



ESTADO DO PARANÁ  
Secretaria de Estado do Turismo

# *Região Turística: Litoral do Paraná em Dados*



GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ  
SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

**ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA**  
**LITORAL-PR**  
**2000-2006**

CURITIBA-PR  
Novembro/2008

GOVERNO DO ESTADO

**ROBERTO REQUIÃO**

SECRETÁRIO DE ESTADO DO TURISMO

**CELSO CARON ALVES**

DIRETOR GERAL, ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

**DARCY CARON ALVES**

COORDENADORIA DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO

**DEISE MARIA FERNANDES BEZERRA**

DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICA

**GILCE ZELINDA BATTISTUZ**

**FABRÍCIO RIBEIRO MORRONE**

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO – PARANÁ TURISMO

Rua Dep. Mário de Barros, 1290, Ed. Caetano Munhoz da Rocha, 3º andar, Centro  
Cívico 80530-913 – Curitiba – Paraná

Fone: (41) 3313-3500 e 3313-3547 – Fax: (41) 3313-3569

## REGIÃO TURÍSTICA DO LITORAL<sup>1</sup>

O Litoral Paranaense, apesar de sua pequena extensão, possui sete Municípios com boa infra-estrutura turística para receber cerca de um milhão de visitantes durante a alta temporada. Entre seus principais atrativos, são encontradas reservas ecológicas nas quais ainda podem ser encontradas espécies raras da fauna e flora, além de belas praias que propiciam momentos de lazer, a prática de esportes náuticos, pesca esportiva, etc. Tudo isso faz com que o Paraná tenha destaque no turismo de sol e mar no país.

O turista que visita o Litoral Paranaense é, em sua maioria, procedente de Curitiba, seguida de Outras Regiões do Estado, mas nota-se uma pequena queda no percentual destes visitantes iniciando-se em 2002, quando o percentual foi de 23,8%, e em 2006, de 17,5% (queda de 26,5%). Os turistas estrangeiros foram 2,2% em 2006, índice semelhante em todos os anos de pesquisa. Os turistas também foram sempre em sua maior parte do sexo masculino.

O meio de transporte mais utilizado é o automóvel, que do ano 2000 até o ano 2004 apresentou queda em seu percentual, voltando a subir após esse período. Já o ônibus teve um comportamento contrário. O meio de hospedagem mais utilizado é a casa própria, com 39,3% em 2006. Em seguida, casa de parentes e amigos é a opção mais utilizada (28,1% do total em 2006). A procura pelo meio de hospedagem Hotel vem crescendo desde 2000, saindo de 5,6% para 13,7% em 2006 (144,6% de crescimento).

Com relação à renda média individual, houve uma queda até o ano de 2004, voltando a crescer em 2005 e 2006. Já o gasto médio diário vem crescendo desde 2000, chegando a US\$ 21,80 em 2006. As médias de idade e de permanência são praticamente as mesmas desde o ano de 2000.

Dentre as infra-estruturas avaliadas, todas têm o conceito Bom, acima dos 50,0%, com exceção do saneamento básico, que teve 44,7% em 2006 desse conceito. A infra-estrutura de acesso é a que apresenta melhor aproveitamento, com 82,7% em 2006, crescendo 58,7% em relação a 2002, quando o percentual foi de 52,1%.

---

<sup>1</sup> Formada pelos Municípios: Antonina, Guaraqueçaba, Guaratuba, Matinhos, Morretes, Paranaguá e Pontal do Paraná.

**LITORAL 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Procedência</b>						
Curitiba	57,2	53,3	52,8	56,3	55,8	57,6
Região Metropolitana	7,6	7,2	7,7	9,1	9,1	10,9
Outras/Paraná	19,4	19,9	23,8	21,2	20,4	17,5
Outros/Estados	14,2	17,5	14,0	11,6	12,3	11,8
Exterior	1,6	2,1	1,7	1,8	2,4	2,2
<b>Sexo</b>						
Masculino	62,4	62,4	64,9	60,6	64,1	61,4
Feminino	37,6	37,6	35,1	39,4	35,9	38,6
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**LITORAL 2 – FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Frequência da Visita</b>						
Primeira Vez	12,6	14,1	11,3	12,8	13,7	11,4
Não era a primeira	87,4	85,9	88,7	87,2	86,3	88,6
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>						
Só	13,7	13,1	18,6	17,6	17,1	25,0
Em Grupo	10,2	14,7	21,6	22,4	14,6	14,5
Com Família	76,1	72,2	59,8	60,0	68,3	60,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**LITORAL 3 – MÉDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>						
Renda Média Individual	1 062,00	955,2	1 017,10	570,40	793,10	864,08
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>						
Per Capita Total	12,60	13,70	16,00	13,20	15,40	21,80
Per Capita com Alimentação	--	--	--	5,70	6,50	8,60
Per Capita com Hospedagem	--	7,90	6,90	9,50	8,50	12,70
<b>Idade (anos)</b>	<b>38,6</b>	<b>36,2</b>	<b>34,9</b>	<b>34,3</b>	<b>37,5</b>	<b>39,4</b>
<b>Permanência (dias)</b>	<b>7,5</b>	<b>6,7</b>	<b>8,5</b>	<b>8,0</b>	<b>7,9</b>	<b>7,6</b>

