02%	0,00%	3,23%	5,64%	11,23%
Grupo Familiar com Crianças (inclui namorado)	7,89%	13,65%	16,67%	36,56%	10,34%	15,26%
Grupo de Amigos	15,79%	26,77%	16,67%	19,35%	35,11%	27,06%
Grupo Familiar sem Crianças (inclui namorado)	47,37%	38,85%	66,67%	31,18%	45,14%	39,76%
Não Informou	0,00%	1,42%	0,00%	0,54%	1,57%	1,31%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Para se obter a quantidade total de visitantes alcançados pela pesquisa, utilizou-se o critério de multiplicação do número de visitantes entrevistados pelo tamanho do grupo no qual está inserido. Dos 1914 questionários considerados, 1836 apresentavam tal informação, o que leva a um total de 8860 visitantes. Como os questionários utilizados para este cálculo representam aproximadamente 96% do total, chega-se ao número final de 9236 visitantes alcançados. Tais dados podem ser observados no gráfico e na tabela abaixo, respectivamente.

Gráfico 4. Divisão por Número de Visitantes por Grupo

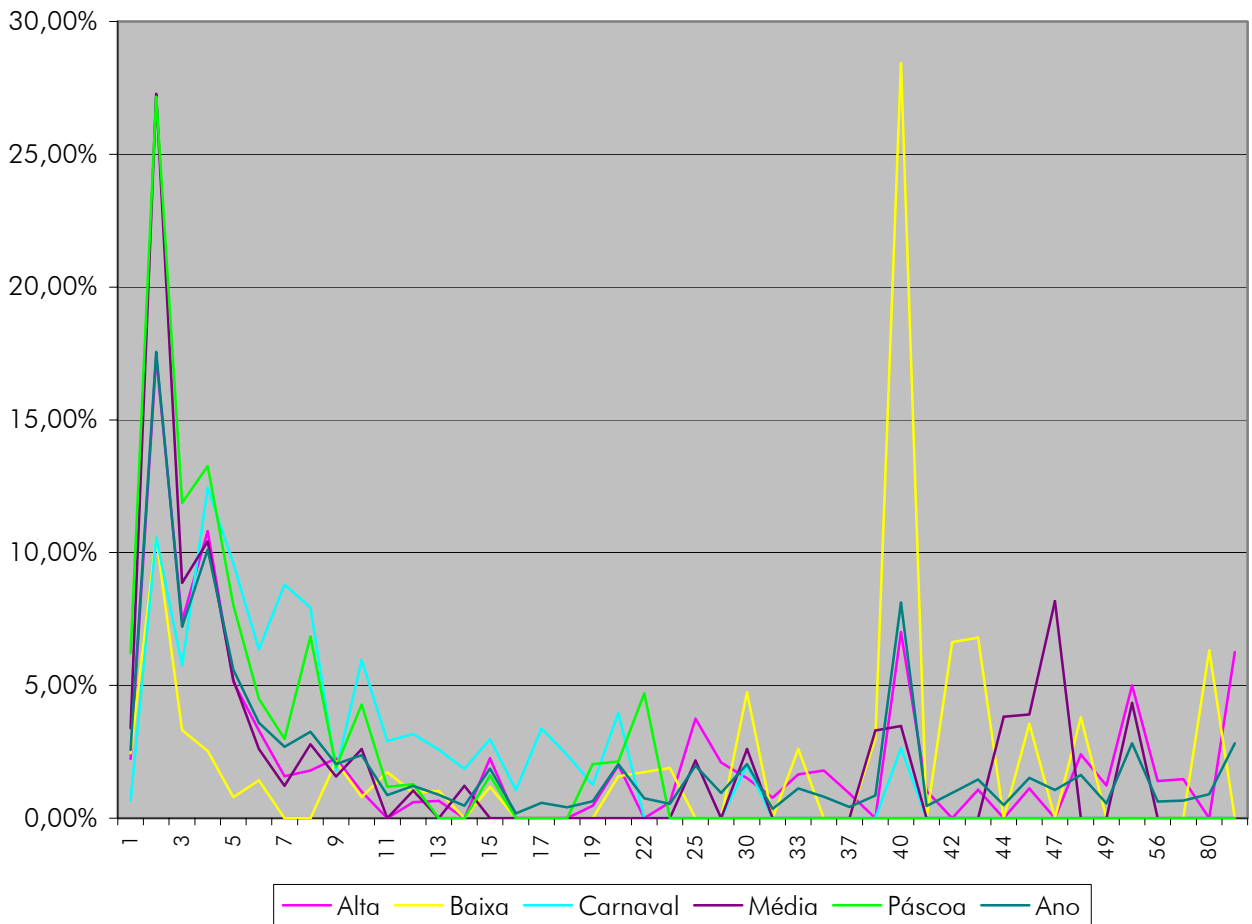


Quadro 5. Divisão por Número de Visitantes por Grupo

Visitantes por Grupo	Total
1	227
2	1556
3	639
4	896
5	495
6	318
7	238
8	288
9	180
10	210
11	77
12	108
13	78
14	42
15	165
16	16
17	51
18	36
19	57
20	180
22	66
24	48
25	175
28	84
30	180
31	31
33	99
36	72
37	37
38	76
40	720
41	41
42	84
43	129
44	44
45	135
47	94
48	144
49	49
50	250
56	56
59	59
80	80
250	250
Total geral	8860

Em todos os períodos representados no gráfico a seguir predominam os grupos com uma quantidade inferior a 5 pessoas, com exceção da Baixa Temporada, onde se destacam grupos formados por 40 pessoas.

Gráfico 5. Divisão do Número de Visitantes por Estação

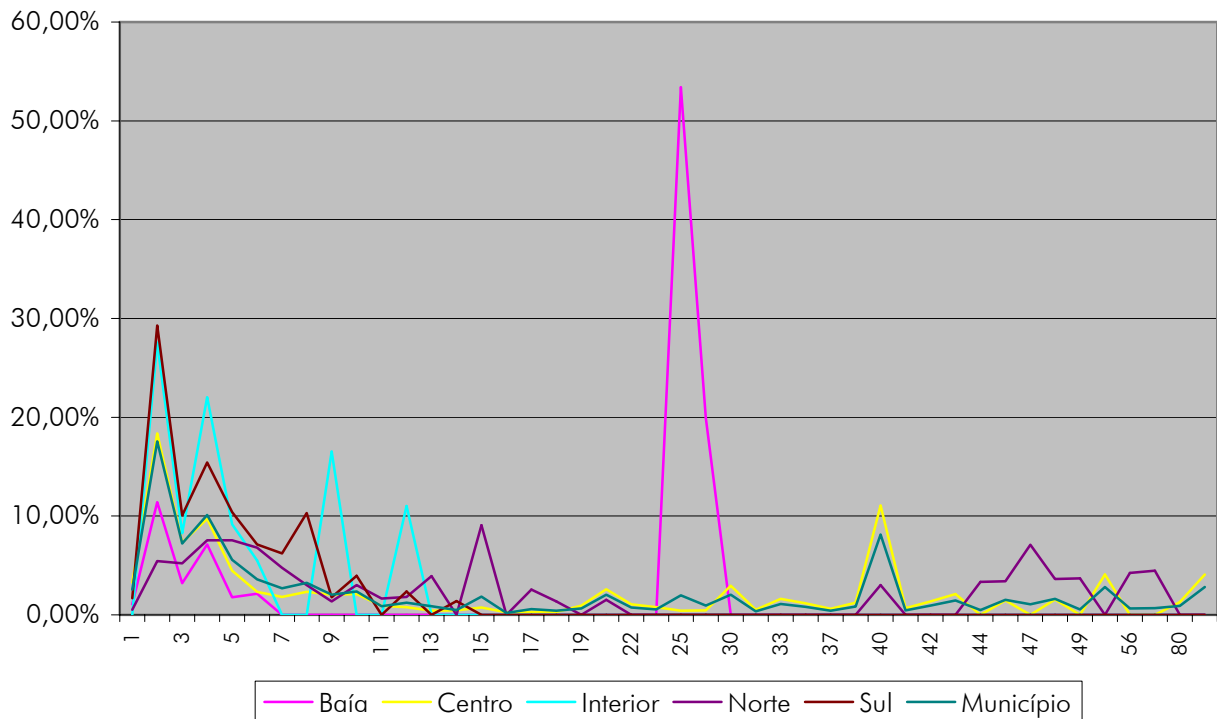


Quadro 6. Divisão do Número de Visitantes por Estação

Visitantes por Grupo	Alta	Baixa	Carnaval	Média	Páscoa	Ano
1	2,23%	2,45%	0,66%	3,39%	6,20%	2,56%
2	17,37%	10,58%	10,58%	27,28%	27,17%	17,56%
3	7,43%	3,32%	5,75%	8,86%	11,87%	7,21%
4	10,81%	2,53%	12,43%	10,43%	13,26%	10,11%
5	5,13%	0,79%	9,59%	5,21%	8,02%	5,59%
6	3,30%	1,42%	6,35%	2,61%	4,49%	3,59%
7	1,58%	0,00%	8,80%	1,22%	2,99%	2,69%
8	1,80%	0,00%	7,94%	2,78%	6,84%	3,25%
9	2,25%	2,13%	1,79%	1,56%	1,93%	2,03%
10	1,00%	0,79%	5,95%	2,61%	4,28%	2,37%
11	0,00%	1,74%	2,91%	0,00%	1,18%	0,87%
12	0,60%	0,95%	3,17%	1,04%	1,28%	1,22%
13	0,65%	1,03%	2,58%	0,00%	0,00%	0,88%
14	0,00%	0,00%	1,85%	1,22%	0,00%	0,47%
15	2,25%	1,18%	2,98%	0,00%	1,60%	1,86%
16	0,00%	0,00%	1,06%	0,00%	0,00%	0,18%
17	0,00%	0,00%	3,37%	0,00%	0,00%	0,58%
18	0,00%	0,00%	2,38%	0,00%	0,00%	0,41%
19	0,48%	0,00%	1,26%	0,00%	2,03%	0,64%
20	2,00%	1,58%	3,97%	0,00%	2,14%	2,03%
22	0,00%	1,74%	0,00%	0,00%	4,71%	0,74%
24	0,60%	1,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,54%
25	3,75%	0,00%	0,00%	2,17%	0,00%	1,98%
28	2,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,95%
30	1,50%	4,74%	1,98%	2,61%	0,00%	2,03%
31	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,35%
33	1,65%	2,61%	0,00%	0,00%	0,00%	1,12%
36	1,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,81%
37	0,93%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,42%
38	0,00%	3,00%	0,00%	3,30%	0,00%	0,86%
40	7,01%	28,44%	2,65%	3,48%	0,00%	8,13%
41	1,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,46%
42	0,00%	6,64%	0,00%	0,00%	0,00%	0,95%
43	1,08%	6,79%	0,00%	0,00%	0,00%	1,46%
44	0,00%	0,00%	0,00%	3,82%	0,00%	0,50%
45	1,13%	3,55%	0,00%	3,91%	0,00%	1,52%
47	0,00%	0,00%	0,00%	8,17%	0,00%	1,06%
48	2,40%	3,79%	0,00%	0,00%	0,00%	1,63%
49	1,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,55%
50	5,01%	0,00%	0,00%	4,34%	0,00%	2,82%
56	1,40%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,63%
59	1,48%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,67%
80	0,00%	6,32%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%
250	6,26%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%
Total geral	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Em todas as regiões pesquisadas predomina também a existência de pequenos grupos, com até 5 pessoas. Observa-se também que a região da baía apresenta um número considerável de grupos composto por cerca de 25 pessoas.

Gráfico 6. Divisão do Número de Visitantes por Região



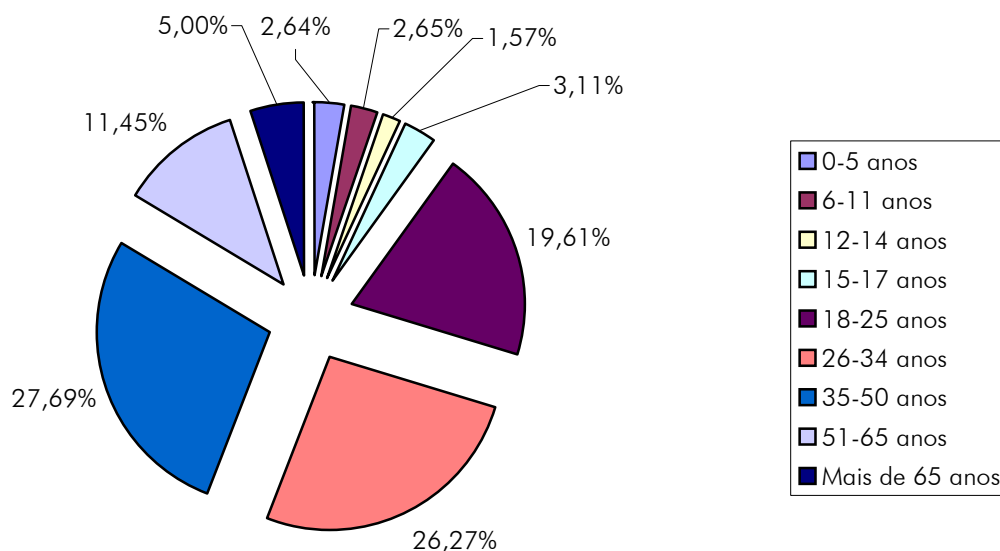
Quadro 7. Divisão do Número de Visitantes por Região

Visitantes por Grupo	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
1	1,07%	3,26%	0,00%	0,53%	1,68%	2,56%
2	11,39%	18,35%	27,52%	5,44%	29,28%	17,56%
3	3,20%	7,33%	8,26%	5,21%	10,09%	7,21%
4	7,12%	9,71%	22,02%	7,55%	15,43%	10,11%
5	1,78%	4,48%	9,17%	7,55%	10,39%	5,59%
6	2,14%	2,35%	5,50%	6,80%	7,12%	3,59%
7	0,00%	1,83%	0,00%	4,76%	6,23%	2,69%
8	0,00%	2,35%	0,00%	3,02%	10,29%	3,25%
9	0,00%	2,05%	16,51%	1,36%	1,78%	2,03%
10	0,00%	2,12%	0,00%	3,02%	3,96%	2,37%
11	0,00%	0,90%	0,00%	1,66%	0,00%	0,87%
12	0,00%	0,78%	11,01%	1,81%	2,37%	1,22%
13	0,00%	0,42%	0,00%	3,93%	0,00%	0,88%
14	0,00%	0,46%	0,00%	0,00%	1,38%	0,47%
15	0,00%	0,73%	0,00%	9,06%	0,00%	1,86%
16	0,00%	0,26%	0,00%	0,00%	0,00%	0,18%
17	0,00%	0,28%	0,00%	2,57%	0,00%	0,58%
18	0,00%	0,29%	0,00%	1,36%	0,00%	0,41%
19	0,00%	0,93%	0,00%	0,00%	0,00%	0,64%
20	0,00%	2,61%	0,00%	1,51%	0,00%	2,03%
22	0,00%	1,08%	0,00%	0,00%	0,00%	0,74%
24	0,00%	0,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,54%
25	53,38%	0,41%	0,00%	0,00%	0,00%	1,98%
28	19,93%	0,46%	0,00%	0,00%	0,00%	0,95%
30	0,00%	2,93%	0,00%	0,00%	0,00%	2,03%
31	0,00%	0,51%	0,00%	0,00%	0,00%	0,35%
33	0,00%	1,61%	0,00%	0,00%	0,00%	1,12%
36	0,00%	1,17%	0,00%	0,00%	0,00%	0,81%
37	0,00%	0,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,42%
38	0,00%	1,24%	0,00%	0,00%	0,00%	0,86%
40	0,00%	11,08%	0,00%	3,02%	0,00%	8,13%
41	0,00%	0,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,46%
42	0,00%	1,37%	0,00%	0,00%	0,00%	0,95%
43	0,00%	2,10%	0,00%	0,00%	0,00%	1,46%
44	0,00%	0,00%	0,00%	3,32%	0,00%	0,50%
45	0,00%	1,47%	0,00%	3,40%	0,00%	1,52%
47	0,00%	0,00%	0,00%	7,10%	0,00%	1,06%
48	0,00%	1,56%	0,00%	3,63%	0,00%	1,63%
49	0,00%	0,00%	0,00%	3,70%	0,00%	0,55%
50	0,00%	4,07%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%
56	0,00%	0,00%	0,00%	4,23%	0,00%	0,63%
59	0,00%	0,00%	0,00%	4,46%	0,00%	0,67%
80	0,00%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,90%
250	0,00%	4,07%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%
Total geral	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.2. Faixa Etária

Percebe-se no gráfico a seguir a predominância das seguintes faixas etárias: 35-50 anos, com mais de 27% do total e de 26-34 com aproximadamente 26%.

Gráfico 7. Divisão dos Visitantes por Faixa Etária

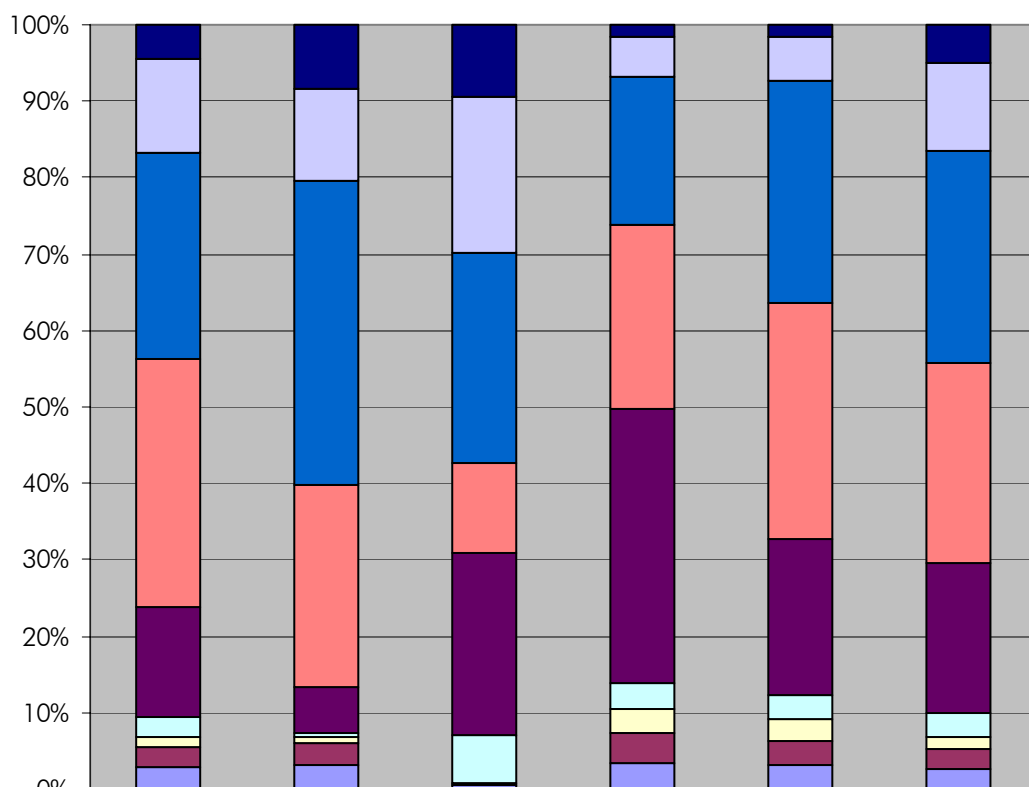


Quadro 8. Divisão dos Visitantes por Faixa Etária

Faixa Etária	Visitantes
0-5 anos	2,23%
6-11 anos	2,25%
12-14 anos	1,33%
15-17 anos	2,63%
18-25 anos	16,59%
26-34 anos	22,22%
35-50 anos	23,43%
51-65 anos	9,68%
Mais de 65 anos	4,23%
Não Respondeu	15,40%
Total	100,00%

Dentre as informações presentes no gráfico subsequente, destaca-se uma média superior do número de pessoas da terceira idade, nos períodos de Média e Baixa Estação. O público jovem, com até 25 anos, representa cerca de 50% do público total de Paraty durante o Carnaval.

Gráfico 8. Divisão dos Visitantes por Faixa Etária por Estação



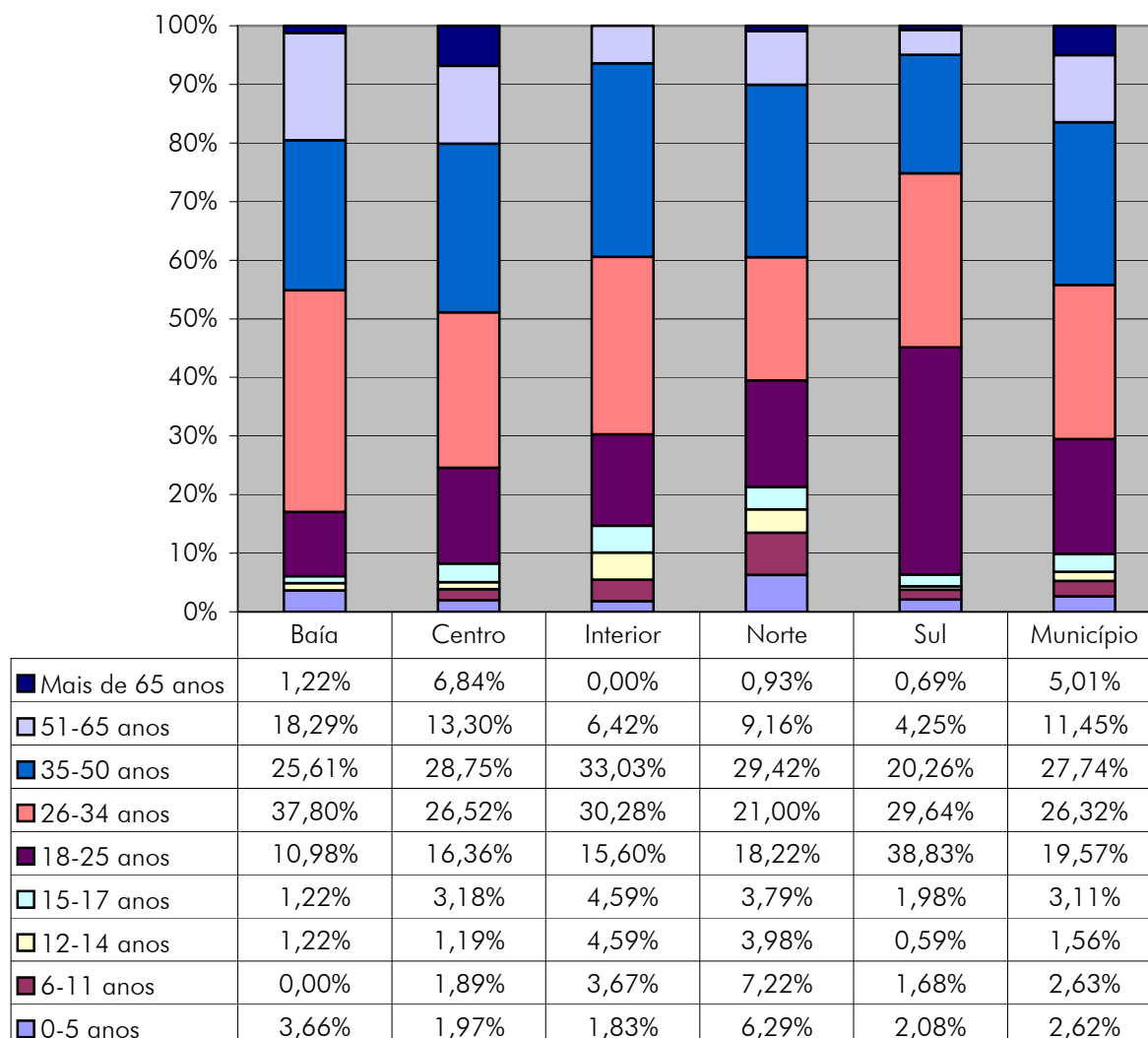
	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
■ Mais de 65 anos	4,50%	8,45%	9,55%	1,53%	1,44%	5,01%
■ 51-65 anos	12,15%	12,02%	20,41%	5,24%	5,91%	11,45%
■ 35-50 anos	27,09%	39,81%	27,41%	19,36%	29,13%	27,74%
■ 26-34 anos	32,31%	26,48%	11,77%	24,07%	30,71%	26,32%
■ 18-25 anos	14,47%	5,92%	23,79%	36,01%	20,47%	19,57%
■ 15-17 anos	2,66%	0,44%	6,26%	3,38%	3,28%	3,11%
■ 12-14 anos	1,23%	0,96%	0,25%	3,05%	2,89%	1,56%
■ 6-11 anos	2,73%	2,87%	0,16%	3,98%	3,15%	2,63%
■ 0-5 anos	2,87%	3,05%	0,41%	3,38%	3,02%	2,62%

Quadro 9. Divisão dos Visitantes por Faixa Etária por Período

Faixas Etárias	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
0-5 anos	2,87%	3,05%	0,41%	3,38%	3,02%	2,62%
6-11 anos	2,73%	2,87%	0,16%	3,98%	3,15%	2,63%
12-14 anos	1,23%	0,96%	0,25%	3,05%	2,89%	1,56%
15-17 anos	2,66%	0,44%	6,26%	3,38%	3,28%	3,11%
18-25 anos	14,47%	5,92%	23,79%	36,01%	20,47%	19,57%
26-34 anos	32,31%	26,48%	11,77%	24,07%	30,71%	26,32%
35-50 anos	27,09%	39,81%	27,41%	19,36%	29,13%	27,74%
51-65 anos	12,15%	12,02%	20,41%	5,24%	5,91%	11,45%
Mais de 65 anos	4,50%	8,45%	9,55%	1,53%	1,44%	5,01%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

A região da baía tem um público predominantemente adulto, já que mais de 80% dos visitantes possuem mais de 26 anos de idade. Em contrapartida, a região sul do município tem como maioria a faixa etária de 18 a 25 anos.

Gráfico 9. Divisão de Visitantes por Faixa Etária por Região



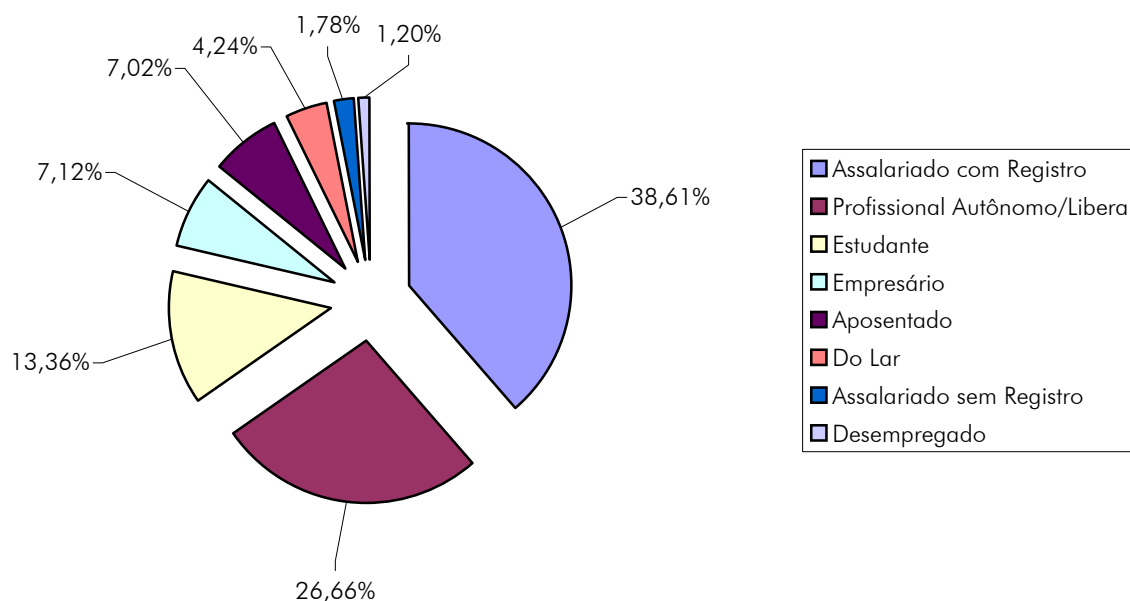
Quadro 10. Divisão dos Visitantes por Faixa Etária por Região

Faixas Etárias	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
0-5 anos	3,66%	1,97%	1,83%	6,29%	2,08%	2,62%
6-11 anos	0,00%	1,89%	3,67%	7,22%	1,68%	2,63%
12-14 anos	1,22%	1,19%	4,59%	3,98%	0,59%	1,56%
15-17 anos	1,22%	3,18%	4,59%	3,79%	1,98%	3,11%
18-25 anos	10,98%	16,36%	15,60%	18,22%	38,83%	19,57%
26-34 anos	37,80%	26,52%	30,28%	21,00%	29,64%	26,32%
35-50 anos	25,61%	28,75%	33,03%	29,42%	20,26%	27,74%
51-65 anos	18,29%	13,30%	6,42%	9,16%	4,25%	11,45%
Mais de 65 anos	1,22%	6,84%	0,00%	0,93%	0,69%	5,01%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.3. Ocupação Profissional

Como pode ser visto no gráfico abaixo, mais de 38% dos visitantes são assalariados com registro. Em segundo lugar aparecem os profissionais autônomos ou liberais com 26,6%.

Gráfico 10. Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional

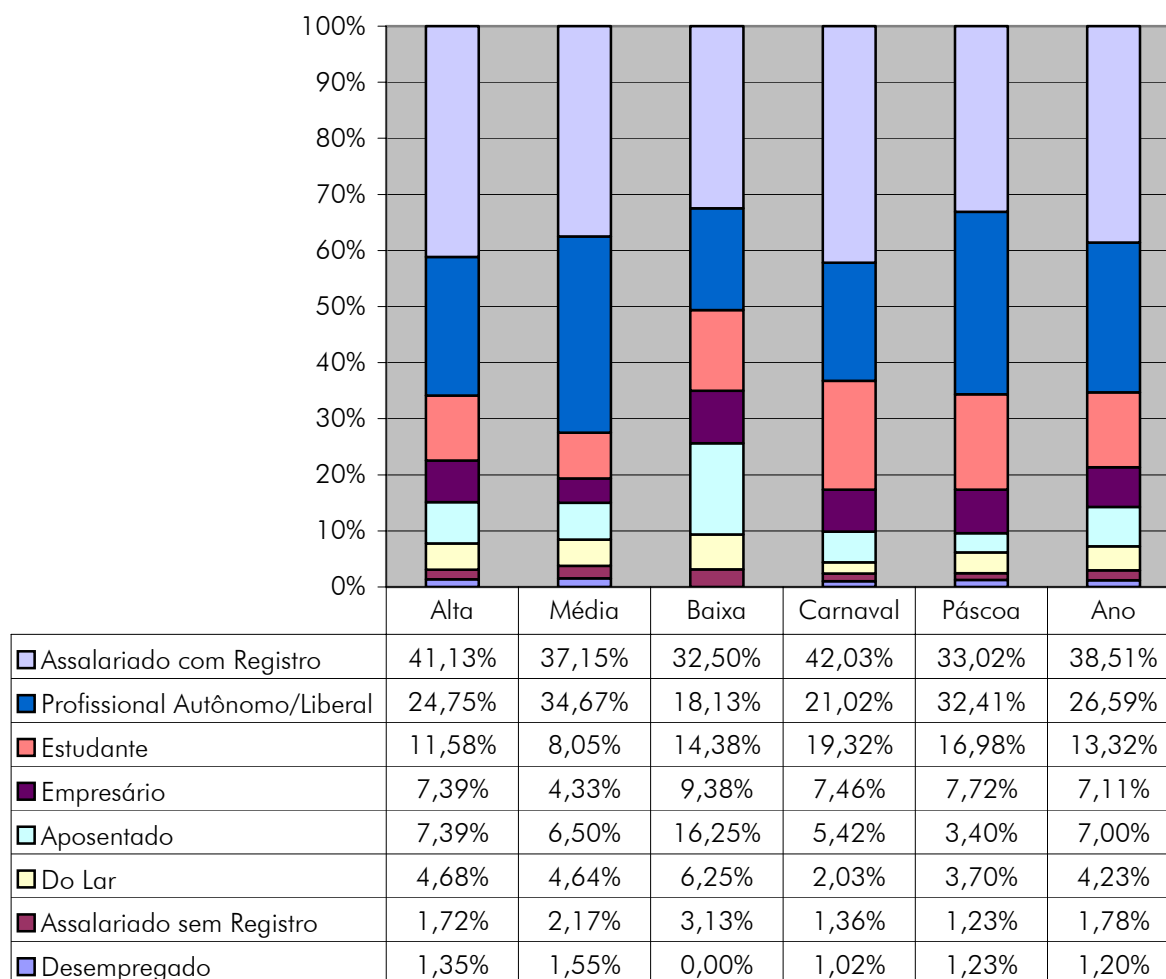


Quadro 11. Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional

Ocupação Principal	Visitantes
Assalariado com Registro	38,51%
Profissional Autônomo/Liberal	26,59%
Estudante	13,32%
Empresário	7,11%
Aposentado	7,00%
Do Lar	4,23%
Assalariado sem Registro	1,78%
Desempregado	1,20%
Não Informou	0,26%
Total	100,00%

No período da Média Estação, nota-se o número de profissionais autônomos acima da média. Já na Baixa Temporada é onde se observa o maior número de aposentados entre todos os períodos. Por último, destaca-se que os dois feriados apresentam maior quantidade de estudantes em relação as demais estações.

Gráfico 11. Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional por Estação

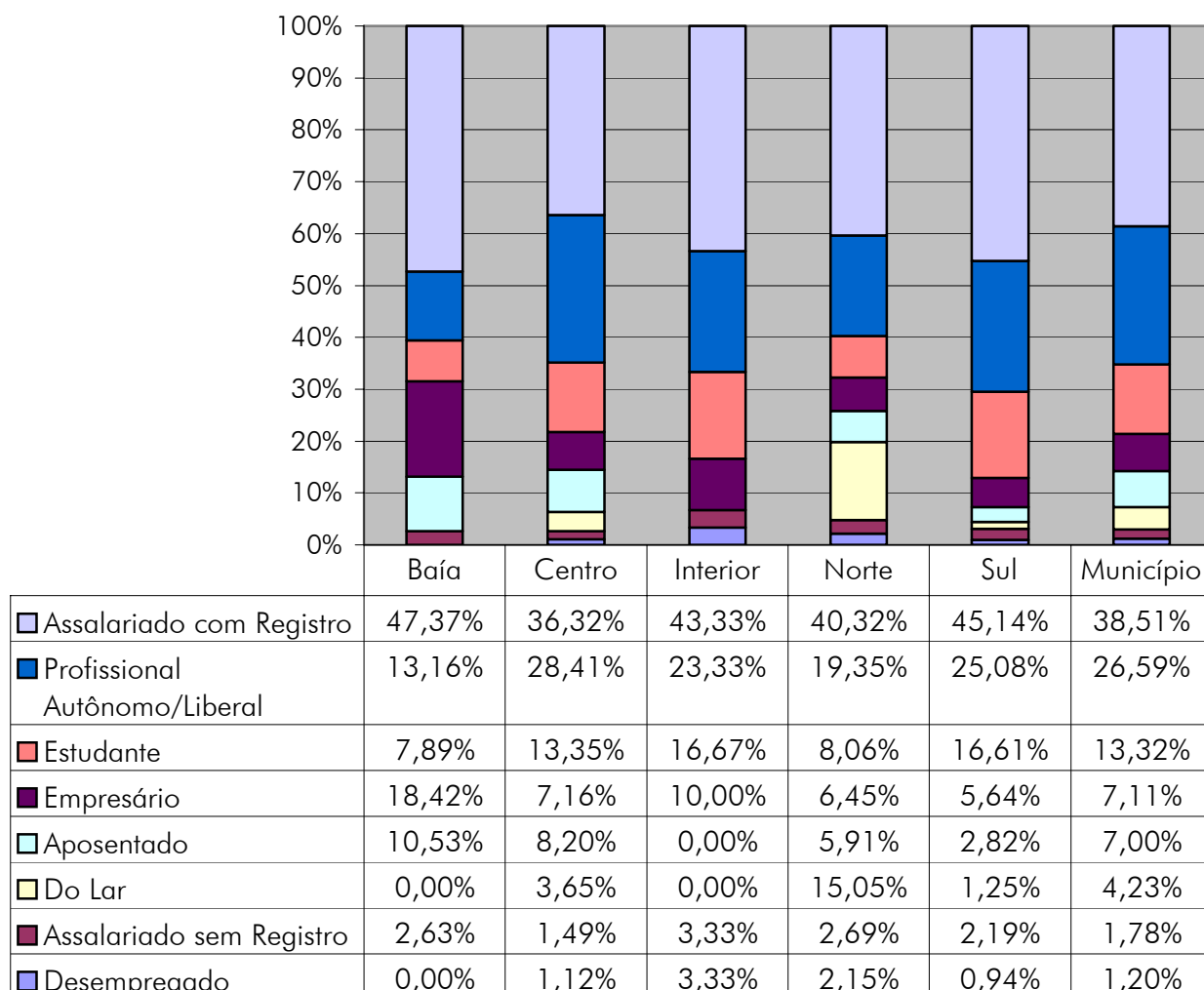


Quadro 12. Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional por Estação

Ocupação Principal	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Desempregado	1,35%	1,55%	0,00%	1,02%	1,23%	1,20%
Assalariado sem Registro	1,72%	2,17%	3,13%	1,36%	1,23%	1,78%
Do Lar	4,68%	4,64%	6,25%	2,03%	3,70%	4,23%
Aposentado	7,39%	6,50%	16,25%	5,42%	3,40%	7,00%
Empresário	7,39%	4,33%	9,38%	7,46%	7,72%	7,11%
Estudante	11,58%	8,05%	14,38%	19,32%	16,98%	13,32%
Profissional Autônomo/Liberal	24,75%	34,67%	18,13%	21,02%	32,41%	26,59%
Assalariado com Registro	41,13%	37,15%	32,50%	42,03%	33,02%	38,51%
Não Informou	0,00%	0,93%	0,00%	0,34%	0,31%	0,26%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

As regiões que apresentam o maior número de estudantes são o Interior e o Sul. Com relação aos visitantes que possuem a ocupação profissional do lar, destaca-se a região Norte do município de Paraty.

Gráfico 12. Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional por Região



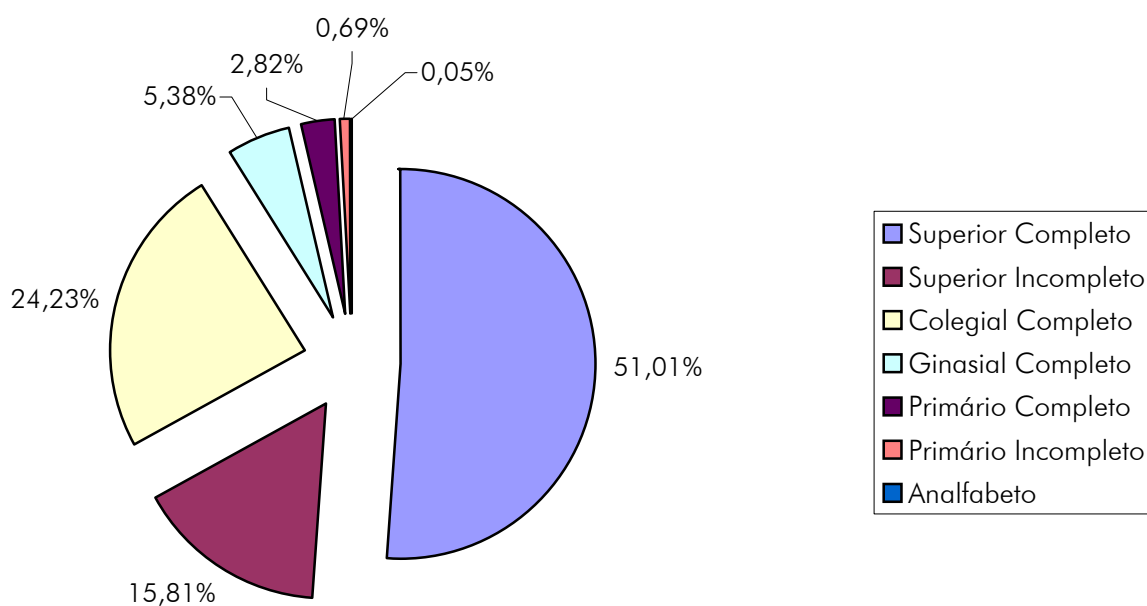
Quadro 13. Divisão dos Visitantes por Ocupação Profissional por Região

Ocupação Principal	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Desempregado	0,00%	1,12%	3,33%	2,15%	0,94%	1,20%
Assalariado sem Registro	2,63%	1,49%	3,33%	2,69%	2,19%	1,78%
Do Lar	0,00%	3,65%	0,00%	15,05%	1,25%	4,23%
Aposentado	10,53%	8,20%	0,00%	5,91%	2,82%	7,00%
Empresário	18,42%	7,16%	10,00%	6,45%	5,64%	7,11%
Estudante	7,89%	13,35%	16,67%	8,06%	16,61%	13,32%
Profissional Autônomo/Liberal	13,16%	28,41%	23,33%	19,35%	25,08%	26,59%
Assalariado com Registro	47,37%	36,32%	43,33%	40,32%	45,14%	38,51%
Não Informou	0,00%	0,30%	0,00%	0,00%	0,31%	0,26%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.4. Grau de Instrução

Considerando o Grau de Instrução, mais da metade dos visitantes possui o grau superior completo, e mais de 90% possuem pelo menos o segundo grau completo. Os analfabetos praticamente inexistem.

Gráfico 13. Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução

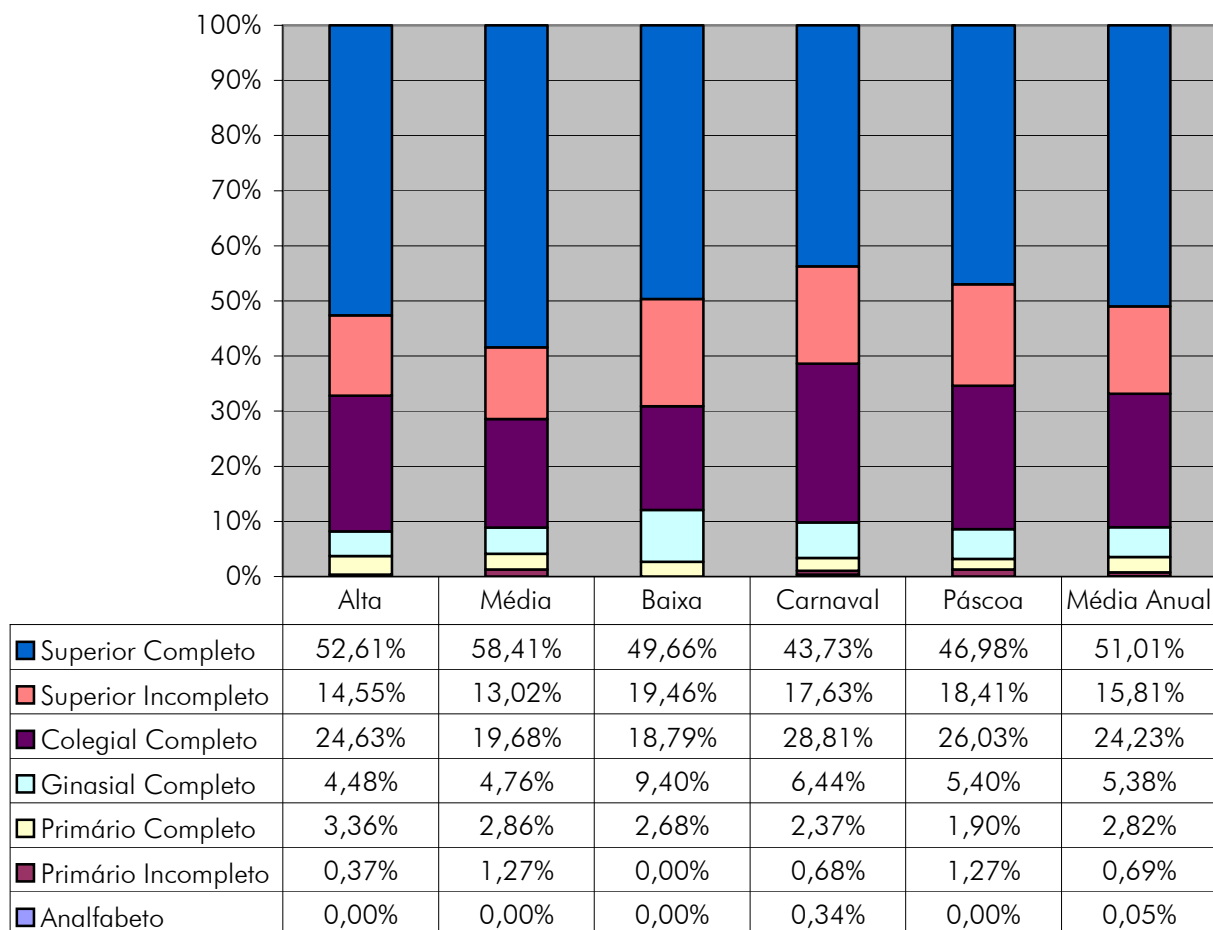


Quadro 14. Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução

Grau de Instrução	Visitantes
Superior Completo	50,05%
Superior Incompleto	15,52%
Colegial Completo	23,77%
Ginásial Completo	5,28%
Primário Completo	2,77%
Primário Incompleto	0,68%
Analfabeto	0,05%
Não Informou	1,88%
Total	100,00%

Nota-se que a distribuição dos visitantes por estação dá-se praticamente de forma equânime.

Gráfico 14. Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução por Estação

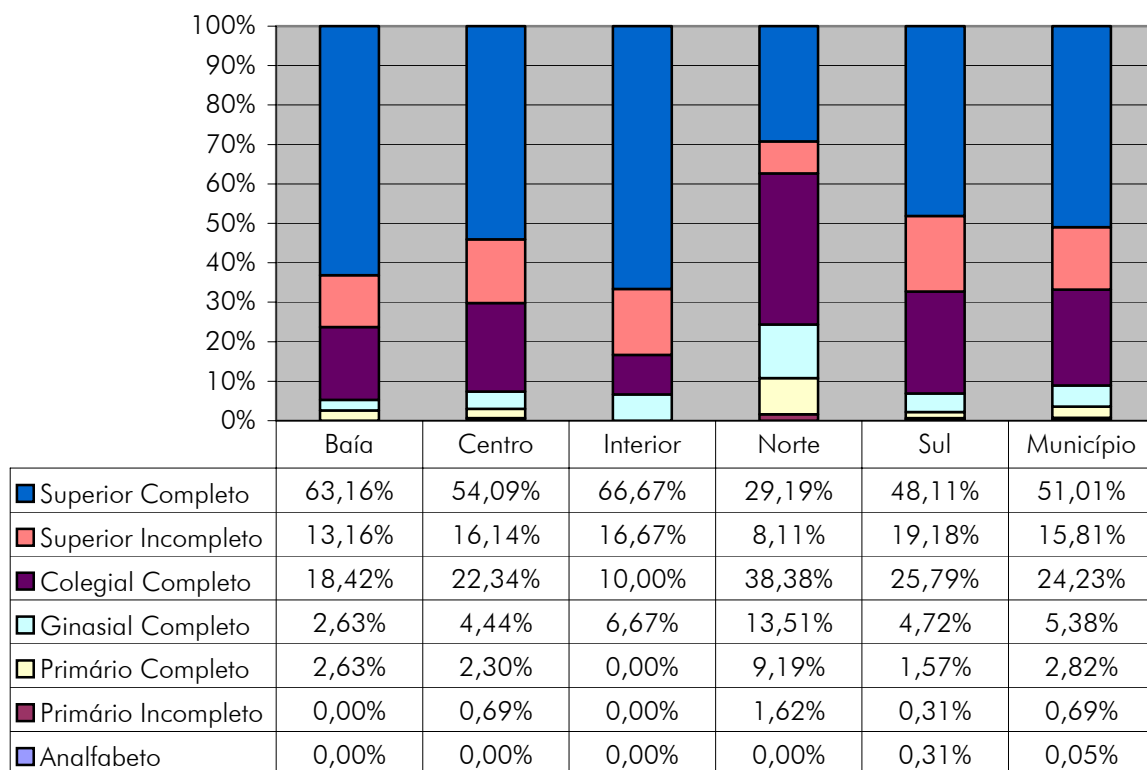


Quadro 15. Divisão dos Turistas por Grau de Instrução por Estação

Estação	Analfabeto	Primário Incompleto	Primário Completo	Ginásial Completo	Colegial Completo	Superior Incompleto	Superior Completo	Total
Alta	0,00%	0,37%	3,36%	4,48%	24,63%	14,55%	52,61%	100,00%
Média	0,00%	1,27%	2,86%	4,76%	19,68%	13,02%	58,41%	100,00%
Baixa	0,00%	0,00%	2,68%	9,40%	18,79%	19,46%	49,66%	100,00%
Carnaval	0,34%	0,68%	2,37%	6,44%	28,81%	17,63%	43,73%	100,00%
Páscoa	0,00%	1,27%	1,90%	5,40%	26,03%	18,41%	46,98%	100,00%
Média Anual	0,05%	0,69%	2,82%	5,38%	24,23%	15,81%	51,01%	100,00%

Observa-se que enquanto a média de visitantes com grau de escolaridade até o primeiro grau não ultrapassa os 10%, exceto na Região Norte que apresenta mais de 20% nesta faixa. Já o Interior apresenta uma grande concentração de visitantes com formação universitária.