-- coleta de dados não efetuada

**LITORAL 4 – TRANSPORTE E HOSPEDAGEM**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Tipo de Transporte</b>						
Automóvel	69,6	63,2	59,5	51,3	62,4	62,8
Ônibus	25,8	29,5	36,6	45,9	31,8	33,7
Outros	4,6	7,3	3,9	2,8	5,8	3,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>						
Hotel	5,6	7,1	14,5	11,0	14,3	13,7
Casa/Apto. Alugado	19,3	17,8	16,7	14,8	15,9	13,0
Casa Própria	37,4	28,2	28,0	33,1	32,2	39,3
Casa Parentes/Amigos	27,8	25,6	30,0	33,6	33,4	28,1
Outros	9,9	21,3	10,8	7,5	4,2	5,9
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**LITORAL 5 – CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
Artesanato	--	--	66,4	51,5	73,5	70,9
Comércio Urbano	76,2	71,8	57,9	68,3	71,4	69,9
Comércio na Rodovia	--	--	53,6	67,8	62,1	66,8
Entretenimento/Lazer	--	--	52,9	51,2	64,4	59,3
Informação Turística	65,7	69,9	37,8	58,1	62,9	58,0
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	52,1	52,7	60,0	82,7
Limpeza Pública	53,9	56,6	45,5	48,8	65,9	55,8
Restaurantes	77,4	71,4	65,6	69,8	72,8	70,6
Saneamento Básico	--	--	29,8	70,5	47,0	44,7
Segurança Pública	72,8	71,6	52,7	52,0	74,4	67,1
Serviço de Hospedagem	81,7	75,3	63,0	64,6	80,3	78,8
Serviço de Saúde	68,7	49,7	40,2	59,8	52,3	54,4
Serviço Telefônico	74,4	78,5	75,9	71,6	61,5	63,4
Sinalização Turística	63,5	59,5	41,5	62,7	61,7	63,9
Transporte Coletivo	--	--	37,0	60,6	52,7	54,5
Vida Noturna	--	71,5	49,5	74,9	59,8	54,6

NOTA: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom  
 -- coleta de dados não efetuada

## ANTONINA

Os turistas mais freqüentes em Antonina são de Curitiba, com 75,4% do total em 2006. Esse percentual vem crescendo desde o ano 2000, quando esse percentual foi de 63,3% (crescimento de 19,1%). Já os turistas provenientes de Outros Estados decresceram 47,2% comparando-se os anos de 2000 e 2006. São em sua maioria do sexo masculino, em todos os anos de pesquisa, apesar de estar diminuindo a diferença entre os sexos.

Houve uma mudança no meio de transporte mais utilizado, do automóvel para o ônibus. No ano 2000, o percentual de turistas que utilizaram automóvel para o deslocamento foi de 60,8%, e ônibus de 32,3%. Em 2006, esses percentuais foram de 40,6% e 56,1%, respectivamente. Com relação aos meios de hospedagem, Casa de Parentes e Amigos é o mais utilizado. A exceção é dada no ano de 2005, quando a Casa Própria foi o meio de hospedagem mais utilizado.

A renda média individual dos turistas que visitam Antonina é bastante variada, chegando ao valor de US\$ 1.012,70 no ano de 2000 e US\$ 340,00 no ano de 2004. O gasto médio diário também varia bastante de acordo com o ano, variando de US\$ 6,30 em 2002 para US\$ 20,30 em 2005. Já a média de idade variou de 32,7 anos no ano 2000 para 39,7 anos em 2004.

### ANTONINA 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Procedência</b>						
Curitiba	63,3	65,1	65,5	66,8	73,9	75,4
Região Metropolitana	7,7	11,8	12,7	9,1	11,4	8,6
Outras/Paraná	10,8	10,6	9,3	18,1	9,1	5,9
Outros/Estados	18,2	11,2	12,5	6,0	5,1	9,6
Exterior	-	1,3	-	-	0,5	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>						
Masculino	70,7	61,2	62,5	57,6	65,4	63,5
Feminino	29,3	38,8	37,5	42,4	34,6	36,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

- O dado é desconhecido, podendo existir.

-- coleta de dados não efetuada

**ANTONINA 2 – FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Frequência da Visita</b>						
Primeira Vez	12,6	8,6	--	4,6	5,8	15,0
Não era a primeira	87,4	91,4	--	95,4	94,2	85,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>--</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>						
Só	23,7	17,8	25,0	18,2	31,8	44,4
Em Grupo/Excursão	15,1	11,8	21,0	15,1	18,0	15,0
Com Família	61,2	70,4	54,0	66,7	50,2	40,6
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

-- coleta de dados não efetuada

**ANTONINA 3 - TRANSPORTE E HOSPEDAGEM**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Tipo de Transporte</b>						
Automóvel	60,8	61,2	54,2	28,8	41,6	40,6
Ônibus	32,3	34,2	45,8	69,7	57,4	56,1
Outros	6,9	4,6	-	1,5	1,0	3,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>						
Hotel	12,9	3,4	8,7	12,1	6,9	13,6
Casa/Apto. Aluguel	3,3	1,7	4,3	3,0	24,4	5,4
Casa Própria	23,4	29,1	29,0	18,2	46,8	23,4
Casa Parentes/Amigos	53,3	47,9	52,2	63,3	4,4	44,6
Outros	7,1	17,9	5,8	3,4	17,5	13,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

- O dado é desconhecido, podendo existir.

-- coleta de dados não efetuada



**ANTONINA 4 – MÈDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>						
Renda Média Individual	1 012,70	789,60	851,90	340,00	531,70	671,92
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>						
Per Capita Total	13,00	8,90	6,30	11,40	20,30	19,00
Per Capita com Alimentação	--	--	--	6,40	11,40	7,80
Per Capita com Hospedagem	--	4,30	--	14,40	12,70	12,80
<b>Idade (anos)</b>	39,7	37,1	34,3	32,7	35,1	34,9
<b>Permanência (dias)</b>	5,7	5,1	6,7	5,7	4,1	8,5

-- coleta de dados não efetuada

**ANTONINA 5 - CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
Artesanato	--	--	77,5	75,0	57,2	76,3
Comércio Urbano	50,7	5,8	36,5	64,5	53,8	71,6
Comércio na Rodovia	--	--	53,2	50,0	71,2	68,8
Entretenimento/Lazer	--	--	40,8	50,7	50,7	62,1
Informação Turística	41,3	73,9	38,1	52,0	48,5	70,2
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	56,0	52,3	91,8	84,9
Limpeza Pública	57,1	67,1	33,0	45,4	76,8	64,7
Restaurantes	68,9	69,0	56,9	66,1	71,4	74,3
Saneamento Básico	--	--	22,7	33,4	75,3	45,7
Segurança Pública	67,6	75,5	36,8	69,5	68,3	62,6
Serviço de Hospedagem	84,7	74,1	30,3	74,0	95,3	88,0
Serviço de Saúde	35,2	37,5	12,9	15,4	18,6	62,1
Serviço Telefônico	49,7	65,9	74,2	75,0	46,8	61,5
Sinalização Turística	45,5	59,1	30,3	44,2	49,7	57,9
Transporte Coletivo	--	--	20,9	68,2	50,0	77,8
Vida Noturna	--	46,2	35,6	51,9	68,0	56,6

NOTA: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom

-- coleta de dados não efetuada

## GUARAQUEÇABA<sup>2</sup>

A maior parte dos turistas em Guaraqueçaba é proveniente de Curitiba, em todos os anos, sempre com mais de 50% do total. Os Outros Estados brasileiros são responsáveis pela segunda maior proporção de turistas. Os homens visitam mais Guaraqueçaba que as mulheres.

O ônibus é o meio de transporte mais utilizado, com pouco mais da metade do total. O automóvel teve um aumento considerável (636,1%), uma vez que saiu de 3,6 % em 2002 para 26,5% em 2006. O meio de hospedagem mais utilizado é o hotel, com 59,2% do total. A casa de parentes e amigos também merece destaque, ficando com 22,4% do total.

Houve um aumento no gasto médio diário de 108,8% comparando os anos de 2000 e 2006. No primeiro referido o gasto foi de US\$ 17,10 e, no outro, de US\$ 35,70. A média de idade no ano 2001 foi de 31,6 anos, chegando a 33,9 anos em 2004, mas caiu para 29,3 anos em 2006. A permanência média também caiu, de 5,8 dias em 2002 para 4,1 em 2006.

Com relação à infra-estrutura avaliada em Guaraqueçaba, merecem destaque os restaurantes, com 75,6% de conceito Bom em 2006. Esse índice foi de 67,7% no ano 2000. O transporte coletivo teve uma avaliação positiva de 50,0% no ano 2002, caindo 376,1% em 2006 (10,5%).

### GUARAQUEÇABA 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS

VARIÁVEIS	ANOS (%)				
	2000	2001	2002	2004	2006
<b>Procedência</b>					
Curitiba	55,6	52,6	60,7	56,0	55,1
Região Metropolitana	6,3	6,3	3,6	1,1	4,1
Outras/Paraná	22,2	17,1	7,1	25,3	12,3
Outros/Estados	14,3	22,5	28,6	16,5	28,5
Exterior	1,6	1,5	-	1,1	-
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>					
Masculino	69,8	62,8	60,7	52,7	61,2
Feminino	30,2	37,2	39,3	47,3	38,8
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

- O dado é desconhecido, podendo existir.

<sup>2</sup> Coleta de dados não efetuada no ano de 2005.

**GUARAQUEÇABA 2 - FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR**

VARIÁVEIS	ANOS (%)				
	2000	2001	2002	2004	2006
<b>Frequência da Visita</b>					
Primeira Vez	9,6	27,1	--	37,4	33,3
Não era a primeira	90,4	72,9	--	62,6	66,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>--</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>					
Só	17,4	20,9	21,4	26,4	37,0
Em Grupo	27,0	34,1	39,3	39,5	45,6
Com Família	55,6	45,0	39,3	34,1	17,4
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

-- coleta de dados não efetuada

**GUARAQUEÇABA 3 - TRANSPORTE E HOSPEDAGEM**

VARIÁVEIS	ANOS (%)				
	2000	2001	2002	2004	2006
<b>Tipo de Transporte</b>					
Automóvel	20,7	9,3	3,6	8,8	26,5
Ônibus	44,4	36,4	46,4	52,7	51,0
Outros	34,9	54,3	50,0	38,5	22,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>					
Hotel	18,6	46,8	50,0	48,3	59,2
Casa/Apto. Aluguel	8,5	5,6	3,8	3,3	2,0
Casa Própria	11,9	11,9	3,8	2,2	6,1
Casa Parentes/Amigos	28,8	19,0	19,2	31,9	22,4
Outros	32,2	16,7	23,2	14,3	10,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**GUARAQUEÇABA 4 – MÉDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS				
	2000	2001	2002	2004	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>					
Renda Média Individual	871,80	686,60	899,80	392,90	548,10
Renda Média Familiar	--	--	--	--	666,33
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>					
Per Capita Total	17,10	23,70	17,40	15,10	35,70
Per Capita com Alimentação	--	--	--	5,70	8,60
Per Capita com Hospedagem	--	9,00	4,40	6,70	9,70
<b>Idade (anos)</b>	--	31,6	33,7	33,9	29,3
<b>Permanência (dias)</b>	5,5	4,3	5,8	5,3	4,1

-- coleta de dados não efetuada

**GUARAQUEÇABA 5 - CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)				
	2000	2001	2002	2004	2006
Artesanato	--	--	57,2	37,0	30,0
Comércio Urbano	36,2	41,8	26,3	47,7	35,5
Comércio na Rodovia	--	--	50,0	18,0	25,8
Entretenimento/Lazer	--	--	20,0	52,5	40,0
Informação Turística	39,5	42,7	25,0	48,7	34,2
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	22,7	32,1	25,6
Limpeza Pública	52,4	35,6	32,0	45,0	31,9
Restaurantes	52,9	67,7	65,2	69,0	75,6
Saneamento Básico	--	--	17,4	46,0	42,9
Segurança Pública	72,5	64,8	58,3	73,3	48,6
Serviço de Hospedagem	65,6	80,7	9,1	67,8	55,2
Serviço de Saúde	33,4	22,1	33,3	42,6	39,1
Serviço Telefônico	46,4	57,8	58,3	53,9	48,7
Sinalização Turística	26,4	20,5	9,1	21,7	25,0
Transporte Coletivo	--	--	50,0	21,7	10,5

NOTA: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom

-- coleta de dados não efetuada

## GUARATUBA

Os turistas que mais visitam Guaratuba são de Curitiba e de Outras Regiões do Estado do Paraná, em sua maioria do sexo masculino. Os Estrangeiros representam 2,0% do total.