Gráfico 15. Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução por Região



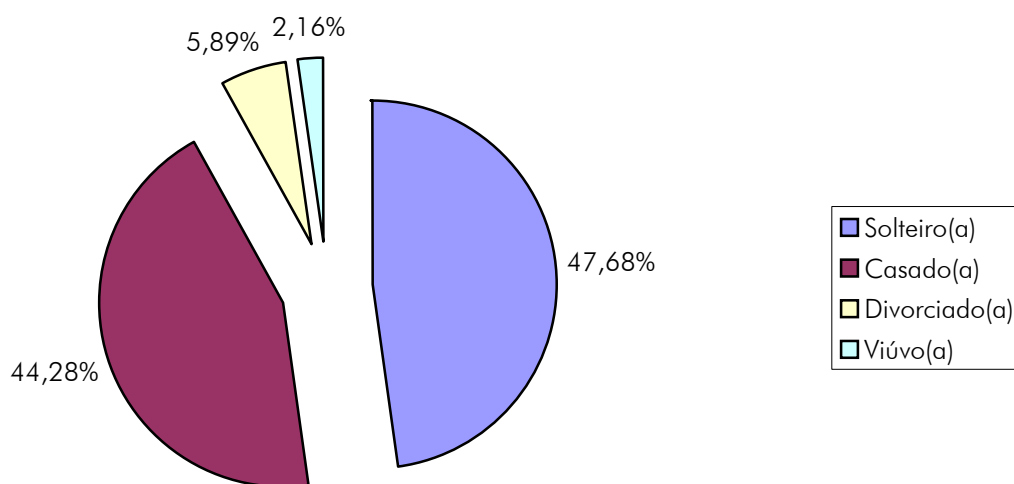
Quadro 16. Divisão dos Visitantes por Grau de Instrução por Região

Macro-Região	Analfabeto	Primário Incompleto	Primário Completo	Ginásial Completo	Colegial Completo	Superior Incompleto	Superior Completo	Total
Baía	0,00%	0,00%	2,63%	2,63%	18,42%	13,16%	63,16%	100,00%
Centro	0,00%	0,69%	2,30%	4,44%	22,34%	16,14%	54,09%	100,00%
Interior	0,00%	0,00%	0,00%	6,67%	10,00%	16,67%	66,67%	100,00%
Norte	0,00%	1,62%	9,19%	13,51%	38,38%	8,11%	29,19%	100,00%
Sul	0,31%	0,31%	1,57%	4,72%	25,79%	19,18%	48,11%	100,00%
Município	0,05%	0,69%	2,82%	5,38%	24,23%	15,81%	51,01%	100,00%

10.5. Estado Civil

No gráfico apresentado a diante, nota-se que há uma divisão equilibrada entre visitantes solteiros e casados, compreendendo ambos mais de 90% do total.

Gráfico 16. Divisão dos Visitantes por Estado Civil

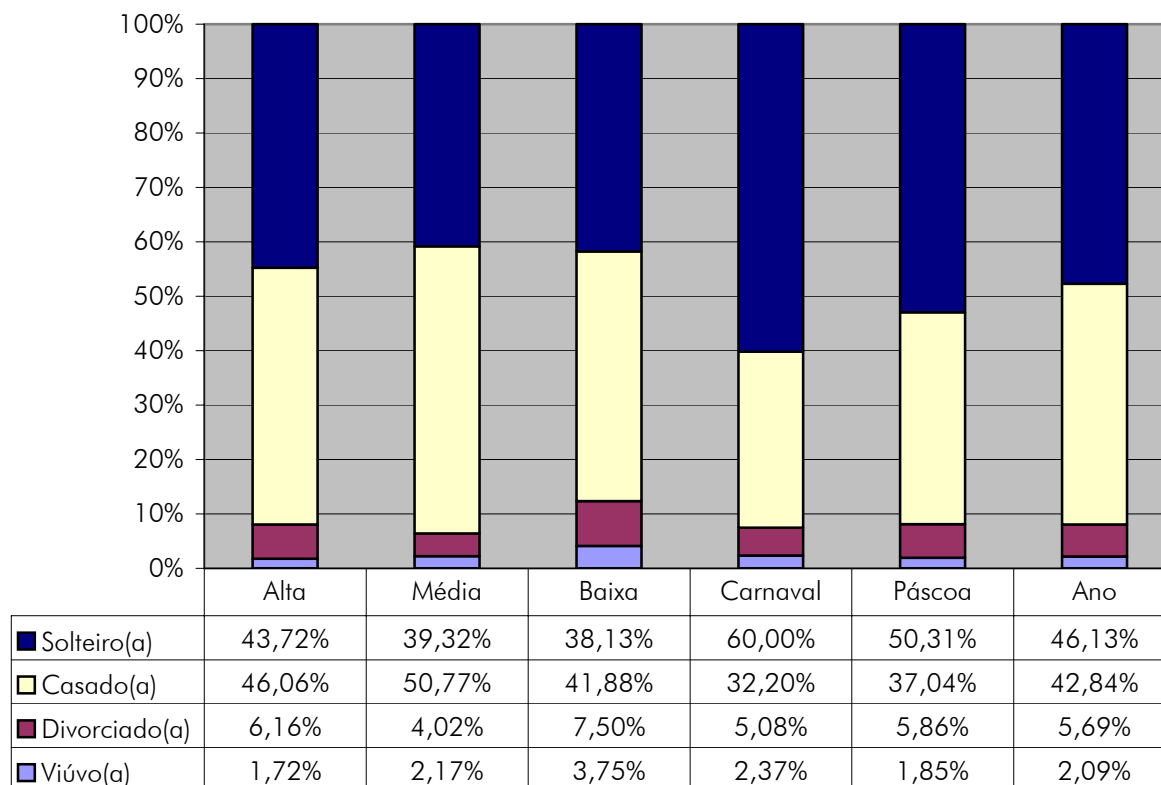


Quadro 17. Divisão dos Visitantes por Estado Civil

Estado Civil	Visitantes
Solteiro(a)	46,13%
Casado(a)	42,84%
Divorciado(a)	5,69%
Viúvo(a)	2,09%
Não Informou	3,24%
Total	100,00%

O próximo gráfico destaca a presença majoritária de solteiros apenas durante os feriados, sendo as demais estações obedecem à média total. Além disso, a Baixa Estação é o período com maior média de divorciados e viúvos.

Gráfico 17. Divisão dos Visitantes por Estado Civil por Estação

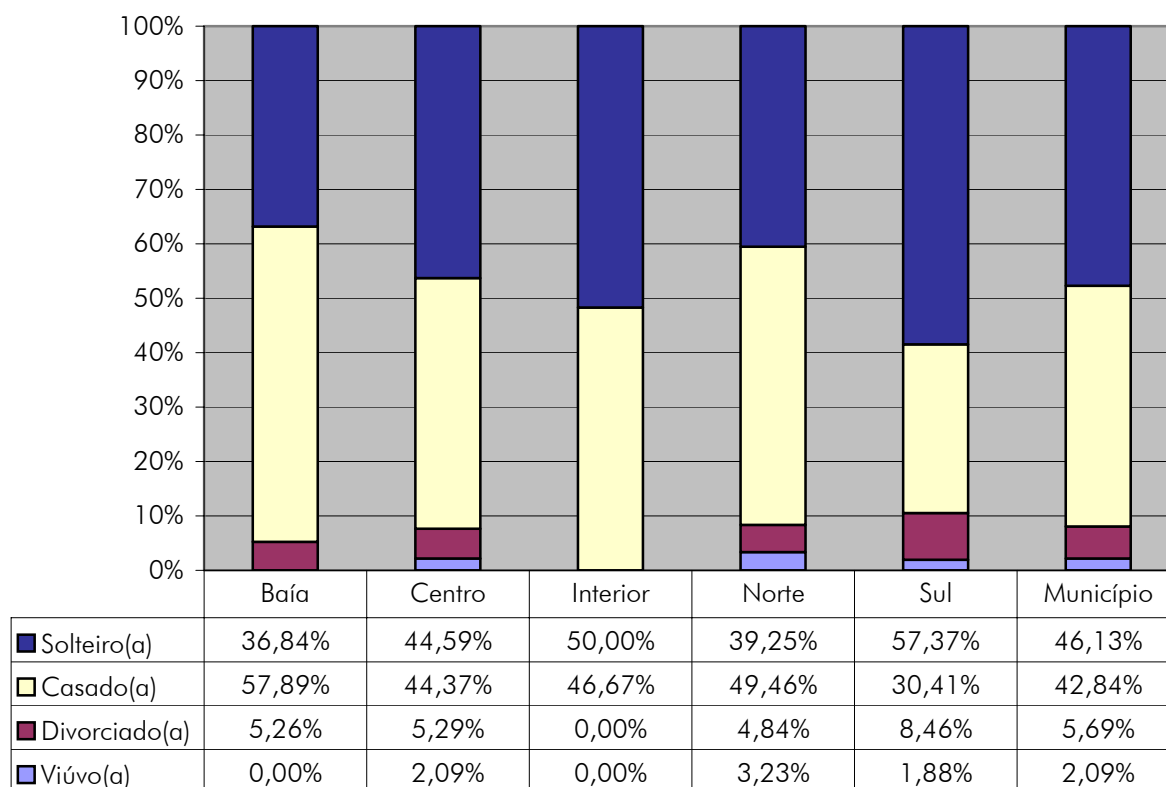


Quadro 18. Divisão dos Visitantes por Estado Civil por Estação

Estado Civil	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Viúvo(a)	1,72%	2,17%	3,75%	2,37%	1,85%	2,09%
Divorciado(a)	6,16%	4,02%	7,50%	5,08%	5,86%	5,69%
Casado(a)	46,06%	50,77%	41,88%	32,20%	37,04%	42,84%
Solteiro(a)	43,72%	39,32%	38,13%	60,00%	50,31%	46,13%
Não Informou	2,34%	3,72%	8,75%	0,34%	4,94%	3,24%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Observa-se no gráfico subsequente a predominância de visitantes casados na região da Baía. Por outro lado, os visitantes solteiros se sobressaem na região Sul de Paraty.

Gráfico 18. Divisão por Visitantes por Estado Civil por Região



Quadro 19. Divisão dos Visitantes por Estado Civil por Região

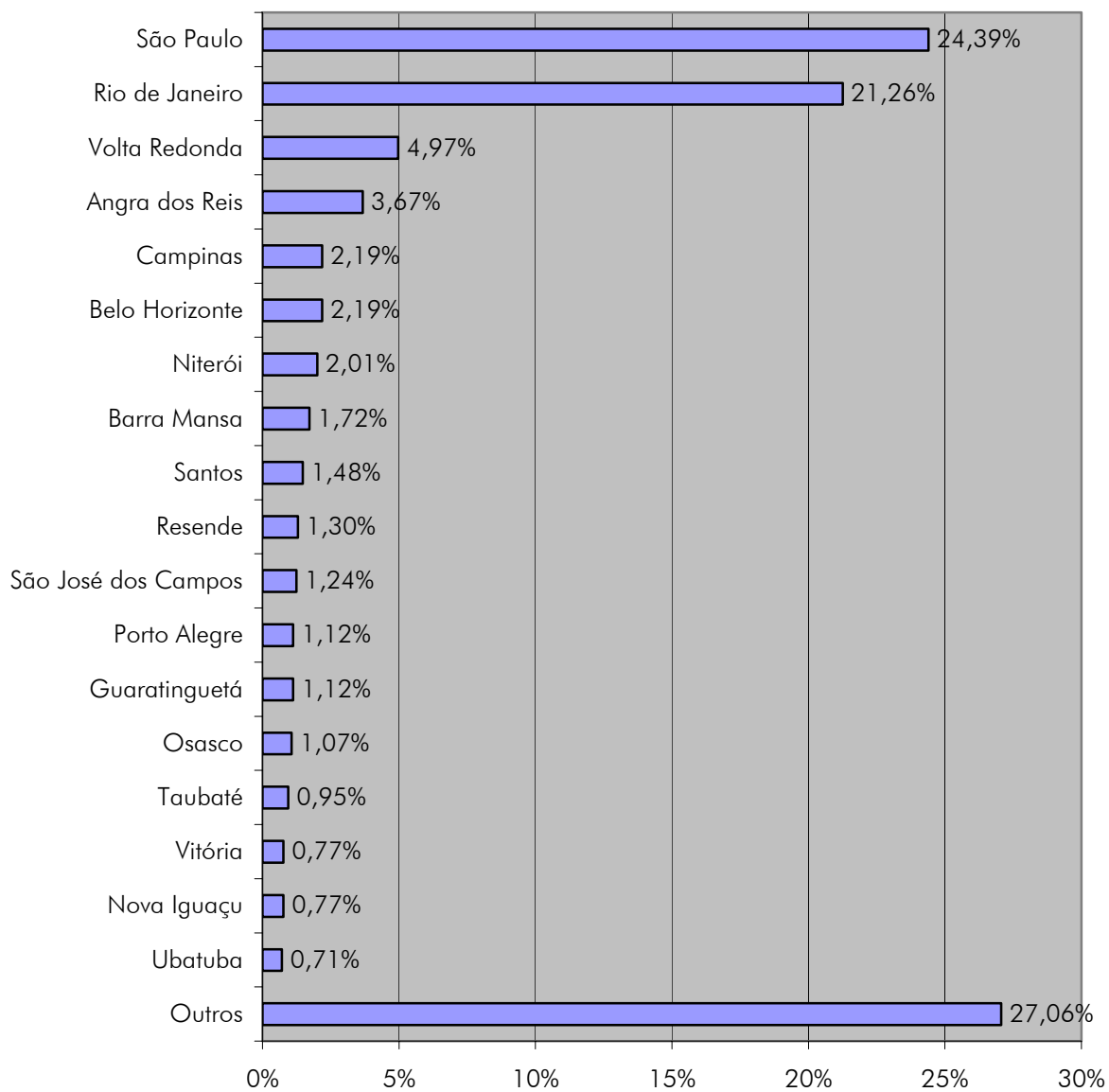
Estado Civil	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Viúvo(a)	0,00%	2,09%	0,00%	3,23%	1,88%	2,09%
Divorciado(a)	5,26%	5,29%	0,00%	4,84%	8,46%	5,69%
Casado(a)	57,89%	44,37%	46,67%	49,46%	30,41%	42,84%
Solteiro(a)	36,84%	44,59%	50,00%	39,25%	57,37%	46,13%
Não Informou	0,00%	3,65%	3,33%	3,23%	1,88%	3,24%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.6. Município de Residência

Para este item, considerou-se somente os municípios brasileiros.

Os municípios de São Paulo e Rio de Janeiro despontam como principais pólos emissores de Paraty, com leve predominância do município paulista.

Gráfico 19. Divisão de Visitantes por Município de Residência



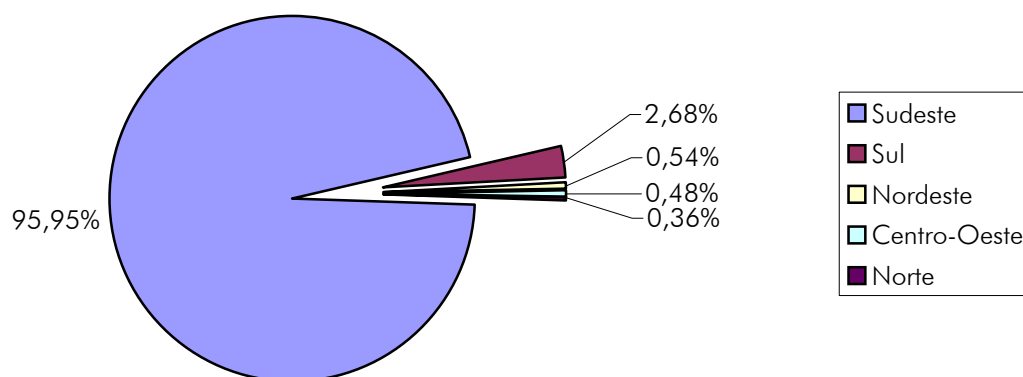
Quadro 20. Divisão de Visitantes por Município de Residência

Município	%	Nº Absoluto
São Paulo	24,39%	412
Rio de Janeiro	21,26%	359
Volta Redonda	4,97%	84
Angra dos Reis	3,67%	62
Belo Horizonte	2,19%	37
Campinas	2,19%	37
Niterói	2,01%	34
Barra Mansa	1,72%	29
Santos	1,48%	25
Resende	1,30%	22
São José dos Campos	1,24%	21
Guaratinguetá	1,12%	19
Porto Alegre	1,12%	19
Osasco	1,07%	18
Taubaté	0,95%	16
Nova Iguaçu	0,77%	13
Vitória	0,77%	13
Ubatuba	0,71%	12
Outros	27,06%	457
Total	100,00%	1689

10.7. Região e Unidade de Federação de Residência

No gráfico apresentado na seqüência, há uma grande predominância de visitantes provenientes da Região Sudeste, com mais de 95% do total.

Gráfico 20. Divisão de Visitantes por Região de Residência

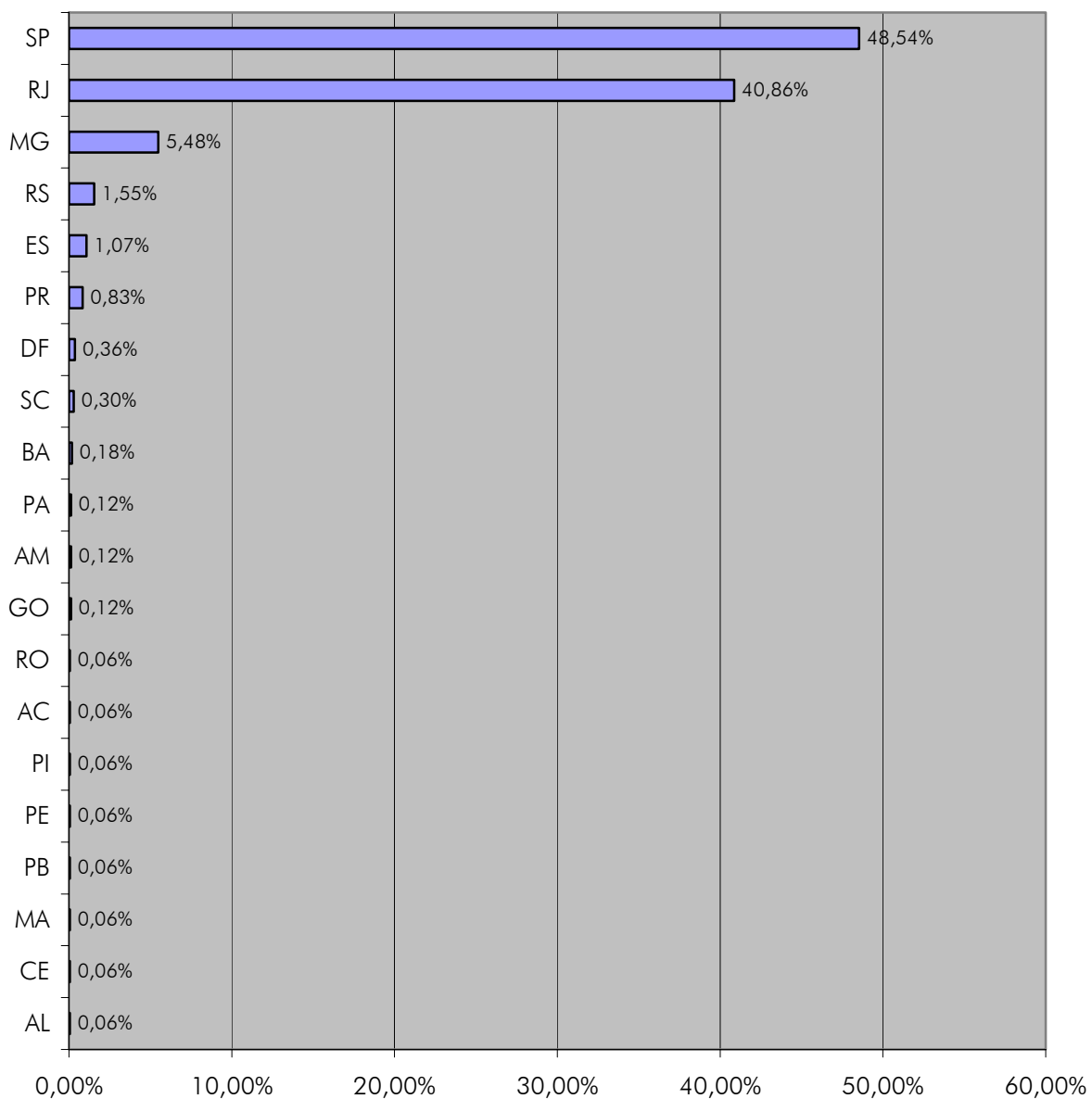


Quadro 21. Divisão de Visitantes por Região de Residência

Região de Residência	Visitantes
Sudeste	95,95%
Sul	2,68%
Nordeste	0,54%
Centro-Oeste	0,48%
Norte	0,36%
Brasil	100,00%

No que diz respeito às Unidades de Federação (UF), o estado de São Paulo responde por quase metade dos visitantes de Paraty. Em segundo lugar, tem-se o estado do Rio de Janeiro, com mais de 40% do total. Minas Gerais é a terceira Unidade da Federação em número de visitantes, com apenas 5%. Os demais estados possuem representação ínfima.

Gráfico 21. Divisão de Visitantes por UF

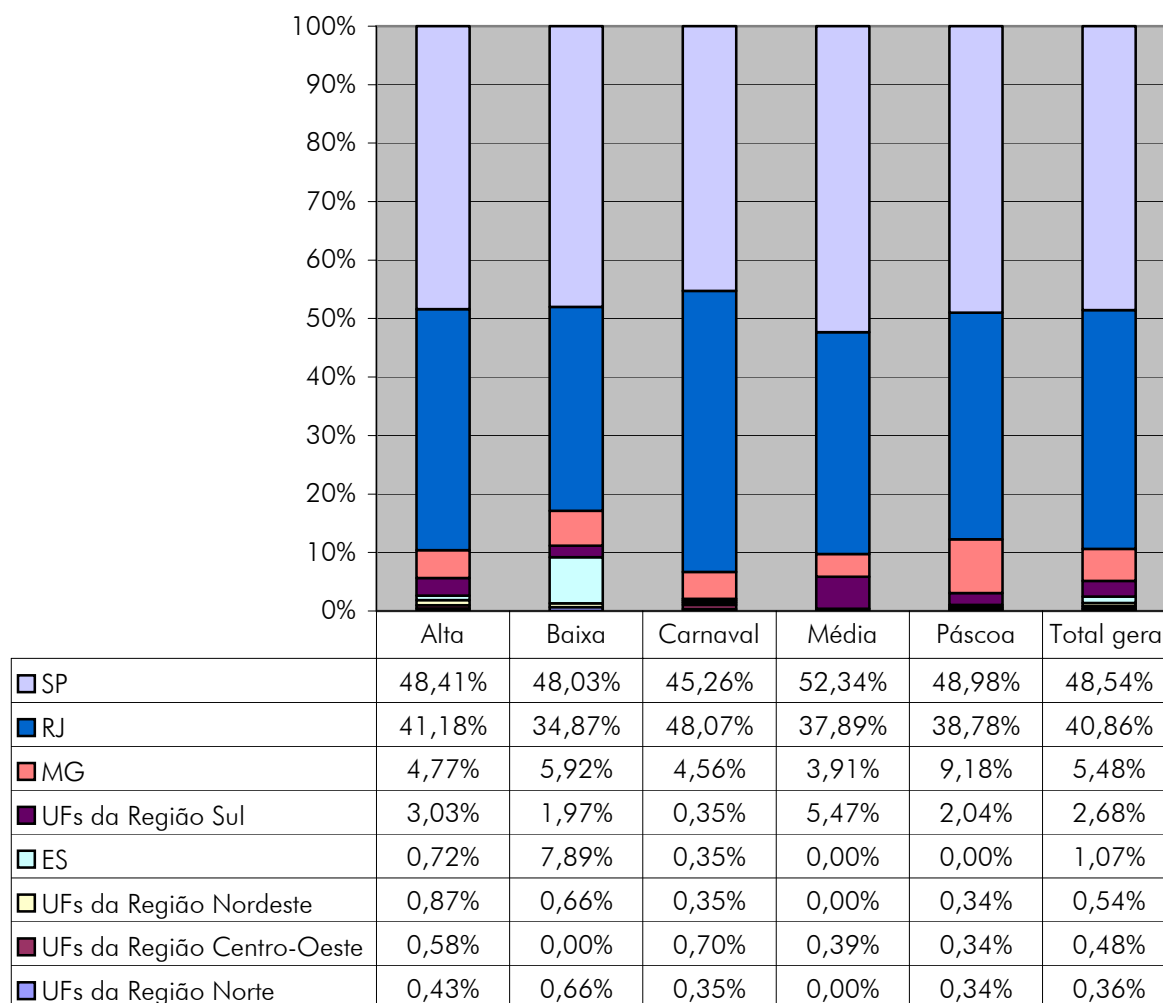


Quadro 22. Divisão de Visitantes por UF

UF de Residência	Visitantes
AL	0,06%
CE	0,06%
MA	0,06%
PB	0,06%
PE	0,06%
PI	0,06%
AC	0,06%
RO	0,06%
GO	0,12%
AM	0,12%
PA	0,12%
BA	0,18%
SC	0,30%
DF	0,36%
PR	0,83%
ES	1,07%
RS	1,55%
MG	5,48%
RJ	40,86%
SP	48,54%
Brasil	100,00%

Em todos os períodos, percebe-se a manutenção da média geral de visitantes por UF. No entanto, o período do Carnaval apresenta predominância do público fluminense.

Gráfico 22. Divisão de Visitantes por UF por Estação



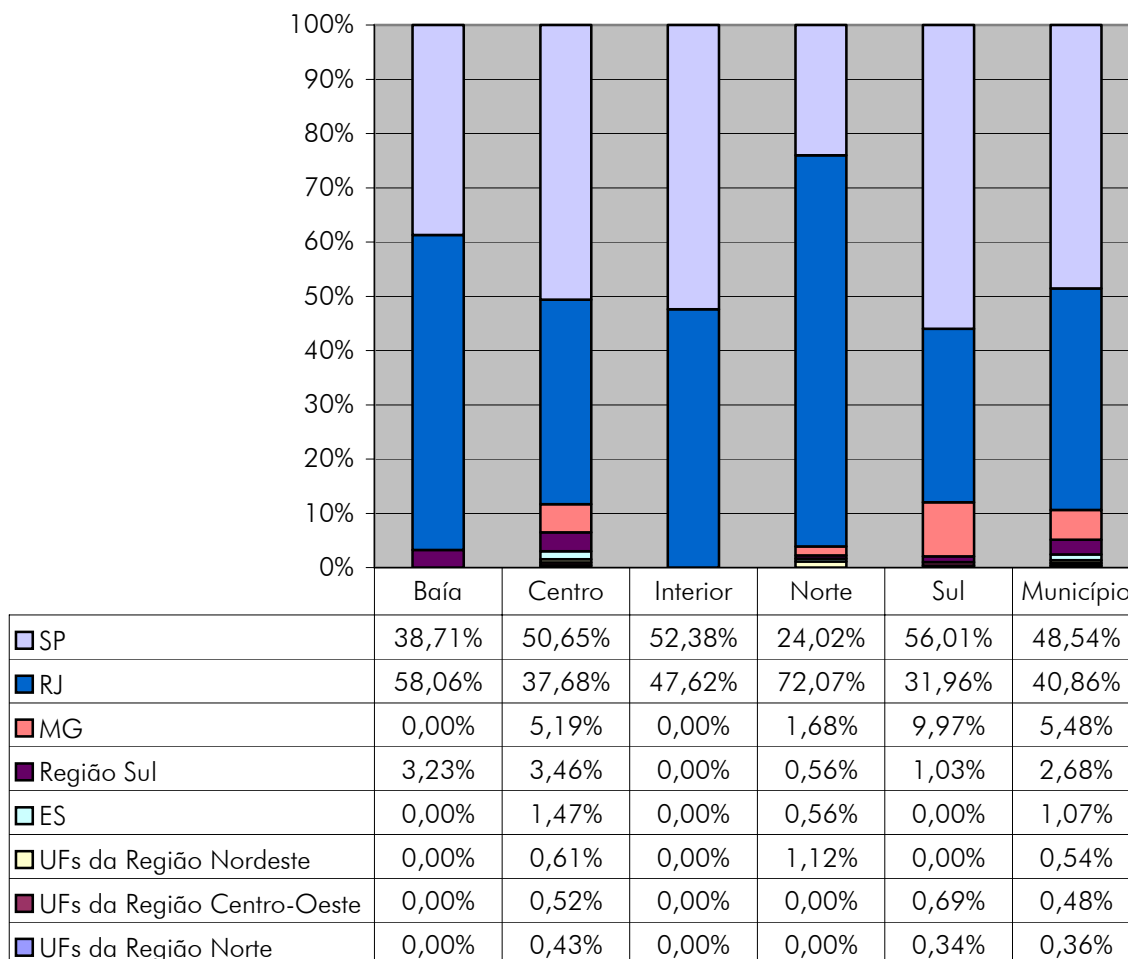
Quadro 23. Divisão de Visitantes por UF por Estação

UF de Residência	Alta	Baixa	Carnaval	Média	Páscoa	Total geral
UFs da Região Norte	0,43%	0,66%	0,35%	0,00%	0,34%	0,36%
UFs da Região Centro-Oeste	0,58%	0,00%	0,70%	0,39%	0,34%	0,48%
UFs da Região Nordeste	0,87%	0,66%	0,35%	0,00%	0,34%	0,54%
ES	0,72%	7,89%	0,35%	0,00%	0,00%	1,07%
UFs da Região Sul	3,03%	1,97%	0,35%	5,47%	2,04%	2,68%
MG	4,77%	5,92%	4,56%	3,91%	9,18%	5,48%
RJ	41,18%	34,87%	48,07%	37,89%	38,78%	40,86%
SP	48,41%	48,03%	45,26%	52,34%	48,98%	48,54%
Brasil	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

As regiões da Baía e do Norte expressam um maior fluxo de visitantes oriundos do estado do Rio de Janeiro. Já a região Sul apresenta uma média de visitantes mineiros praticamente duas vezes

superior à média geral.

Gráfico 23. Divisão de Visitantes por UF por Região

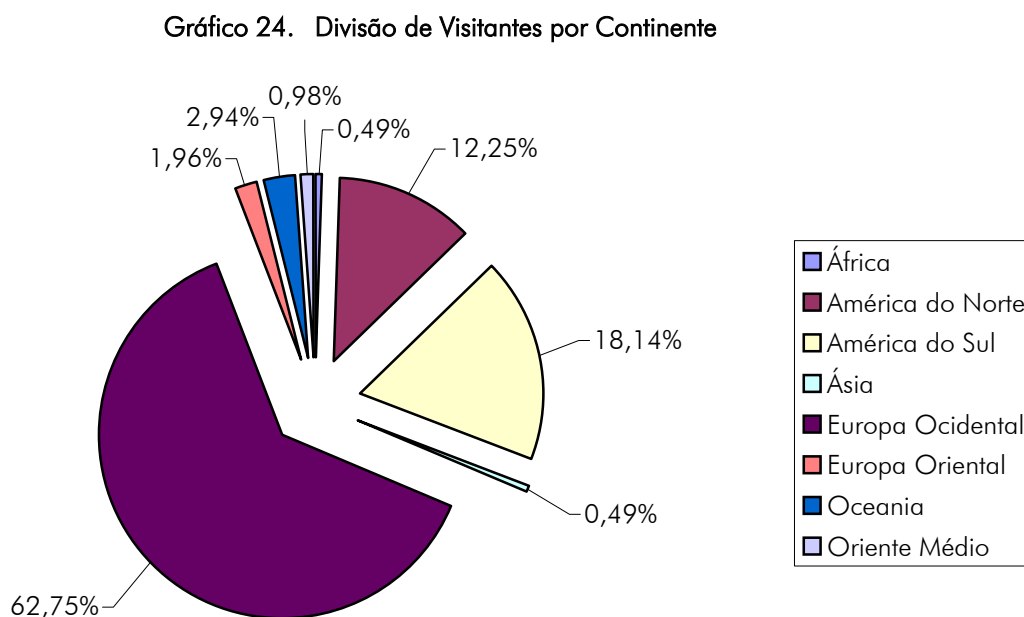


Quadro 24. Divisão de Visitantes por UF por Região

UF de Residência	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
UFs da Região Norte	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,34%	0,36%
UFs da Região Centro-Oeste	0,00%	0,52%	0,00%	0,00%	0,69%	0,48%
UFs da Região Nordeste	0,00%	0,61%	0,00%	1,12%	0,00%	0,54%
ES	0,00%	1,47%	0,00%	0,56%	0,00%	1,07%
Região Sul	3,23%	3,46%	0,00%	0,56%	1,03%	2,68%
MG	0,00%	5,19%	0,00%	1,68%	9,97%	5,48%
RJ	58,06%	37,68%	47,62%	72,07%	31,96%	40,86%
SP	38,71%	50,65%	52,38%	24,02%	56,01%	48,54%
Brasil	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.8. Continente e País de Origem

O gráfico abaixo descreve uma presença majoritária de visitantes provenientes da Europa Ocidental, com quase 63% do total. A América do Sul aparece a seguir, com cerca de 18% deste fluxo.

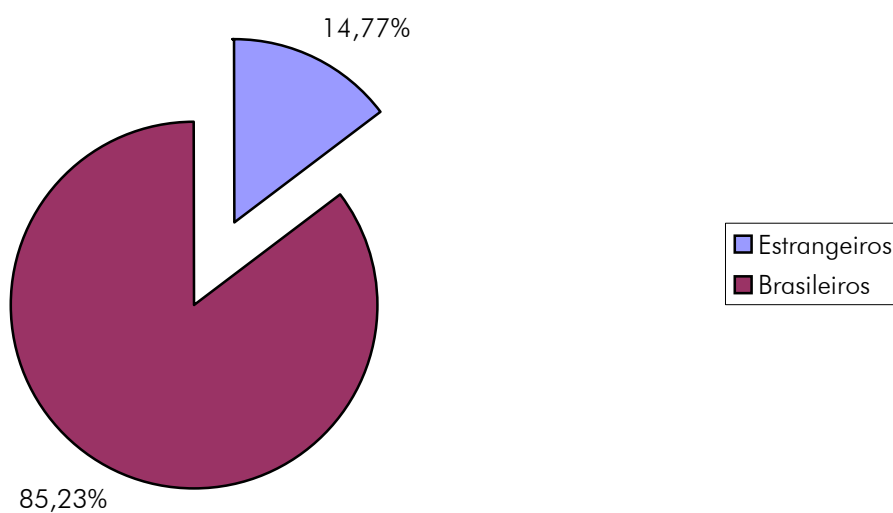


Quadro 25. Divisão de Visitantes por Continente

Continente	% dos Turistas
África	0,49%
América do Norte	12,25%
América do Sul	18,14%
Ásia	0,49%
Europa Ocidental	62,75%
Europa Oriental	1,96%
Oceania	2,94%
Oriente Médio	0,98%
Total	100,00%

No gráfico abaixo se percebe uma grande maioria de visitantes brasileiros, compondo mais de 85% do público total.

Gráfico 25. Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros

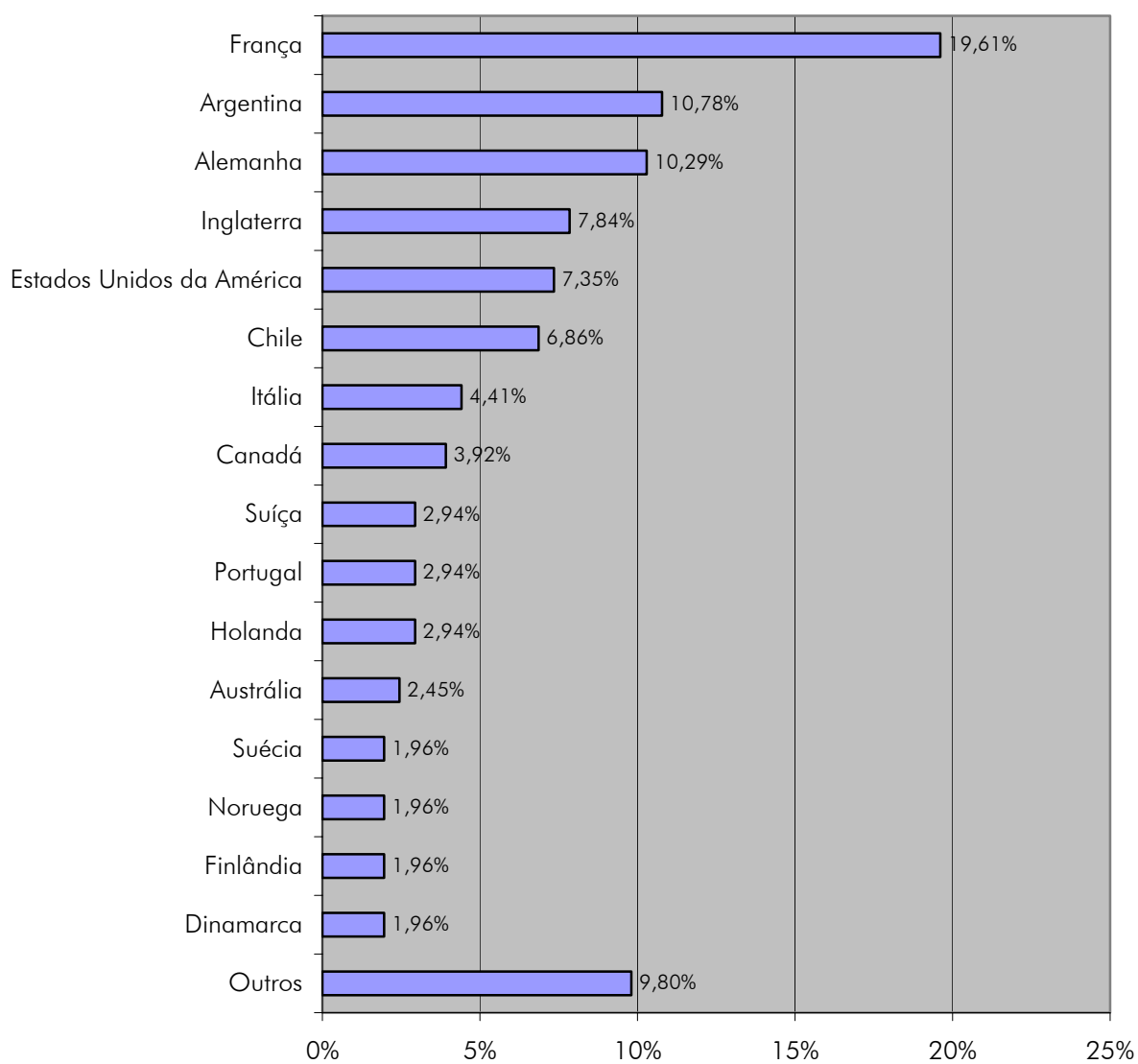


Quadro 26. Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros

Nacionalidade	Visitantes
Estrangeiros	14,77%
Brasileiros	85,23%
Total	100,00%

O país com fluxo mais representativo em Paraty é a França com quase 20% do total do fluxo de visitantes estrangeiros, seguida pela Argentina e Alemanha, ambas com mais de 10%. A lista completa dos países de residência dos visitantes estrangeiros pode ser apreciada abaixo.

Gráfico 26. Divisão de Visitantes Estrangeiros por País de Residência

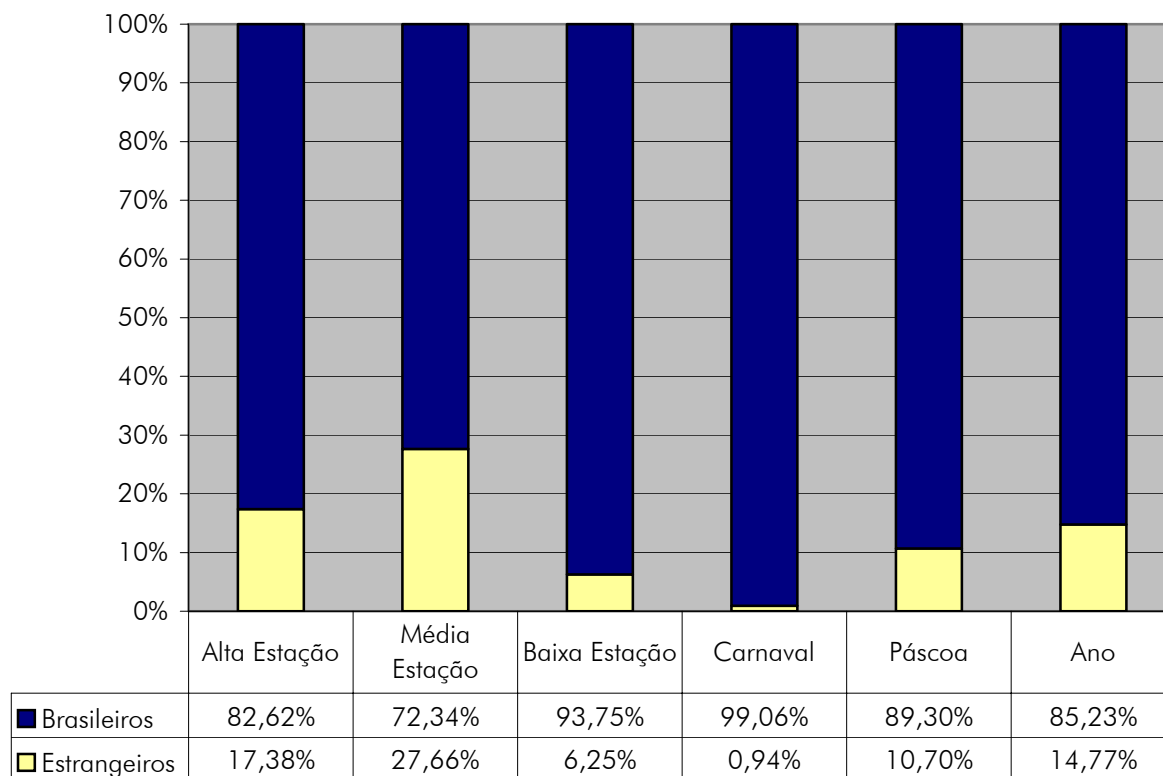


Quadro 27. Divisão de Visitantes Estrangeiros por País de Residência

País	%	Nº Absoluto
França	19,61%	40
Argentina	10,78%	22
Alemanha	10,29%	21
Inglaterra	7,84%	16
Estados Unidos da América	7,35%	15
Chile	6,86%	14
Itália	4,41%	9
Canadá	3,92%	8
Holanda	2,94%	6
Portugal	2,94%	6
Suíça	2,94%	6
Austrália	2,45%	5
Dinamarca	1,96%	4
Finlândia	1,96%	4
Noruega	1,96%	4
Suécia	1,96%	4
Outros	9,80%	20
Estrangeiros	100,00%	184

Entre as estações, a Média é o período com maior demanda estrangeira, constituindo quase 30% do total de visitantes. Por outro lado, o período do Carnaval apresenta uma quantidade ínfima de visitantes vindos de outros países.

Gráfico 27. Divisão dos Visitantes Brasileiros X Estrangeiros por Estação

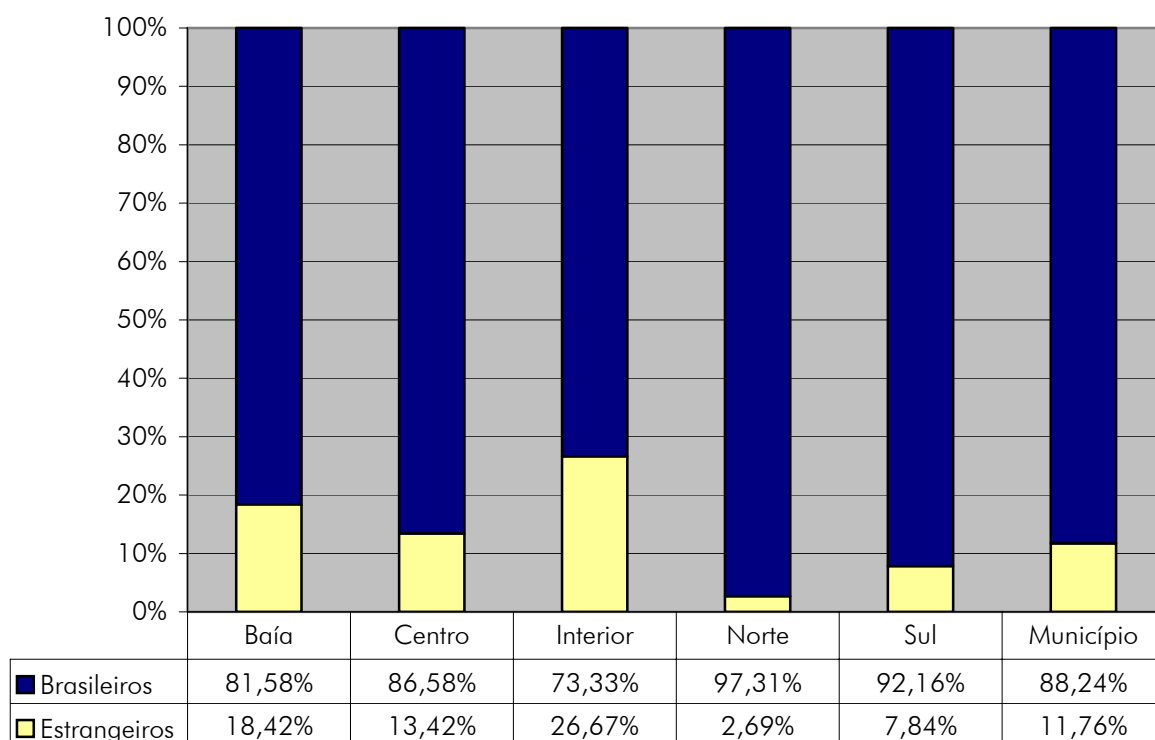


Quadro 28. Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros por Estação

Nacionalidade	Alta Estação	Média Estação	Baixa Estação	Carnaval	Páscoa	Ano
Estrangeiros	17,38%	27,66%	6,25%	0,94%	10,70%	14,77%
Brasileiros	82,62%	72,34%	93,75%	99,06%	89,30%	85,23%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Os dados abaixo apontam uma quantidade mais significativa de estrangeiros nas regiões do Interior e da Baía. Já a região Norte apresenta um número médio de brasileiros muito superior à média total, com mais de 97% do total.

Gráfico 28. Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros por Região



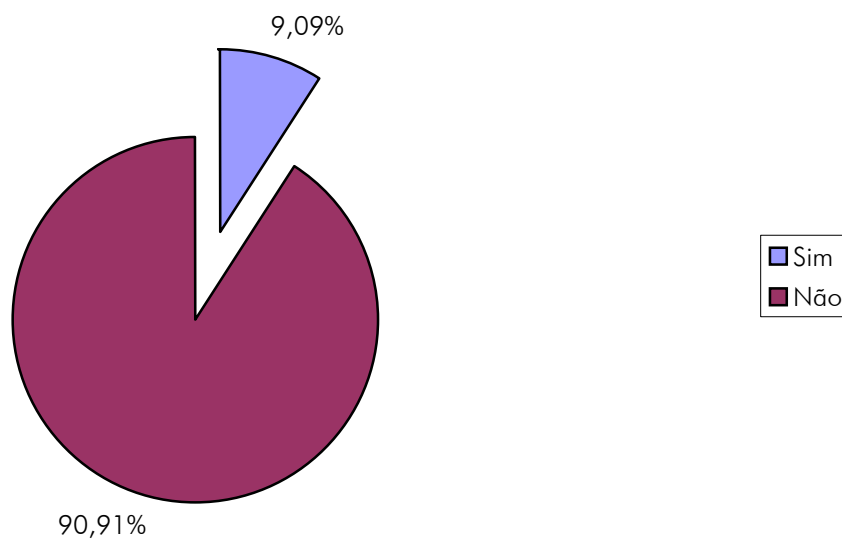
Quadro 29. Divisão de Visitantes Brasileiros X Estrangeiros por Região

Nacionalidade	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Estrangeiros	18,42%	13,42%	26,67%	2,69%	7,84%	11,76%
Brasileiros	81,58%	86,58%	73,33%	97,31%	92,16%	88,24%
Total de Visitantes	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.9. Viagem organizada por Agência de Viagem

Como pode ser observado no gráfico abaixo, a grande maioria dos visitantes não utiliza o serviço de agência de viagem para vir a Paraty.

Gráfico 29. Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem

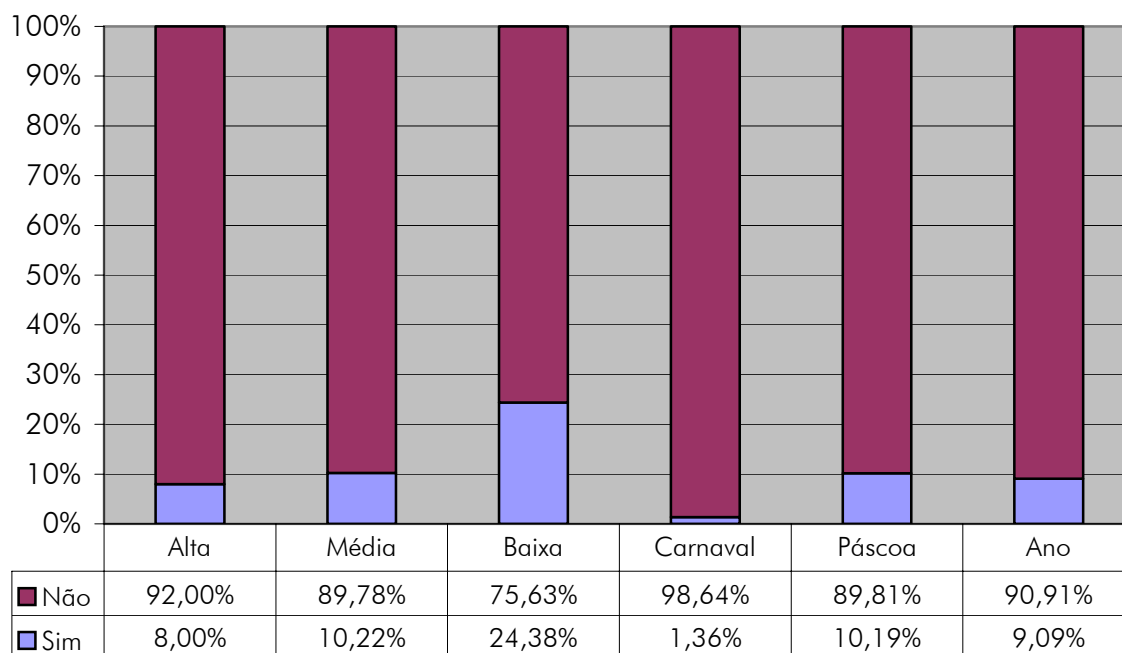


Quadro 30. Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem

Viagem Organizada por Agência	Visitantes
Sim	9,09%
Não	90,91%
Total	100,00%

A Baixa Estação aparece como período com fluxo mais significativo de visitantes que utilizam o serviço de agência de viagem, com mais de 20% do total. Já o período do Carnaval, apresenta quase 100% de visitantes que organizam suas viagens por conta própria.