O automóvel é o meio de transporte mais usado pelos que visitam Guaratuba em todos os anos desse estudo, chegando a 91,7% em 2002. A casa própria é o meio de hospedagem mais utilizado, principalmente nesse último ano, com 41,5%.

A média de idade dos turistas em Guaratuba no ano de 2006 foi de 39,7 anos – média semelhante em todos os anos de pesquisa. A permanência média também é bem semelhante em todos os anos. O gasto médio diário aumentou de US\$ 12,90 no ano 2000 para US\$ 23,10 em 2006.

O item de infra-estrutura com melhor avaliação em 2006 foi o comércio urbano, com 82,9% do conceito Bom. Destaca-se também a infra-estrutura de acesso, que cresceu 74,3% na avaliação entre os anos de 2004 e 2006.

### GUARATUBA 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Procedência</b>						
Curitiba	48,8	52,6	42,4	48,0	46,9	53,3
Região Metropolitana	7,1	5,5	3,1	9,3	9,4	11,5
Outras/Paraná	25,8	23,2	39,2	28,0	23,3	21,7
Outros/Estados	16,3	17,3	13,1	13,5	18,0	11,5
Exterior	2,0	1,4	2,2	1,2	2,4	2,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>						
Masculino	60,5	60,8	80,8	69,3	58,9	61,5
Feminino	39,5	39,2	19,2	30,7	41,1	38,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**GUARATUBA 2 – FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Frequência da Visita</b>						
Primeira Vez	39,3	11,5	--	12,2	13,0	7,7
Não era a primeira	60,7	88,5	--	87,8	87,0	92,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>--</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>						
Só	12,9	15,3	10,9	19,8	15,6	22,2
Em Grupo/Excursão	7,3	8,2	16,7	14,8	10,4	14,3
Com Família	79,8	76,5	72,4	65,4	74,0	63,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

-- coleta de dados não efetuada

**GUARATUBA 3 – TRANSPORTE E HOSPEDAGEM**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Tipo de Transporte</b>						
Automóvel	79,8	69,7	91,7	60,9	78,5	74,1
Ônibus	18,5	28,0	7,4	36,4	15,8	22,4
Outros	1,7	2,3	0,9	2,7	5,7	3,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>						
Hotel	5,6	6,2	11,5	12,2	12,9	11,7
Casa/Apto. Aluguel	22,9	20,9	23,8	19,8	20,6	16,5
Casa Própria	41,0	29,3	33,0	36,4	35,1	41,5
Casa Parentes/Amigos	22,9	37,1	22,0	23,3	26,4	24,7
Outros	7,6	6,5	9,7	8,3	5,0	5,6
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

-- coleta de dados não efetuada

**GUARATUBA 4 – MÉDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>						
Renda Média Individual	1 229,90	927,80	1 316,70	669,80	640,40	902,70
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>						
Per Capita Total	12,90	15,00	18,00	16,10	15,20	23,10
Per Capita com Alimentação	--	--	--	6,20	5,90	8,80
Per Capita com Hospedagem	--	9,00	8,60	7,40	9,60	12,30
<b>Idade (anos)</b>	38,3	38,2	39,4	36,7	37,9	39,7
<b>Permanência (dias)</b>	8,2	7,0	10,1	8,1	9,4	7,9

-- coleta de dados não efetuada

**GUARATUBA 5 - CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
Artesanato	--	--	72,0	66,7	79,3	81,5
Comércio Urbano	84,9	84,7	70,2	63,5	80,2	82,9
Comércio na Rodovia	--	--	59,1	56,4	65,8	71,7
Entretenimento/Lazer	--	--	67,9	63,4	69,7	72,9
Informação Turística	78,1	80,4	45,8	42,2	65,3	71,0
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	71,0	46,3	59,0	80,7
Limpeza Pública	58,2	63,5	61,4	63,5	62,3	68,1
Restaurantes	85,3	80,4	79,9	69,9	77,5	82,2
Saneamento Básico	--	--	45,7	47,6	56,5	54,1
Segurança Pública	75,9	76,0	65,9	66,9	77,5	79,6
Serviço de Hospedagem	87,0	82,7	70,8	74,1	89,5	78,9
Serviço de Saúde	92,0	68,2	64,6	65,4	61,4	70,0
Serviço Telefônico	84,2	82,7	83,6	66,9	66,1	72,1
Sinalização Turística	70,4	67,0	53,2	40,3	64,2	73,0
Transporte Coletivo	--	--	54,3	40,7	54,6	66,4
Vida Noturna	--	85,5	67,8	67,5	74,4	72,8

Nota: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom

-- coleta de dados não efetuada

## MATINHOS

A maioria dos turistas em Matinhos é do próprio Estado do Paraná, sendo Curitiba o maior pólo emissor para essa cidade. O sexo masculino predomina entre os turistas, exceto no ano de 2004.

O automóvel é o meio de transporte mais utilizado pelos turistas em todos os anos desse estudo. Esse percentual foi ainda maior em 2006, chegando a 81,5%. O imóvel próprio é o meio de hospedagem mais utilizado, em seguida vem Casa de Parentes de Amigos.

A renda média individual dos turistas é alta (em torno de US\$ 1000,00), fato que pode contribuir para o aumento do gasto médio diário (US\$ 20,60 em 2006). A permanência média em 2006 foi de 8,2 dias, semelhante aos anos anteriores. A média de idade cresceu um pouco em 2006, comparando-se também com os anos anteriores.

No geral, os serviços municipais avaliados apresentam um bom desempenho, obtendo mais de 50% do conceito Bom. O melhor índice é o de infra-estrutura de acesso, com 90,3%, e o pior é o saneamento básico, com 38,0%. Esses índices são de 2006, mas em todos os anos os índices são parecidos.