Gráfico 30. Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem por Estação

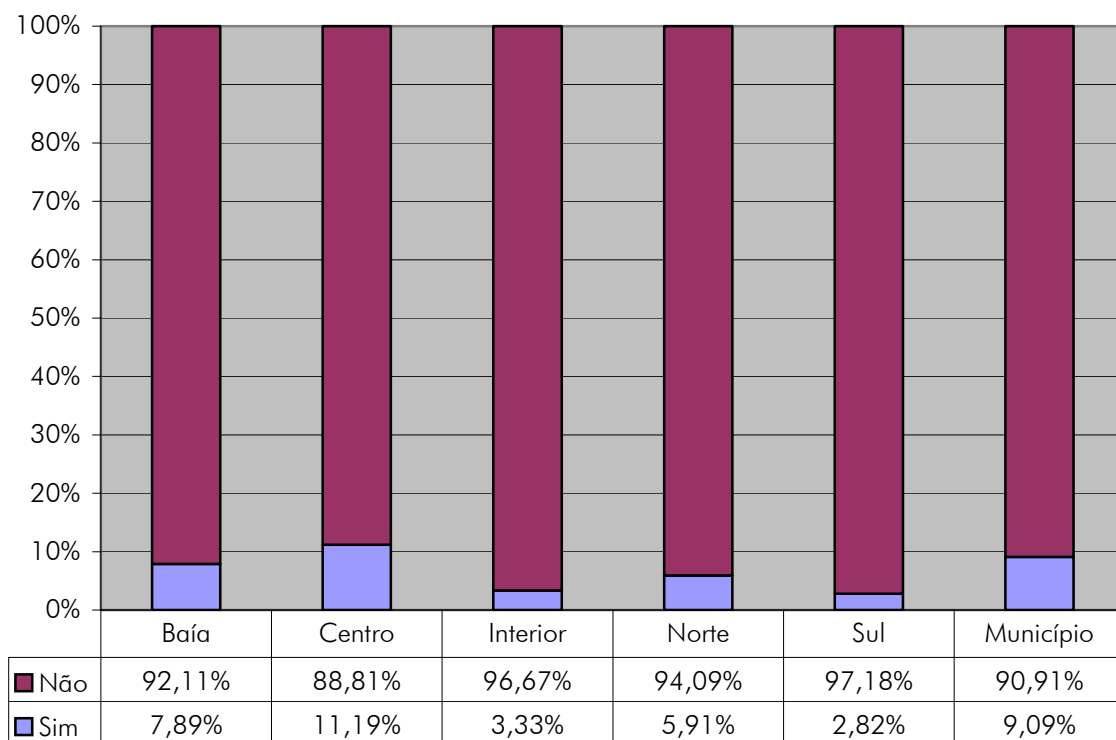


Quadro 31. Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem por Estação

Viagem Organizda por Agência	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Sim	8,00%	10,22%	24,38%	1,36%	10,19%	9,09%
Não	92,00%	89,78%	75,63%	98,64%	89,81%	90,91%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

A única região que apresenta um número de visitantes que utilizaram o serviço de agência de viagem é o Centro, com 11,19% do total.

Gráfico 31. Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem por Região



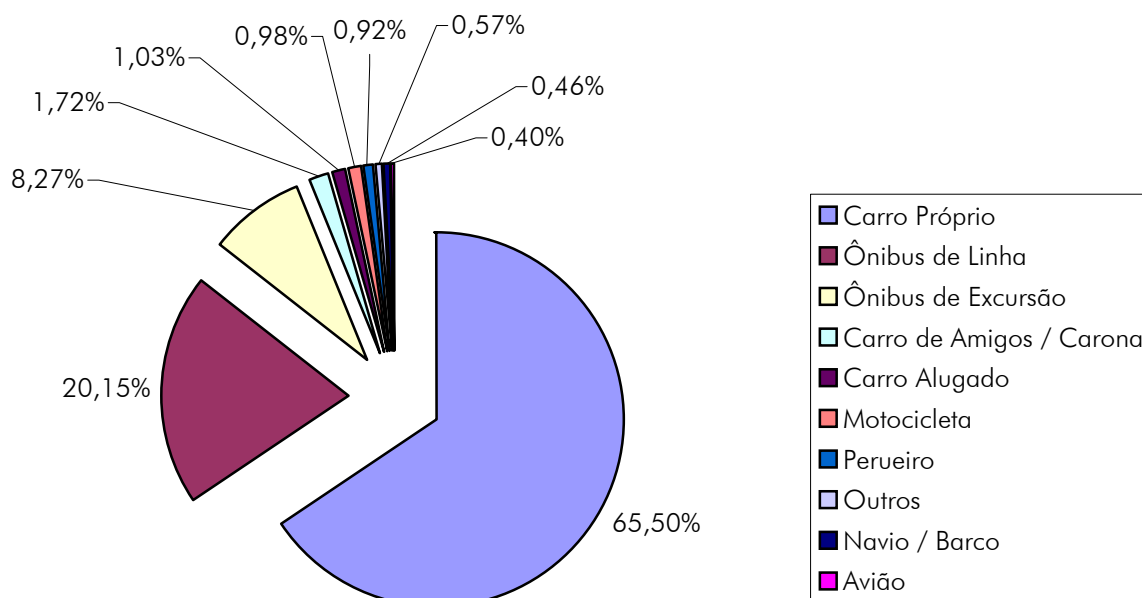
Quadro 32. Divisão entre Visitantes que Utilizam Agência de Viagem por Região

Viagem Organizada por Agência	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Sim	7,89%	11,19%	3,33%	5,91%	2,82%	9,09%
Não	92,11%	88,81%	96,67%	94,09%	97,18%	90,91%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.10. Meio de Transporte Utilizado

De acordo com o gráfico abaixo o meio de transporte mais utilizado pelos visitantes é o carro próprio, com mais de 65%, seguido pelo ônibus de linha com cerca de 20% do total.

Gráfico 32. Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado

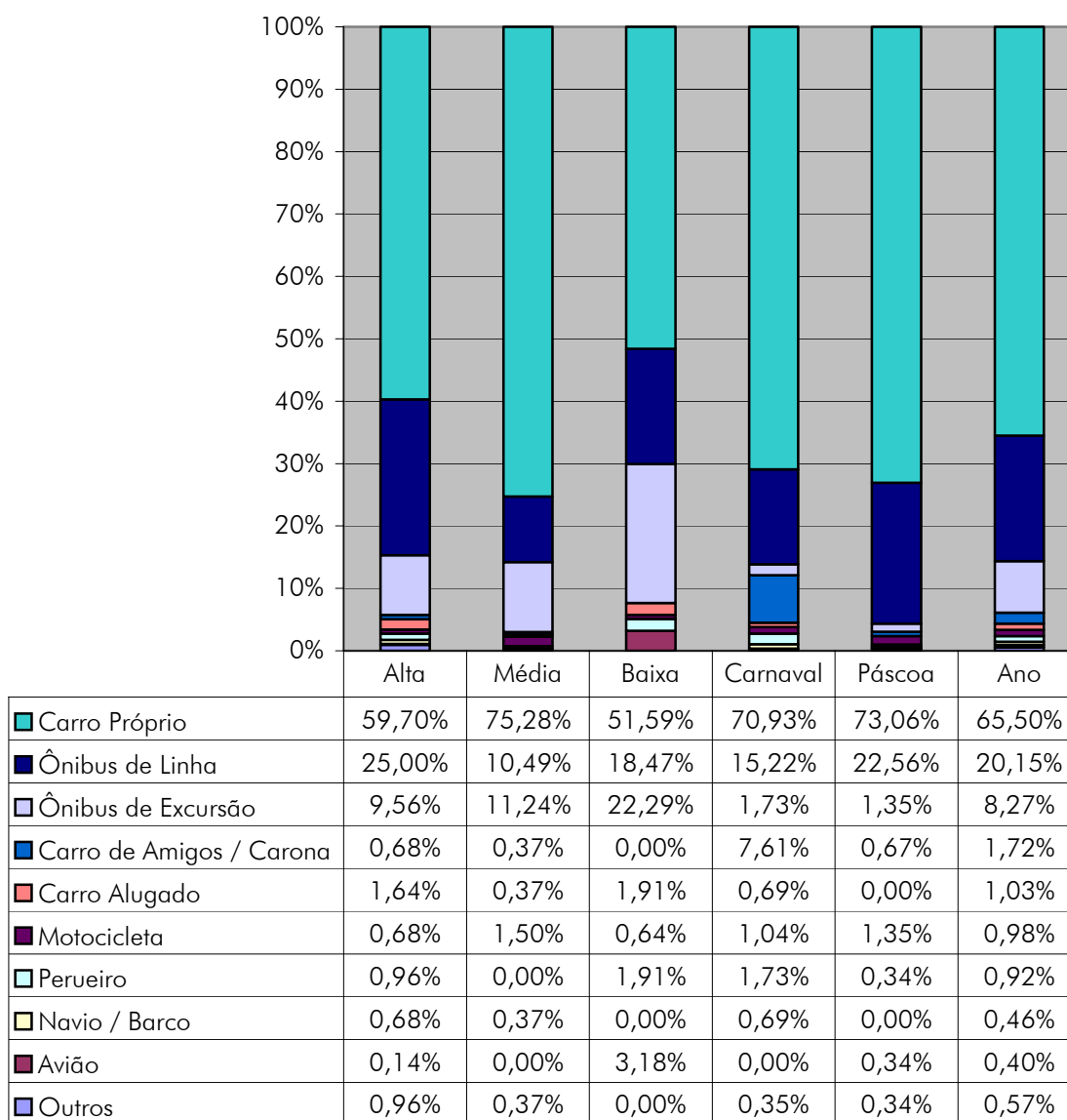


Quadro 33. Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado

Meio de Transporte	Visitantes
Carro Próprio	65,50%
Ônibus de Linha	20,15%
Ônibus de Excursão	8,27%
Carro de Amigos / Carona	1,72%
Carro Alugado	1,03%
Motocicleta	0,98%
Perueiro	0,92%
Outros	0,57%
Navio / Barco	0,46%
Avião	0,40%
Total	100,00%

Todos os períodos obedecem praticamente a mesma média de meios de transporte utilizados, com exceção da Baixa Temporada, que apresenta um número considerável de visitantes que utilizaram ônibus de excursão.

Gráfico 33. Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado por Estação

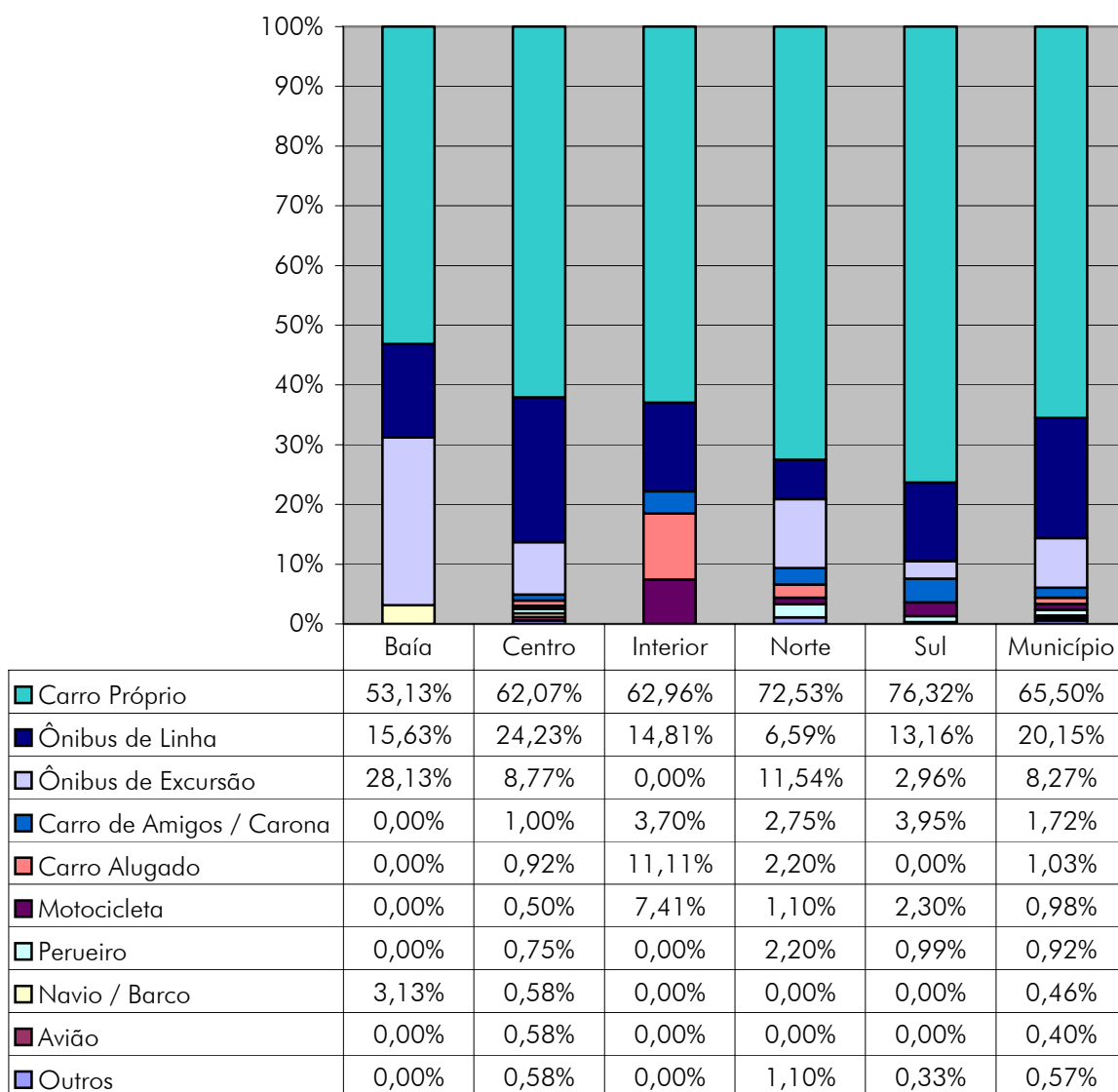


Quadro 34. Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado por Estação

Meio de Transporte	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Outros	0,96%	0,37%	0,00%	0,35%	0,34%	0,57%
Avião	0,14%	0,00%	3,18%	0,00%	0,34%	0,40%
Navio / Barco	0,68%	0,37%	0,00%	0,69%	0,00%	0,46%
Perueiro	0,96%	0,00%	1,91%	1,73%	0,34%	0,92%
Motocicleta	0,68%	1,50%	0,64%	1,04%	1,35%	0,98%
Carro Alugado	1,64%	0,37%	1,91%	0,69%	0,00%	1,03%
Carro de Amigos / Carona	0,68%	0,37%	0,00%	7,61%	0,67%	1,72%
Ônibus de Excursão	9,56%	11,24%	22,29%	1,73%	1,35%	8,27%
Ônibus de Linha	25,00%	10,49%	18,47%	15,22%	22,56%	20,15%
Carro Próprio	59,70%	75,28%	51,59%	70,93%	73,06%	65,50%
Total geral	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Observa-se no gráfico abaixo, que a região da Baía apresenta o maior número de visitantes que utilizaram ônibus de excursão. Já o Centro aparece como a região que mais recebe visitantes através de ônibus de linha. No Sul, mais de $\frac{3}{4}$ dos visitantes utilizam carro próprio.

Gráfico 34. Divisão de Visitantes por Meio de Transporte Utilizado por Região



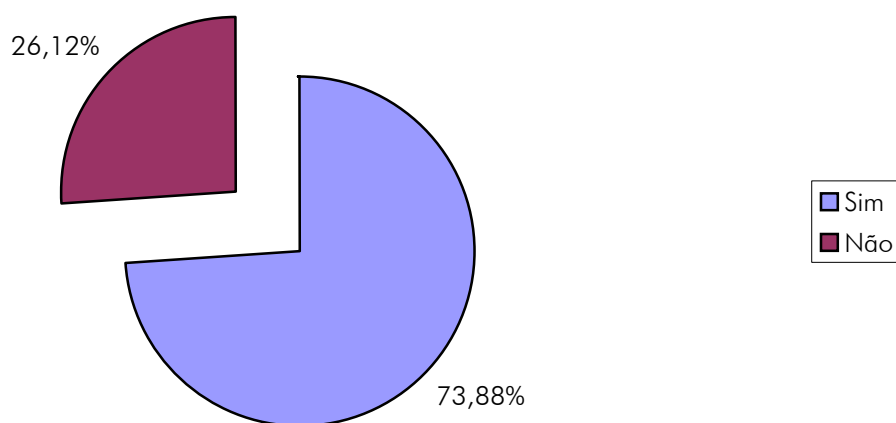
Quadro 35. Divisão dos Visitantes por Meio de Transporte Utilizado por Região

Meio de Transporte	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Outros	0,00%	0,58%	0,00%	1,10%	0,33%	0,57%
Avião	0,00%	0,58%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%
Navio / Barco	3,13%	0,58%	0,00%	0,00%	0,00%	0,46%
Perueiro	0,00%	0,75%	0,00%	2,20%	0,99%	0,92%
Motocicleta	0,00%	0,50%	7,41%	1,10%	2,30%	0,98%
Carro Alugado	0,00%	0,92%	11,11%	2,20%	0,00%	1,03%
Carro de Amigos / Carona	0,00%	1,00%	3,70%	2,75%	3,95%	1,72%
Ônibus de Excursão	28,13%	8,77%	0,00%	11,54%	2,96%	8,27%
Ônibus de Linha	15,63%	24,23%	14,81%	6,59%	13,16%	20,15%
Carro Próprio	53,13%	62,07%	62,96%	72,53%	76,32%	65,50%
Total geral	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.11. Paraty como Fator Determinante da Viagem

Para quase 74% dos visitantes, Paraty foi considerado o destino principal da viagem que realizavam.

Gráfico 35. Paraty como Fator Determinante da Viagem

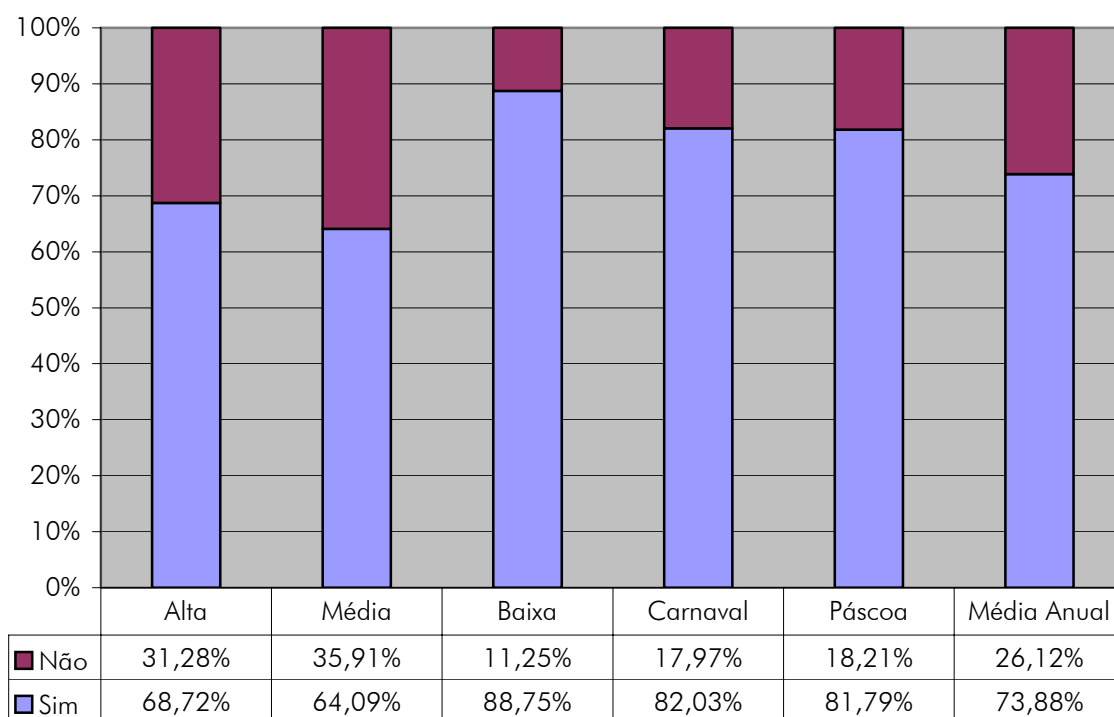


Quadro 36. Paraty como Fator Determinante da Viagem

Visita à Paraty Foi o Fator Determinante	Visitantes
Sim	73,88%
Não	26,12%
Total	100,00%

As estações Alta e Média apresentam uma porcentagem inferior a 70%, em relação à Paraty ser considerado o fator primordial da viagem.

Gráfico 36. Paraty como Fator Determinante da Viagem por Estação

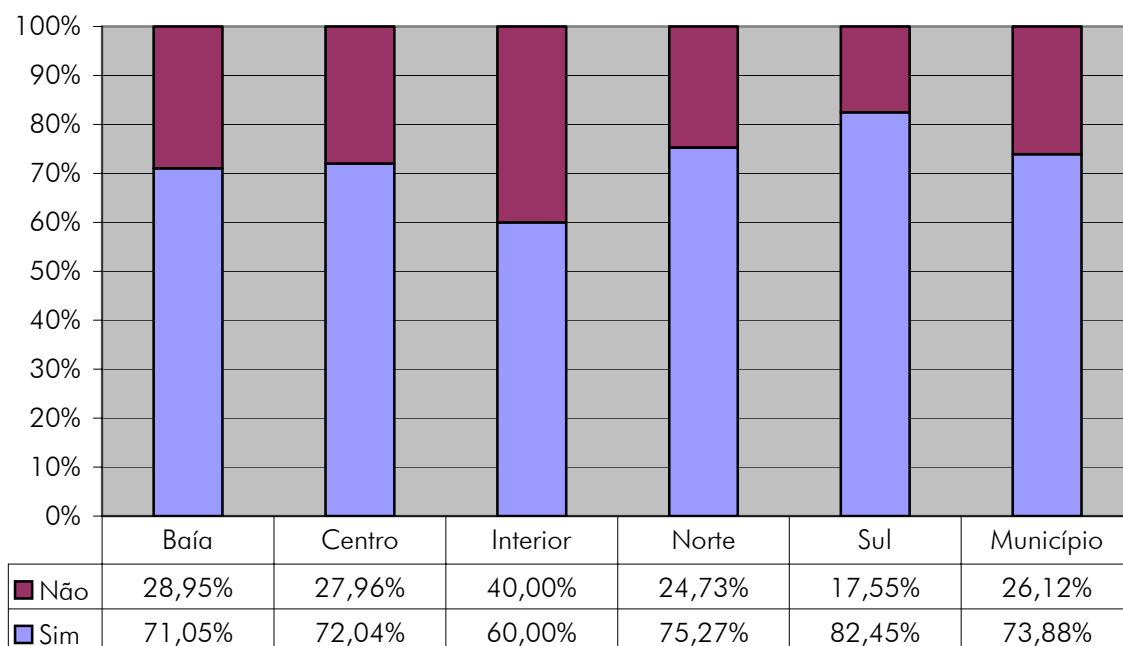


Quadro 37. Paraty como Fator Determinante da Viagem por Estação

Estação	Sim	Não	Total
Alta	68,72%	31,28%	100,00%
Média	64,09%	35,91%	100,00%
Baixa	88,75%	11,25%	100,00%
Carnaval	82,03%	17,97%	100,00%
Páscoa	81,79%	18,21%	100,00%
Média Anual	73,88%	26,12%	100,00%

Entre as regiões, nota-se uma grande quantidade de visitantes no Interior, que não consideram Paraty o fator predominante da Viagem. Estes são 40% do total.

Gráfico 37. Paraty como Fator Determinante da Viagem por Região



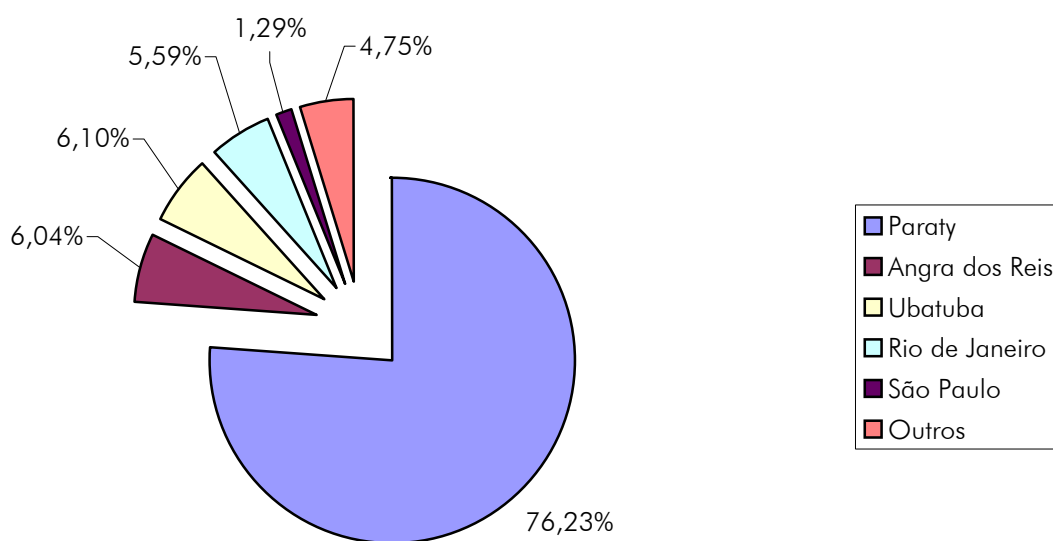
Quadro 38. Paraty como Fator Determinante da Viagem por Região

Macro-Região	Sim	Não	Total
Baía	71,05%	28,95%	100,00%
Centro	72,04%	27,96%	100,00%
Interior	60,00%	40,00%	100,00%
Norte	75,27%	24,73%	100,00%
Sul	82,45%	17,55%	100,00%
Município	73,88%	26,12%	100,00%

10.12. Principal Destino da Viagem

Sem considerar o município de Paraty, tem-se como principais destinos da viagem os municípios limítrofes de Angra dos Reis e Ubatuba, além do Rio de Janeiro, cada qual com cerca de 6% do total.

Gráfico 38. Divisão de Visitantes pelo Principal Destino da Viagem



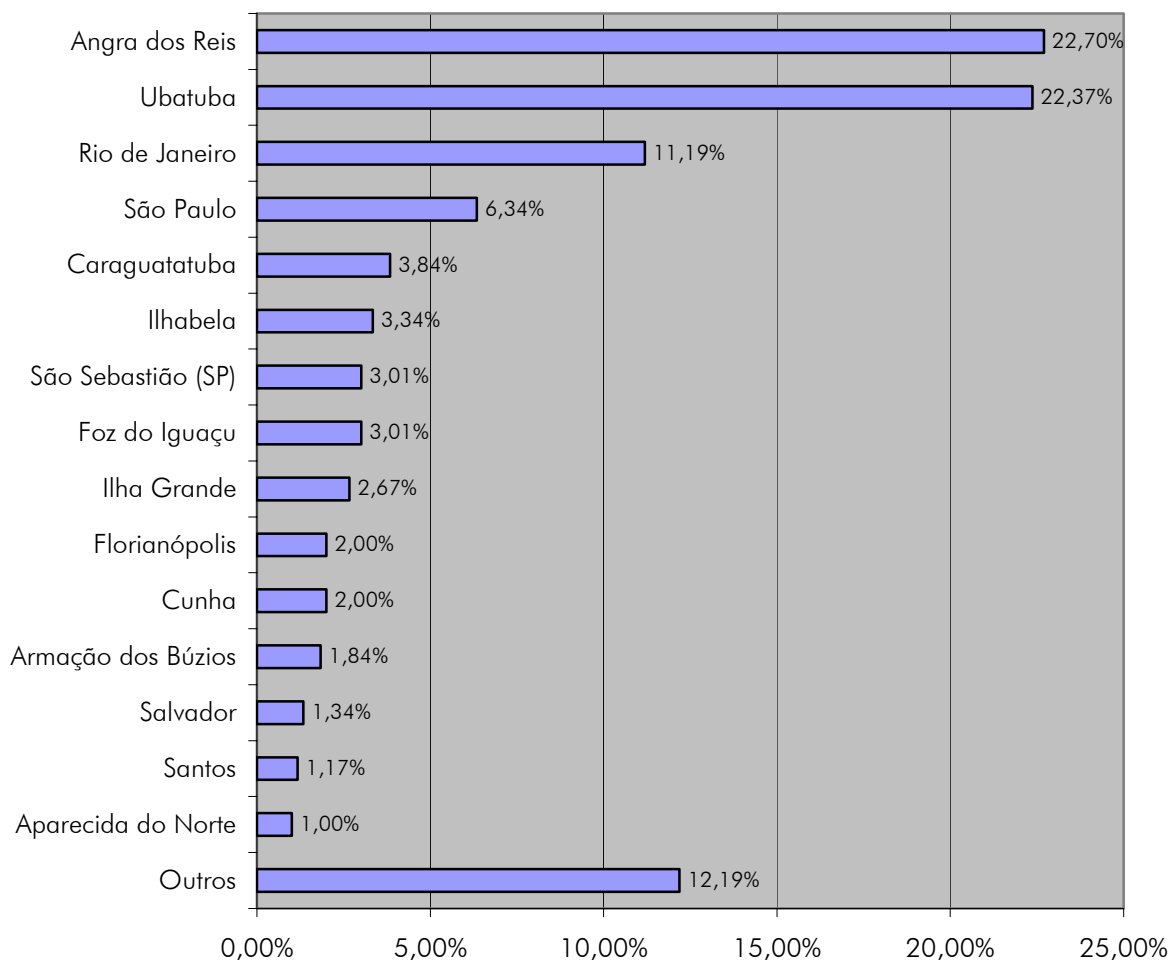
Quadro 39. Divisão de Visitantes pelo Principal Destino da Viagem

Principal Destino	Total
Paraty	76,23%
Angra dos Reis	6,04%
Ubatuba	6,10%
Rio de Janeiro	5,59%
São Paulo	1,29%
Outros	4,75%
Total	100,00%

10.13. Outros Municípios Visitados Durante a Viagem

Os municípios mais visitados durante a mesma viagem realizada a Paraty foram Angra dos Reis e Ubatuba, ambos com cerca de 22% do total. Em seguida aparece o Rio de Janeiro, com 11,19%.

Gráfico 39. Outros Municípios Visitados Durante a Viagem



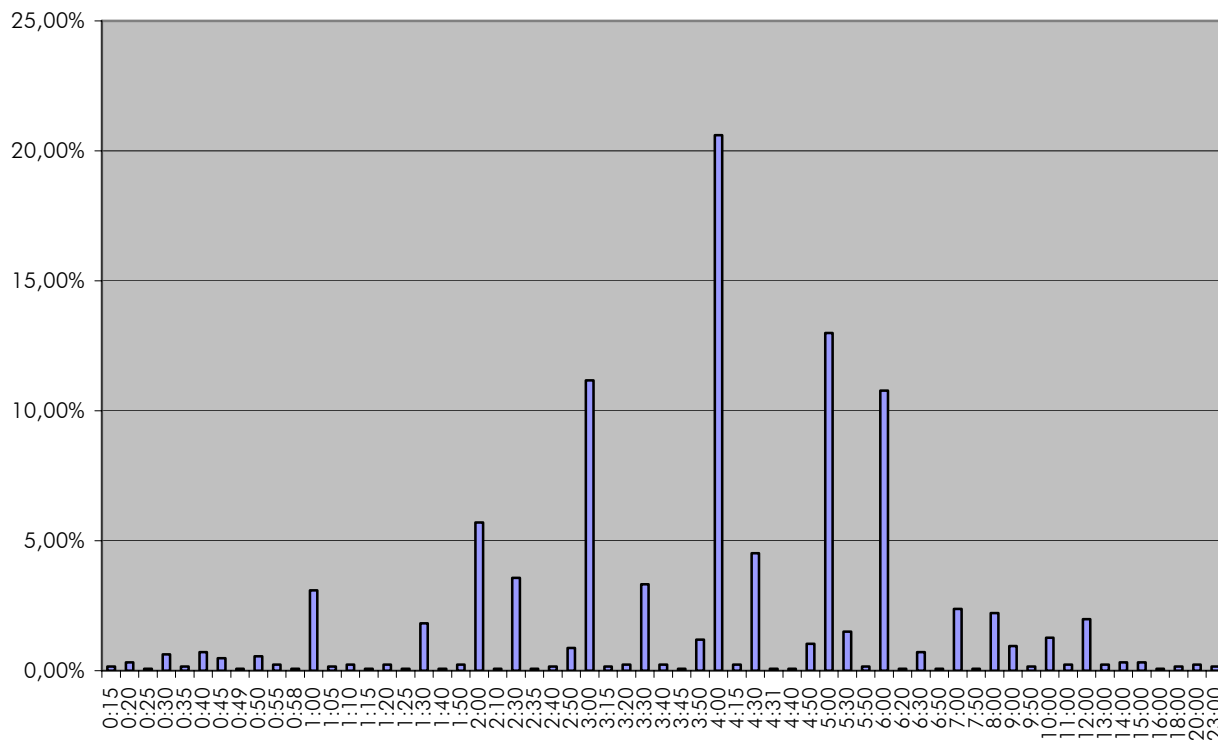
Quadro 40. Outros Municípios Visitados Durante a Viagem

Outros Municípios Visitados	Total
Outros	12,19%
Aparecida do Norte	1,00%
Santos	1,17%
Salvador	1,34%
Armação dos Búzios	1,84%
Cunha	2,00%
Florianópolis	2,00%
Ilha Grande	2,67%
Foz do Iguaçu	3,01%
São Sebastião (SP)	3,01%
Ilhabela	3,34%
Caraguatatuba	3,84%
São Paulo	6,34%
Rio de Janeiro	11,19%
Ubatuba	22,37%
Angra dos Reis	22,70%

10.14. Tempo Gasto para Chegar a Paraty

O tempo médio gasto pelos visitantes para se chegar a Paraty é de 04h31.

Gráfico 40. Tempo Gasto para chegar a Paraty (em horas)



Quadro 41. Tempo Gasto para Chegar a Paraty

Tempo Gasto	Visitantes
0:15	0,16%
0:20	0,32%
0:25	0,08%
0:30	0,63%
0:35	0,16%
0:40	0,71%
0:45	0,48%
0:49	0,08%
0:50	0,55%
0:55	0,24%
0:58	0,08%
1:00	3,09%
1:05	0,16%
1:10	0,24%
1:15	0,08%
1:20	0,24%
1:25	0,08%
1:30	1,82%
1:40	0,08%
1:50	0,24%
2:00	5,71%
2:10	0,08%
2:30	3,57%
2:35	0,08%
2:40	0,16%
2:50	0,87%
3:00	11,17%
3:15	0,16%
3:20	0,24%
3:30	3,33%
3:40	0,24%
3:45	0,08%
3:50	1,19%
4:00	20,60%
4:15	0,24%
4:30	4,52%
4:31	0,08%
4:40	0,08%
4:50	1,03%
5:00	13,00%
5:30	1,51%
5:50	0,16%
6:00	10,78%
6:20	0,08%
6:30	0,71%
6:50	0,08%
7:00	2,38%

7:50	0,08%
8:00	2,22%
9:00	0,95%
9:50	0,16%
10:00	1,27%
11:00	0,24%
12:00	1,98%
13:00	0,24%
14:00	0,32%
15:00	0,32%
16:00	0,08%
18:00	0,16%
20:00	0,24%
23:00	0,16%
Total geral	100,00%

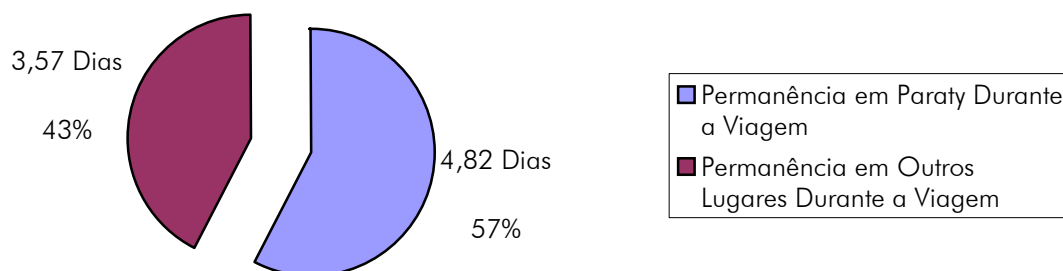
Quadro 42. Tempo Médio Gasto para Chegar a Paraty

	Média
Tempo Gasto pelo Visitante para Chegar em Paraty	4:31

10.15. Permanência em Paraty

A média de duração da viagem de quem visita Paraty é de 4,82 dias, enquanto a média de permanência em outros destinos é de 3,57 dias.

Gráfico 41. Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos

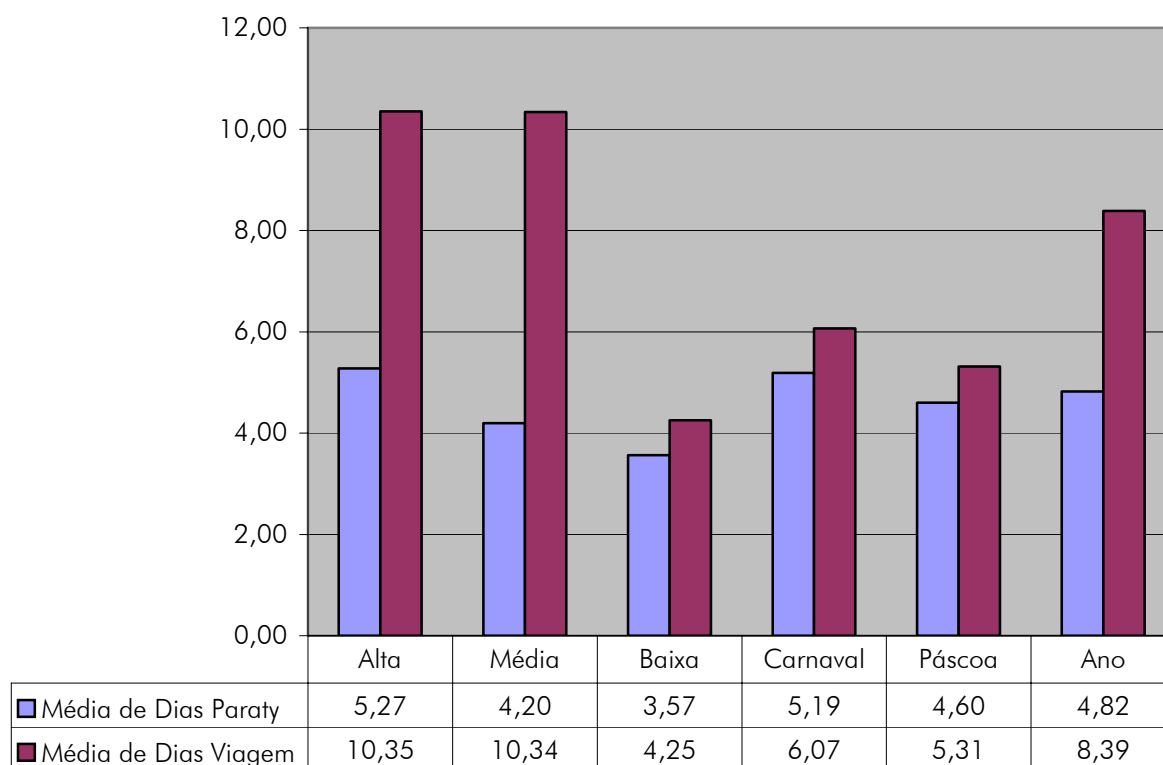


Quadro 43. Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos

	Média de Dias
Permanência em Paraty Durante a Viagem	4,82
Permanência em Outros Lugares Durante a Viagem	3,57
Dias Viagem	8,39

Nos períodos de Alta e Média estação observa-se uma duração maior do total da viagem, com mais de 10 dias correntes. Entretanto, os períodos do Carnaval e da Páscoa apresentam proporcionalmente uma presença maior em Paraty, durante o total da viagem.

Gráfico 42. Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos por Estação

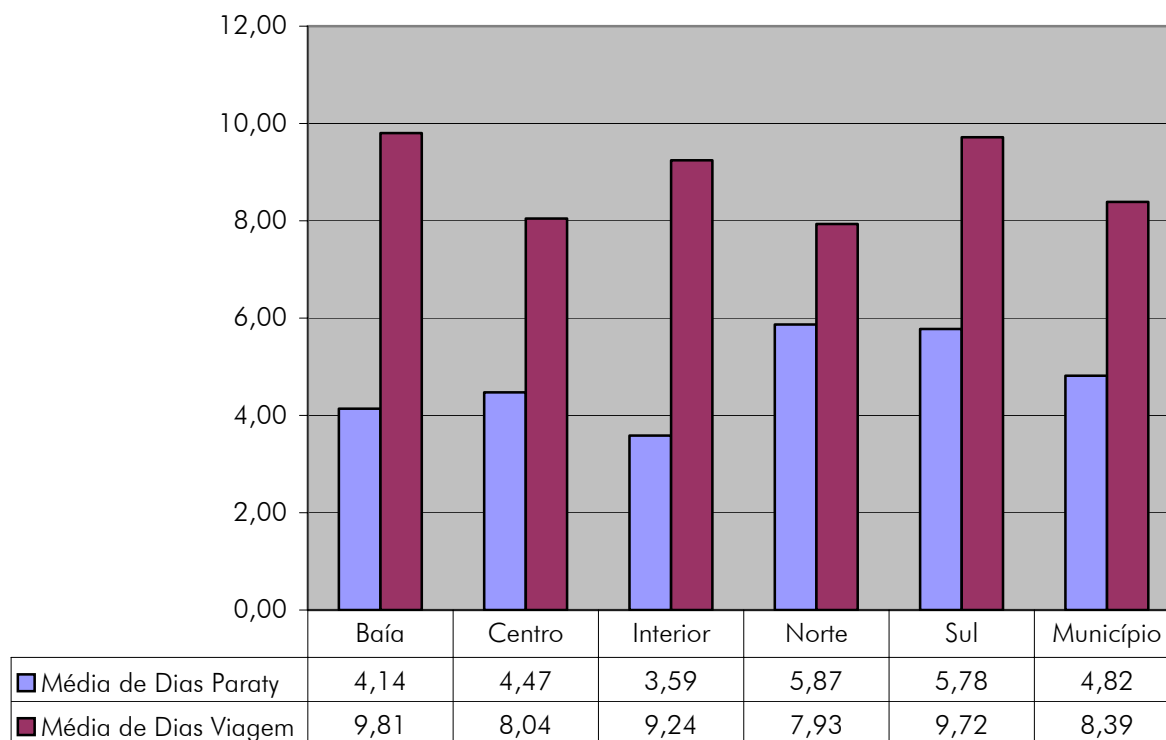


Quadro 44. Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos por Estação

Dados	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Média de Dias Paraty	5,27	4,20	3,57	5,19	4,60	4,82
Média de Dias Viagem	10,35	10,34	4,25	6,07	5,31	8,39

Os visitantes da região Norte são os que passam a maior média de dias em Paraty, em relação ao período total da viagem.

Gráfico 43. Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos por Região

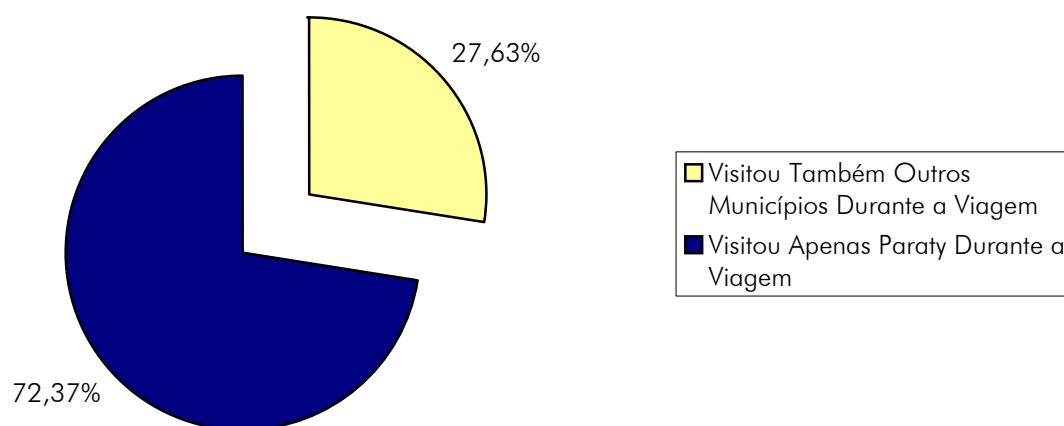


Quadro 45. Divisão da Média de Dias Gastos em Paraty e Outros Destinos por Região

Dados	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Média de Dias Paraty	4,14	4,47	3,59	5,87	5,78	4,82
Média de Dias Viagem	9,81	8,04	9,24	7,93	9,72	8,39

Cerca de 72% dos visitantes vieram somente à Paraty, enquanto o restante se dirigiu a Paraty e outro(s) destino(s).

Gráfico 44. Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos

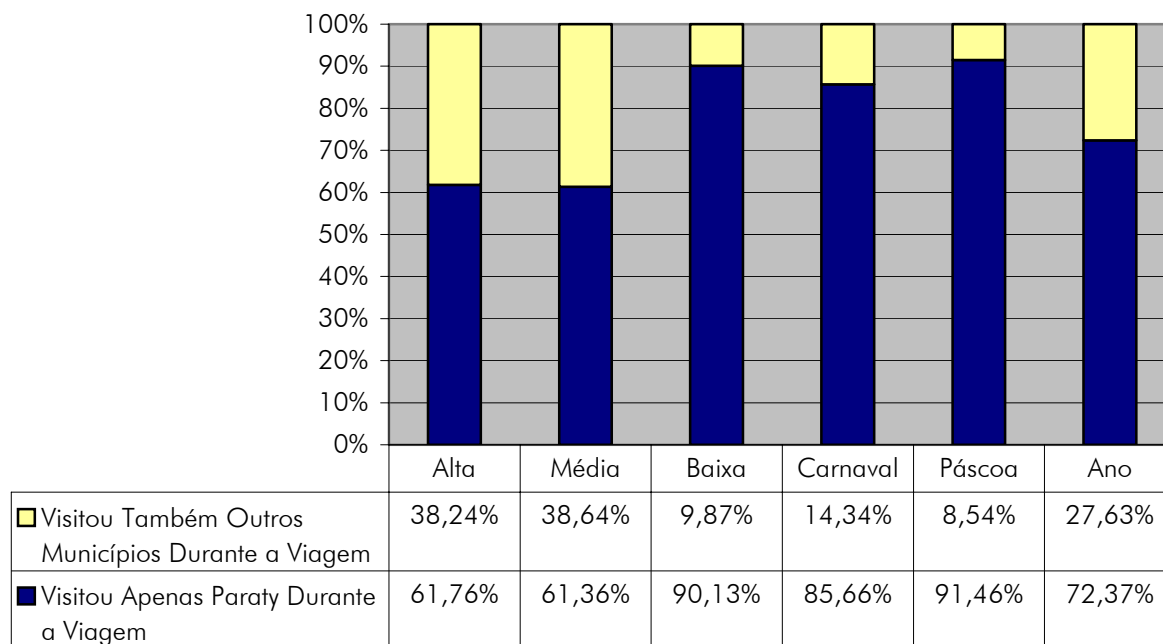


Quadro 46. Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos

	Visitantes
Visitou Também Outros Municípios Durante a Viagem	27,63%
Visitou Apenas Paraty Durante a Viagem	72,37%
Total	100,00%

Durante a Alta e a Média estação quase 40% dos visitantes dirigem-se também a outros destinos além de Paraty. Enquanto nos demais períodos, este número cai para um percentual inferior a 15%.

Gráfico 45. Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos por Estação

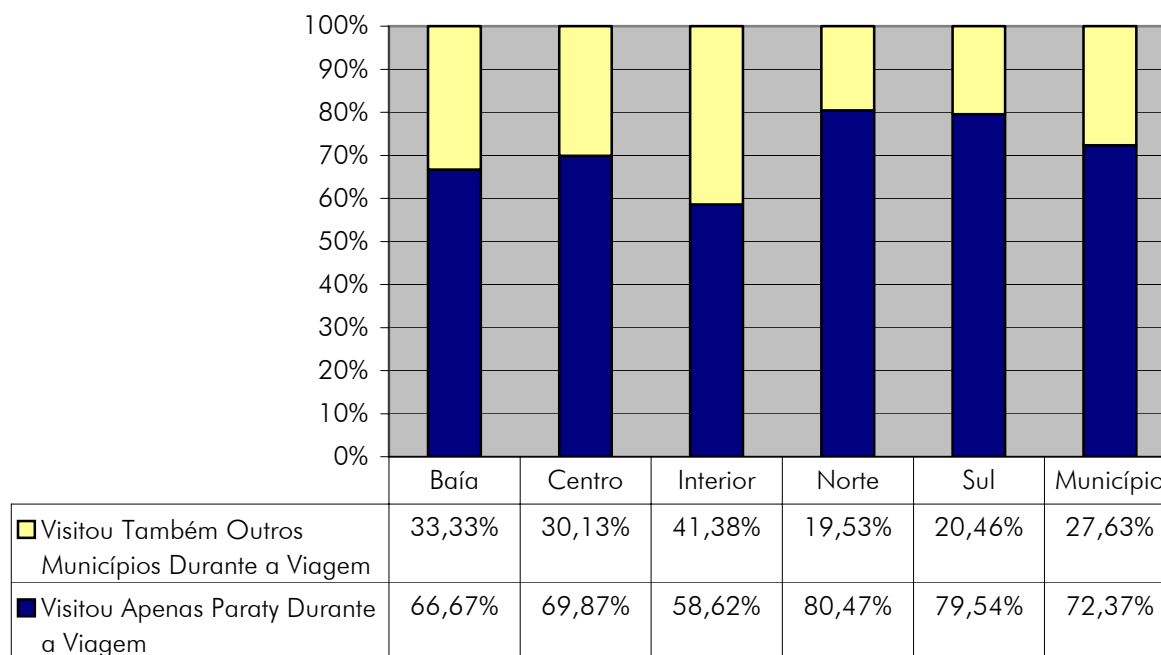


Quadro 47. Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos por Estação

	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Visitou Apenas Paraty Durante a Viagem	61,76%	61,36%	90,13%	85,66%	91,46%	72,37%
Visitou Também Outros Municípios Durante a Viagem	38,24%	38,64%	9,87%	14,34%	8,54%	27,63%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

A região que apresenta maior número de visitantes que também se dirigem a outras localidades é o interior, com mais de 40% do total. Por outro lado, as regiões Norte e Sul possuem os menores índices de visitantes na mesma situação.