### MATINHOS 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Procedência</b>						
Curitiba	60,3	56,4	45,1	63,2	51,5	56,9
Região Metropolitana	6,1	6,3	5,5	6,5	7,7	9,8
Outras/Paraná	19,9	21,1	35,4	19,5	28,0	21,6
Outros/Estados	12,1	14,6	12,2	10,1	10,7	9,6
Exterior	1,6	1,6	1,8	0,7	2,1	2,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>						
Masculino	58,3	59,4	62,7	41,0	69,6	64,7
Feminino	41,7	40,6	37,3	59,0	30,4	35,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**MATINHOS 2 – FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Frequência da Visita</b>						
Primeira Vez	9,9	7,4	--	8,1	10,5	5,9
Não era a primeira	90,1	92,6	--	91,9	89,5	94,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>--</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>						
Só	12,0	11,1	19,6	13,1	16,2	16,4
Em Grupo/Excursão	5,2	8,3	20,2	15,9	7,8	10,6
Com Família	82,8	80,6	60,2	71,0	76,0	73,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

-- coleta de dados não efetuada

**MATINHOS 3 - TRANSPORTE E HOSPEDAGEM**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Tipo de Transporte</b>						
Automóvel	72,7	72,7	66,2	67,9	72,3	81,5
Ônibus	24,7	24,3	31,5	30,9	24,5	16,3
Outros	2,6	3,0	2,3	1,2	3,2	2,2
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>						
Hotel	3,8	4,1	9,2	4,3	7,6	5,9
Casa/Apto. Aluguel	24,7	26,2	20,5	21,7	19,6	15,4
Casa Própria	41,8	40,9	31,7	39,5	39,4	56,4
Casa Parentes/Amigos	21,7	21,2	29,4	30,0	28,4	18,6
Outros	8,0	7,6	9,2	4,5	5,0	3,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**MATINHOS 4 – MÉDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>						
Renda Média Individual	1 136,60	1 115,30	1 485,70	694,60	1 132,00	983,40
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>						
Per Capita Total	15,00	13,50	17,70	12,60	18,20	20,60
Per Capita com Alimentação	--	--	--	6,00	9,40	8,90
Per Capita com Hospedagem	--	8,30	8,80	7,60	9,70	13,60
<b>Idade (anos)</b>						
	37,6	36,4	38,1	36,4	37,6	41,1
<b>Permanência (dias)</b>						
	7,6	7,1	9,3	7,7	8,5	8,2

-- coleta de dados não efetuada

**MATINHOS 5 - CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
Artesanato	--	--	57,2	61,8	69,8	69,0
Comércio Urbano	78,7	78,5	56,9	74,4	70,9	67,8
Comércio na Rodovia	--	--	44,3	72,6	61,9	64,2
Entretenimento/Lazer	--	--	50,3	54,5	65,3	56,7
Informação Turística	70,8	76,8	31,4	62,0	67,3	57,1
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	59,4	46,5	44,6	90,3
Limpeza Pública	49,8	45,8	49,6	52,9	60,1	49,1
Restaurantes	77,6	75,7	69,2	75,5	71,8	68,4
Saneamento Básico	--	--	27,0	79,3	33,4	38,0
Segurança Pública	72,4	67,6	51,8	57,6	79,6	70,9
Serviço de Hospedagem	80,3	79,6	52,4	70,2	87,4	71,1
Serviço de Saúde	79,0	60,7	29,1	65,8	54,5	53,8
Serviço Telefônico	82,3	83,4	67,1	77,7	61,0	63,5
Sinalização Turística	66,7	58,3	37,5	70,3	69,6	68,3
Transporte Coletivo	--	--	15,4	70,7	39,9	48,9
Vida Noturna	--	74,1	49,8	80,8	65,0	52,6

NOTA: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom

-- coleta de dados não efetuada

## MORRETES

Curitiba é o local de procedência da maioria dos turistas que visitam Morretes, considerando os anos pesquisados. Turistas de Outros Estados também são uma parcela importante nesse total. A grande maioria dos turistas é do sexo masculino.

O automóvel é o meio de transporte mais utilizado em todos os anos desse estudo, mas de 2005 para 2006 o ônibus cresceu 121,1%, chegando a 46,0% do total (0,5% menos que o automóvel). A casa de parentes e amigos é o meio de hospedagem mais utilizado, exceto em 2004, quando o hotel foi o mais utilizado.

Somente a infra-estrutura de acesso apresentou melhora no percentual do conceito Bom entre todos os itens de infra-estrutura analisados, considerando os dois últimos anos de pesquisa.

### MORRETES 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Procedência</b>						
Curitiba	58,3	55,8	61,8	52,4	64,1	58,1
Região Metropolitana	11,5	10,0	12,5	15,9	8,0	12,3
Outras/Paraná	11,6	14,2	13,8	11,3	15,1	14,2
Outros/Estados	16,9	17,6	11,9	18,1	12,4	14,5
Exterior	1,7	2,4	-	2,3	0,4	0,9
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>						
Masculino	79,3	70,2	68,4	79,5	80,4	74,3
Feminino	20,7	29,8	31,6	20,5	19,6	25,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

- O dado é desconhecido, podendo existir.

**MORRETES 2 – FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Frequência da Visita</b>						
Primeira Vez	19,9	28,4	--	23,3	16,0	20,7
Não era a primeira	80,1	71,6	--	76,7	84,0	79,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>--</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>						
Só	11,3	17,9	4,6	11,4	16,2	35,0
Em Grupo/Excursão	21,2	21,2	26,3	22,7	11,4	15,9
Com Família	67,5	60,9	69,1	65,9	72,4	49,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

-- coleta de dados não efetuada

**MORRETES 3 - TRANSPORTE E HOSPEDAGEM**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Tipo de Transporte</b>						
Automóvel	72,7	53,6	90,8	72,7	62,8	46,5
Ônibus	24,7	25,5	6,6	20,5	20,8	46,0
Outros	2,6	20,9	2,6	6,8	16,4	7,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>						
Hotel	11,4	6,9	22,9	41,5	27,4	29,3
Casa/Apto. Aluguel	5,4	2,2	2,9	4,9	1,5	5,6
Casa Própria	18,8	17,3	11,4	9,8	18,3	21,4
Casa Parentes/Amigos	43,6	34,3	34,3	39,0	49,8	39,5
Outros	20,8	39,3	28,5	4,8	3,0	4,2
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**MORRETES 4 - MÉDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>						
Renda Média Individual	1 006,80	968,90	876,40	728,10	803,20	885,78
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>						
Per Capita Total	15,00	10,50	5,60	35,20	12,60	30,60
Per Capita com Alimentação	--	--	--	9,40	8,90	9,90
Per Capita com Hospedagem	--	12,80	4,80	13,70	5,90	19,20
<b>Idade (anos)</b>						
	--	33,5	35,7	33,2	37,3	36,4
<b>Permanência (dias)</b>						
	3,9	4,4	4,0	4,3	4,0	3,6