Gráfico 46. Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos por Região



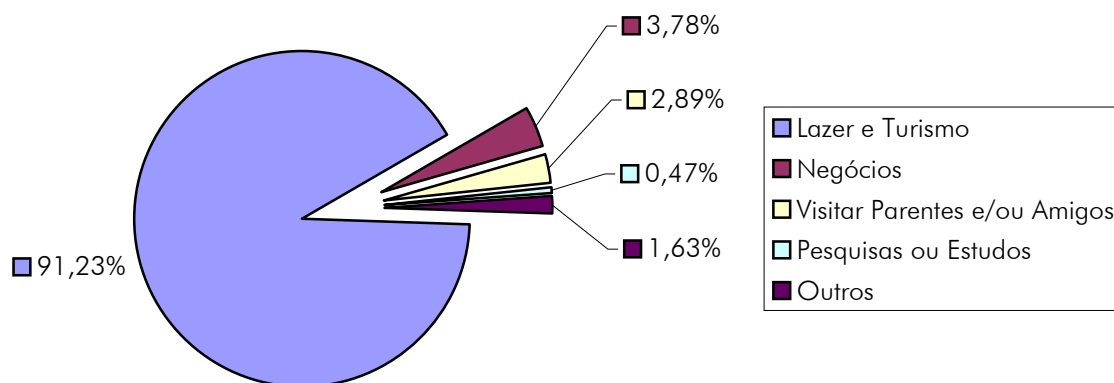
Quadro 48. Divisão dos Visitantes entre Paraty e Outros Destinos por Região

	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Visitou Apenas Paraty Durante a Viagem	66,67%	69,87%	58,62%	80,47%	79,54%	72,37%
Visitou Também Outros Municípios Durante a Viagem	33,33%	30,13%	41,38%	19,53%	20,46%	27,63%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.16. Motivação da Viagem

A grande maioria dos visitantes tem no lazer e turismo a sua maior motivação, representando mais de 91% do total. As viagens de negócios e visitas a amigos ou parentes também aparecem, mas com índices percentuais bem inferiores.

Gráfico 47. Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem

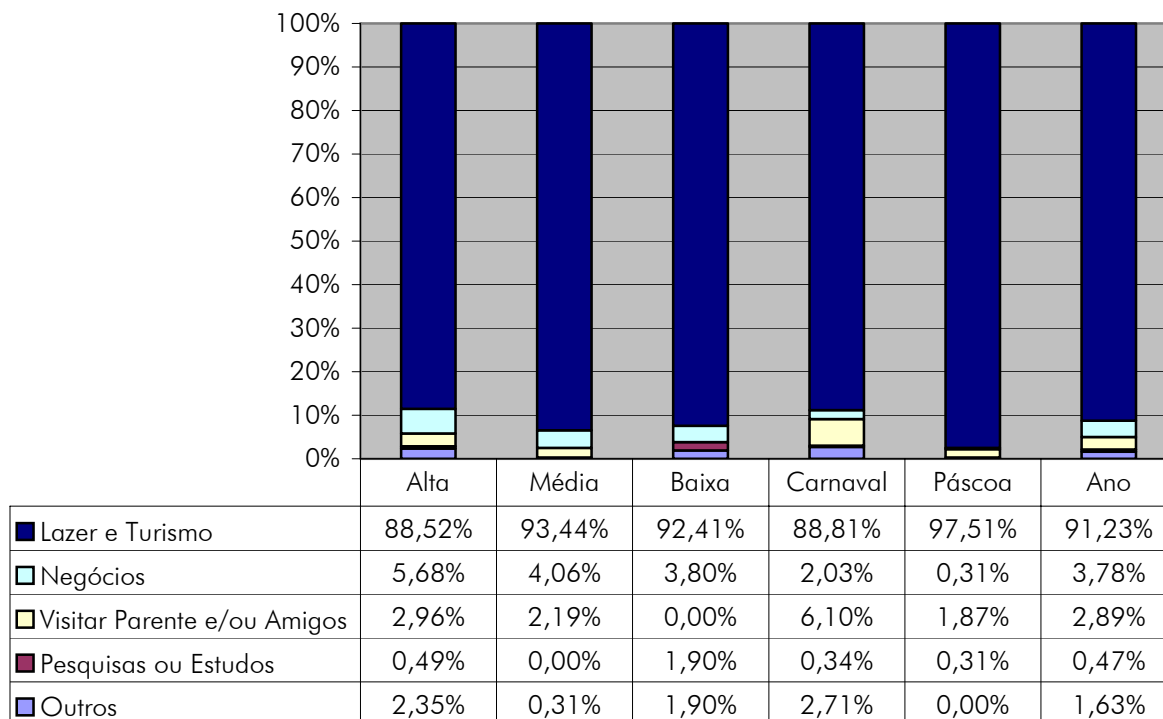


Quadro 49. Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem

Motivação	Visitantes
Lazer e Turismo	90,75%
Negócios	3,76%
Visitar Parentes e/ou Amigos	2,87%
Pesquisas ou Estudos	0,47%
Outros	1,62%
Não Informou	0,52%
Total	100,00%

Todos os período apresentam uma distribuição semelhante a média geral.

Gráfico 48. Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem por Estação

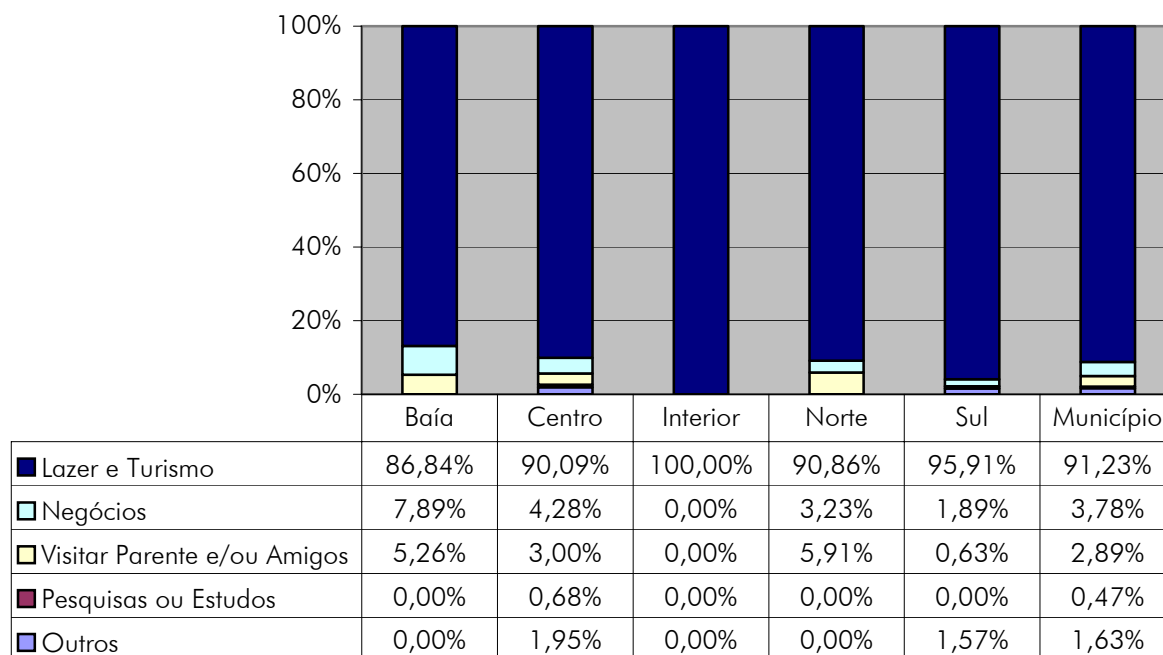


Quadro 50. Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem por Estação

Motivação	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Outros	2,35%	0,31%	1,90%	2,71%	0,00%	1,63%
Pesquisas ou Estudos	0,49%	0,00%	1,90%	0,34%	0,31%	0,47%
Visitar Parente e/ou Amigos	2,96%	2,19%	0,00%	6,10%	1,87%	2,89%
Negócios	5,68%	4,06%	3,80%	2,03%	0,31%	3,78%
Lazer e Turismo	88,52%	93,44%	92,41%	88,81%	97,51%	91,23%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Destaca-se o número considerável de visitantes a negócios na Baía. Já o Interior apresenta exclusivamente voltado para o lazer e turismo.

Gráfico 49. Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem por Região



Quadro 51. Divisão dos Visitantes por Motivação da Viagem por Região

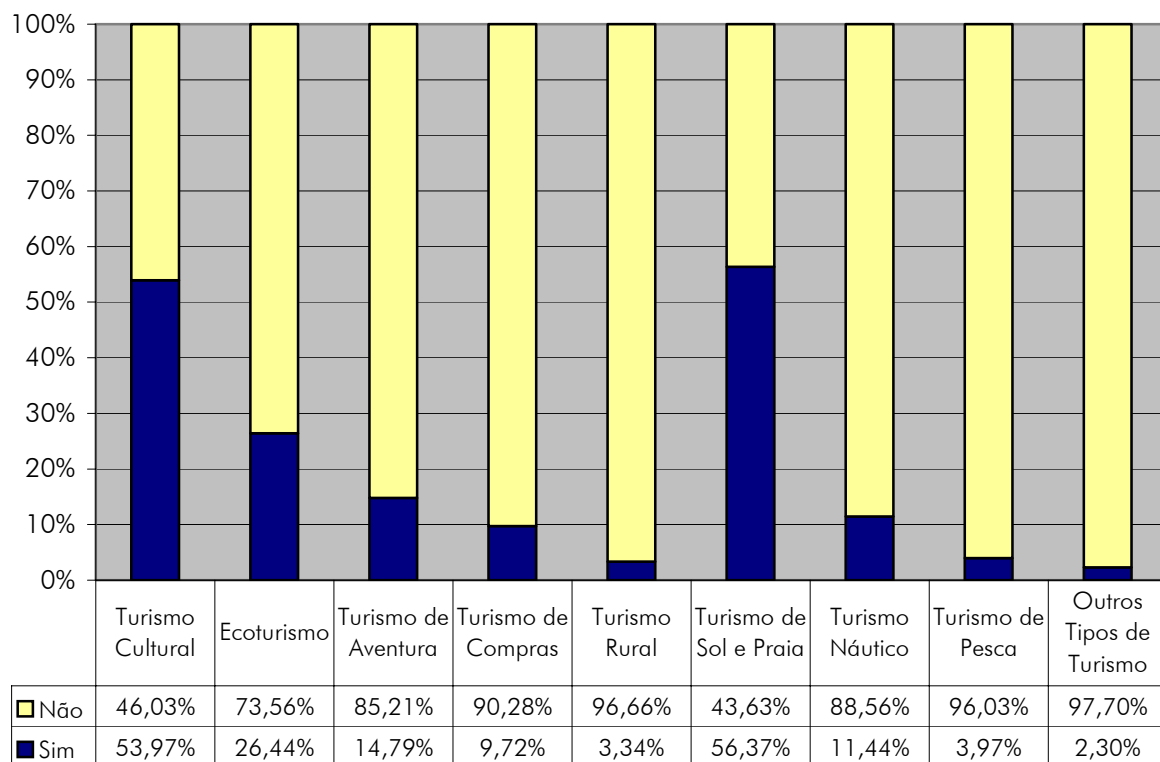
Motivação	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Outros	0,00%	1,95%	0,00%	0,00%	1,57%	1,63%
Pesquisas ou Estudos	0,00%	0,68%	0,00%	0,00%	0,00%	0,47%
Visitar Parente e/ou Amigos	5,26%	3,00%	0,00%	5,91%	0,63%	2,89%
Negócios	7,89%	4,28%	0,00%	3,23%	1,89%	3,78%
Lazer e Turismo	86,84%	90,09%	100,00%	90,86%	95,91%	91,23%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.17. Áreas de Interesse em Turismo

Os visitantes de Paraty têm maior interesse nas áreas de turismo de sol e praia e turismo cultural, citados em mais da metade dos casos.

É importante ressaltar que estes interesses dizem respeito a viagens em geral, não restritas somente a Paraty.

Gráfico 50. Áreas de Interesse em Turismo

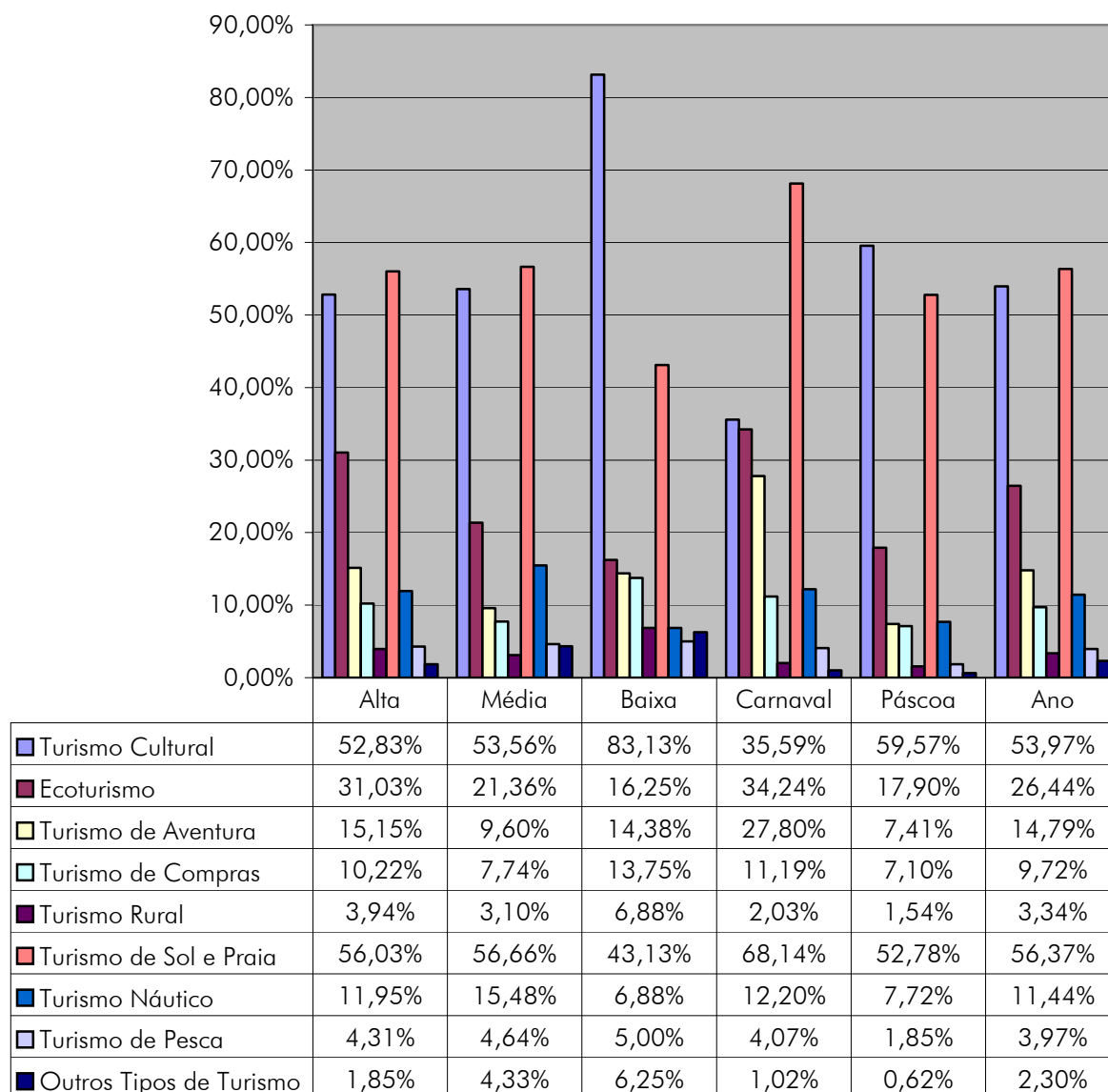


Quadro 52. Áreas de Interesse em Turismo

Segmentos de Interesse em Turismo	Sim	Não	Total
Turismo Cultural	53,97%	46,03%	100,00%
Ecoturismo	26,44%	73,56%	100,00%
Turismo de Aventura	14,79%	85,21%	100,00%
Turismo de Compras	9,72%	90,28%	100,00%
Turismo Rural	3,34%	96,66%	100,00%
Turismo de Sol e Praia	56,37%	43,63%	100,00%
Turismo Náutico	11,44%	88,56%	100,00%
Turismo de Pesca	3,97%	96,03%	100,00%
Outros Tipos de Turismo	2,30%	97,70%	100,00%

O maior destaque do gráfico a seguir diz respeito ao grande interesse pela área cultural demonstrado pelos visitantes durante o período da Baixa Estação.

Gráfico 51. Áreas de Interesse em Turismo por Estação

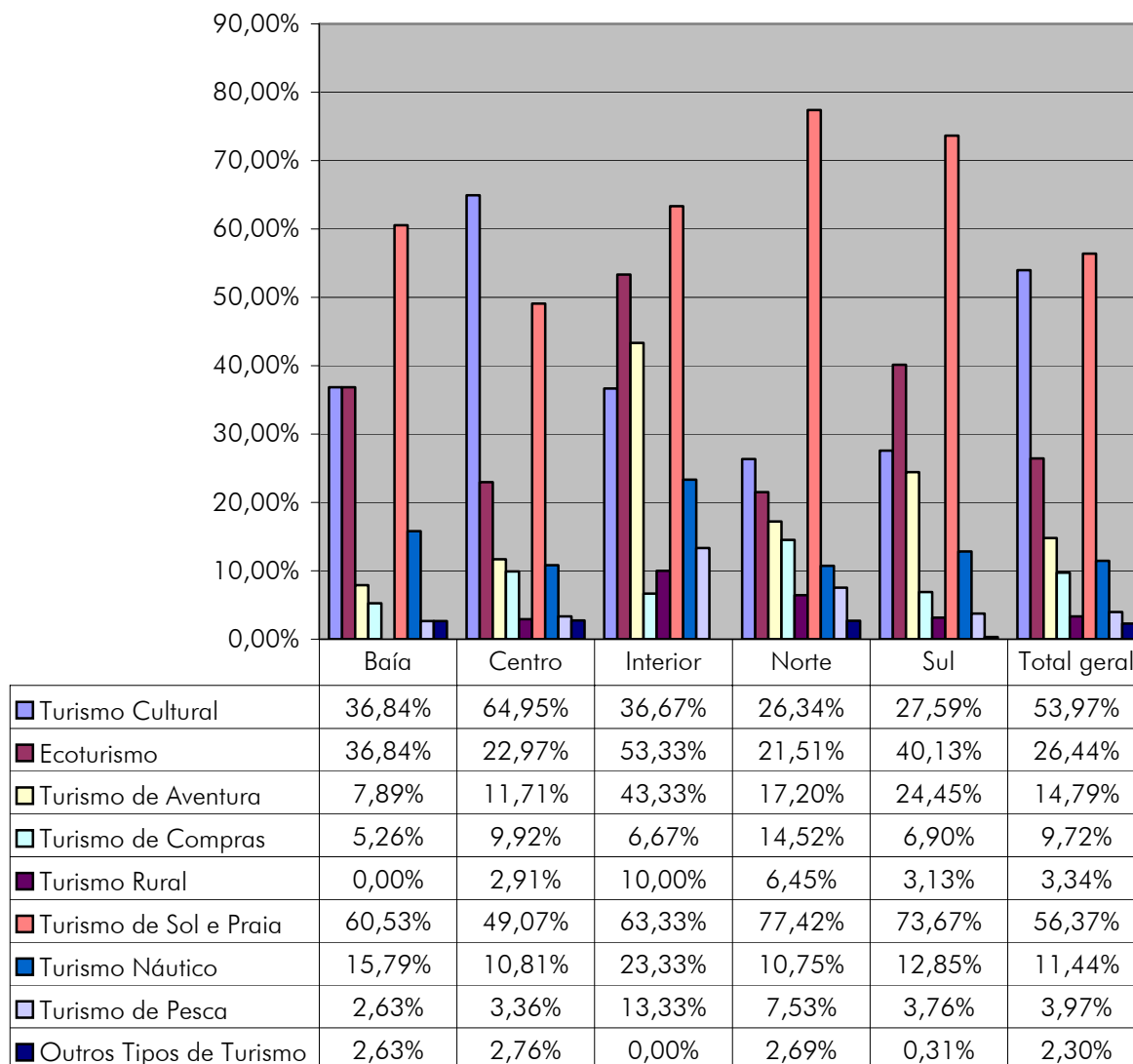


Quadro 53. Áreas de Interesse em Turismo por Estação

Áreas de Interesse em Turismo	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Turismo Cultural	52,83%	53,56%	83,13%	35,59%	59,57%	53,97%
Ecoturismo	31,03%	21,36%	16,25%	34,24%	17,90%	26,44%
Turismo de Aventura	15,15%	9,60%	14,38%	27,80%	7,41%	14,79%
Turismo de Compras	10,22%	7,74%	13,75%	11,19%	7,10%	9,72%
Turismo Rural	3,94%	3,10%	6,88%	2,03%	1,54%	3,34%
Turismo de Sol e Praia	56,03%	56,66%	43,13%	68,14%	52,78%	56,37%
Turismo Náutico	11,95%	15,48%	6,88%	12,20%	7,72%	11,44%
Turismo de Pesca	4,31%	4,64%	5,00%	4,07%	1,85%	3,97%
Outros Tipos de Turismo	1,85%	4,33%	6,25%	1,02%	0,62%	2,30%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Observa-se no gráfico abaixo, a predominância de interesse em turismo cultural entre os visitantes do Centro e um interesse de mais da metade dos visitantes do Interior pelo ecoturismo.

Gráfico 52. Áreas de Interesse em Turismo por Região



Quadro 54. Áreas de Interesse em Turismo por Região

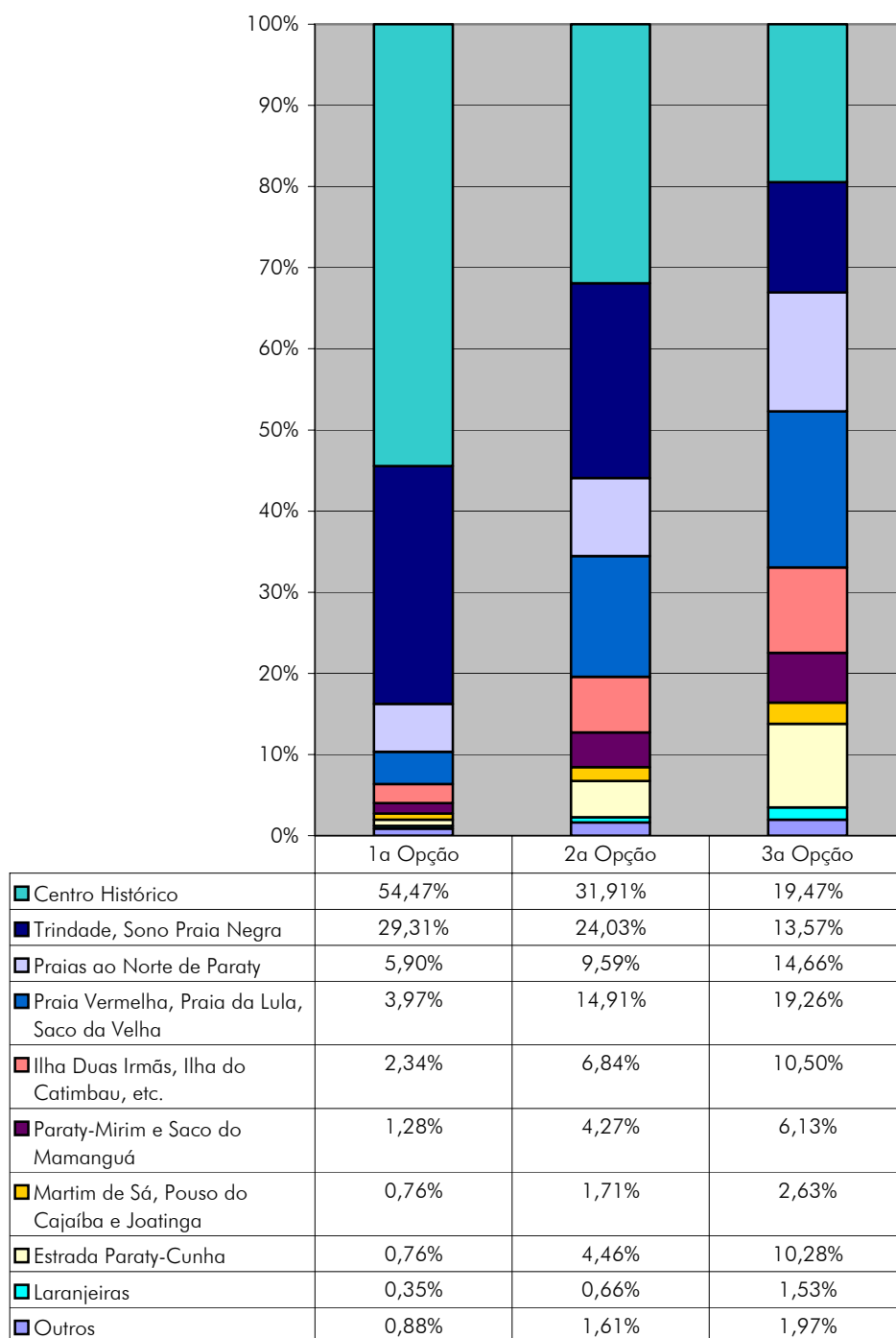
Áreas de Interesse em Turismo	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Total geral
Turismo Cultural	36,84%	64,95%	36,67%	26,34%	27,59%	53,97%
Ecoturismo	36,84%	22,97%	53,33%	21,51%	40,13%	26,44%
Turismo de Aventura	7,89%	11,71%	43,33%	17,20%	24,45%	14,79%
Turismo de Compras	5,26%	9,92%	6,67%	14,52%	6,90%	9,72%
Turismo Rural	0,00%	2,91%	10,00%	6,45%	3,13%	3,34%
Turismo de Sol e Praia	60,53%	49,07%	63,33%	77,42%	73,67%	56,37%
Turismo Náutico	15,79%	10,81%	23,33%	10,75%	12,85%	11,44%
Turismo de Pesca	2,63%	3,36%	13,33%	7,53%	3,76%	3,97%
Outros Tipos de Turismo	2,63%	2,76%	0,00%	2,69%	0,31%	2,30%
Total geral	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.18. Atrativos Motivadores da Visita

Neste item o entrevistado poderia escolher até 3 opções de atrativos motivadores da visita por ordem de preferência.

O Centro Histórico é a região mais lembrada, e a região de Trindade citada em segundo lugar em todas as opções de preferência. Já as Praias Vermelha e da Lula aparecem como segunda e terceira opções de boa parte dos visitantes.

Gráfico 53. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores

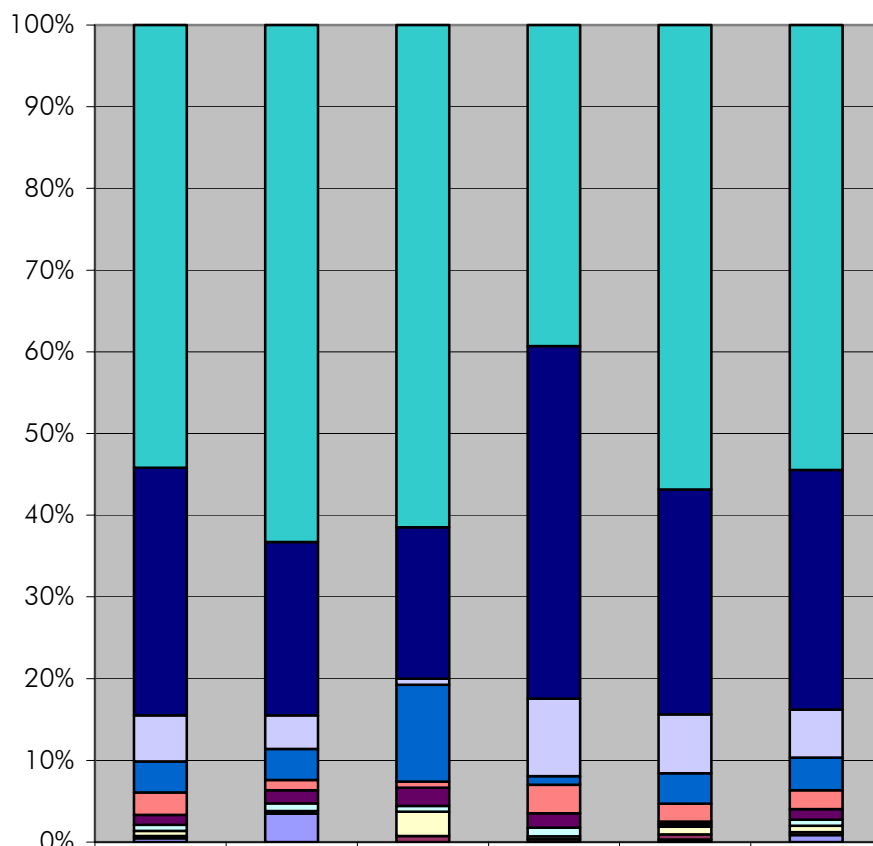


Quadro 55. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores

Atrativo	1a Opção	2a Opção	3a Opção
Outros	0,88%	1,61%	1,97%
Laranjeiras	0,35%	0,66%	1,53%
Estrada Paraty-Cunha	0,76%	4,46%	10,28%
Martim de Sá, Pouso do Cajaíba e Joatinga	0,76%	1,71%	2,63%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	1,28%	4,27%	6,13%
Ilha Duas Irmãs, Ilha do Catimbau, etc.	2,34%	6,84%	10,50%
Praia Vermelha, Praia da Lula, Saco da Velha	3,97%	14,91%	19,26%
Praias ao Norte de Paraty	5,90%	9,59%	14,66%
Trindade, Sono Praia Negra	29,31%	24,03%	13,57%
Centro Histórico	54,47%	31,91%	19,47%
Total geral	100,00%	100,00%	100,00%

O período do Carnaval é o único em que a preferência ocorre pela região de Trindade em detrimento das demais. Além disso o período da Baixa Estação se diferencia por apresentar alguma representatividade com relação aos atrativos Praias Vermelha e da Lula e a região do Pouso do Cajaíba.

Gráfico 54. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (1ª Opção) por Estação



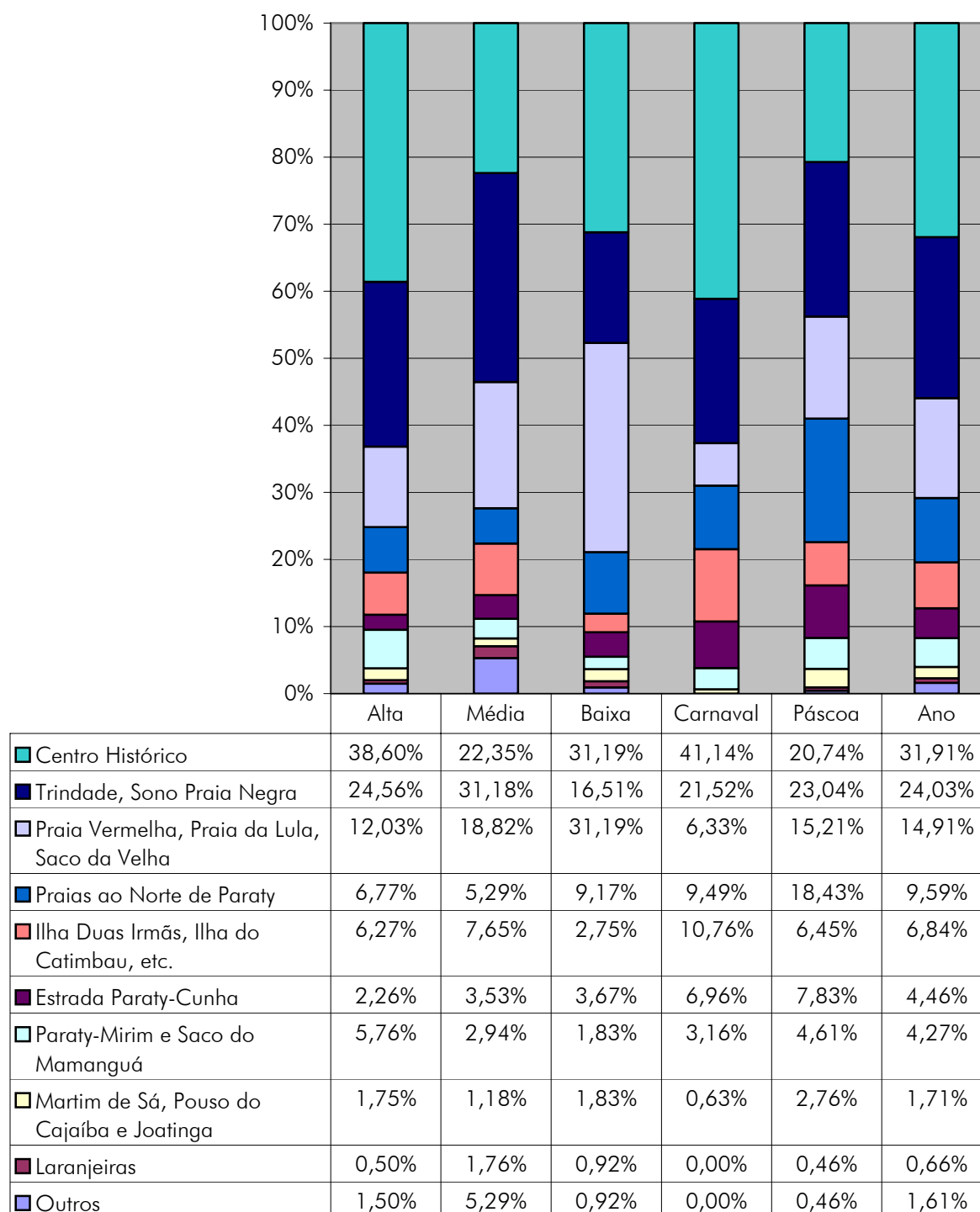
	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Centro Histórico	54,19%	63,29%	61,48%	39,30%	56,88%	54,47%
Trindade, Sono Praia Negra	30,29%	21,20%	18,52%	43,16%	27,50%	29,31%
Praias ao Norte de Paraty	5,63%	4,11%	0,74%	9,47%	7,19%	5,90%
Praia Vermelha, Praia da Lula, Saco da Velha	3,81%	3,80%	11,85%	1,05%	3,75%	3,97%
Ilha Das Irmãs, Ilha do Catimbau, etc.	2,74%	1,27%	0,74%	3,51%	2,19%	2,34%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	1,22%	1,58%	2,22%	1,75%	0,31%	1,28%
Estrada Paraty-Cunha	0,76%	0,95%	0,74%	1,05%	0,31%	0,76%
Martim de Sá, Pouso do Cajaíba e Joatinga	0,61%	0,32%	2,96%	0,35%	0,94%	0,76%
Laranjeiras	0,30%	0,00%	0,74%	0,35%	0,63%	0,35%
Outros	0,46%	3,48%	0,00%	0,00%	0,31%	0,88%

Quadro 56. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (1ª Opção) por Estação

Motivo 1	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Outros	0,46%	3,48%	0,00%	0,00%	0,31%	0,88%
Laranjeiras	0,30%	0,00%	0,74%	0,35%	0,63%	0,35%
Martim de Sá, Pouso do Cajaíba e Joatinga	0,61%	0,32%	2,96%	0,35%	0,94%	0,76%
Estrada Paraty-Cunha	0,76%	0,95%	0,74%	1,05%	0,31%	0,76%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	1,22%	1,58%	2,22%	1,75%	0,31%	1,28%
Ilha Das Irmãs, Ilha do Catimbau, etc.	2,74%	1,27%	0,74%	3,51%	2,19%	2,34%
Praia Vermelha, Praia da Lula, Saco da Velha	3,81%	3,80%	11,85%	1,05%	3,75%	3,97%
Praias ao Norte de Paraty	5,63%	4,11%	0,74%	9,47%	7,19%	5,90%
Trindade, Sono Praia Negra	30,29%	21,20%	18,52%	43,16%	27,50%	29,31%
Centro Histórico	54,19%	63,29%	61,48%	39,30%	56,88%	54,47%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Já como 2ª Opção destaca-se a citação de Trindade como principal atrativo na Média Temporada, bem como, a expressiva presença da Praia Vermelha e da Lula na opinião dos visitantes da Baixa Estação.

Gráfico 55. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (2ª Opção) por Estação

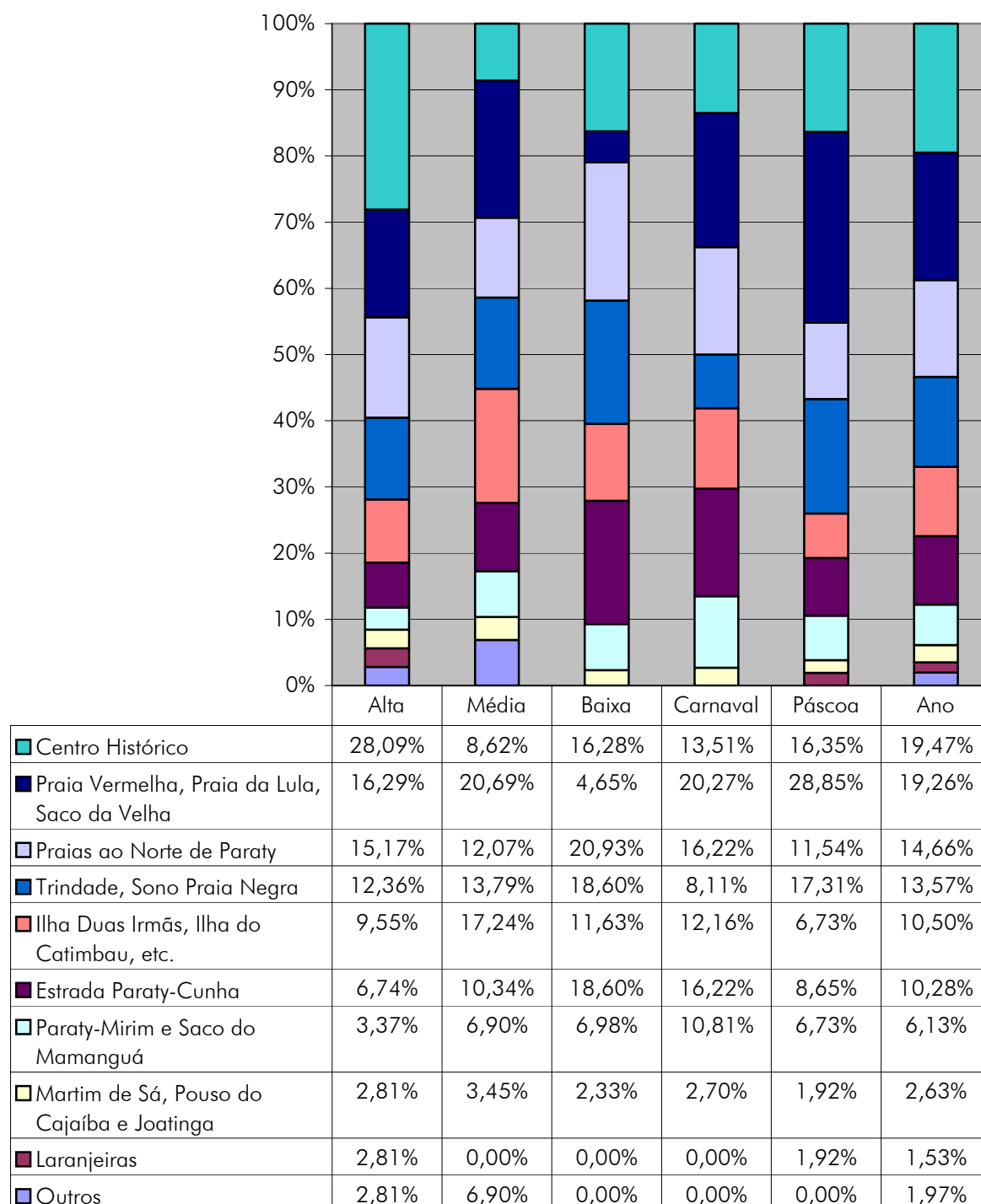


Quadro 57. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (2ª Opção) por Estação

Motivo 2	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Outros	1,50%	5,29%	0,92%	0,00%	0,46%	1,61%
Laranjeiras	0,50%	1,76%	0,92%	0,00%	0,46%	0,66%
Martim de Sá, Pouso do Cajaliba e Joatinga	1,75%	1,18%	1,83%	0,63%	2,76%	1,71%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	5,76%	2,94%	1,83%	3,16%	4,61%	4,27%
Estrada Paraty-Cunha	2,26%	3,53%	3,67%	6,96%	7,83%	4,46%
Ilha Duas Irmãs, Ilha do Catimbau, etc.	6,27%	7,65%	2,75%	10,76%	6,45%	6,84%
Praias ao Norte de Paraty	6,77%	5,29%	9,17%	9,49%	18,43%	9,59%
Praia Vermelha, Praia da Lula, Saco da Velha	12,03%	18,82%	31,19%	6,33%	15,21%	14,91%
Trindade, Sono Praia Negra	24,56%	31,18%	16,51%	21,52%	23,04%	24,03%
Centro Histórico	38,60%	22,35%	31,19%	41,14%	20,74%	31,91%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Em relação a 3ª Opção, os visitantes da Baixa Estação e do Carnaval citaram os atrativos da Estrada Paraty-Cunha com destaque maior do que a média.

Gráfico 56. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (3ª Opção) por Estação

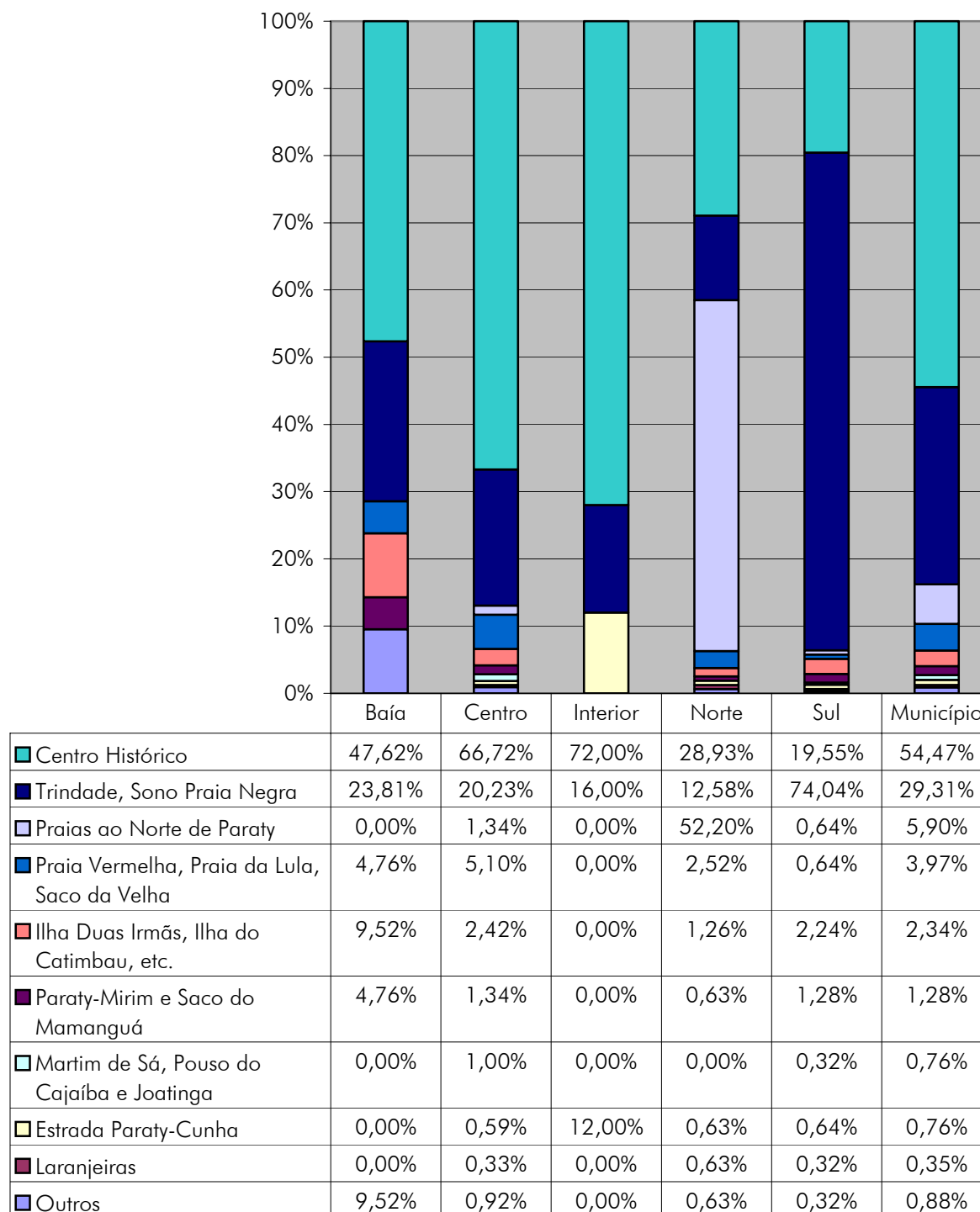


Quadro 58. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (3ª Opção) por Estação

Motivo 3	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Outros	2,81%	6,90%	0,00%	0,00%	0,00%	1,97%
Laranjeiras	2,81%	0,00%	0,00%	0,00%	1,92%	1,53%
Martim de Sá, Pouso do Cajaíba e Joatinga	2,81%	3,45%	2,33%	2,70%	1,92%	2,63%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	3,37%	6,90%	6,98%	10,81%	6,73%	6,13%
Estrada Paraty-Cunha	6,74%	10,34%	18,60%	16,22%	8,65%	10,28%
Ilha Das Irmãs, Ilha do Catimbau, etc.	9,55%	17,24%	11,63%	12,16%	6,73%	10,50%
Trindade, Sono Praia Negra	12,36%	13,79%	18,60%	8,11%	17,31%	13,57%
Praias ao Norte de Paraty	15,17%	12,07%	20,93%	16,22%	11,54%	14,66%
Praia Vermelha, Praia da Lula, Saco da Velha	16,29%	20,69%	4,65%	20,27%	28,85%	19,26%
Centro Histórico	28,09%	8,62%	16,28%	13,51%	16,35%	19,47%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

O Centro Histórico é citado como 1ª Opção em todas as regiões, exceto no Norte e no Sul onde os visitantes apontam uma predominante preferência pelos atrativos das mesmas.

Gráfico 57. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (1ª Opção) por Região

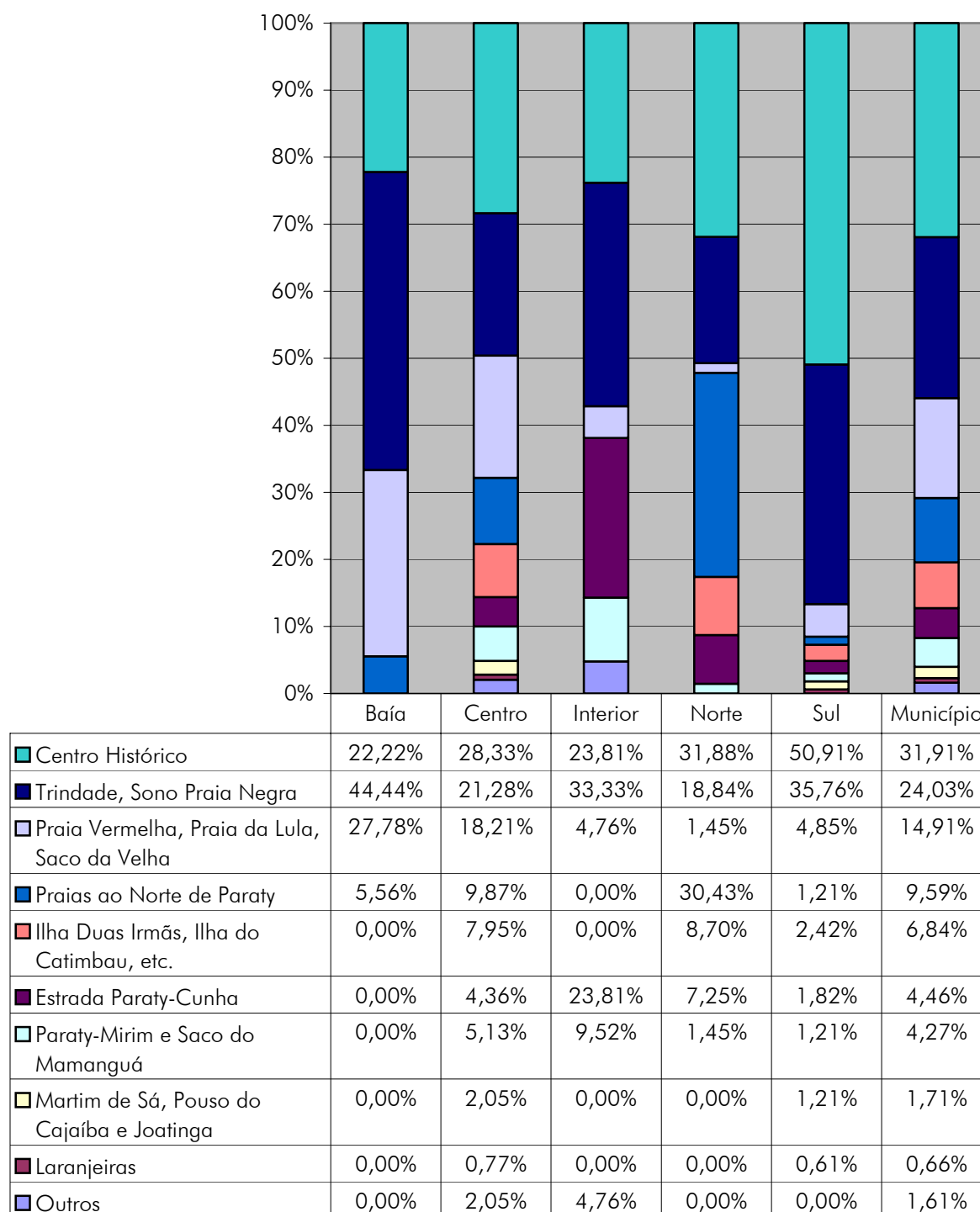


Quadro 59. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (1ª Opção) por Região

Motivo 1	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Outros	9,52%	0,92%	0,00%	0,63%	0,32%	0,88%
Laranjeiras	0,00%	0,33%	0,00%	0,63%	0,32%	0,35%
Estrada Paraty-Cunha	0,00%	0,59%	12,00%	0,63%	0,64%	0,76%
Martim de Sá, Pouso do Cajaíba e Joatinga	0,00%	1,00%	0,00%	0,00%	0,32%	0,76%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	4,76%	1,34%	0,00%	0,63%	1,28%	1,28%
Ilha Duas Irmãs, Ilha do Catimbau, etc.	9,52%	2,42%	0,00%	1,26%	2,24%	2,34%
Praia Vermelha, Praia da Lula, Saco da Velha	4,76%	5,10%	0,00%	2,52%	0,64%	3,97%
Praias ao Norte de Paraty	0,00%	1,34%	0,00%	52,20%	0,64%	5,90%
Trindade, Sono Praia Negra	23,81%	20,23%	16,00%	12,58%	74,04%	29,31%
Centro Histórico	47,62%	66,72%	72,00%	28,93%	19,55%	54,47%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Como 2ª Opção percebe-se uma representativa citação do Centro Histórico na região Sul, e dos atrativos de Trindade na área da Baía. Destaque também para os Atrativos de Paraty-Cunha no Interior.