-- coleta de dados não efetuada

**MORRETES 5 - CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
Artesanato	--	--	84,3	61,5	86,9	69,0
Comércio Urbano	71,9	56,7	71,3	67,7	83,1	56,9
Comércio na Rodovia	--	--	66,0	79,5	67,3	51,4
Entretenimento/Lazer	--	--	65,7	74,4	81,7	54,6
Informação Turística	61,2	72,2	45,4	40,0	70,0	54,1
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	72,7	60,0	83,1	85,5
Limpeza Pública	71,9	91,3	71,7	70,3	90,9	87,1
Restaurantes	84,6	62,9	82,7	81,6	93,7	85,9
Saneamento Básico	--	--	52,6	77,0	67,3	63,6
Segurança Pública	74,9	90,6	66,4	42,8	76,3	61,5
Serviço de Hospedagem	76,7	57,4	67,9	56,4	81,3	80,0
Serviço de Saúde	35,4	61,1	35,0	77,2	65,5	50,6
Serviço Telefônico	57,6	78,7	68,0	86,8	62,2	45,6
Sinalização Turística	62,5	64,2	56,9	30,3	68,7	46,1
Transporte Coletivo	--	--	42,8	73,5	60,6	41,5

NOTA: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom

-- coleta de dados não efetuada

## PARANAGUÁ

Em Paranaguá, nota-se que Curitiba constitui a principal procedência dos visitantes em todos os anos desse estudo. Os turistas vindos de Outros Estados também aparecem com certa frequência, sobretudo no ano de 2001, com 36,0%. Os estrangeiros tiveram maior destaque em 2005, ano no qual representaram 10,0% do total. Com relação ao sexo dos entrevistados, os homens constituíram maioria, principalmente em 2002, com 80,1% do total.

O automóvel foi o meio de transporte mais utilizado entre os anos 2000 e 2005. Em 2006 o ônibus passou a ocupar lugar de destaque, sendo utilizado por 50,0% dos entrevistados. Dentre os meios de hospedagem, a Casa de Parentes e Amigos foi a mais citada em todos os anos. Em 2004 chegou a representar 59,4% do total. A utilização da categoria Outros e Casa Própria, por sua vez, é a que menos aparece.

A maior média de renda individual dos visitantes de Paranaguá foi observada em 2000. A média de idade dos visitantes varia nos seis anos de pesquisa, entre 36 e 39 anos. A maior permanência foi observada em 2000, sendo de aproximadamente 9 dias.

Com relação aos itens avaliados, percebe-se que alguns deles apresentaram melhoras ao longo dos anos. Dentre eles estão o artesanato, o comércio na rodovia e a infra-estrutura de acesso, além de outros serviços como o comércio urbano, o entretenimento, a segurança e os serviços de saúde. Entre os itens melhores avaliados em 2006, está a infra-estrutura de acesso com 79,4%, e o artesanato, com 73,9%.

### PARANAGUÁ 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Procedência</b>						
Curitiba	43,8	33,5	45,7	42,1	35,4	44,0
Região Metropolitana	5,7	1,7	6,4	5,2	6,6	5,2
Outras/Paraná	15,1	22,5	19,9	18,9	17,6	15,4
Outros/Estados	33,4	36,0	24,8	31,5	30,4	31,0
Exterior	2,0	6,3	3,2	2,3	10,0	4,4
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>						
Masculino	64,8	67,4	80,1	71,8	67,8	64,2
Feminino	35,2	32,6	19,9	28,2	32,2	35,8
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**PARANAGUÁ 2 – FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Frequência da Visita</b>						
Primeira Vez	17,3	27,5	--	21,4	34,0	14,1
Mais de Duas Vezes por Ano	82,7	72,5	--	78,6	66,0	85,9
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>--</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>						
Só	29,5	13,1	33,0	24,7	21,0	43,9
Em Grupo/Excursão	14,3	19,5	13,9	18,4	27,1	19,1
Com Família	56,2	67,4	53,1	56,9	51,9	37,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

-- coleta de dados não efetuada

**PARANAGUÁ 3 - TRANSPORTE E HOSPEDAGEM**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Tipo de Transporte</b>						
Automóvel	53,3	70,4	71,6	55,2	65,7	44,0
Ônibus	42,9	21,6	19,9	44,3	27,1	50,0
Outros	3,8	8,0	8,5	0,5	7,2	6,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>						
Hotel	12,3	22,4	29,7	19,4	39,2	28,3
Casa/Apto. Aluguel	2,9	9,1	10,6	3,5	7,7	3,7
Casa Própria	24,8	6,1	3,0	15,9	7,7	11,6
Casa Parentes/Amigos	50,5	58,8	46,2	59,4	43,9	52,7
Outros	9,5	3,6	10,5	1,8	1,5	3,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**PARANAGUÁ 4 – MÉDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>						
Renda Média Individual	1 100,60	1 091,90	1 036,10	747,40	764,30	1 028,49
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>						
Per Capita Total	13,20	16,10	14,20	12,00	25,50	26,40
Per Capita com Alimentação	--	--	--	6,40	6,80	3,60
Per Capita com Hospedagem	--	13,70	8,00	5,80	13,30	7,60
<b>Idade (anos)</b>	38,4	36,3	37,3	38	38,1	37,6
<b>Permanência (dias)</b>	8,9	4,8	6,3	8,2	5,8	6,9

-- coleta de dados não efetuada

**PARANAGUÁ 5 - CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
Artesanato	--	--	61,3	47,3	72,7	73,9
Comércio Urbano	78,3	75,5	56,0	57,2	74,4	65,2
Comércio na Rodovia	--	--	46,0	64,8	61,7	69,1
Entretenimento/Lazer	--	--	39,7	67,0	62,2	50,3
Informação Turística	76,4	73,9	27,3	40,0	61,8	65,2
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	33,1	56,6	53,1	79,4
Limpeza Pública	39,0	52,5	14,9	46,6	33,5	36,0
Restaurantes	78,0	77,2	62,9	72,9	66,7	71,4
Saneamento Básico	--	--	23,5	80,1	44,8	49,5
Segurança Pública	67,7	70,5	26,0	56,2	62,8	53,8
Serviço de Hospedagem	76,2	75,3	60,9	66,0	81,6	69,4
Serviço de Saúde	54,8	46,8	27,1	41,6	47,5	42,7
Serviço Telefônico	74,4	80,6	67,7	72,9	65,1	58,7
Sinalização Turística	61,8	50,2	21,4	60,4	60,5	61,6
Transporte Coletivo	--	--	45,5	67,7	63,6	61,3
Vida Noturna	--	32,0	39,1	73,3	48,5	46,9

NOTA: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom

-- coleta de dados não efetuada



## ILHA DO MEL – PARANAGUÁ

O estrangeiro representa 14,9% dos turistas na Ilha do Mel em 2006; no ano de 2005, esse percentual foi de 19,2%. A maior parte dos visitantes é de Curitiba, com exceção nos anos de 2001 e 2002, quando os turistas de Outros Estados brasileiros foram a maioria. A maioria também é do sexo masculino, exceto no ano de 2004.

O ônibus é o meio de transporte mais utilizado pelos turistas que visitam a Ilha do Mel. Com relação ao meio de hospedagem, houve uma mudança de imóvel alugado para hotel, mudança iniciada no ano de 2004, quando esses dois meios tiveram mesma porcentagem de uso (39,9%).

A renda média individual vem crescendo no decorrer das pesquisas realizadas, apesar de que em 2004 ela foi a mais baixa registrada (US\$ 494,30). O mesmo é notado no gasto médio diário. O gasto médio com hospedagem cresce a cada ano, ao contrário da permanência média.

Pode-se notar uma grande melhora nos itens de infra-estrutura analisados de 2005 para 2006, com destaque para o serviço de hospedagem, que obteve 90,6% de aproveitamento do conceito Bom em 2006.

### ILHA DO MEL 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Procedência</b>						
Curitiba	48,1	32,1	38,6	38,6	35,2	43,3
Região Metropolitana	9,6	4,4	5,0	6,5	-	6,3
Outras/Paraná	11,6	13,7	8,0	12,0	14,4	9,5
Outros/Estados	24,9	41,8	41,5	27,4	31,2	26,0
Exterior	5,8	8,0	6,9	15,5	19,2	14,9
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>						
Masculino	57,7	65,2	63,4	35,1	59,5	54,3
Feminino	42,3	34,8	36,6	64,9	40,5	45,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

- O dado é desconhecido, podendo existir.

-- coleta de dados não efetuada

### ILHA DO MEL 2 – FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Frequência da Visita</b>						
Primeira Vez	17,3	33,0	--	41,1	61,6	47,6
Não era a primeira	82,7	67,0	--	58,9	38,4	52,4
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>--</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>						
Só	21,2	12,8	23,8	16,1	8,8	22,2
Em Grupo/Excursão	28,8	54,2	46,5	60,1	53,6	35,7
Com Família	50,0	33,0	29,7	23,8	37,6	42,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

-- coleta de dados não efetuada

### ILHA DO MEL 3 - TRANSPORTE E HOSPEDAGEM

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Tipo de Transporte</b>						
Automóvel	28,8	18,5	29,7	26,8	16,0	22,1
Ônibus	69,2	70,5	68,3	72,6	81,6	71,6
Outros	2,0	11,0	2,0	0,6	2,4	6,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>						
Hotel	11,6	32,3	54,6	39,9	70,8	69,4
Casa/Apto. Aluguel	43,1	48,8	21,8	39,9	15,7	1,0
Casa Própria	7,8	3,6	5,2	6,5	0,8	4,4
Casa Parentes/Amigos	9,8	6,3	14,4	7,7	4,2	3,4
Outros	27,7	9,0	4,0	6,0	8,5	21,8
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**ILHA DO MEL 4 - MÉDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>						
Renda Média Individual	674,30	702,10	856,60	494,30	727,70	968,39
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>						
Per Capita Total	19,30	20,80	19,30	17,70	27,70	38,80
Per Capita com Alimentação	--	--	--	6,70	8,60	11,10
Per Capita com Hospedagem	--	6,5	7,5	8,1	10,1	14,3
<b>Idade (anos)</b>	29,6	27,8	29,6	28,7	30,3	32,8
<b>Permanência (dias)</b>	7,9	6,3	6,7	6,6	5,4	5,6

-- coleta de dados não efetuada

**ILHA DO MEL 5 - CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
Artesanato	--	--	67,1	57,8	59,4	75,0
Comércio Urbano	57,9	50,3	65,3	55,6	36,8	62,9
Comércio na Rodovia	--	--	66,0	65,1	51,4	61,0
Entretenimento/Lazer	--	--	71,1	60,2	73,8	82,6
Informação Turística	86,5	72,0	62,7	21,5	71,2	79,0
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	58,1	59,2	66,4	86,5
Limpeza Pública	63,5	55,1	48,5	26,8	49,2	73,2
Restaurantes	81,3	59,4	70,3	60,0	42,5	74,3
Saneamento Básico	--	--	34,0	45,2	19,6	43,3
Segurança Pública	81,6	68,3	67,3	60,0	61,2	80,4
Serviço de Hospedagem	92,0	71,7	68,9	74,1	62,1	90,6
Serviço de Saúde	52,2	35,9	35,7	61,4	29,4	67,7
Serviço Telefônico	62,3	63,7	74,5	69,5	38,0	57,6
Sinalização Turística	83,7	61,4	57,3	71,0	70,5	80,6
Transporte Coletivo	--	--	51,5	65,9	58,7	60,4
Vida Noturna	--	76,3	65,0	76,4	67,4	68,5

NOTA: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom

-- coleta de dados não efetuada

## PONTAL DO PARANÁ

Os turistas que visitam Pontal do Paraná têm como Curitiba sua principal procedência, em todos os anos pesquisados. Outros Estados também tem uma boa participação, apesar do percentual vir caindo a cada ano. Os estrangeiros não representam muito do total, com menos de 1,5% em todos os anos. Os visitantes são, em todos os anos, em sua maioria do sexo masculino.