Gráfico 58. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (2ª Opção) por Região

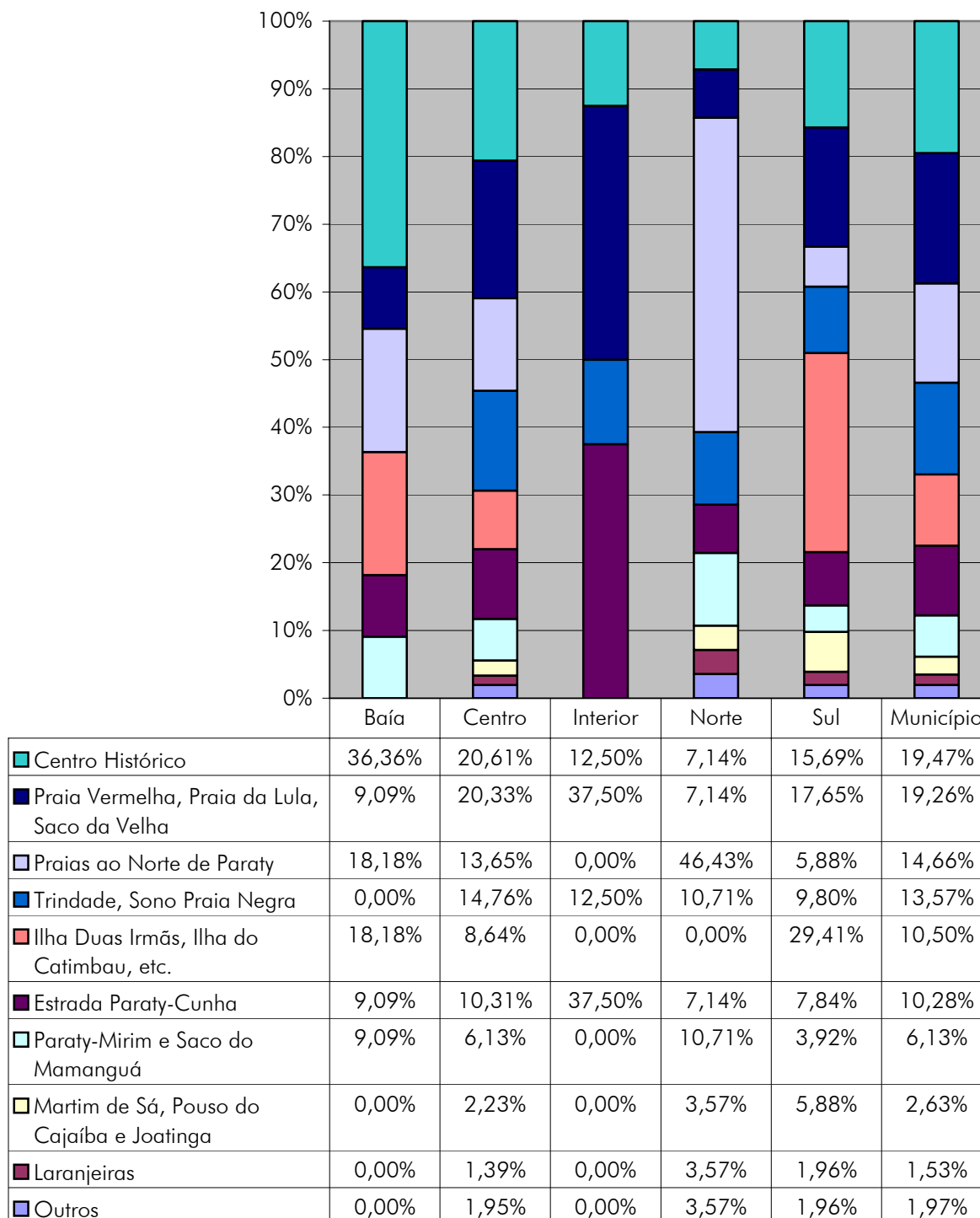


Quadro 60. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (2ª Opção) por Região

Motivo 2	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Outros	0,00%	2,05%	4,76%	0,00%	0,00%	1,61%
Laranjeiras	0,00%	0,77%	0,00%	0,00%	0,61%	0,66%
Martim de Sá, Pouso do Cajaíba e Joatinga	0,00%	2,05%	0,00%	0,00%	1,21%	1,71%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	0,00%	5,13%	9,52%	1,45%	1,21%	4,27%
Estrada Paraty-Cunha	0,00%	4,36%	23,81%	7,25%	1,82%	4,46%
Ilha Duas Irmãs, Ilha do Catimbau, etc.	0,00%	7,95%	0,00%	8,70%	2,42%	6,84%
Praias ao Norte de Paraty	5,56%	9,87%	0,00%	30,43%	1,21%	9,59%
Praia Vermelha, Praia da Lula, Saco da Velha	27,78%	18,21%	4,76%	1,45%	4,85%	14,91%
Trindade, Sono Praia Negra	44,44%	21,28%	33,33%	18,84%	35,76%	24,03%
Centro Histórico	22,22%	28,33%	23,81%	31,88%	50,91%	31,91%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

No que diz respeito a 3ª Opção, destaca-se a presença das Ilhas como importante atrativo para os visitantes da Baía, do Centro e principalmente da região Sul.

Gráfico 59. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (3ª Opção) por Região



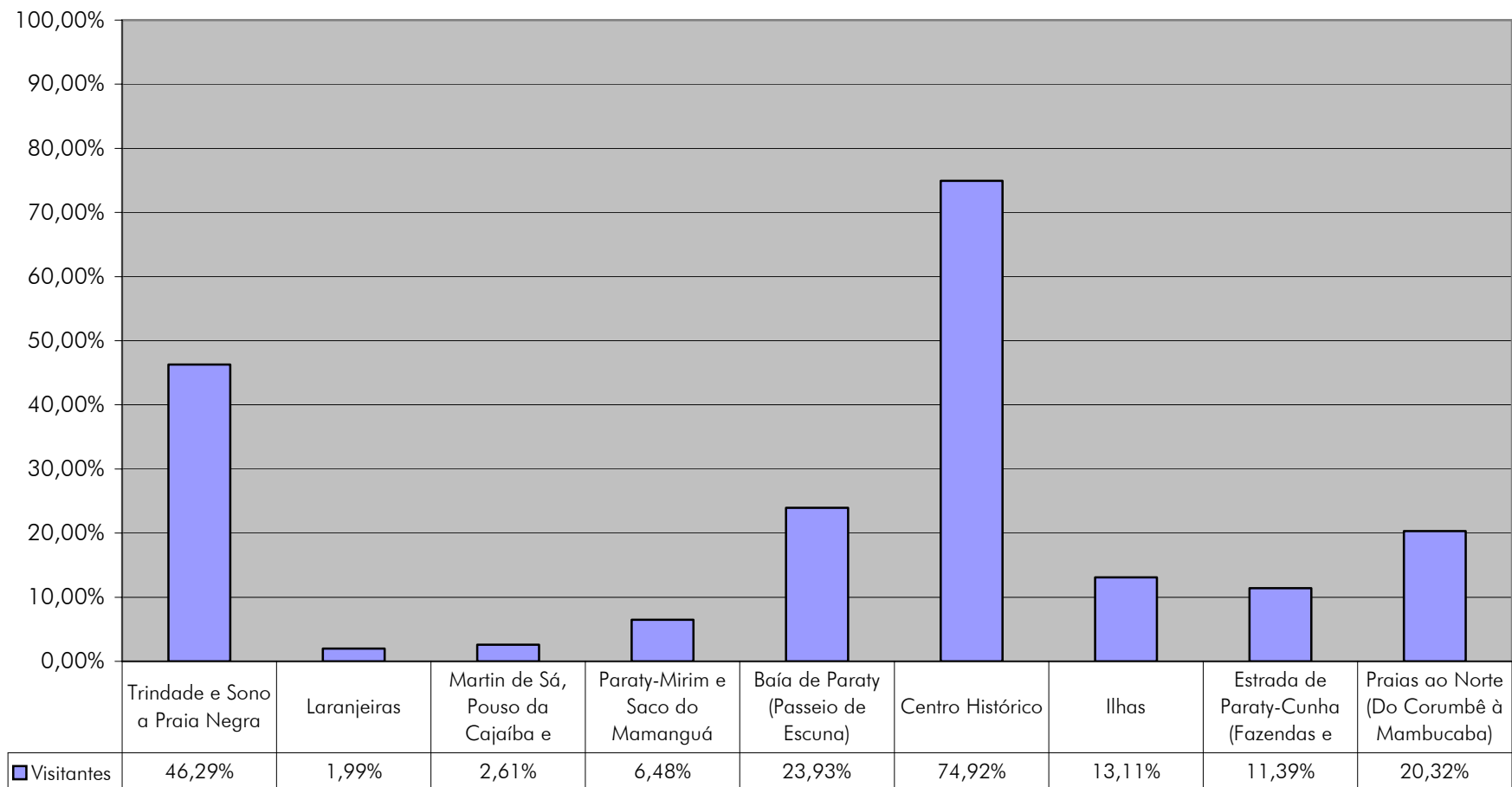
Quadro 61. Divisão dos Visitantes por Atrativos Motivadores (3ª Opção) por Região

Motivo 3	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Outros	0,00%	1,95%	0,00%	3,57%	1,96%	1,97%
Laranjeiras	0,00%	1,39%	0,00%	3,57%	1,96%	1,53%
Martim de Sá, Pouso do Cajaíba e Joatinga	0,00%	2,23%	0,00%	3,57%	5,88%	2,63%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	9,09%	6,13%	0,00%	10,71%	3,92%	6,13%
Estrada Paraty-Cunha	9,09%	10,31%	37,50%	7,14%	7,84%	10,28%
Ilha Duas Irmãs, Ilha do Catimbau, etc.	18,18%	8,64%	0,00%	0,00%	29,41%	10,50%
Trindade, Sono Praia Negra	0,00%	14,76%	12,50%	10,71%	9,80%	13,57%
Praias ao Norte de Paraty	18,18%	13,65%	0,00%	46,43%	5,88%	14,66%
Praia Vermelha, Praia da Lula, Saco da Velha	9,09%	20,33%	37,50%	7,14%	17,65%	19,26%
Centro Histórico	36,36%	20,61%	12,50%	7,14%	15,69%	19,47%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.19. Atrativos Visitados

Entre os atrativos mais visitados destacam-se a região de Trindade que recebeu 50% dos visitantes e principalmente o Centro Histórico, com quase 80% do fluxo total.

Gráfico 60. Atrativos Visitados

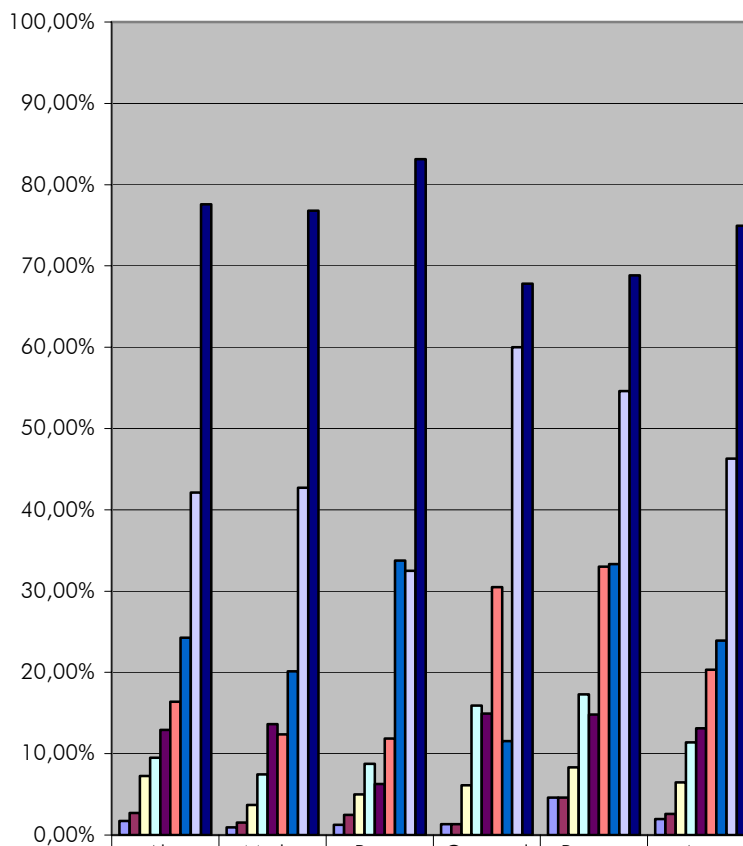


Quadro 62. Atrativos Visitados

Atrativo	Visitantes
Trindade e Sono a Praia Negra	46,29%
Laranjeiras	1,99%
Martin de Sá, Pouso da Cajaíba e Joatinga	2,61%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	6,48%
Baía de Paraty (Passeio de Escuna)	23,93%
Centro Histórico	74,92%
Ilhas	13,11%
Estrada de Paraty-Cunha (Fazendas e Cachoeiras)	11,39%
Praias ao Norte (Do Corumbê à Mambucaba)	20,32%

Todos os períodos mantêm uma distribuição semelhante quanto aos atrativos visitados. Contudo, os períodos de Páscoa e principalmente Carnaval apresentando um representativo índice de visitas às Praias do Norte.

Gráfico 61. Atrativos Visitados por Estação



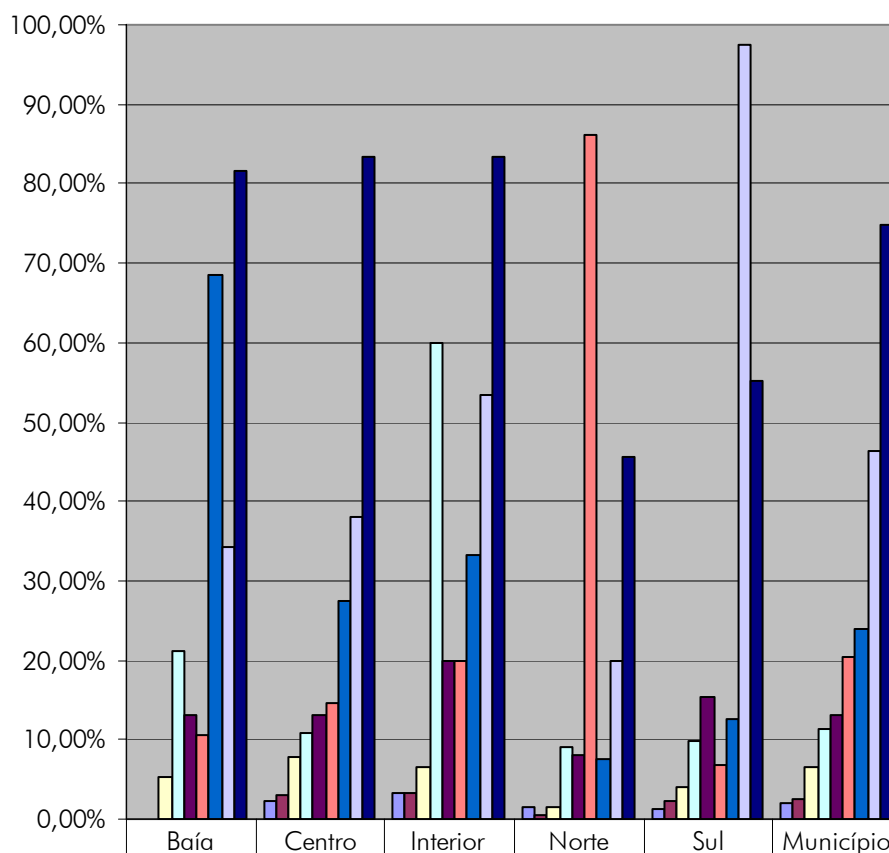
	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Laranjeiras	1,72%	0,93%	1,25%	1,36%	4,63%	1,99%
Martin de Sá, Pouso da Cajaíba e Joatinga	2,71%	1,55%	2,50%	1,36%	4,63%	2,61%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	7,27%	3,72%	5,00%	6,10%	8,33%	6,48%
Estrada de Paraty-Cunha (Fazendas e Cachoeiras)	9,48%	7,43%	8,75%	15,93%	17,28%	11,39%
Ilhas	12,93%	13,62%	6,25%	14,92%	14,81%	13,11%
Praias ao Norte (Do Corumbê à Mambucaba)	16,38%	12,38%	11,88%	30,51%	33,02%	20,32%
Baía de Paraty (Passeio de Escuna)	24,26%	20,12%	33,75%	11,53%	33,33%	23,93%
Trindade e Sono a Praia Negra	42,12%	42,72%	32,50%	60,00%	54,63%	46,29%
Centro Histórico	77,59%	76,78%	83,13%	67,80%	68,83%	74,92%

Quadro 63. Atrativos Visitados por Estação

Grupos de Atrativos Visitados	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Laranjeiras	1,72%	0,93%	1,25%	1,36%	4,63%	1,99%
Martin de Sá, Pouso da Cajaíba e Joatinga	2,71%	1,55%	2,50%	1,36%	4,63%	2,61%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	7,27%	3,72%	5,00%	6,10%	8,33%	6,48%
Estrada de Paraty-Cunha (Fazendas e Cachoeiras)	9,48%	7,43%	8,75%	15,93%	17,28%	11,39%
Ilhas	12,93%	13,62%	6,25%	14,92%	14,81%	13,11%
Praias ao Norte (Do Corumbê à Mambucaba)	16,38%	12,38%	11,88%	30,51%	33,02%	20,32%
Baía de Paraty (Passeio de Escuna)	24,26%	20,12%	33,75%	11,53%	33,33%	23,93%
Trindade e Sono a Praia Negra	42,12%	42,72%	32,50%	60,00%	54,63%	46,29%
Centro Histórico	77,59%	76,78%	83,13%	67,80%	68,83%	74,92%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

A distribuição dos atrativos dá-se de forma semelhante em todas as regiões. Mas as regiões Norte e Sul apresentam uma grande predominância dos atrativos das próprias regiões.

Gráfico 62. Atrativos Visitados por Região



	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Laranjeiras	0,00%	2,24%	3,33%	1,61%	1,25%	1,99%
Martin de Sá, Pouso da Cajaíba e Joatinga	0,00%	3,06%	3,33%	0,54%	2,19%	2,61%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	5,26%	7,76%	6,67%	1,61%	4,08%	6,48%
Estrada de Paraty-Cunha (Fazendas e Cachoeiras)	21,05%	10,74%	60,00%	9,14%	9,72%	11,39%
Ilhas	13,16%	13,12%	20,00%	8,06%	15,36%	13,11%
Praias ao Norte (Do Corumbê à Mambucaba)	10,53%	14,69%	20,00%	86,02%	6,90%	20,32%
Baía de Paraty (Passeio de Escuna)	68,42%	27,44%	33,33%	7,53%	12,54%	23,93%
Trindade e Sono a Praia Negra	34,21%	37,96%	53,33%	19,89%	97,49%	46,29%
Centro Histórico	81,58%	83,30%	83,33%	45,70%	55,17%	74,92%

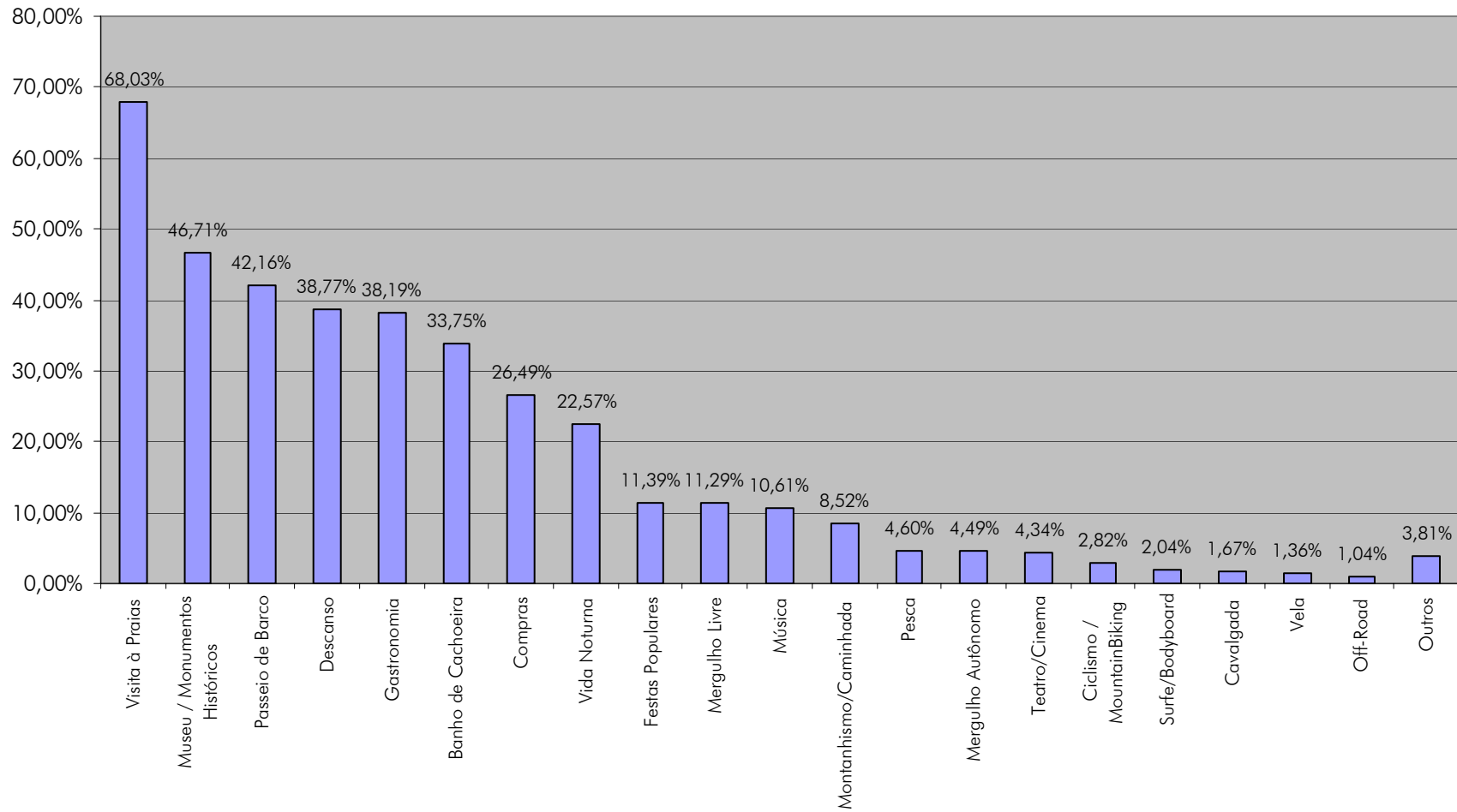
Quadro 64. Atrativos Visitados por Região

Grupos de Atrativos Visitados	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Laranjeiras	0,00%	2,24%	3,33%	1,61%	1,25%	1,99%
Martin de Sá, Pouso da Cajaíba e Joatinga	0,00%	3,06%	3,33%	0,54%	2,19%	2,61%
Paraty-Mirim e Saco do Mamanguá	5,26%	7,76%	6,67%	1,61%	4,08%	6,48%
Estrada de Paraty-Cunha (Fazendas e Cachoeiras)	21,05%	10,74%	60,00%	9,14%	9,72%	11,39%
Ilhas	13,16%	13,12%	20,00%	8,06%	15,36%	13,11%
Praias ao Norte (Do Corumbê à Mambucaba)	10,53%	14,69%	20,00%	86,02%	6,90%	20,32%
Baía de Paraty (Passeio de Escuna)	68,42%	27,44%	33,33%	7,53%	12,54%	23,93%
Trindade e Sono a Praia Negra	34,21%	37,96%	53,33%	19,89%	97,49%	46,29%
Centro Histórico	81,58%	83,30%	83,33%	45,70%	55,17%	74,92%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.20. Atividades Realizadas

O gráfico a seguir destaca a realização de visita às praias como principal atividade dos visitantes. Segue-se a visita a museus / monumentos históricos, os passeios de barco, descanso e atividades gastronômicas como as mais realizadas.

Gráfico 63. Atividades Realizadas

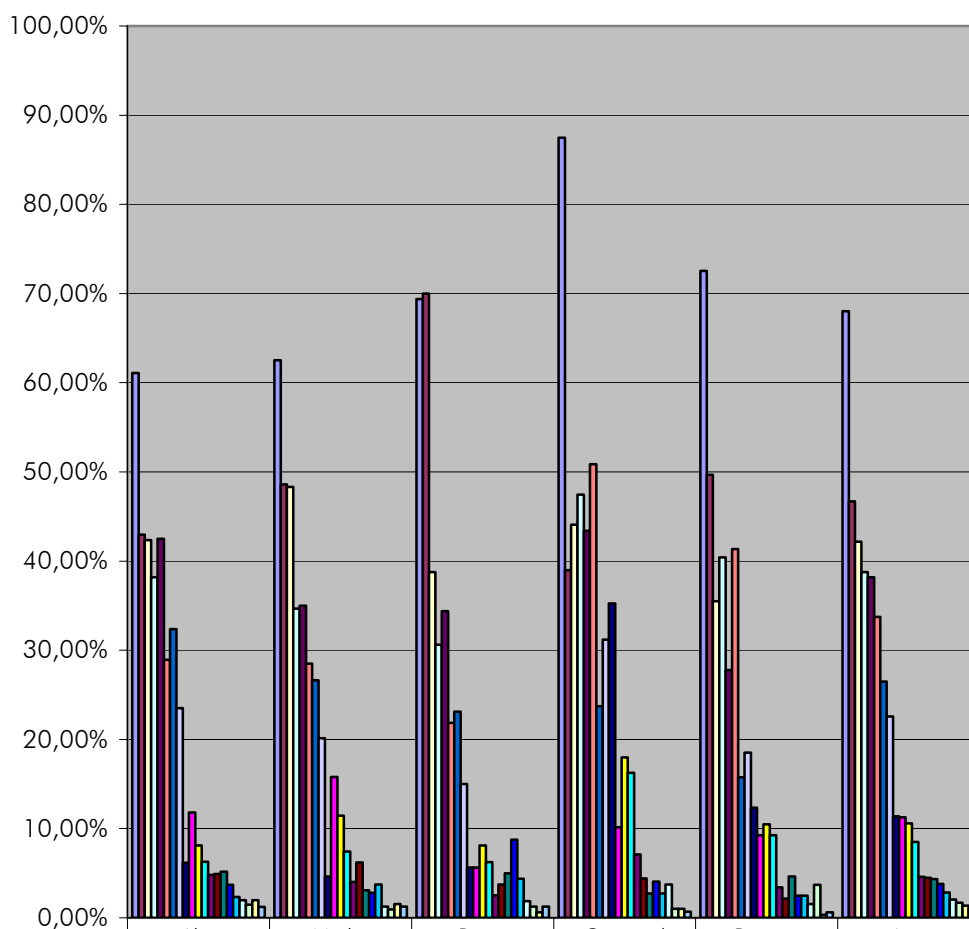


Quadro 65. Atividades Realizadas

Atividade	Entrevistados
Visita à Praias	68,03%
Museu / Monumentos Históricos	46,71%
Passeio de Barco	42,16%
Descanso	38,77%
Gastronomia	38,19%
Banho de Cachoeira	33,75%
Compras	26,49%
Vida Noturna	22,57%
Festas Populares	11,39%
Mergulho Livre	11,29%
Música	10,61%
Montanhismo/Caminhada	8,52%
Pesca	4,60%
Mergulho Autônomo	4,49%
Teatro/Cinema	4,34%
Ciclismo / MountainBiking	2,82%
Surfe/Bodyboard	2,04%
Cavalgada	1,67%
Vela	1,36%
Off-Road	1,04%
Outros	3,81%

Em todas as estações a atividade mais realizada foi a visita às praias, com exceção do período da Baixa Temporada, em que predominam as visitas aos museus / monumentos históricos.

Gráfico 64. Atrativos Visitados por Estação



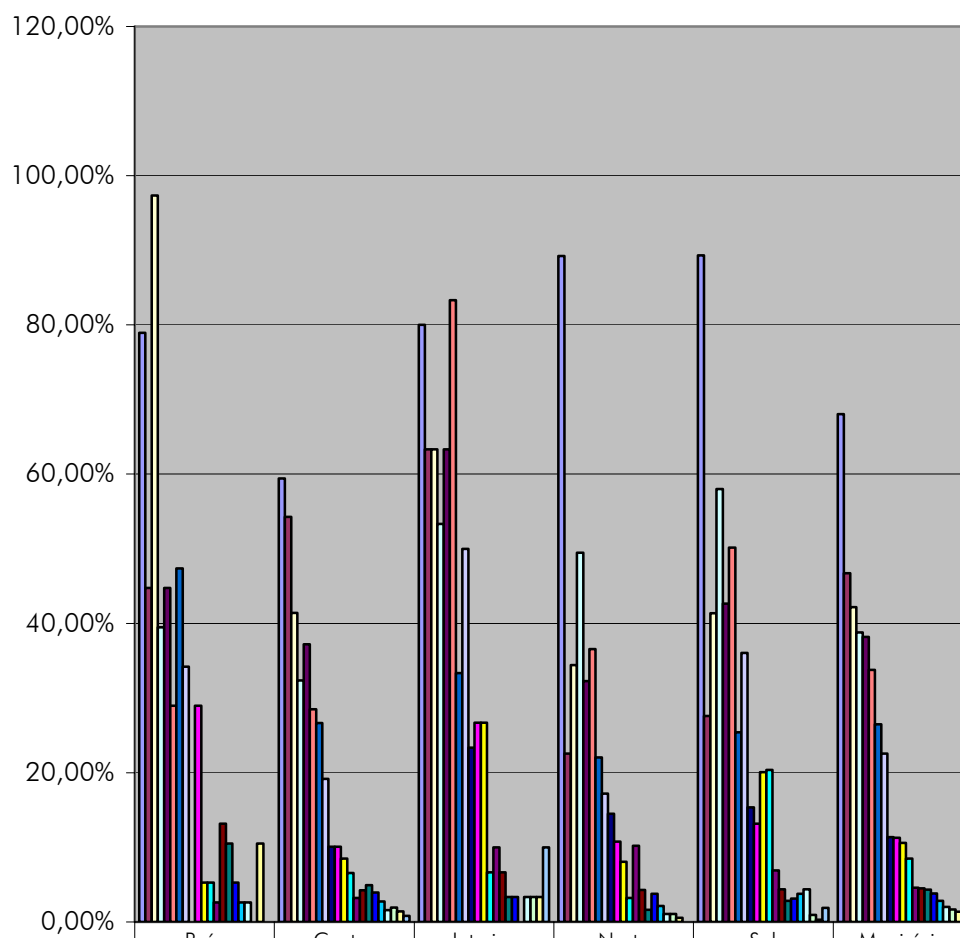
	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Visita à Praias	61,08%	62,54%	69,38%	87,46%	72,53%	68,03%
Museu / Monumentos Históricos	42,98%	48,61%	70,00%	38,98%	49,69%	46,71%
Passeio de Barco	42,36%	48,30%	38,75%	44,07%	35,49%	42,16%
Descanso	38,18%	34,67%	30,63%	47,46%	40,43%	38,77%
Gastronomia	42,49%	34,98%	34,38%	43,39%	27,78%	38,19%
Banho de Cachoeira	28,94%	28,48%	21,88%	50,85%	41,36%	33,75%
Compras	32,39%	26,63%	23,13%	23,73%	15,74%	26,49%
Vida Noturna	23,52%	20,12%	15,00%	31,19%	18,52%	22,57%
Festas Populares	6,16%	4,64%	5,63%	35,25%	12,35%	11,39%
Mergulho Livre	11,82%	15,79%	5,63%	10,17%	9,26%	11,29%
Música	8,13%	11,46%	8,13%	17,97%	10,49%	10,61%
Montanhismo/Caminhada	6,28%	7,43%	6,25%	16,27%	9,26%	8,52%
Pesca	4,80%	4,02%	2,50%	7,12%	3,40%	4,60%
Mergulho Autônomo	4,93%	6,19%	3,75%	4,41%	2,16%	4,49%
Teatro/Cinema	5,17%	3,10%	5,00%	2,71%	4,63%	4,34%
Outros	3,69%	2,79%	8,75%	4,07%	2,47%	3,81%
Ciclismo / MountainBiking	2,34%	3,72%	4,38%	2,71%	2,47%	2,82%

Quadro 66. Atrativos Visitados por Estação

Atividades Realizadas	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Visita à Praias	61,08%	62,54%	69,38%	87,46%	72,53%	68,03%
Museu / Monumentos Históricos	42,98%	48,61%	70,00%	38,98%	49,69%	46,71%
Passeio de Barco	42,36%	48,30%	38,75%	44,07%	35,49%	42,16%
Descanso	38,18%	34,67%	30,63%	47,46%	40,43%	38,77%
Gastronomia	42,49%	34,98%	34,38%	43,39%	27,78%	38,19%
Banho de Cachoeira	28,94%	28,48%	21,88%	50,85%	41,36%	33,75%
Compras	32,39%	26,63%	23,13%	23,73%	15,74%	26,49%
Vida Noturna	23,52%	20,12%	15,00%	31,19%	18,52%	22,57%
Festas Populares	6,16%	4,64%	5,63%	35,25%	12,35%	11,39%
Mergulho Livre	11,82%	15,79%	5,63%	10,17%	9,26%	11,29%
Música	8,13%	11,46%	8,13%	17,97%	10,49%	10,61%
Montanhismo/Caminhada	6,28%	7,43%	6,25%	16,27%	9,26%	8,52%
Pesca	4,80%	4,02%	2,50%	7,12%	3,40%	4,60%
Mergulho Autônomo	4,93%	6,19%	3,75%	4,41%	2,16%	4,49%
Teatro/Cinema	5,17%	3,10%	5,00%	2,71%	4,63%	4,34%
Outros	3,69%	2,79%	8,75%	4,07%	2,47%	3,81%
Ciclismo / MountainBiking	2,34%	3,72%	4,38%	2,71%	2,47%	2,82%
Surfe/Bodyboard	1,97%	1,24%	1,88%	3,73%	1,54%	2,04%
Cavalgada	1,48%	0,93%	1,25%	1,02%	3,70%	1,67%
Vela	1,97%	1,55%	0,63%	1,02%	0,31%	1,36%
Off-Road	1,23%	1,24%	1,25%	0,68%	0,62%	1,04%
Total de Entrevistados por Estação	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Destaque para passeios de barco na região da Baía, banho de cachoeira no Interior e descanso no Sul.

Gráfico 65. Atrativos Visitados por Região



	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
■ Visita à Praias	78,95%	59,43%	80,00%	89,25%	89,34%	68,03%
■ Museu / Monumentos Históricos	44,74%	54,29%	63,33%	22,58%	27,59%	46,71%
■ Passeio de Barco	97,37%	41,39%	63,33%	34,41%	41,38%	42,16%
■ Descanso	39,47%	32,36%	53,33%	49,46%	57,99%	38,77%
■ Gastronomia	44,74%	37,21%	63,33%	32,26%	42,63%	38,19%
■ Banho de Cachoeira	28,95%	28,49%	83,33%	36,56%	50,16%	33,75%
■ Compras	47,37%	26,62%	33,33%	22,04%	25,39%	26,49%
■ Vida Noturna	34,21%	19,16%	50,00%	17,20%	36,05%	22,57%
■ Festas Populares	0,00%	10,07%	23,33%	14,52%	15,36%	11,39%
■ Mergulho Livre	28,95%	10,07%	26,67%	10,75%	13,17%	11,29%
■ Música	5,26%	8,50%	26,67%	8,06%	20,06%	10,61%
■ Montanhismo/Caminhada	5,26%	6,56%	6,67%	3,23%	20,38%	8,52%
■ Pesca	2,63%	3,21%	10,00%	10,22%	6,90%	4,60%
■ Mergulho Autônomo	13,16%	4,25%	6,67%	4,30%	4,39%	4,49%
■ Teatro/Cinema	10,53%	4,92%	3,33%	1,61%	2,82%	4,34%
■ Outros	5,26%	3,95%	3,33%	3,76%	3,13%	3,81%
■ Ciclismo / MountainBiking	2,63%	2,76%	0,00%	2,15%	3,76%	2,82%

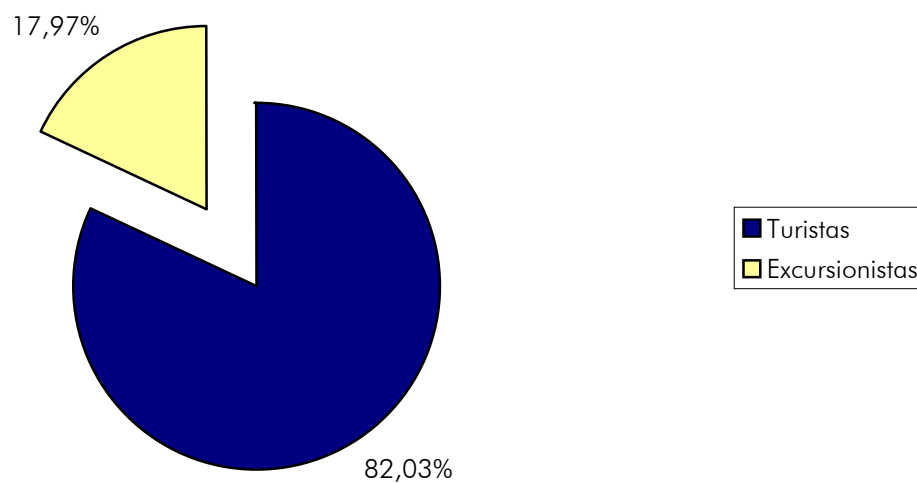
Quadro 67. Atrativos Visitados por Região

Atividades Realizadas	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Visita à Praias	78,95%	59,43%	80,00%	89,25%	89,34%	68,03%
Museu / Monumentos Históricos	44,74%	54,29%	63,33%	22,58%	27,59%	46,71%
Passeio de Barco	97,37%	41,39%	63,33%	34,41%	41,38%	42,16%
Descanso	39,47%	32,36%	53,33%	49,46%	57,99%	38,77%
Gastronomia	44,74%	37,21%	63,33%	32,26%	42,63%	38,19%
Banho de Cachoeira	28,95%	28,49%	83,33%	36,56%	50,16%	33,75%
Compras	47,37%	26,62%	33,33%	22,04%	25,39%	26,49%
Vida Noturna	34,21%	19,16%	50,00%	17,20%	36,05%	22,57%
Festas Populares	0,00%	10,07%	23,33%	14,52%	15,36%	11,39%
Mergulho Livre	28,95%	10,07%	26,67%	10,75%	13,17%	11,29%
Música	5,26%	8,50%	26,67%	8,06%	20,06%	10,61%
Montanhismo/Caminhada	5,26%	6,56%	6,67%	3,23%	20,38%	8,52%
Pesca	2,63%	3,21%	10,00%	10,22%	6,90%	4,60%
Mergulho Autônomo	13,16%	4,25%	6,67%	4,30%	4,39%	4,49%
Teatro/Cinema	10,53%	4,92%	3,33%	1,61%	2,82%	4,34%
Outros	5,26%	3,95%	3,33%	3,76%	3,13%	3,81%
Ciclismo / MountainBiking	2,63%	2,76%	0,00%	2,15%	3,76%	2,82%
Surfe/Bodyboard	2,63%	1,57%	3,33%	1,08%	4,39%	2,04%
Cavalgada	0,00%	1,94%	3,33%	1,08%	0,94%	1,67%
Vela	10,53%	1,42%	3,33%	0,54%	0,31%	1,36%
Off-Road	0,00%	0,82%	10,00%	0,00%	1,88%	1,04%
Total de Entrevistados por Estação	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.21. Pernoite

Observa-se no gráfico abaixo a predominância de Turistas com cerca de 82% do total de visitantes, sendo o restante classificados como Excursionistas.

Gráfico 66. Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas

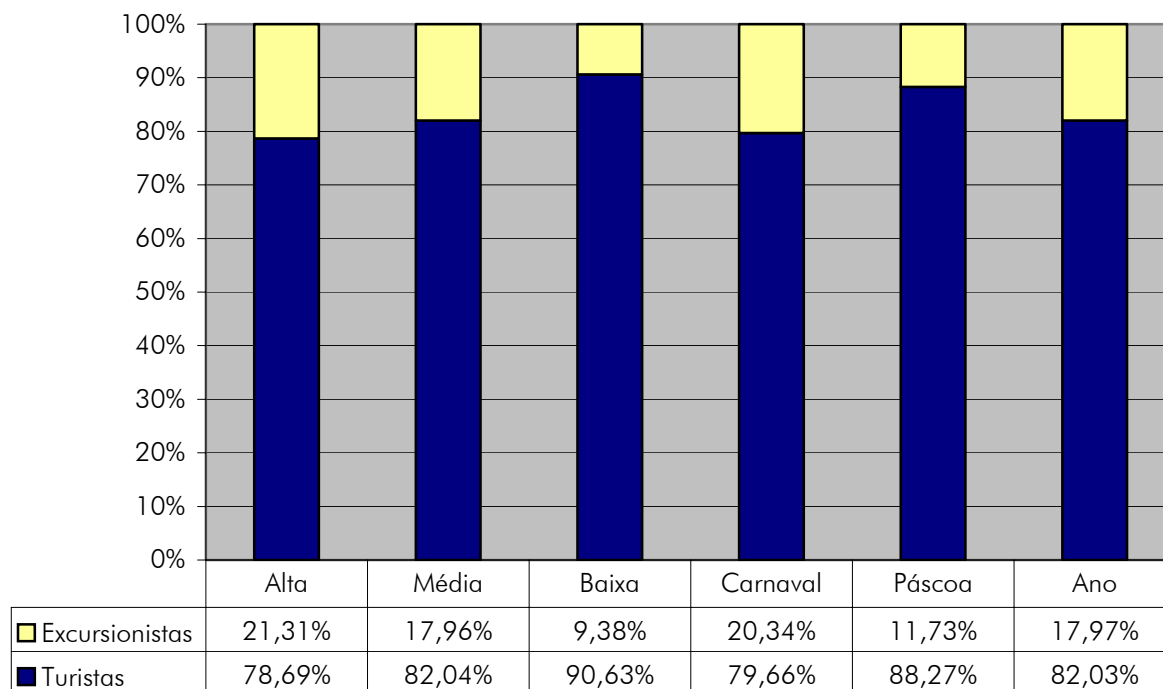


Quadro 68. Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas

Pernoite	Visitantes
Turistas	82,03%
Excursionistas	17,97%
Total	100,00%

De acordo com o gráfico abaixo, nos períodos de Alta Estação e Carnaval têm os menores percentuais de Turistas, inferiores a 80%.

Gráfico 67. Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Estação

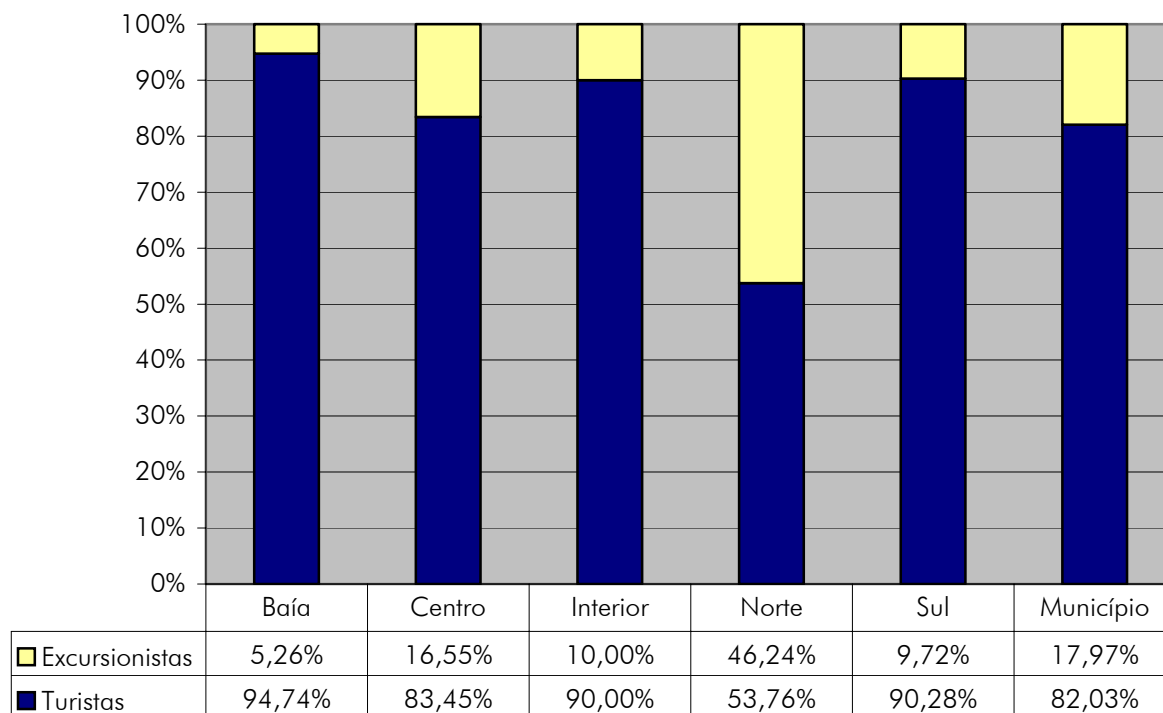


Quadro 69. Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Estação

Pernoite	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Turistas	78,69%	82,04%	90,63%	79,66%	88,27%	82,03%
Excursionistas	21,31%	17,96%	9,38%	20,34%	11,73%	17,97%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Destaca-se a região Norte com quase metade de seus visitantes na qualidade de excursionistas, e a Baía com cerca de 95% de Turistas.

Gráfico 68. Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Região

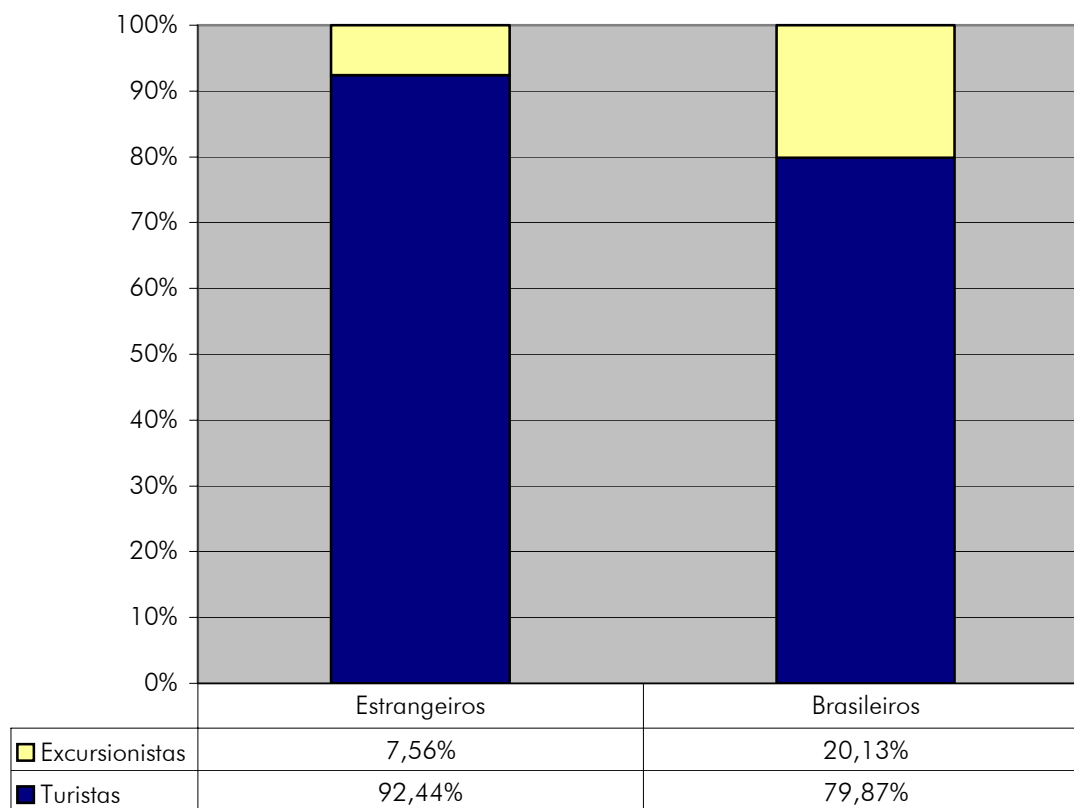


Quadro 70. Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Região

Pernoite	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Turistas	94,74%	83,45%	90,00%	53,76%	90,28%	82,03%
Excursionistas	5,26%	16,55%	10,00%	46,24%	9,72%	17,97%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

No que diz respeito a divisão de turistas e excursionistas entre visitantes brasileiros e estrangeiros, a quantidade de excursionistas estrangeiros é menor do que os visitantes nacionais.

Gráfico 69. Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Nacionalidade



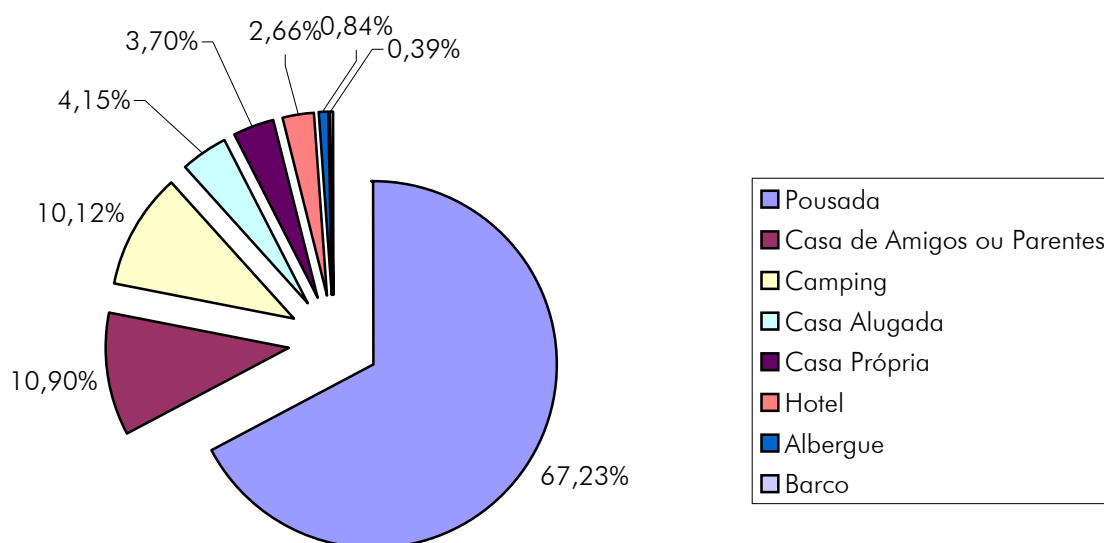
Quadro 71. Divisão dos Visitantes Turistas X Excursionistas por Nacionalidade

Pernoite	Estrangeiros	Brasileiros
Turistas	92,44%	79,87%
Excursionistas	7,56%	20,13%
Visitantes	100,00%	100,00%

10.22. Meio de Hospedagem

Mais de 2/3 dos turistas hospedam-se em pousadas. Destaca-se também as casas de amigos ou familiares e os campings com cerca de 10% dos visitantes cada.

Gráfico 70. Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem

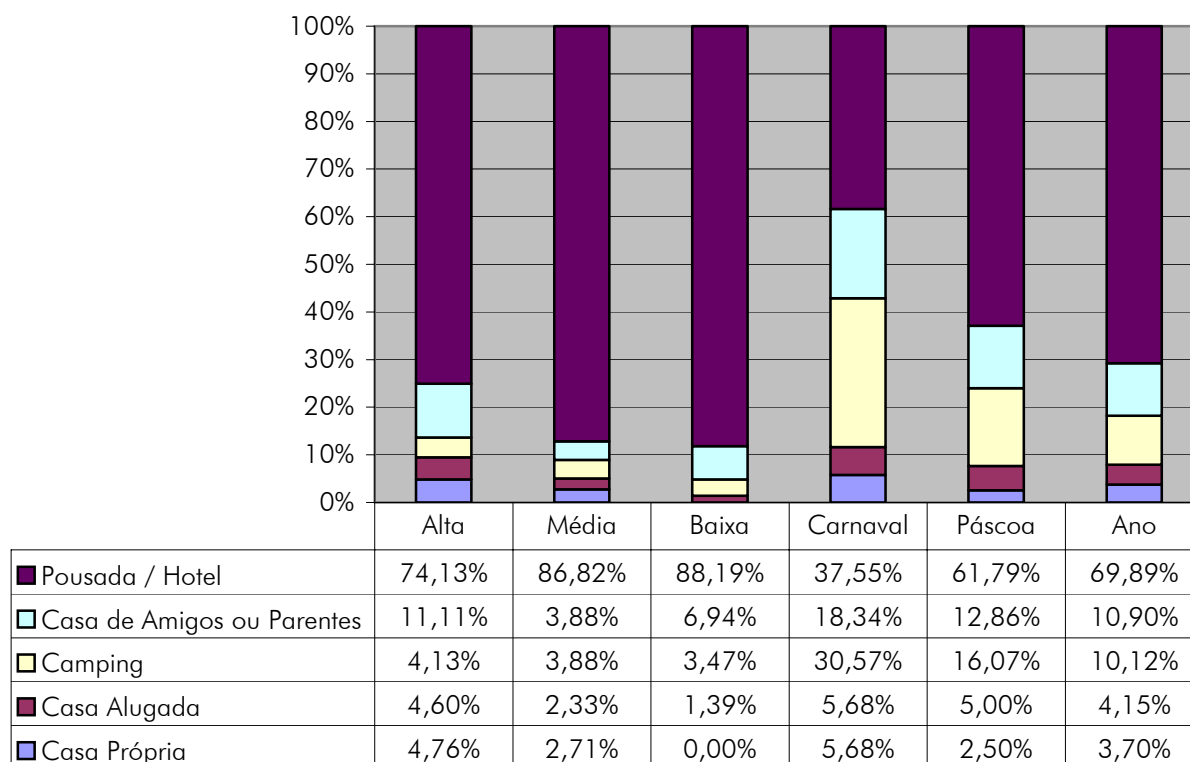


Quadro 72. Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem

Tipo de Meio de Hospedagem	Turistas
Pousada e Hotel	69,89%
Casa de Amigos ou Parentes	10,90%
Camping	10,12%
Casa Alugada	4,15%
Casa Própria	3,70%
Albergue	0,84%
Barco	0,39%
Total	100%

O maior numero de pernoites em campings acontece durante os feriados, como pode ser notado no gráfico a seguir.

Gráfico 71. Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem por Estação

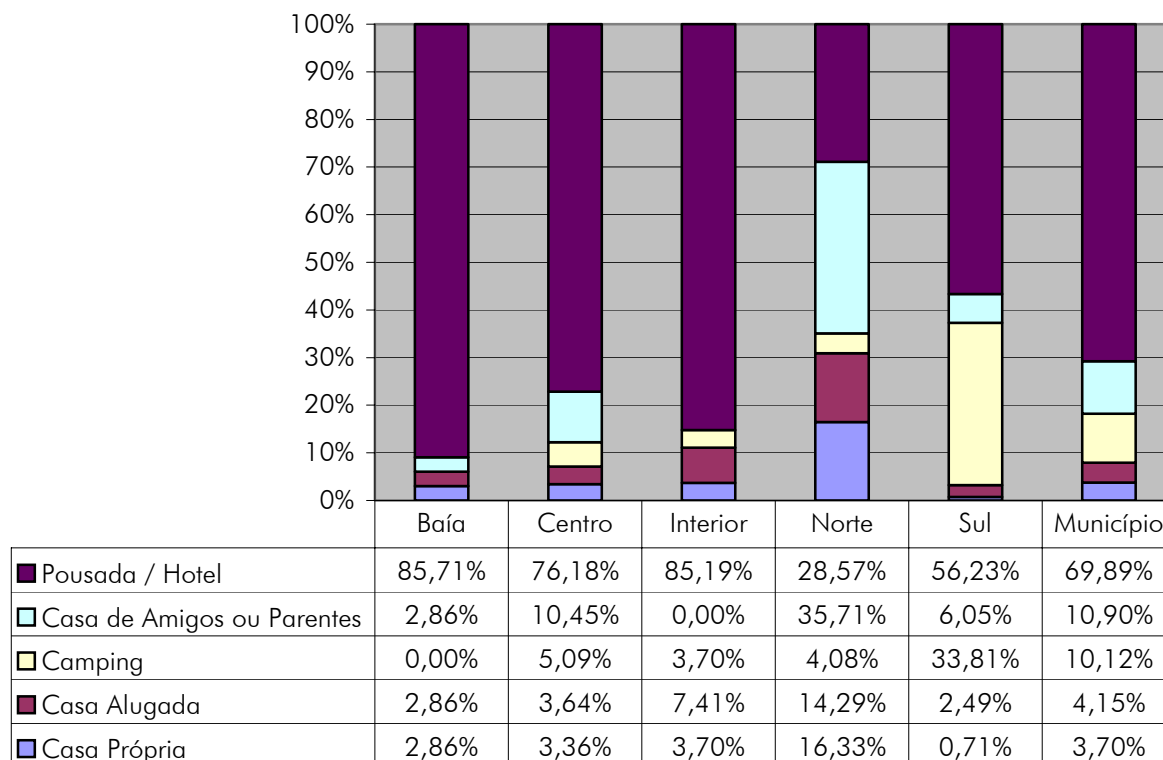


Quadro 73. Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem por Estação

Tipo de Meio de Hospedagem	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Outros	1,27%	0,39%	0,00%	2,18%	1,79%	1,23%
Casa Própria	4,76%	2,71%	0,00%	5,68%	2,50%	3,70%
Casa Alugada	4,60%	2,33%	1,39%	5,68%	5,00%	4,15%
Camping	4,13%	3,88%	3,47%	30,57%	16,07%	10,12%
Casa de Amigos ou Parentes	11,11%	3,88%	6,94%	18,34%	12,86%	10,90%
Pousada / Hotel	74,13%	86,82%	88,19%	37,55%	61,79%	69,89%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Os dois aspectos mais relevantes do próximo gráfico são a considerável presença de turistas em casa de amigos e parentes na região Norte, e o maior utilização de campings na região Sul.

Gráfico 72. Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem por Região



Quadro 74. Divisão dos Visitantes por Meio de Hospedagem por Região

Meio de Hospedagem	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Outros	5,71%	1,27%	0,00%	1,02%	0,71%	1,23%
Casa Própria	2,86%	3,36%	3,70%	16,33%	0,71%	3,70%
Casa Alugada	2,86%	3,64%	7,41%	14,29%	2,49%	4,15%
Camping	0,00%	5,09%	3,70%	4,08%	33,81%	10,12%
Casa de Amigos ou Parentes	2,86%	10,45%	0,00%	35,71%	6,05%	10,90%
Pousada / Hotel	85,71%	76,18%	85,19%	28,57%	56,23%	69,89%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.22.1. Nome dos Meios de Hospedagem

Relaciona-se a seguir os nomes dos Meios de Hospedagem utilizados.

Quadro 75. Nome dos Meios de Hospedagem Utilizados

Nome meio	Entrevistados
Outros	35,35%
Hotel Velejador	0,96%
Pousada Antígona	0,96%
Pousada do Imperador	0,96%
Pousada Dois Irmãos	0,96%
Pousada Eclipse	0,96%
Pousada La Cigale	0,96%
Pousada Magnu's	0,96%
Pousada Neanderthal	0,96%
Pousada Solar Dos Gerânios	0,96%
Pousada Villa Harmonia	0,96%
Pousada Vista Mar	0,96%
Estalagem Colonial	1,11%
Mercado de Pouso - Estalagem	1,11%
Pousada Cristal	1,11%
Pousada do Cais	1,11%
Pousada do Careca	1,11%
Pousada Estrela do Mar	1,11%
Pousada Gabriela	1,11%
Pousada Marendaz	1,11%
Pousada Praia do Jabaquara	1,11%
Pousada Provence	1,11%
Pouso Kotory	1,11%
Hotel Coxixo	1,27%
Pousada Silotel	1,27%
Pousada Villaggio	1,27%
Pousada do Corsário	1,43%
Pousada do Príncipe	1,59%
Pousada Sonho Meu	1,59%
Pousada do Forte	1,75%
Pousada Paisagem	1,75%
Pousada Villas de Paraty	1,75%
Pousada do Ouro	1,91%
Pousada Ponta da Trindade	2,23%
Pousada da Marquesa	2,55%
Pousada da Condessa	2,87%
Pousada Porto Imperial	2,87%
Pousada Aconchego	3,03%
Pousada Parque Hotel Perequê	3,03%
Pousada do Sandi	3,18%
Pousada Canoas	6,53%
Total	100,00%

10.22.2. Média de Pernoites

Multiplicando-se o número de visitantes pela quantidade de pernoites, chega-se a média ponderada geral de 3,04 pernoites por visitante.

Quadro 76. Média de Pernoites

Dias	Pernoites	Entrevistados	Produto Pernoite
2	1	302	302
3	2	252	504
4	3	180	540
5	4	161	644
6	5	44	220
7	6	49	294
8	7	11	77
9	8	5	40
10	9	19	171
11	10	3	30
12	11	1	11
14	13	4	52
15	14	13	182
18	17	1	17
19	18	1	18
20	19	2	38
25	24	1	24
30	29	1	29
		1050	3193
Média de Pernoites			3,040952381

Obs.: As permanências acima de 30 dias foram excluídas e os valores acima excluem quaisquer outros valores que não os de Pousadas e Hotéis

10.23. Gastos

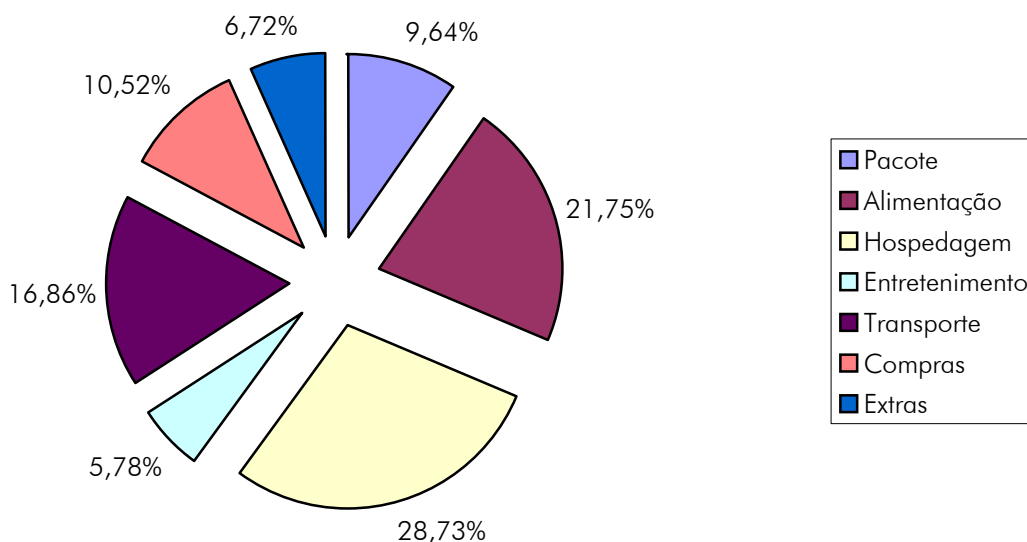
O gasto médio dos turistas e excursionistas estão demonstrados no quadro a seguir:

Quadro 77. Gasto Médio dos Visitantes

	Gasto Médio	Participação
Excursionistas	R\$ 47,08	17,97%
Turistas	R\$ 398,74	82,03%
Visitantes	R\$ 335,55	100,00%

Nota-se que mais de 50% dos gastos dos turistas estão relacionados a hospedagem e a alimentação.

Gráfico 73. Distribuição dos Gastos dos Turistas

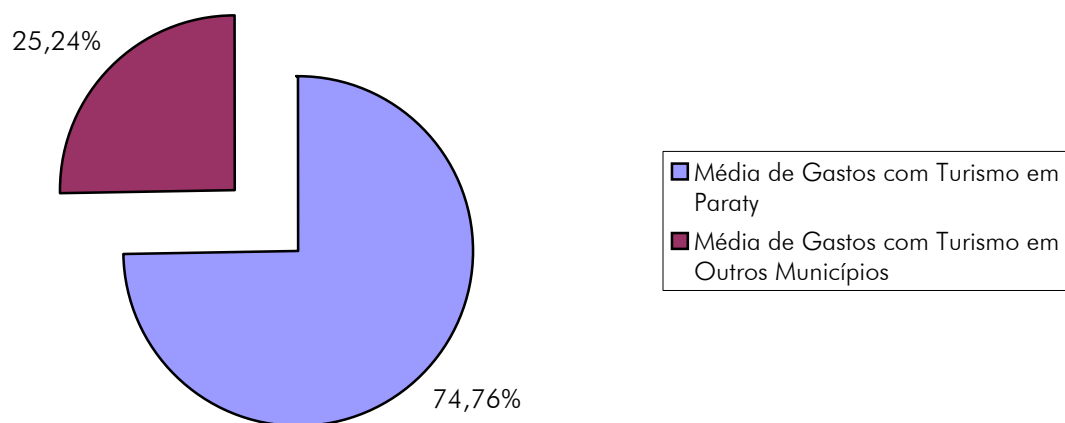


Quadro 78. Distribuição dos Gastos dos Turistas

Distribuição dos Gastos do Turista	Total
Pacote	9,64%
Alimentação	21,75%
Hospedagem	28,73%
Entretenimento	5,78%
Transporte	16,86%
Compras	10,52%
Extras	6,72%
Total	100,00%

Entre os turistas que além de Paraty visitaram outros municípios durante a viagem, praticamente $\frac{3}{4}$ dos gastos realizados ocorreram em área paratiense.

Gráfico 74. Distribuição dos Gastos dos Turistas em Paraty e em Outros Destinos

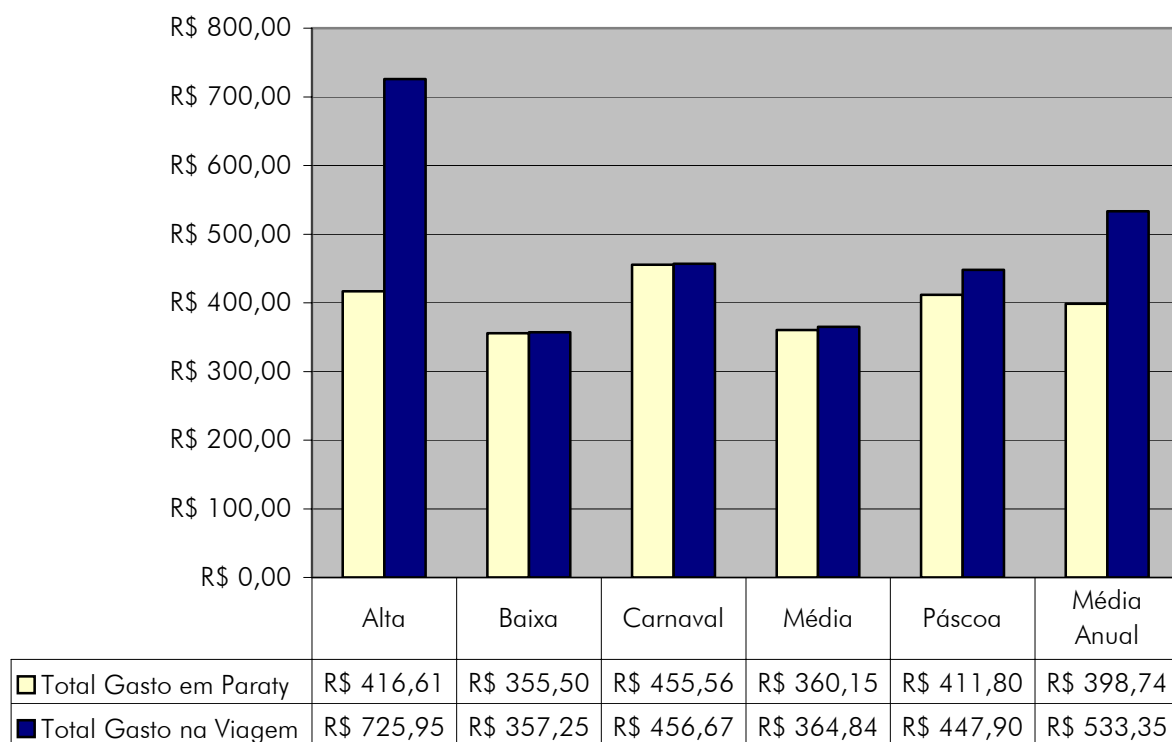


Quadro 79. Distribuição dos Gastos dos Turistas em Paraty e em Outros Destinos

	Valor	Relação
Média de Gastos com Turismo em Paraty	R\$ 398,74	74,76%
Média de Gastos com Turismo em Outros Municípios	R\$ 134,61	25,24%
Média de Gastos na Viagem	R\$ 533,35	100%

O maior gasto médio acontece no Carnaval (R\$ 455,56), enquanto a Baixa Temporada responde pelos menores gastos médios (R\$ 355,50). Com relação ao gasto total o maior volume acontece durante a Alta Temporada.

Gráfico 75. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Estação

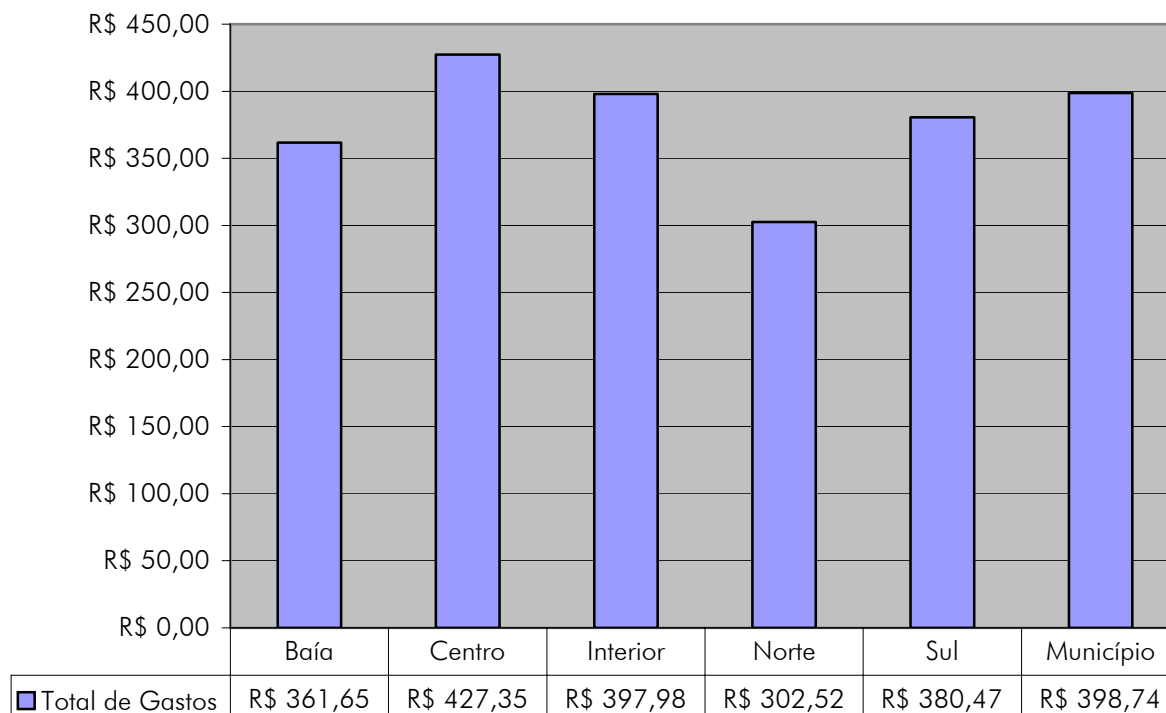


Quadro 80. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Estação

Dados	Alta	Baixa	Carnaval	Média	Páscoa	Média Anual
Total Gasto em Paraty	R\$ 416,61	R\$ 355,50	R\$ 455,56	R\$ 360,15	R\$ 411,80	R\$ 398,74
Total Gasto na Viagem	R\$ 725,95	R\$ 357,25	R\$ 456,67	R\$ 364,84	R\$ 447,90	R\$ 533,35
Relação	57,39%	99,51%	99,76%	98,71%	91,94%	74,76%

O maior contraste de gastos acontece entre as regiões do Centro e do Norte, com R\$ 427,35 e R\$ 302,52 de média, respectivamente.

Gráfico 76. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Região

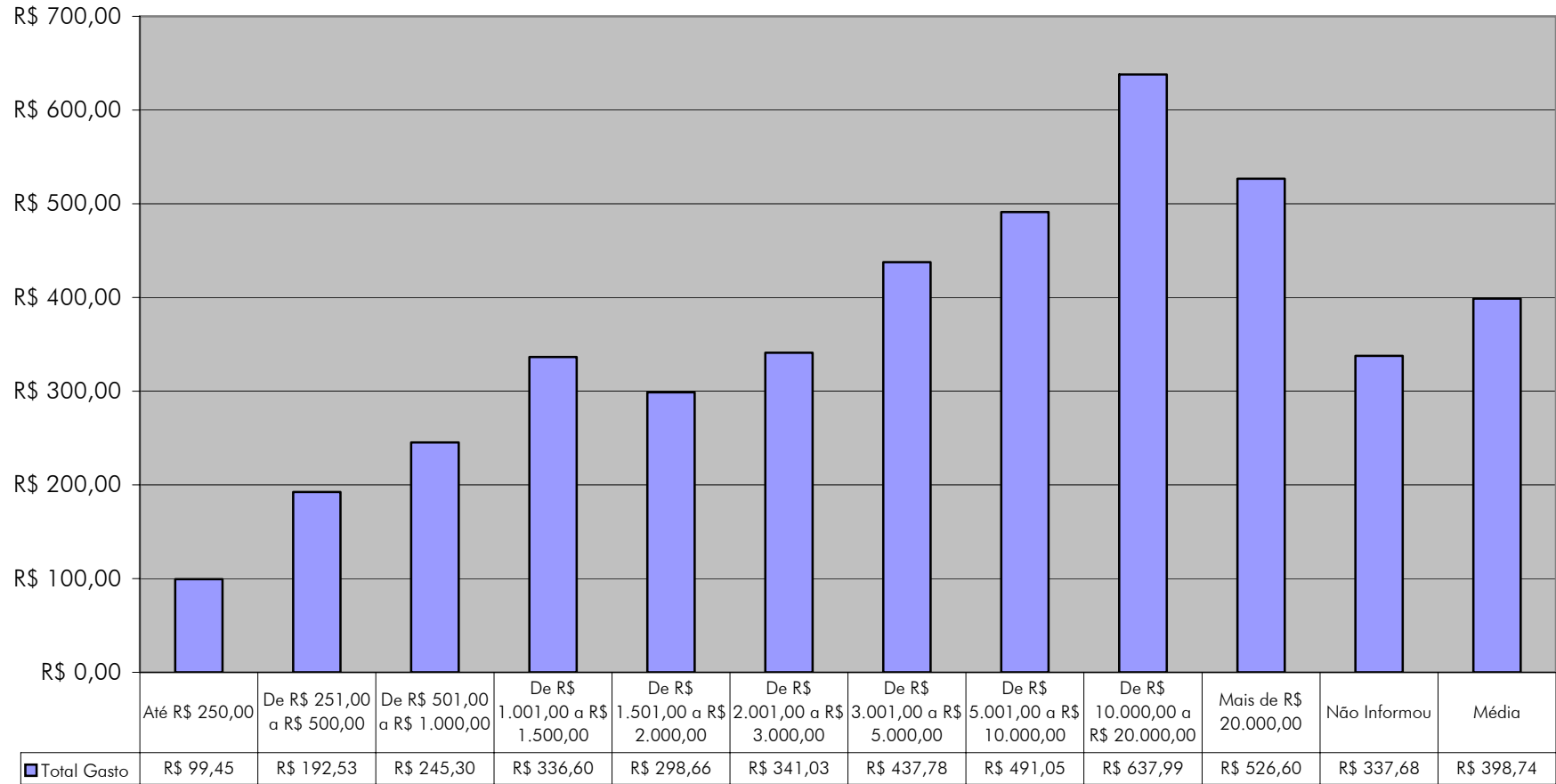


Quadro 81. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Região

	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Total de Gastos	R\$ 361,65	R\$ 427,35	R\$ 397,98	R\$ 302,52	R\$ 380,47	R\$ 398,74

Os gastos mais expressivos ocorrem entre os turistas com faixa de renda entre R\$ 10.000,00 e R\$ 20.000,00.

Gráfico 77. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Faixa de Renda Familiar Mensal

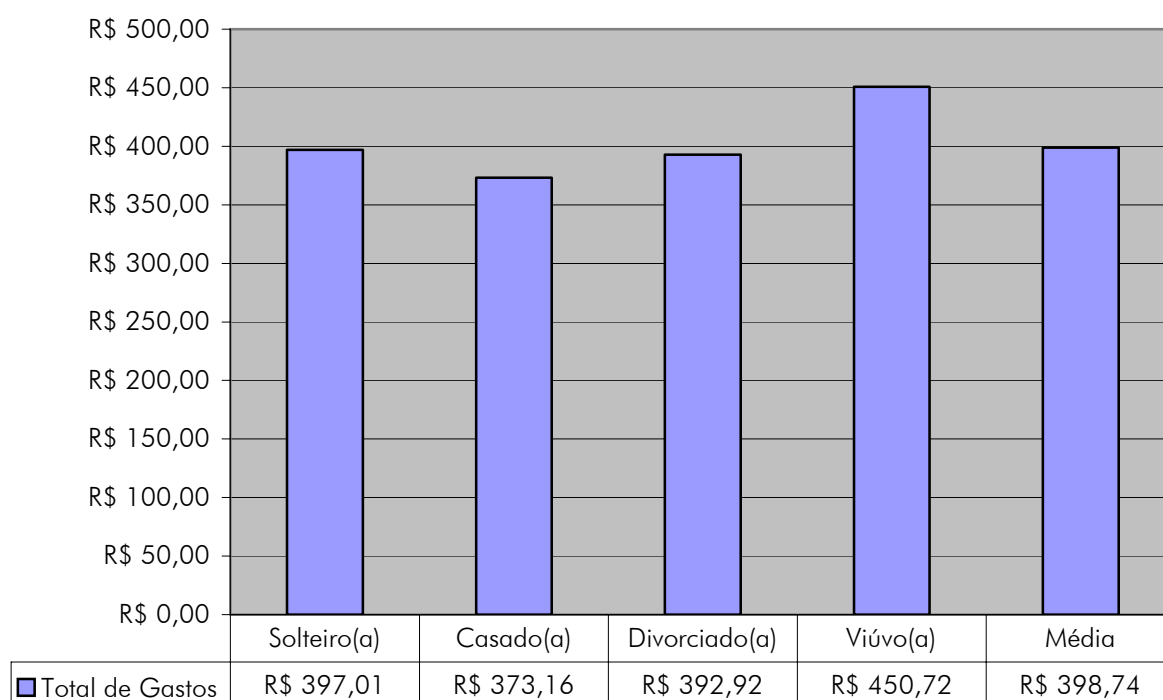


Quadro 82. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Faixa de Renda Familiar Mensal

Renda Familiar Mensal	Total Gasto
Até R\$ 250,00	R\$ 99,45
De R\$ 251,00 a R\$ 500,00	R\$ 192,53
De R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	R\$ 245,30
De R\$ 1.001,00 a R\$ 1.500,00	R\$ 336,60
De R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00	R\$ 298,66
De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	R\$ 341,03
De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00	R\$ 437,78
De R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00	R\$ 491,05
De R\$ 10.000,00 a R\$ 20.000,00	R\$ 637,99
Mais de R\$ 20.000,00	R\$ 526,60
Não Informou	R\$ 337,68
Média	R\$ 398,74

Os viúvos são os turistas que mais gastam, de acordo com as distintas condições de estado civil dispostas a seguir.

Gráfico 78. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Estado Civil

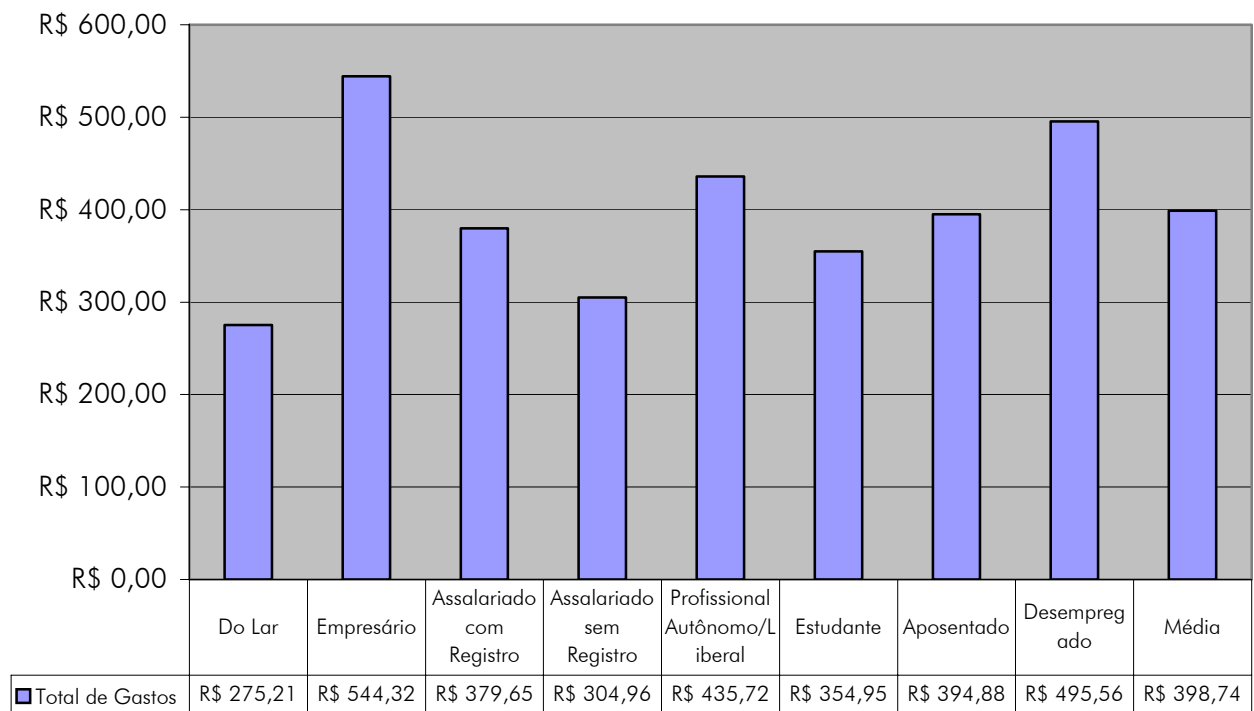


Quadro 83. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Estado Civil

	Solteiro(a)	Casado(a)	Divorciado(a)	Viúvo(a)	Média
Total de Gastos	R\$ 397,01	R\$ 373,16	R\$ 392,92	R\$ 450,72	R\$ 398,74

As ocupações profissionais com maior média de gastos são os empresários e os desempregados, com R\$ 544,32 e R\$ 495,56 de média, respectivamente, ficando acima da média geral de R\$ 398,74.

Gráfico 79. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Ocupação Profissional

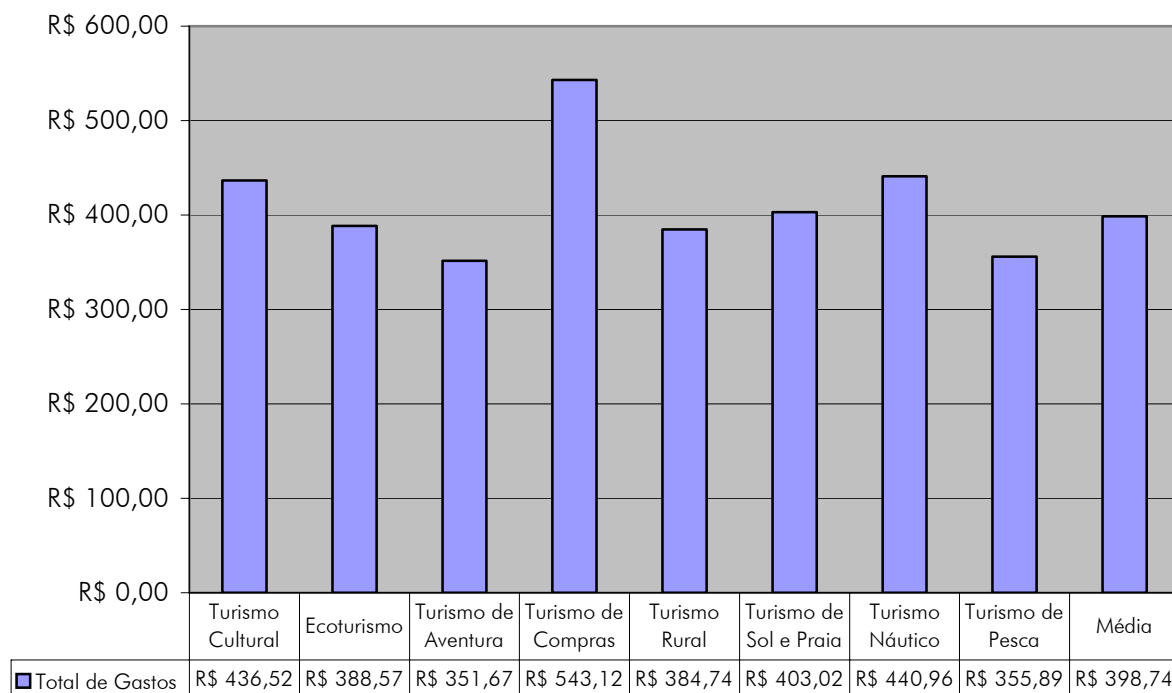


Quadro 84. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Ocupação Profissional

Assalariado sem Registro	Profissional Autônomo/Liberal	Estudante	Aposentado	Desempregado	Média
R\$ 304,96	R\$ 435,72	R\$ 354,95	R\$ 394,88	R\$ 495,56	R\$ 398,74

Os turistas que apresentam maior média de gastos são aqueles que apresentam interesses nas áreas de turismo cultural, náutico e principalmente por turismo de compras, mantendo-se acima da média do município.

Gráfico 80. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Áreas de Interesse em Turismo

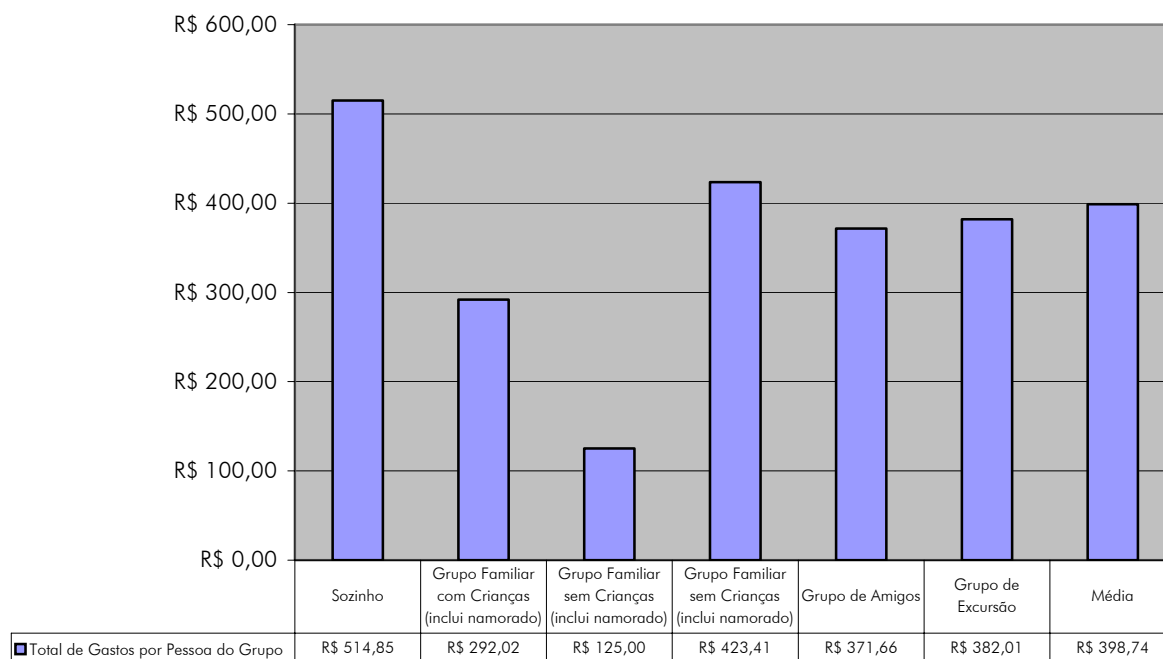


Quadro 85. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Áreas de Interesse em Turismo

	Turismo Cultural	Ecoturismo	Turismo de Aventura	Turismo de Compras	Turismo Rural	Turismo de Sol e Praia	Turismo Náutico	Turismo de Pesca	Média
Total de Gastos	R\$ 436,52	R\$ 388,57	R\$ 351,67	R\$ 543,12	R\$ 384,74	R\$ 403,02	R\$ 440,96	R\$ 355,89	R\$ 398,74

No gráfico a seguir tem-se entre os turistas sozinhos os maiores gastos médios. Muito abaixo deste grupo está o familiar sem crianças.

Gráfico 81. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Número de Pessoas por Grupo

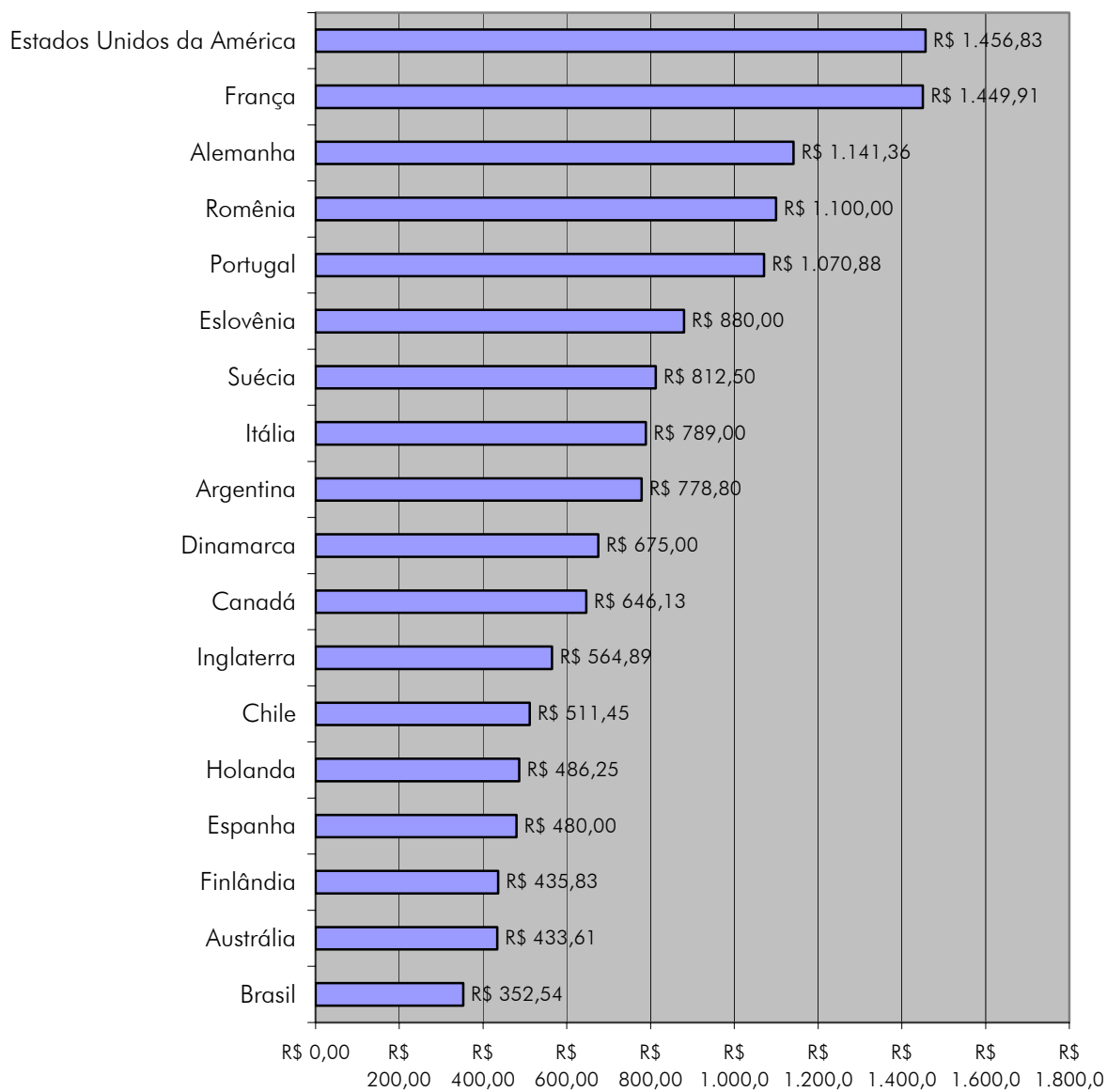


Quadro 86. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Número de Turistas por Grupo

	Sozinho	Grupo Familiar com Crianças (inclui namorado)	Grupo Familiar sem Crianças (inclui namorado)	Grupo Familiar sem Crianças (inclui namorado)	Grupo de Amigos	Grupo de Excursão	Média
Total de Gastos por Pessoa do Grupo	R\$ 514,85	R\$ 292,02	R\$ 125,00	R\$ 423,41	R\$ 371,66	R\$ 382,01	R\$ 398,74

Apresentam-se com gastos médios superiores a R\$ 1.400,00 somente os turistas provenientes dos EUA e da França. Os brasileiros aparecem apenas na 18ª posição do ranking dos gastos, com apenas R\$ 352,54 de média.

Gráfico 82. Distribuição dos Gastos dos Turistas por País de Procedência

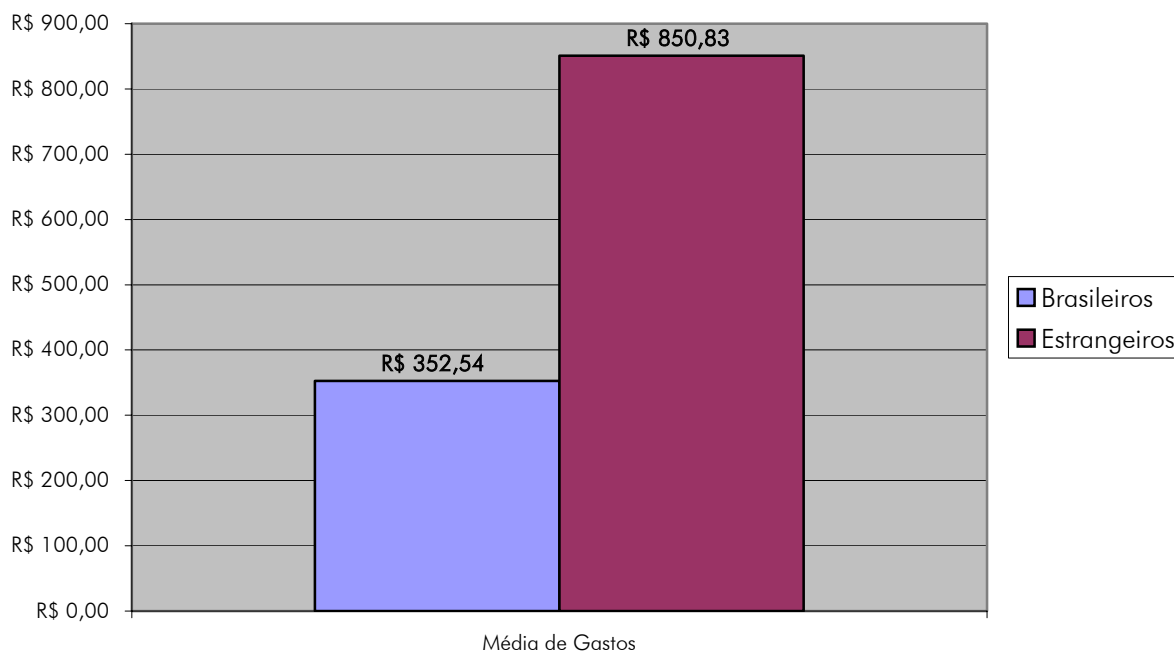


Quadro 87. Distribuição dos Gastos dos Turistas pelo País de Procedência

País de Residência	Total
Estados Unidos da América	R\$ 1.456,83
França	R\$ 1.449,91
Alemanha	R\$ 1.141,36
Romênia	R\$ 1.100,00
Portugal	R\$ 1.070,88
Eslovênia	R\$ 880,00
Suécia	R\$ 812,50
Itália	R\$ 789,00
Argentina	R\$ 778,80
Dinamarca	R\$ 675,00
Canadá	R\$ 646,13
Inglaterra	R\$ 564,89
Chile	R\$ 511,45
Holanda	R\$ 486,25
Espanha	R\$ 480,00
Finlândia	R\$ 435,83
Austrália	R\$ 433,61
Brasil	R\$ 352,54
Paraguai	R\$ 280,00
Áustria	R\$ 255,00
Bélgica	R\$ 237,50
Noruega	R\$ 201,33
Nova Zelândia	R\$ 100,00
Suíça	R\$ 35,00
Média	R\$ 398,74

○ gasto médio dos turistas estrangeiros é 141,34% maior do que dos turistas brasileiros.

Gráfico 83. Distribuição dos Gastos dos Turistas Brasileiros X Estrangeiros

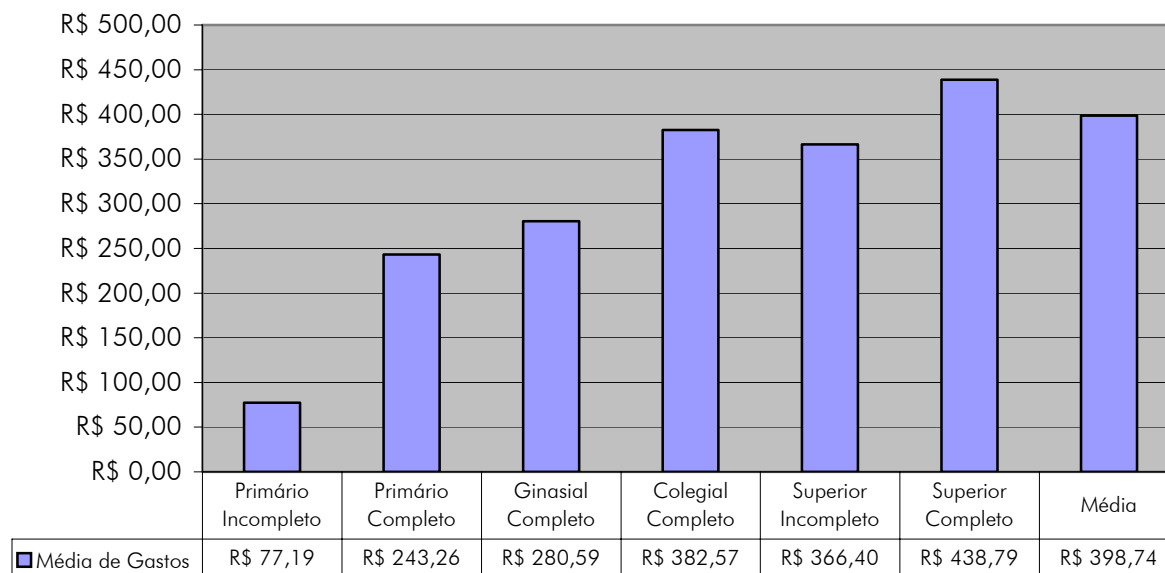


Quadro 88. Distribuição dos Gastos dos Turistas Brasileiros X Estrangeiros

	Brasileiros	Estrangeiros	Diferença
Média de Gastos	R\$ 352,54	R\$ 850,83	141,34%

Nota-se no gráfico a seguir que os turistas que realizam os maiores gastos no município são os com grau de escolaridade superior completo.