O ônibus foi o meio de transporte mais utilizado nos anos de 2002 e 2004, superando o automóvel, o mais utilizado nos outros anos. O automóvel chegou a ser usado por 73,4% dos entrevistados em 2000; em 2006 foi usado por 60,1% do total. O meio de hospedagem Casa Própria é apontado como o principal entre os turistas. Merecem destaque também os imóveis locados, que no ano de 2004 tiveram 38,7% do total, superando a casa própria.

O gasto médio diário esteve entre US\$ 9,00 e US\$ 12,00, nos anos de 2000 a 2005. Esse gasto aumentou para US\$ 16,30 em 2006. A média de idade dos visitantes varia entre 34,3 anos em 2004 e 39,4 anos em 2006. A permanência média é de aproximadamente 8,5 dias.

Os itens de infra-estrutura avaliados apresentam muitas variações ao passar dos anos, crescendo e decrescendo. Merece destaque a infra-estrutura de acesso, que cresceu 103,0% de 2002 para 2006, saindo de 39,5% do conceito Bom para 80,2%.

### PONTAL DO PARANÁ 1 – RESIDÊNCIA E SEXO DOS TURISTAS

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Procedência</b>						
Curitiba	58,8	57,0	62,7	60,0	60,3	63,2
Região Metropolitana	8,0	9,8	10,1	12,1	11,7	13,3
Outras/Paraná	22,9	21,6	20,2	21,1	19,6	16,3
Outros/Estados	8,9	10,9	6,2	6,0	7,1	6,7
Exterior	1,4	0,7	0,8	0,8	1,3	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Sexo</b>						
Masculino	55,6	61,2	53,5	55,5	57,9	57,3
Feminino	44,4	38,8	46,5	44,5	42,1	42,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**PONTAL DO PARANÁ 2 – MÉDIAS**

VARIÁVEIS	ANOS					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Renda Média Mensal (US\$)</b>						
Renda Média Individual	984,30	884,30	675,90	445,50	658,80	719,10
<b>Gasto Médio Diário (US\$)</b>						
Per Capita Total	9,80	11,30	9,90	11,00	11,50	16,30
Per Capita com Alimentação	--	--	--	5,00	4,90	7,60
Per Capita com Hospedagem	--	5,80	5,40	13,80	5,70	7,90
<b>Idade (anos)</b>	38,6	36,2	34,9	34,3	37,5	39,4
<b>Permanência (dias)</b>	8,2	7,5	9,2	8,8	9,0	8,0
-- coleta de dados não efetuada						

**PONTAL DO PARANÁ 4 - TRANSPORTE E HOSPEDAGEM**

VARIÁVEIS	ANOS (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
<b>Tipo de Transporte</b>						
Automóvel	73,4	67,9	40,2	42,6	56,2	60,1
Ônibus	24,5	30,1	57,3	55,8	41,2	37,8
Outros	2,1	2,0	2,5	1,6	2,6	2,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Tipo de Hospedagem</b>						
Hotel	1,0	2,6	5,7	5,2	4,3	4,5
Casa/Apto. Aluguel	23,5	25,5	18,9	12,9	18,4	15,4
Casa Própria	44,8	40,4	38,6	38,1	38,2	43,3
Casa Parentes/Amigos	22,6	23,4	27,3	38,7	35,9	32,0
Outros	8,1	8,1	9,5	5,1	3,2	4,8
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Modo de Viajar</b>						
Só	10,1	9,0	15,3	18,4	16,7	24,7
Em Grupo/Excursão	6,8	12,1	20,5	24,1	16,1	11,7
Com Família	83,1	78,9	64,2	57,5	67,2	63,6
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**PONTAL DO PARANÁ 3 – FREQUÊNCIA DA VISITA E MODO DE VIAJAR**

FREQUÊNCIA	ANOS (%)				
	2000	2001	2004	2005	2006
Primeira Vez	9,5	7,4	8,8	7,9	8,4
Não era a primeira	90,5	92,6	91,2	92,1	91,6
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**PONTAL DO PARANÁ 5 - CONCEITUAÇÃO DE INFRA-ESTRUTURA**

ITENS AVALIADOS	ÍNDICE BOM (%)					
	2000	2001	2002	2004	2005	2006
Artesanato	--	--	66,1	51,3	68,9	65,6
Comércio Urbano	79,6	67,6	54,7	68,8	68,7	67,2
Comércio na Rodovia	--	--	53,8	64,5	55,7	68,3
Entretenimento/Lazer	--	--	48,8	49,1	55,7	50,5
Informação Turística	64,1	61,3	39,0	64,8	55,0	46,7
Infra-Estrutura de Acesso	--	--	39,5	56,9	50,8	80,2
Limpeza Pública	47,2	45,0	45,9	50,4	61,8	47,4
Restaurantes	73,6	63,8	53,8	67,0	61,8	59,8
Saneamento Básico	--	--	24,4	69,8	43,9	39,9
Segurança Pública	72,0	62,3	54,3	50,6	71,9	59,0
Serviço de Hospedagem	83,4	70,1	65,4	62,0	76,2	72,7
Serviço de Saúde	65,4	45,2	47,9	58,1	49,5	45,4
Serviço Telefônico	78,7	77,7	82,2	71,7	63,8	64,6
Sinalização Turística	64,7	59,2	44,6	58,2	51,1	58,1
Transporte Coletivo	--	--	44,7	59,0	53,5	49,6
Vida Noturna	--	68,3	45,2	71,4	50,2	47,7

NOTA: Avaliação do Conceito de Qualidade do índice bom  
-- coleta de dados não efetuada