Gráfico 84. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Grau de Instrução



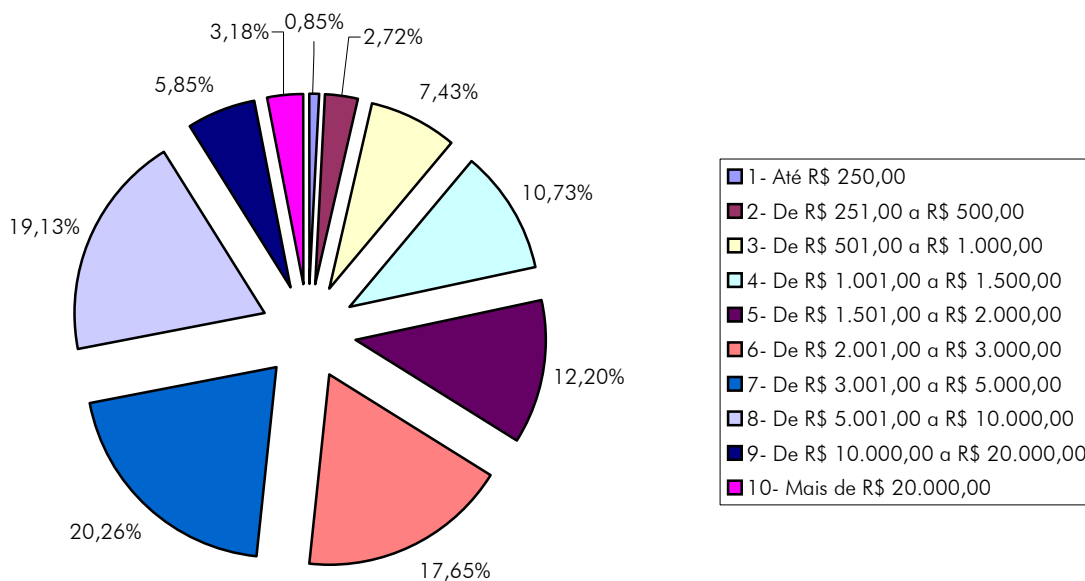
Quadro 89. Distribuição dos Gastos dos Turistas por Grau de Instrução

	Primário Incompleto	Primário Completo	Ginasial Completo	Colegial Completo	Superior Incompleto	Superior Completo	Média
Média de Gastos	R\$ 77,19	R\$ 243,26	R\$ 280,59	R\$ 382,57	R\$ 366,40	R\$ 438,79	R\$ 398,74

10.24. Renda Familiar Mensal

Aproximadamente metade dos visitantes têm renda familiar mensal superior a R\$ 3.000,00. Por outro lado, apenas 0,85% ganham até R\$ 250,00 por mês.

Gráfico 85. Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal

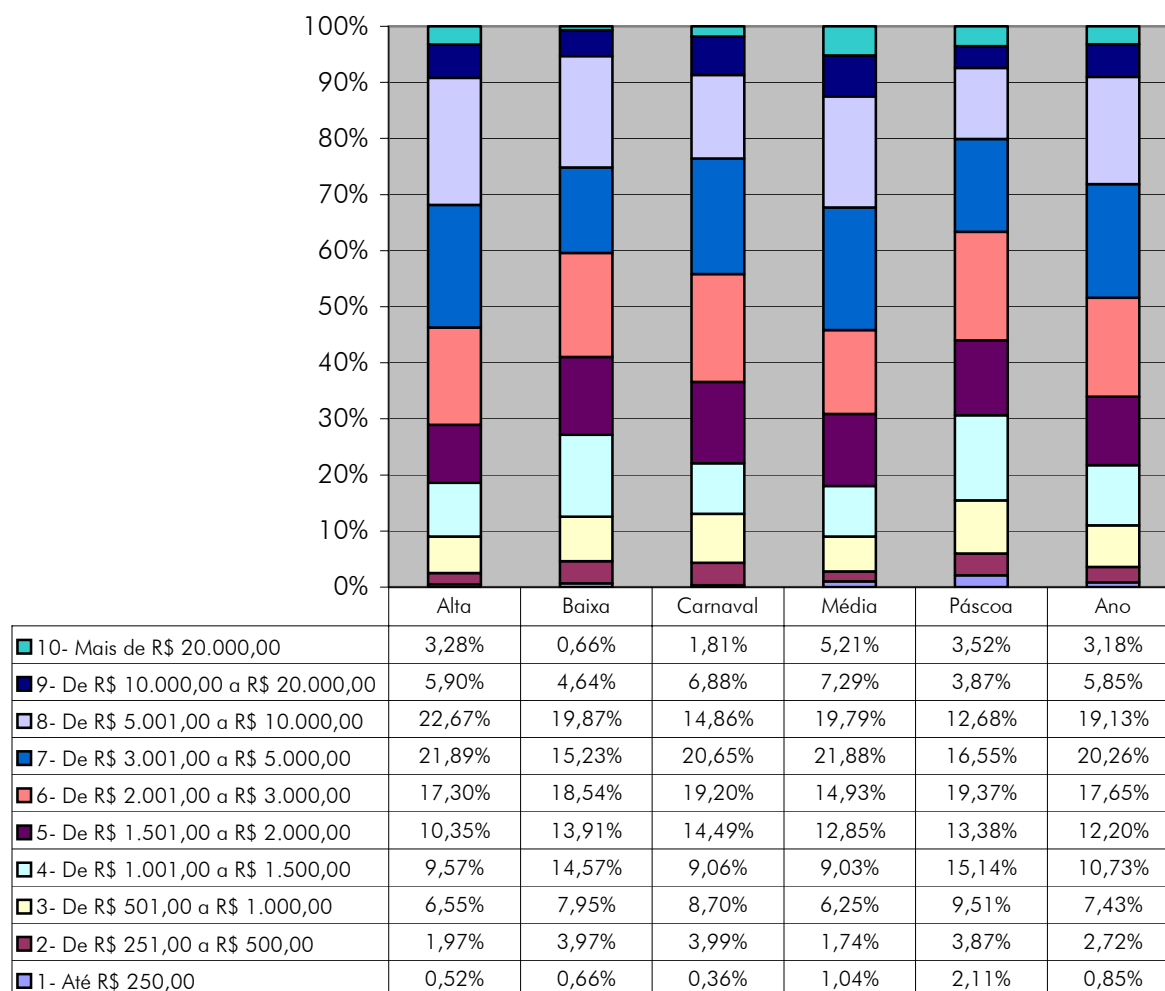


Quadro 90. Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal

Faixa de Renda Familiar Mensal	Visitantes
1- Até R\$ 250,00	0,85%
2- De R\$ 251,00 a R\$ 500,00	2,72%
3- De R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	7,43%
4- De R\$ 1.001,00 a R\$ 1.500,00	10,73%
5- De R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00	12,20%
6- De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	17,65%
7- De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00	20,26%
8- De R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00	19,13%
9- De R\$ 10.000,00 a R\$ 20.000,00	5,85%
10- Mais de R\$ 20.000,00	3,18%
Total	100,00%

As estações Média e Alta são as únicas com mais de 30% de visitantes com renda familiar mensal superior a R\$ 5.001,00.

Gráfico 86. Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal por Estação

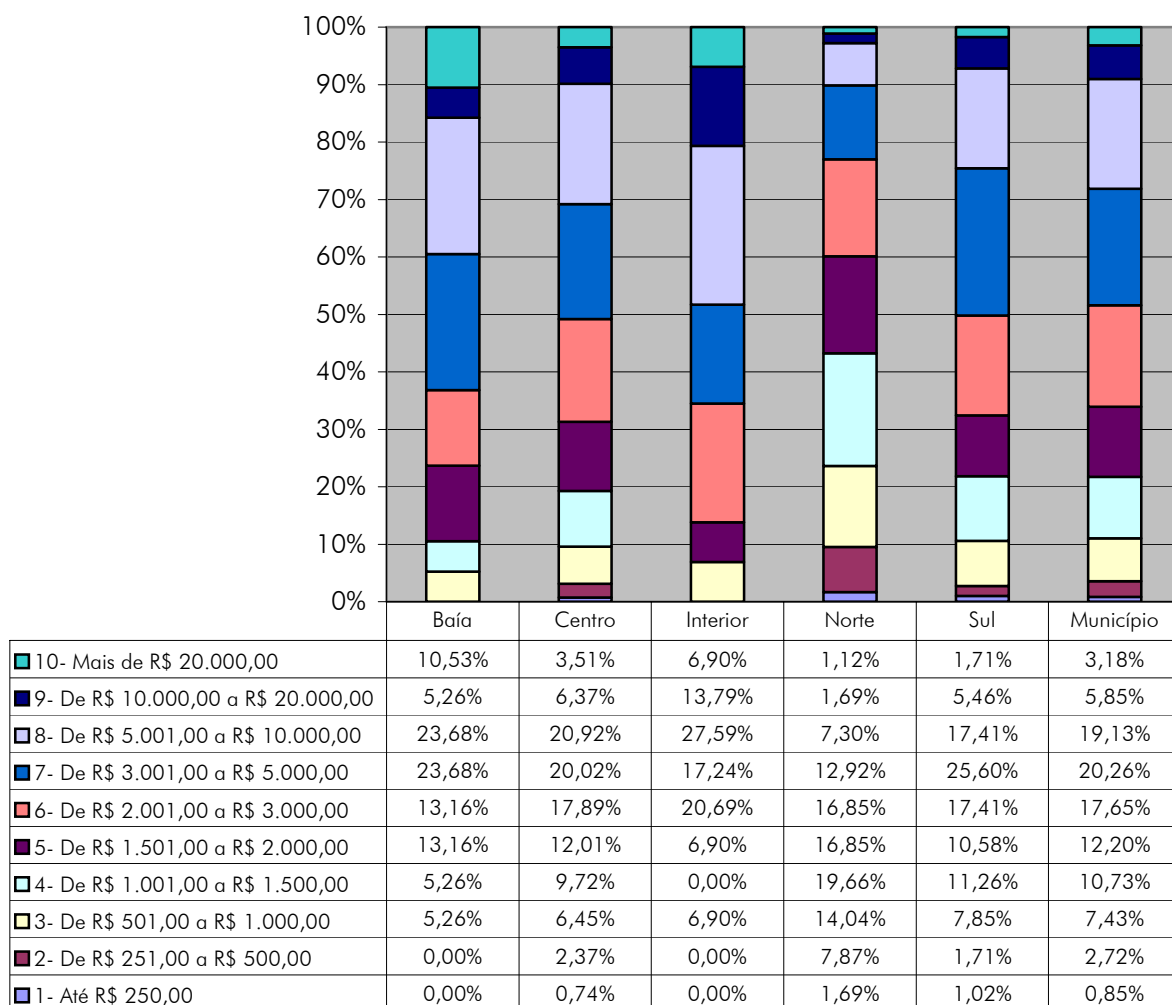


Quadro 91. Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal por Estação

Faixa de Renda Familiar Mensal	Alta	Baixa	Carnaval	Média	Páscoa	Ano
1- Até R\$ 250,00	0,52%	0,66%	0,36%	1,04%	2,11%	0,85%
2- De R\$ 251,00 a R\$ 500,00	1,97%	3,97%	3,99%	1,74%	3,87%	2,72%
3- De R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	6,55%	7,95%	8,70%	6,25%	9,51%	7,43%
4- De R\$ 1.001,00 a R\$ 1.500,00	9,57%	14,57%	9,06%	9,03%	15,14%	10,73%
5- De R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00	10,35%	13,91%	14,49%	12,85%	13,38%	12,20%
6- De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	17,30%	18,54%	19,20%	14,93%	19,37%	17,65%
7- De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00	21,89%	15,23%	20,65%	21,88%	16,55%	20,26%
8- De R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00	22,67%	19,87%	14,86%	19,79%	12,68%	19,13%
9- De R\$ 10.000,00 a R\$ 20.000,00	5,90%	4,64%	6,88%	7,29%	3,87%	5,85%
10- Mais de R\$ 20.000,00	3,28%	0,66%	1,81%	5,21%	3,52%	3,18%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Na região Norte mais de 40% dos visitantes têm renda familiar mensal abaixo dos R\$ 1.500,00. Já 2/3 dos visitantes do Interior têm renda familiar mensal acima dos R\$ 3.001,00.

Gráfico 87. Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal por Região



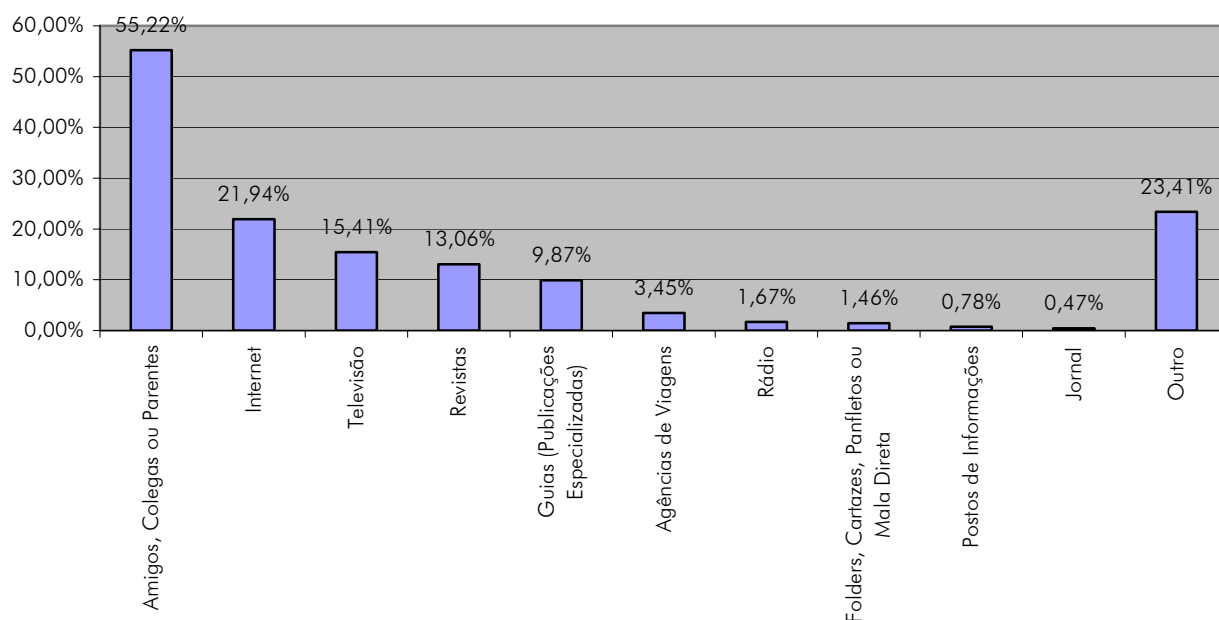
Quadro 92. Divisão dos Visitantes por Faixa de Renda Familiar Mensal por Região

Faixa de Renda Familiar Mensal	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
1- Até R\$ 250,00	0,00%	0,74%	0,00%	1,69%	1,02%	0,85%
2- De R\$ 251,00 a R\$ 500,00	0,00%	2,37%	0,00%	7,87%	1,71%	2,72%
3- De R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	5,26%	6,45%	6,90%	14,04%	7,85%	7,43%
4- De R\$ 1.001,00 a R\$ 1.500,00	5,26%	9,72%	0,00%	19,66%	11,26%	10,73%
5- De R\$ 1.501,00 a R\$ 2.000,00	13,16%	12,01%	6,90%	16,85%	10,58%	12,20%
6- De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	13,16%	17,89%	20,69%	16,85%	17,41%	17,65%
7- De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00	23,68%	20,02%	17,24%	12,92%	25,60%	20,26%
8- De R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00	23,68%	20,92%	27,59%	7,30%	17,41%	19,13%
9- De R\$ 10.000,00 a R\$ 20.000,00	5,26%	6,37%	13,79%	1,69%	5,46%	5,85%
10- Mais de R\$ 20.000,00	10,53%	3,51%	6,90%	1,12%	1,71%	3,18%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.25. Contato com Paraty

Os Meios de Comunicação através dos quais os visitantes têm conhecimento acerca de Paraty são os Amigos e Parentes com 55,22%, Internet com 21,94%, TV com 15,41% e Revistas com 13,06%.

Gráfico 88. Contato com Paraty

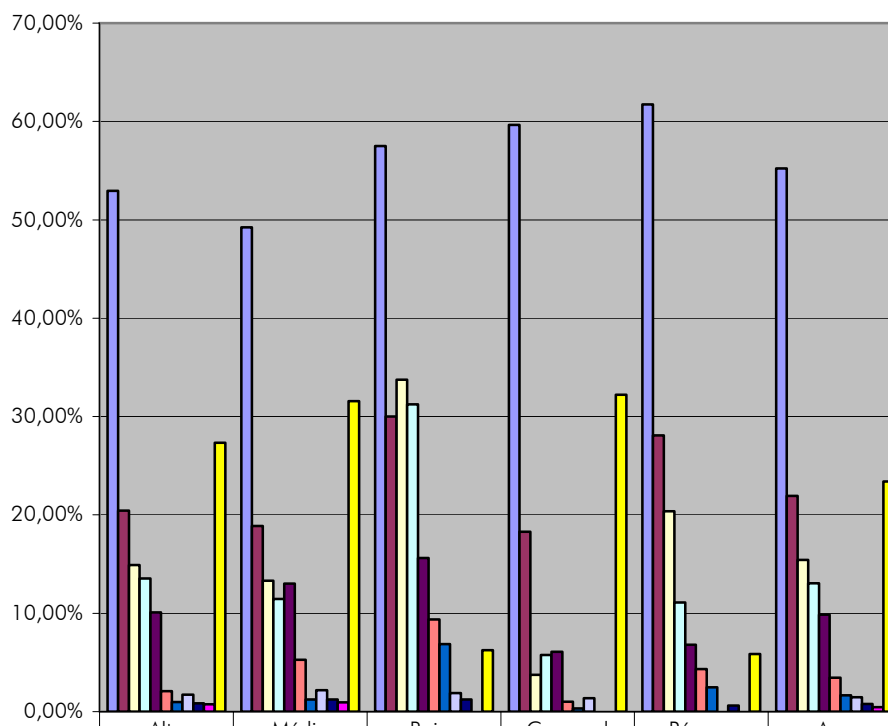


Quadro 93. Contato com Paraty

Contato com Paraty	Total
Amigos, Colegas ou Parentes	55,22%
Internet	21,94%
Televisão	15,41%
Revistas	13,06%
Guias (Publicações Especializadas)	9,87%
Agências de Viagens	3,45%
Rádio	1,67%
Folders, Cartazes, Panfletos ou Mala Direta	1,46%
Postos de Informações	0,78%
Jornal	0,47%
Outros	23,41%

Todos os períodos possuem uma média semelhante, com exceção da TV que na Baixa Temporada apresenta um valor superior a sua média geral.

Gráfico 89. Contato com Paraty por Estação



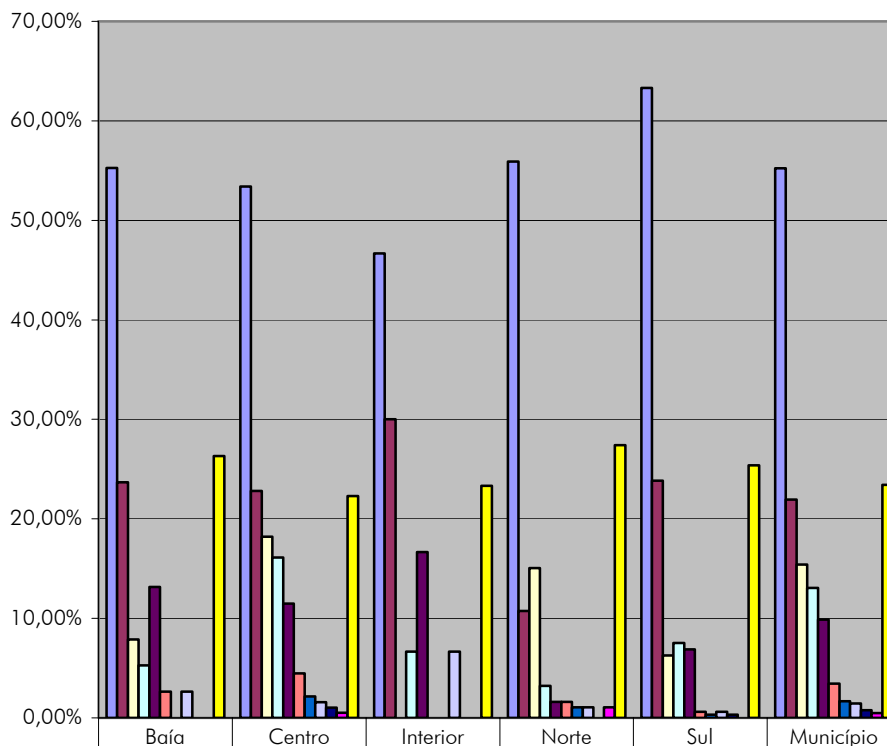
	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Amigos, Colegas ou Parentes	52,96%	49,23%	57,50%	59,66%	61,73%	55,22%
Internet	20,44%	18,89%	30,00%	18,31%	28,09%	21,94%
Televisão	14,90%	13,31%	33,75%	3,73%	20,37%	15,41%
Revistas	13,55%	11,46%	31,25%	5,76%	11,11%	13,06%
Guias (Publicações Especializadas)	10,10%	13,00%	15,63%	6,10%	6,79%	9,87%
Agências de Viagens	2,09%	5,26%	9,38%	1,02%	4,32%	3,45%
Rádio	0,99%	1,24%	6,88%	0,34%	2,47%	1,67%
Folders, Cartazes, Panfletos ou Mala Direta	1,72%	2,17%	1,88%	1,36%	0,00%	1,46%
Postos de Informações	0,86%	1,24%	1,25%	0,00%	0,62%	0,78%
Jornal	0,74%	0,93%	0,00%	0,00%	0,00%	0,47%
Outro	27,34%	31,58%	6,25%	32,20%	5,86%	23,41%

Quadro 94. Contato com Paraty por Estação

Contato com Paraty	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Amigos, Colegas ou Parentes	52,96%	49,23%	57,50%	59,66%	61,73%	55,22%
Internet	20,44%	18,89%	30,00%	18,31%	28,09%	21,94%
Televisão	14,90%	13,31%	33,75%	3,73%	20,37%	15,41%
Revistas	13,55%	11,46%	31,25%	5,76%	11,11%	13,06%
Guias (Publicações Especializadas)	10,10%	13,00%	15,63%	6,10%	6,79%	9,87%
Agências de Viagens	2,09%	5,26%	9,38%	1,02%	4,32%	3,45%
Rádio	0,99%	1,24%	6,88%	0,34%	2,47%	1,67%
Folders, Cartazes, Panfletos ou Mala Direta	1,72%	2,17%	1,88%	1,36%	0,00%	1,46%
Postos de Informações	0,86%	1,24%	1,25%	0,00%	0,62%	0,78%
Jornal	0,74%	0,93%	0,00%	0,00%	0,00%	0,47%
Outro	27,34%	31,58%	6,25%	32,20%	5,86%	23,41%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

○ contato com Paraty por região tem uma distribuição praticamente equânime.

Gráfico 90. Contato com Paraty por Região



	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Amigos, Colegas ou Parentes	55,26%	53,39%	46,67%	55,91%	63,32%	55,22%
Internet	23,68%	22,82%	30,00%	10,75%	23,82%	21,94%
Televisão	7,89%	18,20%	0,00%	15,05%	6,27%	15,41%
Revistas	5,26%	16,11%	6,67%	3,23%	7,52%	13,06%
Guias (Publicações Especializadas)	13,16%	11,48%	16,67%	1,61%	6,90%	9,87%
Agências de Viagens	2,63%	4,47%	0,00%	1,61%	0,63%	3,45%
Rádio	0,00%	2,16%	0,00%	1,08%	0,31%	1,67%
Folders, Cartazes, Panfletos ou Mala Direta	2,63%	1,57%	6,67%	1,08%	0,63%	1,46%
Postos de Informações	0,00%	1,04%	0,00%	0,00%	0,31%	0,78%
Jornal	0,00%	0,52%	0,00%	1,08%	0,00%	0,47%
Outro	26,32%	22,30%	23,33%	27,42%	25,39%	23,41%

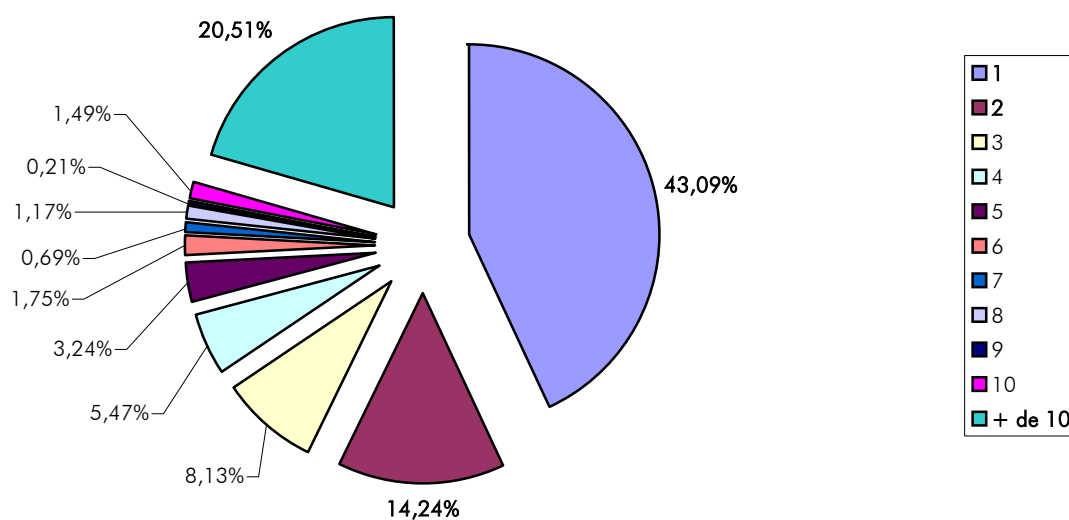
Quadro 95. Contato com Paraty por Região

Contato com Paraty	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Amigos, Colegas ou Parentes	55,26%	53,39%	46,67%	55,91%	63,32%	55,22%
Internet	23,68%	22,82%	30,00%	10,75%	23,82%	21,94%
Televisão	7,89%	18,20%	0,00%	15,05%	6,27%	15,41%
Revistas	5,26%	16,11%	6,67%	3,23%	7,52%	13,06%
Guias (Publicações Especializadas)	13,16%	11,48%	16,67%	1,61%	6,90%	9,87%
Agências de Viagens	2,63%	4,47%	0,00%	1,61%	0,63%	3,45%
Rádio	0,00%	2,16%	0,00%	1,08%	0,31%	1,67%
Folders, Cartazes, Panfletos ou Mala Direta	2,63%	1,57%	6,67%	1,08%	0,63%	1,46%
Postos de Informações	0,00%	1,04%	0,00%	0,00%	0,31%	0,78%
Jornal	0,00%	0,52%	0,00%	1,08%	0,00%	0,47%
Outro	26,32%	22,30%	23,33%	27,42%	25,39%	23,41%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.26. Quantidade de Visitas a Paraty

Cerca de 43% dos visitantes jamais tinham vindo a Paraty. No entanto, mais de 20% dos mesmos diziam-se freqüentadores assíduos do município, com mais de 10 visitas já realizadas.

Gráfico 91. Quantidade de Visitas a Paraty

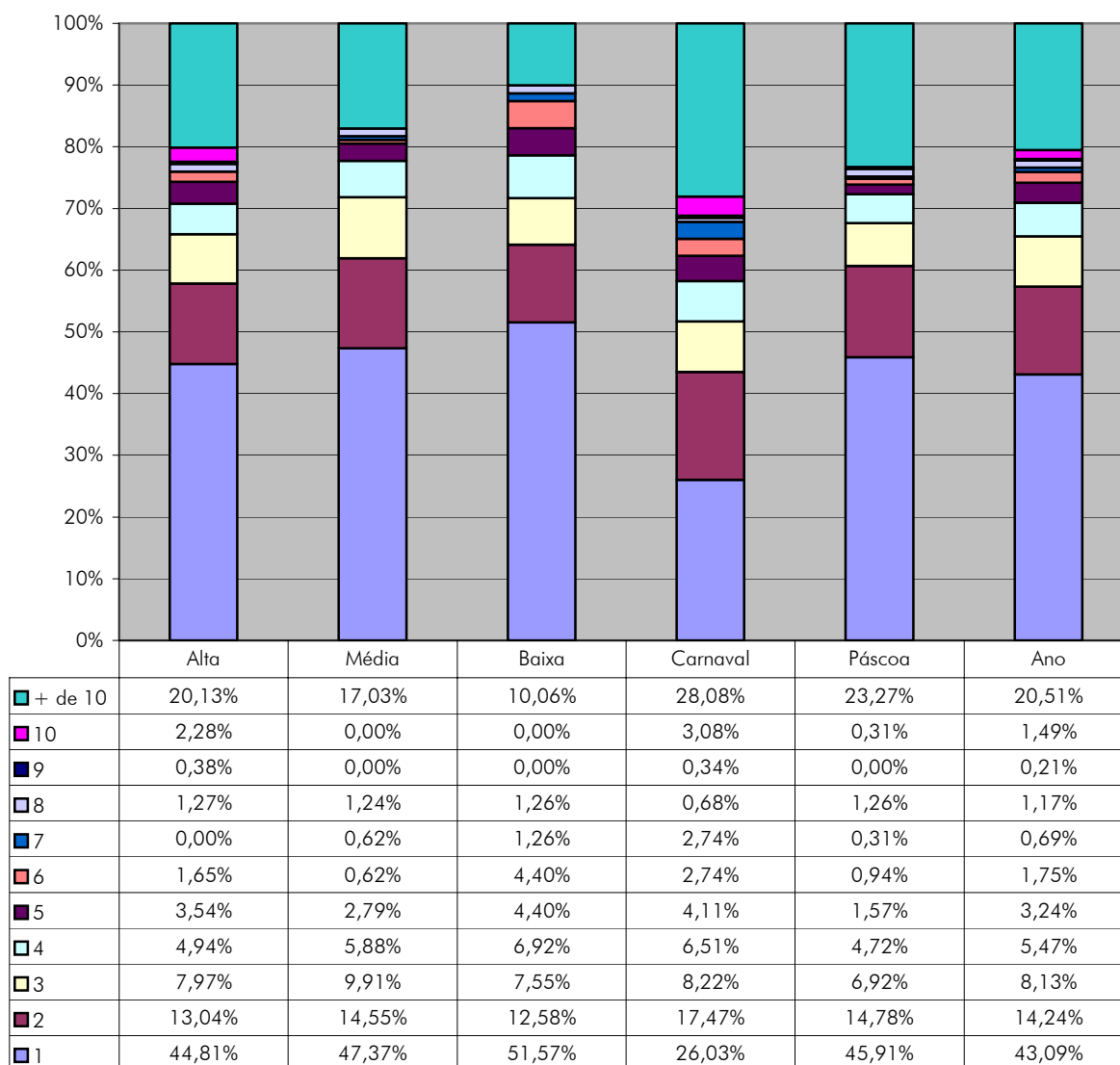


Quadro 96. Quantidade de Visitas a Paraty

Número de Vezes	Visitantes
1	43,09%
2	14,24%
3	8,13%
4	5,47%
5	3,24%
6	1,75%
7	0,69%
8	1,17%
9	0,21%
10	1,49%
+ de 10	20,51%
Total	100,00%

O período do Carnaval apresenta quase 30% de visitantes que já vieram mais de 10 vezes à localidade. No outro extremo observa-se o período da Baixa Temporada, uma vez que mais da metade dos visitantes deste período realizavam sua primeira visita.

Gráfico 92. Quantidade de Visitas a Paraty por Estação

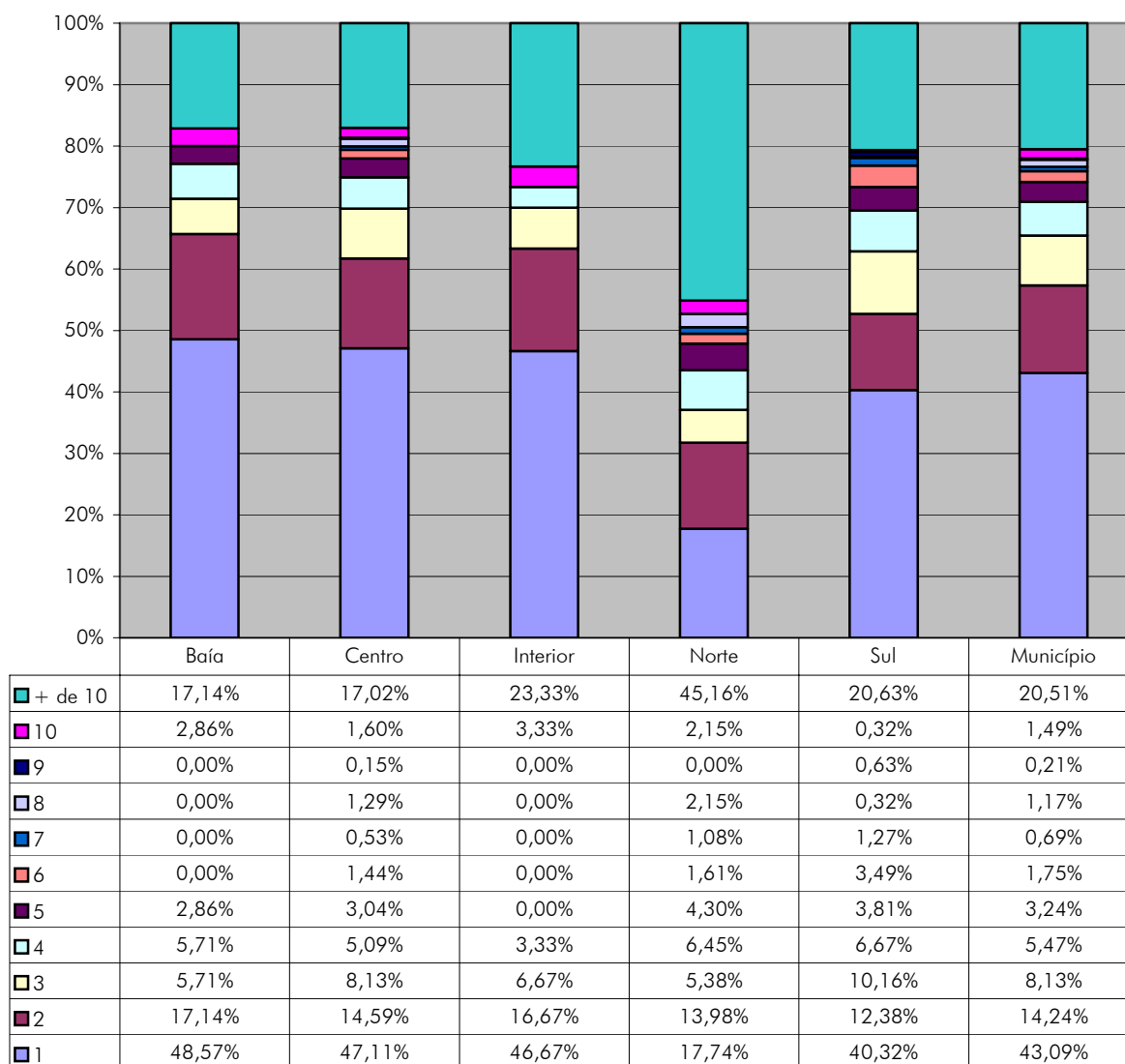


Quadro 97. Quantidade de Visitas a Paraty por Estação

Número de Vezes	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
1	44,81%	47,37%	51,57%	26,03%	45,91%	43,09%
2	13,04%	14,55%	12,58%	17,47%	14,78%	14,24%
3	7,97%	9,91%	7,55%	8,22%	6,92%	8,13%
4	4,94%	5,88%	6,92%	6,51%	4,72%	5,47%
5	3,54%	2,79%	4,40%	4,11%	1,57%	3,24%
6	1,65%	0,62%	4,40%	2,74%	0,94%	1,75%
7	0,00%	0,62%	1,26%	2,74%	0,31%	0,69%
8	1,27%	1,24%	1,26%	0,68%	1,26%	1,17%
9	0,38%	0,00%	0,00%	0,34%	0,00%	0,21%
10	2,28%	0,00%	0,00%	3,08%	0,31%	1,49%
+ de 10	20,13%	17,03%	10,06%	28,08%	23,27%	20,51%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

○ gráfico subsequente demonstra uma única região atípica: Norte. Nesta, quase 50% dos visitantes já vieram ao município uma dezena de vezes.

Gráfico 93. Quantidade de Visitas a Paraty por Região



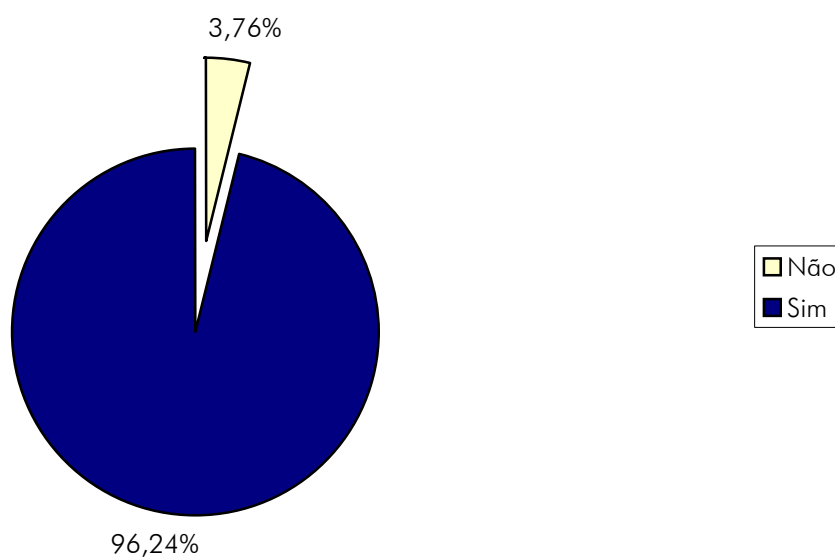
Quadro 98. Quantidade de Visitas a Paraty por Região

Número de Vezes	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
1	48,57%	47,11%	46,67%	17,74%	40,32%	43,09%
2	17,14%	14,59%	16,67%	13,98%	12,38%	14,24%
3	5,71%	8,13%	6,67%	5,38%	10,16%	8,13%
4	5,71%	5,09%	3,33%	6,45%	6,67%	5,47%
5	2,86%	3,04%	0,00%	4,30%	3,81%	3,24%
6	0,00%	1,44%	0,00%	1,61%	3,49%	1,75%
7	0,00%	0,53%	0,00%	1,08%	1,27%	0,69%
8	0,00%	1,29%	0,00%	2,15%	0,32%	1,17%
9	0,00%	0,15%	0,00%	0,00%	0,63%	0,21%
10	2,86%	1,60%	3,33%	2,15%	0,32%	1,49%
+ de 10	17,14%	17,02%	23,33%	45,16%	20,63%	20,51%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.27. Interesse de Retorno a Paraty

A grande maioria dos visitantes, cerca de 96%, pretendem visitar novamente Paraty.

Gráfico 94. Divisão dos Visitantes por Interesse de Retorno

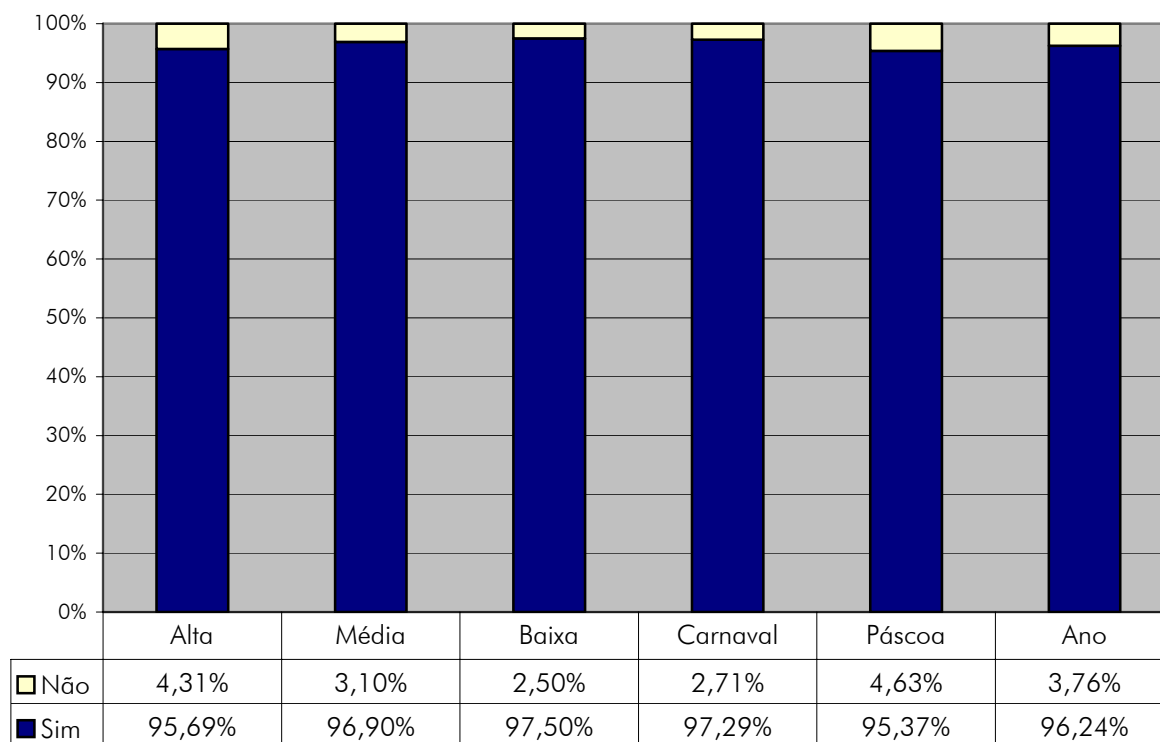


Quadro 99. Divisão dos Visitantes por Interesse de Retorno

Voltaria à Paraty	Visitantes
Não	3,76%
Sim	96,24%
Total	100,00%

A grande predominância de visitantes que pretendem retornar ao município é observada em todas as estações.

Gráfico 95. Interesse de Retorno a Paraty por Estação

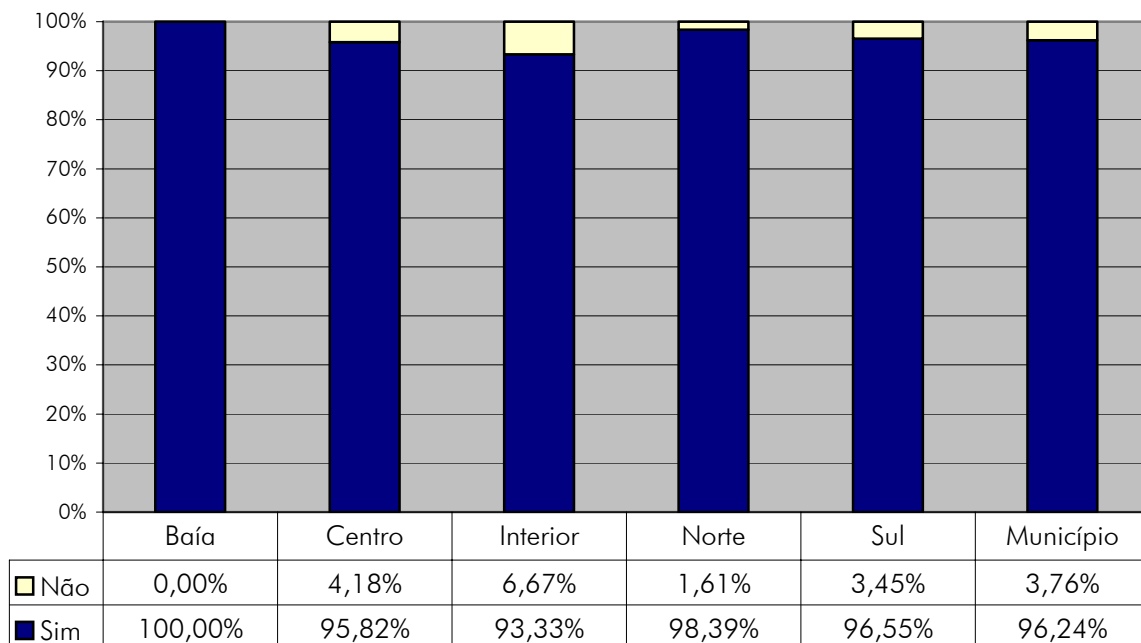


Quadro 100. Interesse de Retorno a Paraty por Estação

Visitante Voltaria à Paraty	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Ano
Sim	95,69%	96,90%	97,50%	97,29%	95,37%	96,24%
Não	4,31%	3,10%	2,50%	2,71%	4,63%	3,76%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

As médias encontradas no gráfico abaixo são praticamente iguais a média geral.

Gráfico 96. Interesse de Retorno a Paraty por Região



Quadro 101. Interesse de Retorno a Paraty por Região

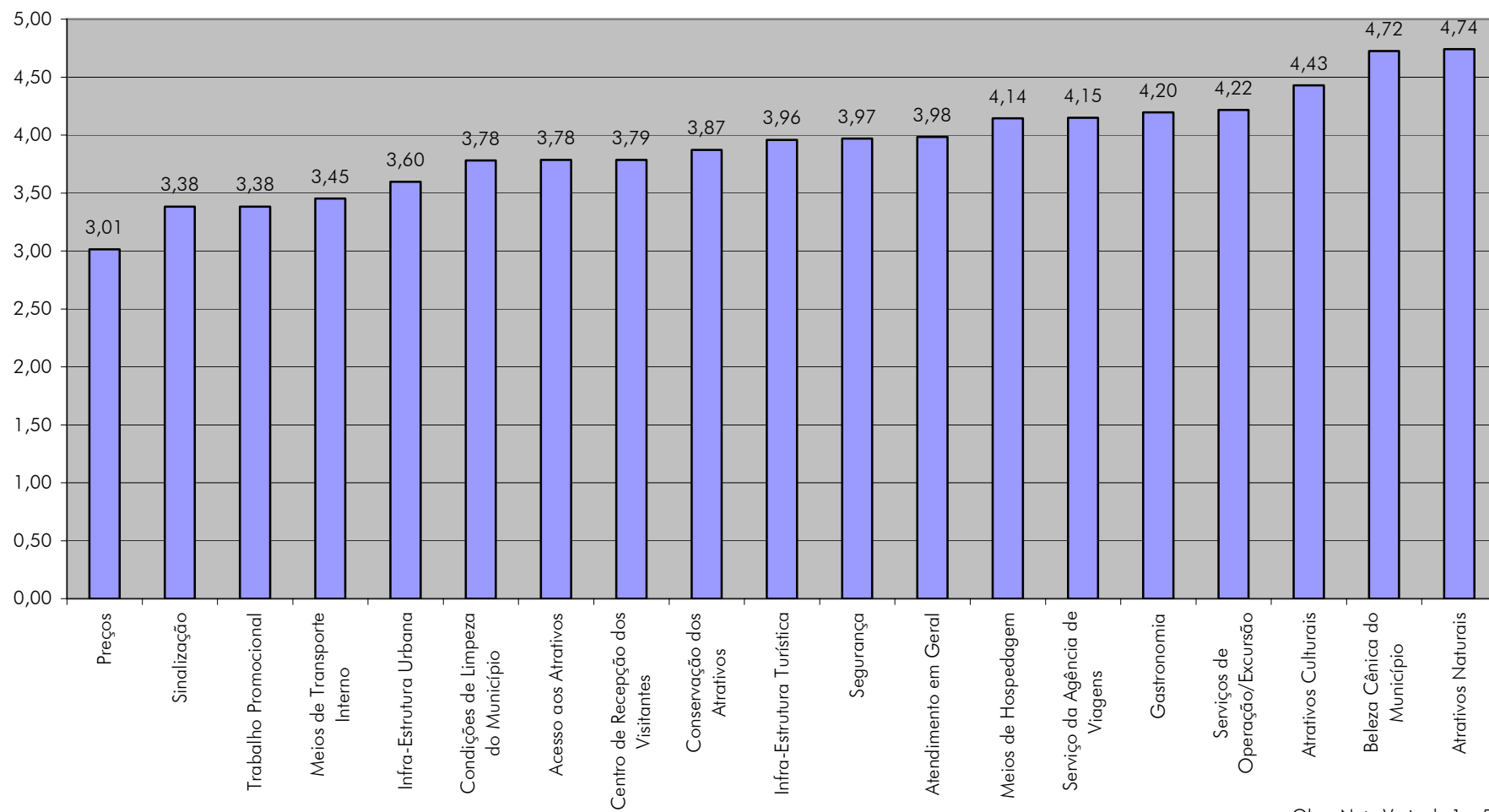
Visitante Voltaria à Paraty	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Sim	100,00%	95,82%	93,33%	98,39%	96,55%	96,24%
Não	0,00%	4,18%	6,67%	1,61%	3,45%	3,76%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

10.28. Avaliação

A Avaliação dos quesitos deste item receberam notas que variam de 1 a 5, classificadas em: 1- Péssimo; 2 –Ruim; 3- Regular; 4- Bom e 5-Ótimo.

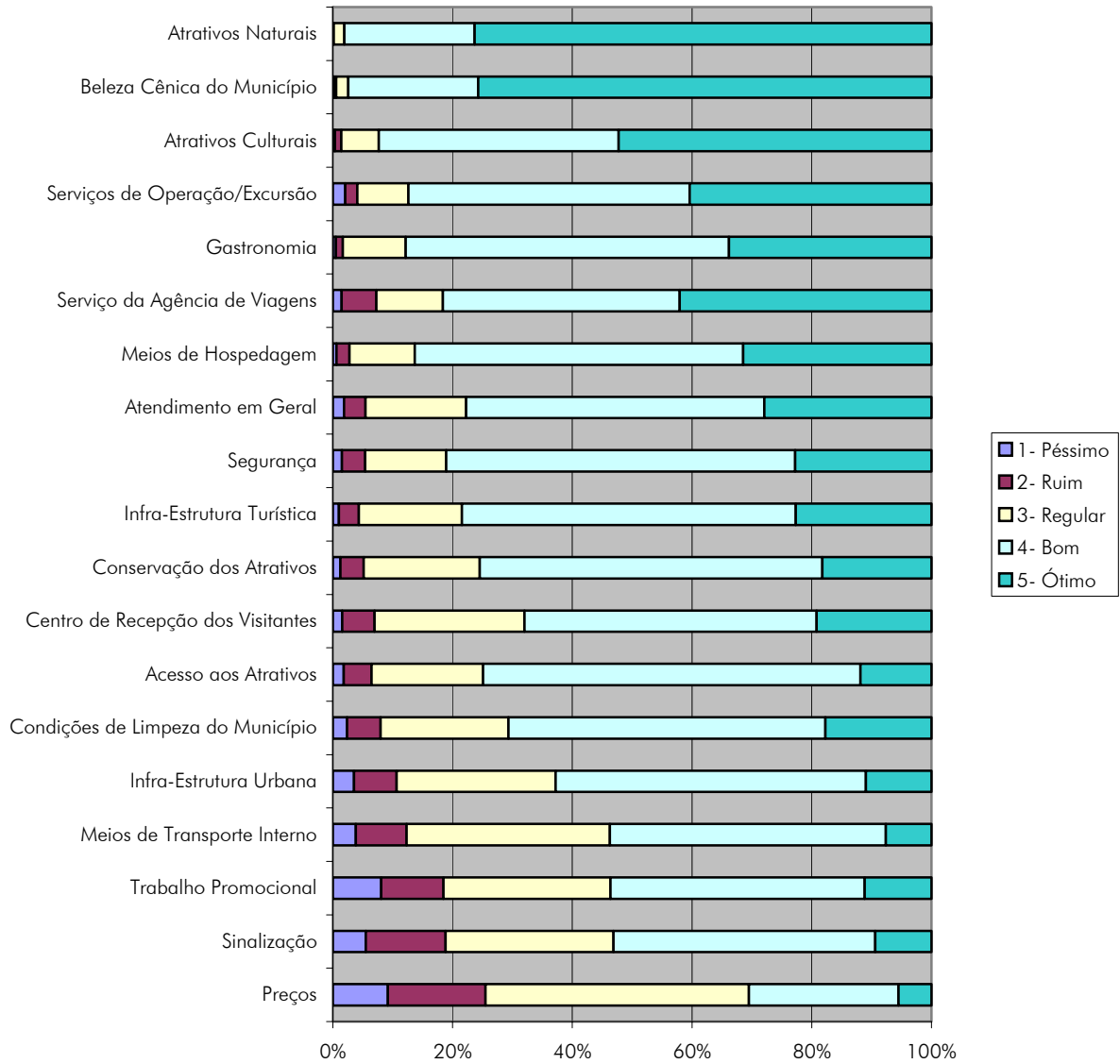
Os Atrativos Naturais e a Beleza Cênica do Município foram os itens melhor avaliados com médias acima de 4,7. Por outro lado os preços receberam avaliação regular.

Gráfico 97. Médias de Avaliação dos Visitantes



Obs.: Nota Varia de 1 a 5

Gráfico 98. Avaliação por Quesito dos Visitantes

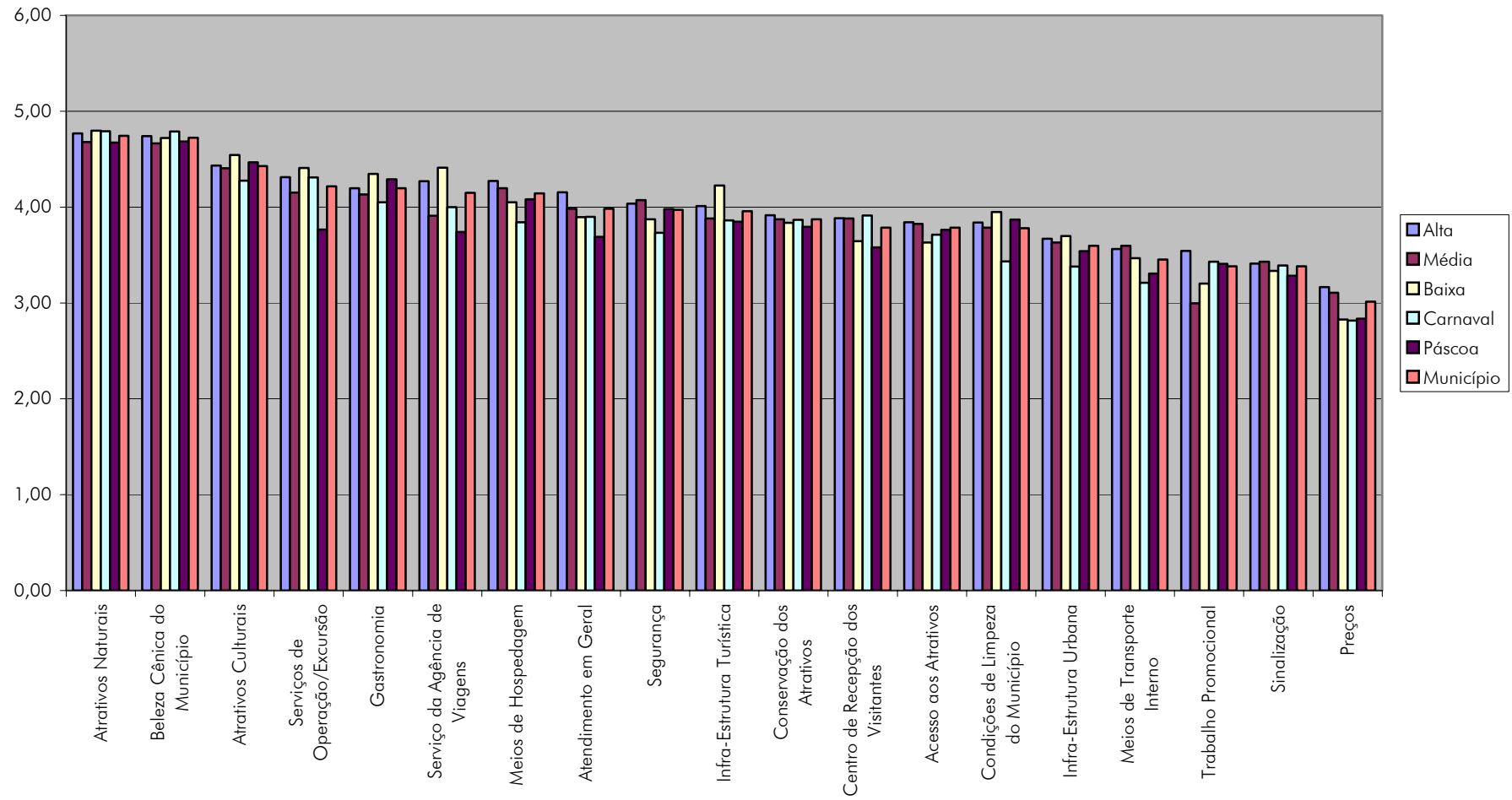


Quadro 102. Avaliação dos Quesitos e Média de Notas dos Visitantes

Elemento de Avaliação	1- Péssimo	2- Ruim	3- Regular	4- Bom	5- Ótimo	Média
Preços	160	283	765	434	96	3,01
Sinalização	92	223	469	731	157	3,38
Trabalho Promocional	131	169	453	690	181	3,38
Meios de Transporte Interno	22	49	196	266	44	3,45
Infra-Estrutura Urbana	56	114	423	826	175	3,60
Condições de Limpeza do Município	44	105	399	988	331	3,78
Acesso aos Atrativos	33	83	335	1135	213	3,78
Centro de Recepção dos Visitantes	12	41	191	372	146	3,79
Conservação dos Atrativos	23	71	354	1044	333	3,87
Infra-Estrutura Turística	17	56	287	933	379	3,96
Segurança	26	68	235	1014	396	3,97
Atendimento em Geral	34	65	304	903	506	3,98
Meios de Hospedagem	9	31	157	791	453	4,14
Serviço da Agência de Viagens	3	12	23	82	87	4,15
Gastronomia	8	19	172	886	554	4,20
Serviços de Operação/Excursão	8	8	33	183	157	4,22
Atrativos Culturais	5	15	90	573	748	4,43
Beleza Cênica do Município	4	6	38	401	1401	4,72
Atrativos Naturais	0	3	30	373	1310	4,74

Percebe-se no gráfico a seguir que a avaliação dos visitantes é semelhante em todas as Estações.

Gráfico 99. Avaliação dos Visitantes por Estação

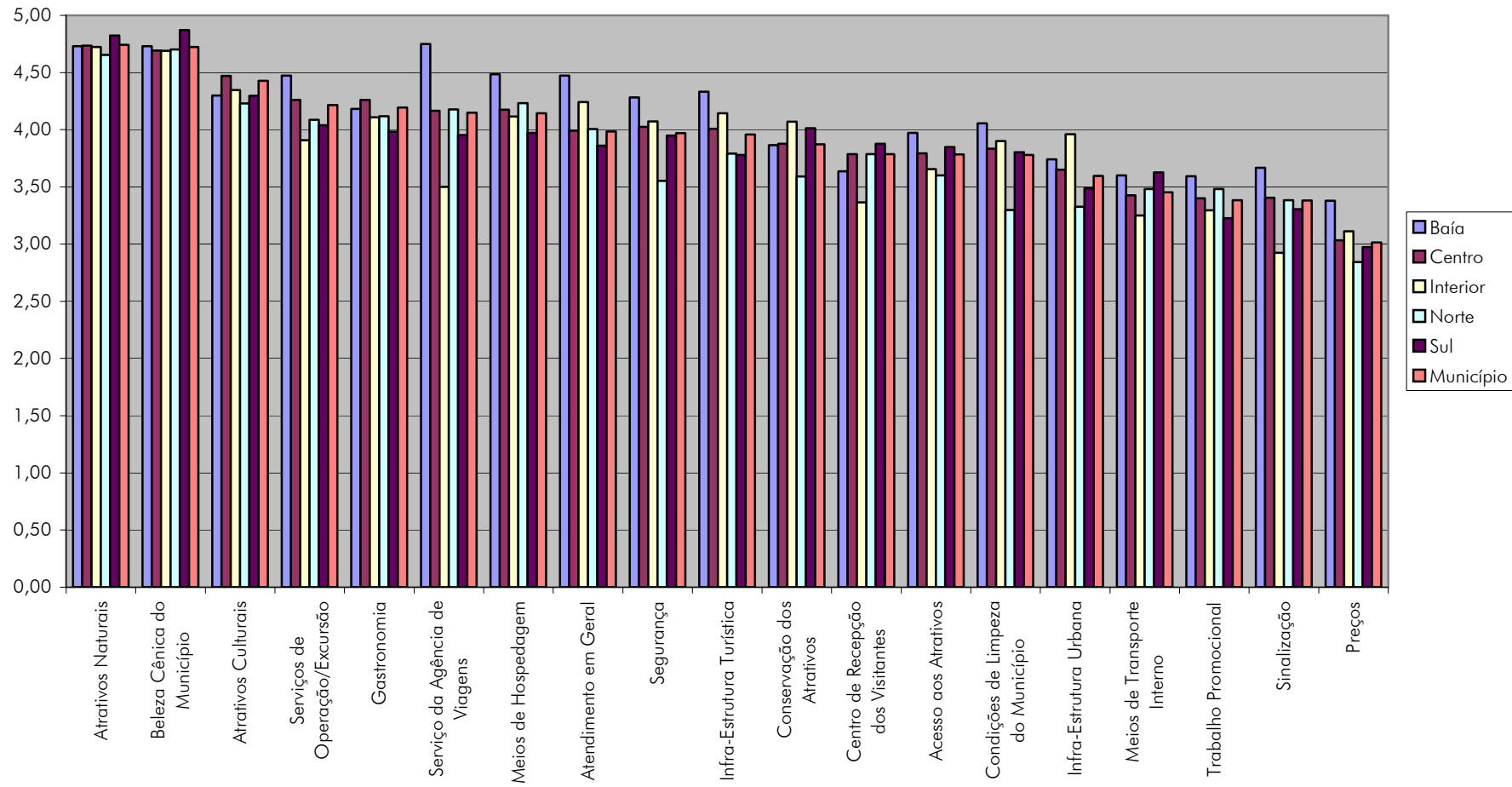


Quadro 103. Avaliação dos Visitantes por Estação

Elemento de Avaliação	Alta	Média	Baixa	Carnaval	Páscoa	Município
Atrativos Naturais	4,77	4,68	4,80	4,79	4,67	4,74
Beleza Cênica do Município	4,74	4,66	4,72	4,79	4,69	4,72
Atrativos Culturais	4,43	4,40	4,54	4,27	4,47	4,43
Serviços de Operação/Excursão	4,31	4,15	4,41	4,31	3,77	4,22
Gastronomia	4,20	4,13	4,34	4,05	4,29	4,20
Serviço da Agência de Viagens	4,27	3,91	4,41	4,00	3,74	4,15
Meios de Hospedagem	4,27	4,20	4,05	3,84	4,08	4,14
Atendimento em Geral	4,15	3,98	3,90	3,90	3,69	3,98
Segurança	4,04	4,07	3,87	3,73	3,98	3,97
Infra-Estrutura Turística	4,01	3,88	4,22	3,86	3,85	3,96
Conservação dos Atrativos	3,91	3,87	3,84	3,87	3,79	3,87
Centro de Recepção dos Visitantes	3,88	3,88	3,64	3,91	3,58	3,79
Acesso aos Atrativos	3,84	3,82	3,63	3,71	3,76	3,78
Condições de Limpeza do Município	3,84	3,79	3,95	3,43	3,87	3,78
Infra-Estrutura Urbana	3,67	3,63	3,70	3,38	3,54	3,60
Meios de Transporte Interno	3,56	3,60	3,47	3,21	3,31	3,45
Trabalho Promocional	3,54	3,00	3,20	3,43	3,41	3,38
Sinalização	3,41	3,43	3,33	3,39	3,28	3,38
Preços	3,17	3,11	2,83	2,82	2,84	3,01

As regiões pesquisadas apresentam semelhante avaliação. Porém os visitantes da região da Baía emitiram notas um pouco superiores.

Gráfico 100. Avaliação dos Visitantes por Região



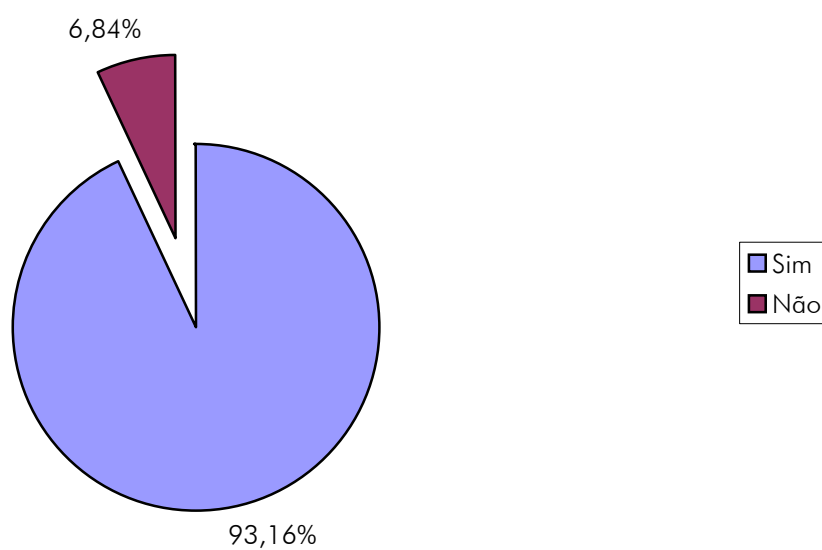
Quadro 104. Avaliação dos Visitantes por Região

Elemento de Avaliação	Baía	Centro	Interior	Norte	Sul	Município
Atrativos Naturais	4,73	4,74	4,72	4,65	4,82	4,74
Beleza Cênica do Município	4,73	4,69	4,69	4,70	4,87	4,72
Atrativos Culturais	4,30	4,47	4,35	4,23	4,30	4,43
Serviços de Operação/Excursão	4,47	4,26	3,91	4,09	4,04	4,22
Gastronomia	4,18	4,26	4,11	4,12	3,98	4,20
Serviço da Agência de Viagens	4,75	4,17	3,50	4,18	3,95	4,15
Meios de Hospedagem	4,48	4,17	4,12	4,23	3,97	4,14
Atendimento em Geral	4,47	3,99	4,24	4,01	3,86	3,98
Segurança	4,28	4,02	4,07	3,55	3,95	3,97
Infra-Estrutura Turística	4,33	4,01	4,14	3,79	3,78	3,96
Conservação dos Atrativos	3,86	3,88	4,07	3,59	4,01	3,87
Centro de Recepção dos Visitantes	3,64	3,79	3,36	3,79	3,88	3,79
Acesso aos Atrativos	3,97	3,79	3,66	3,60	3,85	3,78
Condições de Limpeza do Município	4,06	3,83	3,90	3,30	3,80	3,78
Infra-Estrutura Urbana	3,74	3,65	3,96	3,33	3,49	3,60
Meios de Transporte Interno	3,60	3,43	3,25	3,48	3,63	3,45
Trabalho Promocional	3,59	3,40	3,30	3,48	3,23	3,38
Sinalização	3,67	3,40	2,92	3,38	3,30	3,38
Preços	3,38	3,03	3,11	2,84	2,97	3,01

10.29. Expectativas

Mais de 93% dos visitantes tiveram suas expectativas atendidas durante sua viagem a Paraty.

Gráfico 101. Expectativas Atendidas dos Visitantes

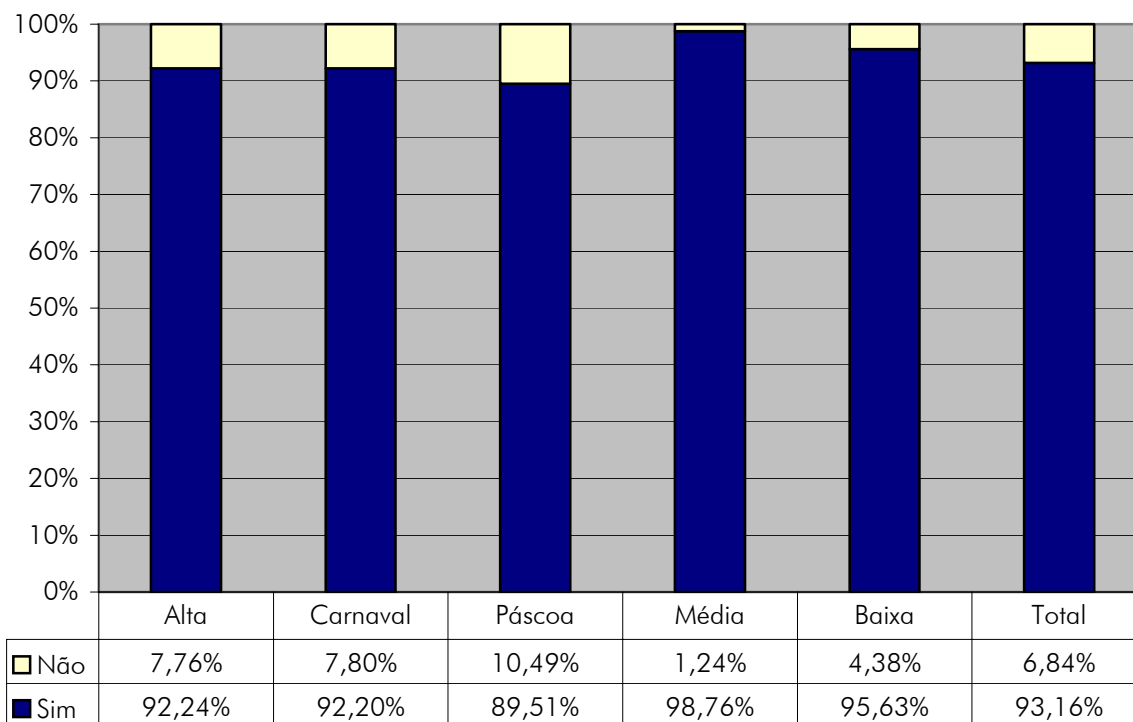


Quadro 105. Expectativas Atendidas dos Visitantes

Expectativas Atendidas	Visitantes
Sim	93,16%
Não	6,84%
Total	100,00%

Apenas o período da Páscoa apresenta um grau de insatisfação relevante, com mais de 10% dos visitantes. Enquanto a média estação apresenta quase 99% de expectativas atendidas.

Gráfico 102. Expectativas Atendidas dos Visitantes por Estação

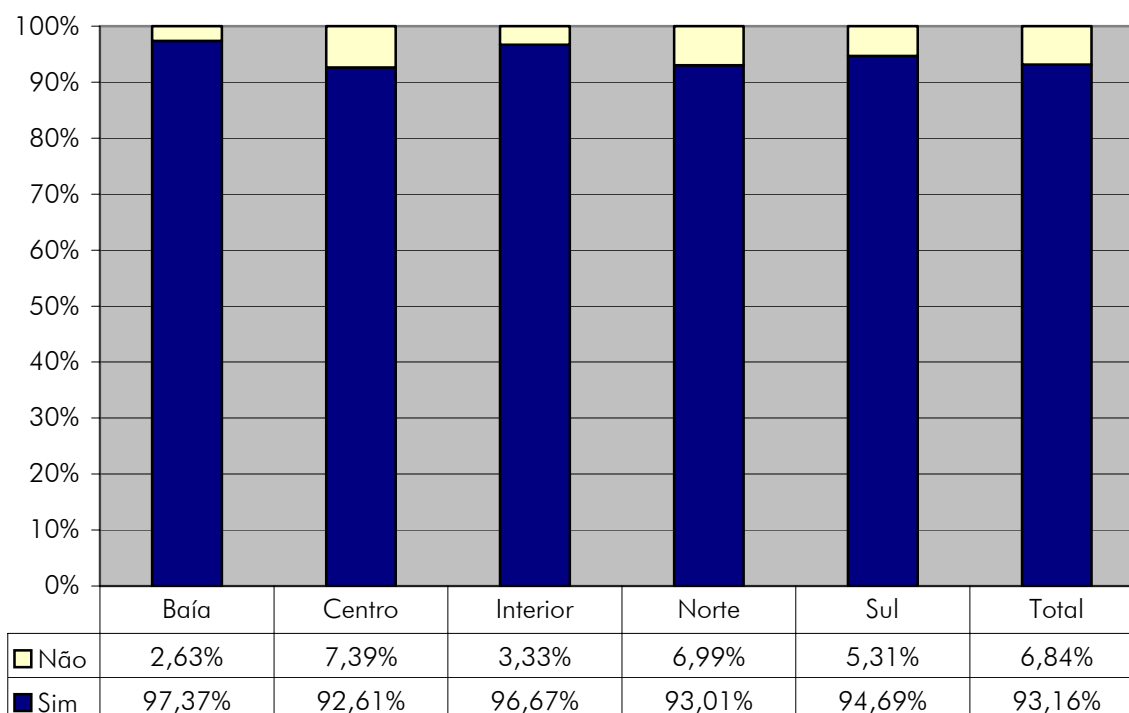


Quadro 106. Expectativas Atendidas dos Visitantes por Estação

Expectativas Atendidas	Alta	Carnaval	Páscoa	Média	Baixa	Total
Sim	92,24%	92,20%	89,51%	98,76%	95,63%	93,16%
Não	7,76%	7,80%	10,49%	1,24%	4,38%	6,84%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Todas as regiões possuem valores semelhantes a média geral de expectativas atendidas.

Gráfico 103. Expectativas Atendidas dos Visitantes por Região



Quadro 107. Expectativas Atendidas dos Visitantes por Região

Regiões	Sim	Não	Total	Importância
Baía	97,37%	2,63%	2,63%	1,99%
Centro	92,61%	7,39%	7,39%	70,01%
Interior	96,67%	3,33%	3,33%	1,57%
Norte	93,01%	6,99%	6,99%	9,72%
Sul	94,69%	5,31%	5,31%	16,72%
Total	93,16%	6,84%	6,84%	100,00%

10.30. Número Total de Visitantes

Após o cruzamento de todos os dados obtidos com a pesquisa de demanda e com o inventário chega-se ao número total de turistas por meio de hospedagem, conforme o quadro abaixo.

Quadro 108. Número Total de Turistas por Meio de Hospedagem

Distribuição dos Visitantes por Meio de Hospedagem	Anual	%
Turistas em Pousadas e Hotéis	162.107	69,89%
Turistas em Campings	23.481	10,12%
Turistas em Casas de Parentes e/ou Amigos	25.287	10,90%
Turistas em Casas Alugadas	9.633	4,15%
Turistas em Casas Próprias	8.580	3,70%
Turistas em Outros Tipos de Acomodação	2.860	1,23%
Total de Turistas	231.948	100,00%

Considerando a porcentagem total de turistas e excursionistas chega-se ao número total de visitantes do município de Paraty por ano.

Quadro 109. Número Total de Visitantes

Turistas	231.948	82,03%
Excursionistas	50.822	17,97%
Total de Visitantes	282.769	100,00%

Como foi mostrado no item 2.1. Agrupamento, a pesquisa de demanda realizada alcançou um total de 9.236 visitantes. Tal amostra tem uma representatividade de 3,27% do total.

11. ESTRATIFICAÇÃO DA DEMANDA POR ÁREA DE INTERESSE

11.1. Metodologia

Apresenta-se a seguir a estratificação da demanda de Paraty, determinando os diferentes perfis de público.

Serão apresentados quadros comparativos dos itens principais que definem a segmentação da demanda. São eles: Região, Agrupamento, Faixa Etária, Grau de Instrução e Faixa de Renda.

Tais quadros apontam a média percentual de cada um dos 08 tipos de visitantes definidos pela área de interesse turístico dos mesmos: Turismo Cultural, Turismo de Aventura, Turismo de Compras, Turismo Rural, Turismo de Sol e Praia, Turismo Náutico e Turismo de Pesca.

Os dados levantados são comparados aos dados da média geral do perfil de visitantes, apresentando-se a seguir a diferença absoluta e relativa dos mesmos.

Por fim, mostra-se um gráfico comparativo entre todos os perfis de visitantes definidos pela área de interesse e as variações das médias relativas.

11.2. Divisão dos Visitantes por Área de Interesse

11.2.1. Cultural

O quadro subsequente mostra que dos visitantes com interesse em atrativos culturais, a grande maioria situava-se no Centro Histórico no momento da entrevista (85,68%, considerando-se a Macro-Região Central).

Quadro 110. Distribuição por Região

Região	Cultural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Baía	1,36%	1,99%	-0,63%	-31,65%
Centro	84,32%	70,06%	14,26%	20,35%
Interior	1,06%	1,57%	-0,51%	-32,48%
Norte	4,74%	9,72%	-4,98%	-51,23%
Sul	8,52%	16,67%	-8,15%	-48,89%

Os visitantes com interesse na área cultural viajam mais sozinhos e em grupos de excursão, em relação a média geral dos visitantes.

Quadro 111. Comparação por Agrupamento

Agrupamento	Cultural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Sozinho	13,24%	11,38%	1,86%	14,04%
Familiar com Crianças	13,82%	15,46%	-1,64%	-11,87%
Familiar sem Crianças	39,90%	40,29%	-0,39%	-0,97%
Amigos	26,86%	27,42%	-0,56%	-2,08%
Excursão	06,18%	05,45%	0,73%	11,81%

A quantidade de jovens até 25 anos é praticamente $\frac{1}{4}$ inferior entre os apreciadores de Turismo Cultural, comparando-se com a amostra geral de visitantes entrevistados. Ademais, a faixa etária média é mais avançada a partir dos 35 anos de idade, acentuando-se após os 50 anos, como apontam o gráfico e quadro a seguir:

Quadro 112. Comparação por Faixa Etária

Faixa Etária	Cultural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
De 18 a 25 anos	17,43%	21,78%	-4,35%	-24,96%
De 26 a 34 anos	28,70%	29,18%	-0,48%	-1,67%
De 35 a 50 anos	32,42%	30,76%	1,66%	5,12%
De 51 a 65 anos	14,99%	12,72%	2,27%	15,14%
Mais de 65 anos	06,46%	05,56%	0,90%	13,93%

Nota-se um nível de escolaridade entre os interessados pelo Turismo Cultural acima da média do encontrado na média geral dos visitantes, principalmente àqueles com formação superior (mais da metade do total de entrevistados nas duas situações abaixo apresentadas), faixa em que os interessados na parte cultural do município superaram em quase 10% a média geral. Além disso, em todos os graus de escolaridade igual ou inferior ao segundo grau completo, tem-se uma média geral relativa superior ao público com interesse cultural.

Quadro 113. Comparação por Grau de Instrução

Grau de Instrução	Cultural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Superior Completo	56,33%	51,01%	5,32%	9,44%
Superior Incompleto	16,25%	15,81%	0,44%	2,71%
Colegial Completo	21,24%	24,23%	-2,99%	-14,08%
Ginásio Completo	03,89%	05,38%	-1,49%	-38,30%
Primário Completo	01,89%	02,62%	-0,73%	-38,62%
Primário Incompleto	00,40%	00,69%	-0,29%	-72,50%

Das faixas de renda avaliadas, confirma-se que nas 05 estratificações com valores abaixo de R\$ 2.000,00 de renda familiar mensal, os visitantes interessados em atrativos culturais possuem uma média inferior a média geral. Já nos 05 quesitos em que a faixa de renda foi superior a R\$ 2.000,00, apenas em um a média geral ficou acima da média cultural.

Quadro 114. Comparação por Faixa de Renda

Faixa de Renda	Cultural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Até R\$250	0,75%	0,85%	-0,10%	-13,33%
De R\$251 a R\$500	1,39%	2,42%	-1,03%	-74,10%
De R\$501 a R\$1000	4,71%	7,43%	-2,72%	-57,75%
De R\$1001 a R\$1500	9,31%	10,73%	-1,42%	-15,25%
De R\$1501 a R\$2000	11,56%	12,20%	-0,64%	-5,53%
De R\$2001 a R\$3000	18,42%	17,65%	0,77%	4,18%
De R\$3001 a R\$5000	21,63%	20,26%	1,37%	6,33%
De R\$5001 a R\$10000	23,13%	19,13%	4,00%	17,29%
De R\$10001 a R\$20000	5,35%	5,85%	-0,50%	-9,34%
Mais de R\$20001	3,75%	3,18%	0,57%	15,20%

11.2.2. Turismo de Aventura

A região Sul (65,33%) e principalmente o Interior (192,36%) apresentam maiores diferenças relativas em relação à média geral.

Quadro 115. Distribuição por Região

Região	Aventura	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Baía	1,06%	1,99%	-0,83%	-46,74%
Centro	55,48%	70,06%	-14,58%	-20,81%
Interior	4,59%	1,57%	3,02%	192,36%
Norte	11,31%	9,72%	1,59%	16,35%
Sul	27,56%	16,67%	10,89%	65,33%

A maior diferença ocorre nos grupos familiares com crianças, com menos da metade da média geral dos visitantes, considerando-se aqueles com interesse em Turismo de Aventura.

Quadro 116.Comparação por Agrupamento

	Aventura	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Sozinho	11,07%	11,53%	-0,46%	-3,99%
Familiar com Crianças	6,79%	15,44%	-8,65%	-56,02%
Familiar sem Crianças	44,29%	40,19%	4,10%	20,15%
Amigos	33,93%	27,39%	6,54%	23,88%
Excursão	3,93%	5,45%	-1,52%	27,89%

Enquanto os visitantes com interesse em Turismo de Aventura entre 18 e 25 anos de idade representam mais de $\frac{1}{4}$ do total, a média geral é inferior a 20%, o que confere uma diferença relativa superior a 30%.

Quadro 117.Comparação por Faixa Etária

	Aventura	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
De 18 a 25 anos	26,18%	19,85%	6,33%	31,89%
De 26 a 34 anos	37,17%	31,60%	5,57%	17,63%
De 35 a 50 anos	27,75%	31,15%	-3,40%	-10,91%
De 51 a 65 anos	7,33%	12,60%	-5,27%	-41,83%
Mais de 65 anos	1,57%	4,81%	-3,24%	-67,36%

A diferença mais significativa ocorre na comparação do grau de instrução superior incompleto, com 45,7% de variação relativa.

Quadro 118.Comparação por Grau de Instrução

	Aventura	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Superior Completo	46,10%	51,04%	-4,94%	-9,68%
Superior Incompleto	23,05%	15,82%	7,23%	45,70%
Colegial Completo	23,76%	24,24%	-0,48%	-1,98%
Ginásio Completo	4,26%	5,38%	-1,12%	-20,81%
Primário Completo	2,13%	2,82%	-0,69%	-24,47%
Primário Incompleto	0,71%	0,69%	0,02%	2,90%

Nota-se nas três faixas de renda mais alta uma predominância relativa dos visitantes com interesse em Turismo de Aventura em relação à média geral.

Quadro 119. Comparação por Faixa de Renda

	Aventura	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Até R\$ 250	0,78%	0,85%	-0,07%	-8,24%
De R\$ 251 a R\$ 500	3,13%	2,72%	0,41%	15,07%
De R\$ 501 a R\$ 1000	8,59%	7,43%	1,16%	15,61%
De R\$ 1001 a R\$ 1500	10,94%	10,73%	0,21%	1,96%
De R\$ 1501 a R\$ 2000	10,55%	12,20%	-1,65%	-13,52%
De R\$ 2001 a R\$ 3000	15,63%	17,65%	-2,02%	-11,44%
De R\$ 3001 a R\$ 5000	19,53%	20,26%	-0,73%	-3,60%
De R\$ 5001 a R\$ 10000	20,31%	19,13%	1,18%	6,17%
De R\$ 10001 a R\$ 20000	7,03%	5,85%	1,18%	20,17%
Mais de R\$ 20001	3,52%	3,18%	0,34%	10,69%

11.2.3. Turismo de Compras

Há grandes diferenças relativas, principalmente na região Norte, com 49,38% de visitantes com interesse em Turismo de Compras a mais do que no geral.

Quadro 120. Comparação por Região

Região	Compras	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Baía	1,08%	1,99%	-0,91%	-45,73%
Centro	71,51%	70,06%	1,45%	2,07%
Interior	1,08%	1,57%	-0,49%	-31,21%
Norte	14,52%	9,72%	4,80%	49,38%
Sul	11,83%	16,67%	-4,84%	-29,03%

Em relação ao agrupamento, nota-se a principal diferença relativa no grupo familiar com crianças, sendo 30,25% maior do que a média geral.

Quadro 121. Comparação por Agrupamento

	Compras	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Sozinho	8,15%	11,53%	-3,38%	-29,31%
Familiar com Crianças	20,11%	15,44%	4,67%	30,25%
Familiar sem Crianças	43,48%	40,19%	3,29%	8,19%
Amigos	23,37%	27,39%	-4,02%	-14,68%
Excursão	4,89%	5,45%	-0,56%	-10,28%

A maior diferença em relação à faixa etária dos visitantes encontra-se no item de pessoas com mais de 65 anos, sendo 82,33% maior do que o geral.

Quadro 122. Comparação por Faixa Etária

	Compras	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
De 18 a 25 anos	16,67%	19,85%	-3,18%	-16,02%
De 26 a 34 anos	30,70%	31,60%	-0,90%	-2,85%
De 35 a 50 anos	28,95%	31,15%	-2,20%	-7,06%
De 51 a 65 anos	14,91%	12,60%	2,31%	18,33%
Mais de 65 anos	8,77%	4,81%	3,96%	82,33%

Com relação a diferença absoluta, nota-se uma variação acentuada no item Primário Incompleto, 213,04%, entre o total de visitantes com interesse em compras e o total geral. No entanto, pela representatividade, vale destacar a predominância de visitantes com grau superior completo em relação a média total (17,55%) de diferença relativa.

Quadro 123. Comparação por Grau de Instrução

	Compras	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Superior Completo	60,00%	51,04%	8,96%	17,55%
Superior Incompleto	10,27%	15,82%	-5,55%	-35,08%
Colegial Completo	20,54%	24,24%	-3,70%	-15,26%
Ginásio Completo	5,41%	5,38%	0,03%	0,56%
Primário Completo	1,62%	2,82%	-1,20%	-42,55%
Primário Incompleto	2,16%	0,69%	1,47%	213,04%

Destaca-se a diferença do público com renda familiar mensal entre R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00. Neste item, tem-se 26,63% de visitantes com interesse em compras, contra 19,13% da média geral.

Quadro 124. Comparação por Faixa de Renda

	Compras	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Até R\$ 250	1,18%	0,85%	0,33%	38,82%
De R\$ 251 a R\$ 500	0,59%	2,72%	-2,13%	-78,31%
De R\$ 501 a R\$ 1000	4,73%	7,43%	-2,70%	-36,34%
De R\$ 1001 a R\$ 1500	8,88%	10,73%	-1,85%	-17,24%
De R\$ 1501 a R\$ 2000	14,20%	12,20%	2,00%	16,39%
De R\$ 2001 a R\$ 3000	16,57%	17,65%	-1,08%	-6,12%
De R\$ 3001 a R\$ 5000	18,93%	20,26%	-1,33%	-6,56%
De R\$ 5001 a R\$ 10000	26,63%	19,13%	7,50%	39,21%
De R\$ 10001 a R\$ 20000	5,33%	5,85%	0,33%	-8,89%
Mais de R\$ 20001	2,96%	3,18%	-2,13%	-6,92%

11.2.4. Turismo Rural

Os índices mais representativos quanto a distribuição dos visitantes ocorre nas regiões Central e Norte, com média relativa acentuada entre os interessados em Turismo Rural, em relação à média geral.

Quadro 125. Distribuição por Região

Região	Rural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Baía	0,00%	1,99%	-1,99%	-100,00%
Centro	60,94%	70,06%	-9,12%	-13,02%
Interior	4,69%	1,57%	3,12%	198,73%
Norte	18,75%	9,72%	9,03%	92,90%
Sul	15,63%	16,67%	-1,04%	-6,24%

Em relação ao tipo de agrupamento, as diferenças mais significativas acontecem nos grupos de excursão, grupo de amigos e visitantes sozinhos respectivamente.

Quadro 126. Comparação por Agrupamento

	Rural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Sozinho	16,39%	11,53%	4,86%	42,15%
Familiar com Crianças	16,39%	15,44%	0,95%	6,15%
Familiar sem Crianças	44,26%	40,19%	4,07%	10,13%
Amigos	14,75%	27,39%	-12,64%	-46,15%
Excursão	8,20%	5,45%	2,75%	50,46%

Quanto à faixa etária, destacam-se os visitantes de 18 a 25 anos, sendo esta categoria um pouco inferior à média geral.

Quadro 127. Comparação por Faixa Etária

	Rural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
De 18 a 25 anos	16,36%	19,85%	-3,49%	-17,58%
De 26 a 34 anos	30,91%	31,60%	-0,69%	-2,18%
De 35 a 50 anos	32,73%	31,15%	1,58%	5,07%
De 51 a 65 anos	14,55%	12,60%	1,95%	15,48%
Mais de 65 anos	5,45%	4,81%	0,64%	13,31%

Todos os índices de diferença relativa em relação ao grau de instrução apresentam uma variação em relação à média, sendo esta mais acentuada nos itens primário incompleto e completo.

Quadro 128. Comparação por Grau de Instrução

	Rural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Superior Completo	39,68%	51,04%	-11,36%	-22,26%
Superior Incompleto	12,70%	15,82%	-3,12%	-19,72%
Colegial Completo	33,33%	24,24%	9,09%	37,50%
Ginásio Completo	4,76%	5,38%	-0,62%	-11,52%
Primário Completo	7,94%	2,82%	5,12%	181,56%
Primário Incompleto	1,59%	0,69%	0,90%	130,43%

No que diz respeito à faixa de renda, os visitantes com interesse em turismo rural, apresentam uma diferença relativa significativa para mais no número de pessoas com renda de até R\$ 250,00, e nenhum visitante com renda de mais de R\$ 20.001,00.

Quadro 129. Comparação por Faixa de Renda

	Rural	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Até R\$ 250	3,45%	0,85%	2,60%	305,88%
De R\$ 251 a R\$ 500	1,72%	2,72%	-1,00%	-36,76%
De R\$ 501 a R\$ 1.000	13,79%	7,43%	6,36%	85,60%
De R\$ 1.001 a R\$ 1.500	10,34%	10,73%	-0,39%	-3,63%
De R\$ 1.501 a R\$ 2.000	17,24%	12,20%	5,04%	41,31%
De R\$ 2.001 a R\$ 3.000	5,17%	17,65%	-12,48%	-70,71%
De R\$ 3.001 a R\$ 5.000	17,24%	20,26%	-3,02%	-14,91%
De R\$ 5.001 a R\$ 10.000	24,14%	19,13%	5,01%	26,19%
De R\$ 10.001 a R\$ 20.000	6,90%	5,85%	1,05%	17,95%
Mais de R\$ 20.001	0,00%	3,18%	-3,18%	-100,00%

11.2.5. Turismo de Sol e Praia

Os visitantes com interesse em Turismo de Sol e Praia têm uma concentração maior do que a média nas Macro-regiões Norte e Sul.

Quadro 130. Distribuição por Região

Região	Sol e Praia	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Baía	2,13%	1,99%	0,14%	7,04%
Centro	60,98%	70,06%	-9,08%	-12,96%
Interior	1,76%	1,57%	0,19%	12,10%
Norte	13,35%	9,72%	3,63%	37,35%
Sul	21,78%	16,67%	5,11%	30,65%

Em relação ao agrupamento, os grupos de excursão, grupos de amigos e os visitantes sozinhos são menos freqüentes do que a média geral do município, já os grupos familiares apresentam uma média relativa superior entre os interessados em turismo de sol e praia.

Quadro 131. Comparação por Agrupamento

	Sol e Praia	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Sozinho	9,02%	11,53%	-2,51%	-21,77%
Familiar com Crianças	17,20%	15,44%	1,76%	11,40%
Familiar sem Crianças	43,89%	40,19%	3,70%	9,21%
Amigos	25,28%	27,39%	-2,11%	-7,70%
Excursão	4,61%	5,45%	-0,84%	-15,41%

No que diz respeito à faixa etária, os visitantes com mais de 65 anos se destacam, uma vez que, a diferença relativa é de 19,13% menor do que a média geral.

Quadro 132. Comparação por Faixa Etária

	Sol e Praia	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
De 18 a 25 anos	21,53%	19,85%	1,68%	8,46%
De 26 a 34 anos	32,22%	31,60%	0,62%	1,96%
De 35 a 50 anos	30,69%	31,15%	-0,46%	-1,48%
De 51 a 65 anos	11,67%	12,60%	-0,93%	-7,38%
Mais de 65 anos	3,89%	4,81%	-0,92%	-19,13%

Não há grande diferença entre as médias relativas comparadas, com exceção dos visitantes com primário incompleto, que no caso, representam em números absolutos uma parcela reduzida do total de visitantes.

Quadro 133. Comparação por Grau de Instrução

	Sol e Praia	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Superior Completo	51,31%	51,04%	0,27%	0,53%
Superior Incompleto	15,54%	15,82%	-0,28%	-1,77%
Colegial Completo	24,16%	24,24%	-0,08%	-0,33%
Ginásio Completo	5,43%	5,38%	0,05%	0,93%
Primário Completo	2,72%	2,82%	-0,10%	-3,55%
Primário Incompleto	0,84%	0,69%	0,15%	21,74%

Dependendo da faixa de renda, há uma diferença positiva ou negativa na comparação entre os visitantes interessados em turismo de sol e praia e a média geral, conforme quadro subsequente:

Quadro 134.Comparação por Faixa de Renda

	Sol e Praia	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Até R\$ 250	1,09%	0,85%	0,24%	28,24%
De R\$ 251 a R\$ 500	2,78%	2,72%	0,06%	2,21%
De R\$ 501 a R\$ 1000	7,75%	7,43%	0,32%	4,31%
De R\$ 1001 a R\$ 1500	10,82%	10,73%	0,09%	0,84%
De R\$ 1501 a R\$ 2000	12,02%	12,20%	-0,18%	-1,48%
De R\$ 2001 a R\$ 3000	16,19%	17,65%	-1,46%	-8,27%
De R\$ 3001 a R\$ 5000	20,95%	20,26%	0,69%	3,41%
De R\$ 5001 a R\$ 10000	19,36%	19,13%	0,23%	1,20%
De R\$ 10001 a R\$ 20000	6,06%	5,85%	0,21%	3,59%
Mais de R\$ 20001	2,98%	3,18%	0,24%	-8,27%

11.2.6.Turismo Náutico

Nas regiões do Interior, da Baía e do Sul os visitantes interessados em turismo náutico são predominantes, em média, comparando-se com o total. Nas regiões Central e Norte há uma pequena diferença no sentido inverso.

Quadro 135.Distribuição por Região

Região	Náutico	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Baía	2,74%	1,99%	0,75%	37,69%
Centro	66,21%	70,06%	-3,85%	-5,50%
Interior	3,20%	1,57%	1,63%	103,82%
Norte	9,13%	9,72%	-0,59%	-6,07%
Sul	18,72%	16,67%	2,05%	12,30%

Tem-se entre as famílias sem crianças uma diferença absoluta e relativa acentuada, com média superior entre os visitantes com interesse no turismo de sol e praia.

Quadro 136.Comparação por Agrupamento

	Náutico	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Sozinho	7,37%	11,53%	-4,16%	-36,08%
Familiar com Crianças	14,29%	15,44%	-1,15%	-7,45%
Familiar sem Crianças	55,76%	40,19%	15,57%	38,74%
Amigos	18,43%	27,39%	-8,96%	-32,71%
Excursão	4,15%	5,45%	-1,30%	-23,85%

Nas faixas etárias acima dos 50 anos há, entre os visitantes com interesse náutico, um percentual médio inferior a média geral.

Quadro 137. Comparação por Faixa Etária

	Náutico	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
De 18 a 25 anos	20,25%	19,85%	-4,16%	2,02%
De 26 a 34 anos	34,36%	31,60%	-1,15%	8,73%
De 35 a 50 anos	32,52%	31,15%	15,57%	4,40%
De 51 a 65 anos	11,04%	12,60%	-8,96%	-12,38%
Mais de 65 anos	1,84%	4,81%	-1,30%	-61,75%

Em termos relativos, destaca-se a comparação entre o primário incompleto (pouco representativo) e o nível superior completo (mais da metade dos visitantes), com 31,88% e 18,08% de diferença entre a média náutica e a geral, sendo a primeira predominante.

Quadro 138. Comparação por Grau de Instrução

	Náutico	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Superior Completo	60,27%	51,04%	9,23%	18,08%
Superior Incompleto	15,07%	15,82%	-0,75%	-4,74%
Colegial Completo	19,63%	24,24%	-4,61%	-19,02%
Ginásio Completo	3,20%	5,38%	-2,18%	-40,52%
Primário Completo	0,91%	2,82%	-1,91%	-67,73%
Primário Incompleto	0,91%	0,69%	0,22%	31,88%

Comparando-se a faixa de renda nota-se que os visitantes com interesse em turismo náutico têm média relativa inferior a média geral, até a faixa de R\$ 5.000,00 mensais. Em contrapartida, nas faixas acima desse valor ocorre o fenômeno inverso, com exceção da faixa superior a R\$ 20.001,00, o qual é pouco representativo em termos absolutos.

Quadro 139. Comparação por Faixa de Renda

	Náutico	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Até R\$ 250	0,00%	0,85%	-0,85%	-100,00%
De R\$ 251 a R\$ 500	0,50%	2,72%	-2,22%	-81,62%
De R\$ 501 a R\$ 1000	6,47%	7,43%	-0,96%	-12,92%
De R\$ 1001 a R\$ 1500	9,95%	10,73%	-0,78%	-7,27%
De R\$ 1501 a R\$ 2000	7,46%	12,20%	-4,74%	-38,85%
De R\$ 2001 a R\$ 3000	15,42%	17,65%	-2,23%	-12,63%
De R\$ 3001 a R\$ 5000	18,91%	20,26%	-1,35%	-6,66%
De R\$ 5001 a R\$ 10000	24,88%	19,13%	5,75%	30,06%
De R\$ 10001 a R\$ 20000	10,95%	5,85%	-0,85%	87,18%
Mais de R\$ 20001	0,00%	3,18%	-2,22%	-100,00%

11.2.7. Turismo de Pesca

Nas regiões do Centro e da Baía os visitantes interessados em turismo de pesca são predominantes em relação à média geral, ocorrendo o inverso nas demais regiões.

Quadro 140. Distribuição por Região

Região	Pesca	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Baía	16,22%	11,53%	4,69%	40,68%
Centro	24,32%	15,44%	8,88%	57,51%
Interior	36,49%	40,19%	-3,70%	-9,21%
Norte	21,62%	27,39%	-5,77%	-21,07%
Sul	1,35%	5,45%	-4,10%	-75,23%

Destaca-se a predominância dos visitantes com interesse em pesca em relação a média geral, nos quesitos sozinho e grupo familiar com crianças, com 40,68% e 57,51% de diferença relativa, respectivamente.

Quadro 141. Comparação por Agrupamento

	Pesca	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Sozinho	16,22%	11,53%	4,69%	40,68%
Familiar com Crianças	24,32%	15,44%	8,88%	57,51%
Familiar sem Crianças	36,49%	40,19%	-3,70%	-9,21%
Amigos	21,62%	27,39%	-5,77%	-21,07%
Excursão	1,35%	5,45%	-4,10%	-75,23%

A média de idade dos visitantes com interesse em turismo de pesca é inferior a média geral, nas faixas entre 18 e 34 anos, invertendo-se esta tendência nas faixas de 35 a 50 anos e principalmente 51 a 65 anos, com predominância de turismo de pesca.

Quadro 142. Comparação por Faixa Etária

	Pesca	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
De 18 a 25 anos	15,25%	19,85%	15,25%	-23,17%
De 26 a 34 anos	27,12%	31,60%	27,12%	-14,18%
De 35 a 50 anos	33,90%	31,15%	33,90%	8,83%
De 51 a 65 anos	22,03%	12,60%	22,03%	74,84%
Mais de 65 anos	1,69%	4,81%	1,69%	-64,86%

Entre aqueles que cursaram ou cursam o nível superior, a média de visitantes interessados em pesca é inferior a média geral, fato não ocorrido nos níveis de instrução mais baixos.

Quadro 143. Comparação por Grau de Instrução

	Pesca	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Superior Completo	44,00%	51,04%	-7,04%	-13,79%
Superior Incompleto	9,33%	15,82%	-6,49%	-41,02%
Colegial Completo	26,67%	24,24%	2,43%	10,02%
Ginásio Completo	12,00%	5,38%	6,62%	123,05%
Primário Completo	6,67%	2,82%	3,85%	136,52%
Primário Incompleto	1,33%	0,69%	0,64%	92,75%

A principal diferença relativa acontece na faixa de renda mais alta, em que a média dos visitantes com interesse em turismo de pesca é mais de 50% inferior a média do município.

Quadro 144. Comparação por Faixa de Renda

	Pesca	Geral	Diferença Absoluta	Diferença Relativa
Até R\$ 250	0,00%	0,85%	-0,85%	-100,00%
De R\$ 251 a R\$ 500	1,39%	2,72%	-1,33%	-48,90%
De R\$ 501 a R\$ 1000	9,72%	7,43%	2,29%	30,82%
De R\$ 1001 a R\$ 1500	12,50%	10,73%	1,77%	16,50%
De R\$ 1501 a R\$ 2000	13,89%	12,20%	1,69%	13,85%
De R\$ 2001 a R\$ 3000	11,11%	17,65%	-6,54%	-37,05%
De R\$ 3001 a R\$ 5000	25,00%	20,26%	4,74%	23,40%
De R\$ 5001 a R\$ 10000	18,06%	19,13%	-1,07%	-5,59%
De R\$ 10001 a R\$ 20000	6,94%	5,85%	1,09%	18,63%
Mais de R\$ 20001	1,39%	3,18%	-1,79%	-56,29%