

# PLANO MUNICIPAL DE TURISMO

Ananindeua - Pará  
2022-2025

PREFEITURA  
**ANANINDEUA**  
É TRABALHO

SEDEC  
SECRETARIA MUNICIPAL DE  
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

**PLANO MUNICIPAL DE TURISMO  
ANANINDEUA – PARÁ  
2022-2025**

**ANANINDEUA  
NA ROTA CERTA**

ANANINDEUA  
2022

**PREFEITURA MUNICIPAL DE ANANINDEUA**

Daniel Barbosa Santos

**Prefeito**

Erick da Costa Monteiro

**Vice-prefeito**

**SECRETARIA MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – SEDEC**

Ivelane Catarini Alexandrino Mendes Neves

**Secretária**

**DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO E COMPETITIVIDADE DO TURISMO –**

**DDCT**

Adrielson Furtado Almeida

**Diretor**

Davi Nascimento Farias da Silva

Maiana Ferreira Pena

**Estagiários**

**CONSELHO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO – COMDET**

Adrielson Furtado Almeida

Agnes Brenda S. Sousa

Ana Carolina Novais de Sousa

Ernandes de Souza Lopes

Ivelane Catarini. A. M. Neves

Renan Nogueira do Nascimento

Samir Ernane Cardeal Flexa da Silva

## **MENSAGEM DO PREFEITO**

A Prefeitura Municipal de Ananindeua, através da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico/Diretoria de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo, apresenta à sociedade o seu Plano Municipal de Turismo (2022-2025). Um documento que vai nortear as políticas públicas para que Ananindeua desenvolva o turismo como atividade econômica capaz de estimular a inovação e o empreendedorismo. Além de tornar a cidade mais aconchegante e estruturada para nossos moradores e turistas.

Desde o início da gestão municipal em 2021, acreditamos que Ananindeua tem potencial para o turismo, com foco no seu patrimônio cultural e natural. Mas para que fosse realizado de forma estratégica e, em consonância com a política do Ministério do Turismo (MTUR), houve a necessidade de estabelecer diretrizes embasadas na vocação turística, de forma criteriosa e inclusiva, capaz de tornar Ananindeua num destino turístico competitivo a nível regional e nacional.

Dentre as primeiras ações, temos a criação do Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo (COMDET), para que este numa gestão descentralizada contribuísse no desenvolvimento da política turística municipal. Em seguida, realizou-se uma pesquisa inédita para publicar o Inventário da Oferta Turística de Ananindeua. Que contribuirá para inserir Ananindeua no Mapa do Turismo Brasileiro em 2022.

A Diretoria de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo (DDCT) vem trabalhando, com o apoio do COMDET, para fundamentar tecnicamente o Plano Municipal de Turismo de Ananindeua (2022-2025). O plano contém o programa Ananindeua Na Rota Certa, com cinco eixos temáticos e, dezesseis áreas de atuação. Tendo como segmentos prioritários o turismo ecológico, o turismo cultural e o turismo rural.

Esse conjunto de diretrizes a serem seguidas é um marco para o turismo em Ananindeua. Sabemos que a organização, o planejamento e a cooperação entre os setores público, privado e sociedade civil são fundamentais para a competitividade turística do destino e, responsáveis pelos melhores resultados, que objetivam colocar Ananindeua na rota certa e, em outro patamar.

**Dr. Daniel Barbosa Santos**

Prefeito Municipal de Ananindeua

## SUMÁRIO

1	<b>APRESENTAÇÃO</b> .....	05
2	<b>ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....	06
3	<b>CENÁRIO GLOBAL DO TURISMO: DADOS E TENDÊNCIAS</b> .....	07
3.1	Panorama Mundial .....	07
3.2	Cenário Brasil .....	07
3.3	Estado do Pará .....	09
3.4	Tendências de Comportamento e Consumo .....	12
4	<b>DADOS SÓCIO-ECONÔMICOS DE ANANINDEUA/PA</b> .....	15
5	<b>DIAGNÓSTICO: ASPECTOS GERAIS DO TURISMO NO DESTINO</b> .....	18
5.1	Oferta Turística .....	18
5.2	Principais Conclusões da análise da Oferta Turística do destino .....	19
5.3	Análise da demanda turística no Brasil .....	21
5.4	Competitividade Turística .....	26
5.5	Segmentos turísticos prioritários .....	33
6	<b>ANÁLISE FOFA: FORÇAS, OPORTUNIDADES, FRAQUEZAS E AMEAÇAS</b> .....	34
7	<b>DIRETRIZES ESTRATÉGICAS</b> .....	37
7.1	Visão .....	37
7.2	Missão .....	37
7.3	Valores .....	38
7.4	Eixos Temáticos, Linhas de Atuação e Ações .....	32
8	<b>INDICADORES, METAS E AVALIAÇÃO DE MONITORAMENTO</b> .....	41
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	43
	<b>LISTA DE SIGLAS</b> .....	

## 1 APRESENTAÇÃO

Desde 2019, o município de Ananindeua faz parte da política regionalização do turismo no Estado do Pará, dentro do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo (MTUR), pertencendo a Região Turística de Belém, como parte das 14 regiões turísticas listadas na Portaria 164/2019 da Secretaria de Estado de Turismo (SETUR).

Em 2022, Ananindeua passou a integrar, junto com outros 2.870 municípios em 338 regiões turísticas, o Mapa do Turismo Brasileiro 2022, que consiste num instrumento do Programa de Regionalização do Turismo, que orienta a atuação prioritária do MTUR no desenvolvimento das políticas públicas. A inserção atendeu alguns critérios como a existência de um órgão responsável pelo setor do turismo, um conselho municipal de turismo atuante, empreendimentos cadastrados dos prestadores de serviço turísticos (CADASTUR).

O órgão responsável pelo setor do turismo é a Diretoria de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo (DDCT), subordinado a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SEDEC) da Prefeitura Municipal de Ananindeua (PMA). A Diretoria tem como competência propor políticas públicas, definir normas, elaborar projetos, planejar, promover e acompanhar as ações de incentivos ao turismo de forma sustentável como atividade estratégica de desenvolvimento socioeconômico, ambiental, gastronômico e cultural valorizando as vocações territoriais.

Seguindo o modelo de gestão descentralizada do turismo, adotado pelo MTUR, o Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo (COMDET) foi criado pela Lei nº 3.144, 28 de maio de 2021, para reunir em um colegiado as entidades representativas da comunidade local, setor público e privado, com a responsabilidade de assessorar na definição e implementação das políticas públicas municipais de turismo.

Nesse contexto, o Plano Municipal de Turismo de Ananindeua (2022-2025) reúne em um documento os princípios orientadores para o desenvolvimento da atividade turística no município de Ananindeua. Neste documento, será apresentado o cenário global do turismo, com dados e tendências, diagnóstico dos aspectos gerais do turismo no destino, além da análise das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças (Matriz FOFA) do cenário atual, e as diretrizes estratégicas e metas a serem alcançadas.

## **2 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

O processo de construção do Plano Municipal de Turismo de Ananindeua foi realizado a partir das reuniões com o COMDET, realizadas no primeiro semestre de 2022. Nas reuniões também foram definidos os segmentos turísticos prioritários e potenciais e o principal resultado do Programa Ananindeua Na Rota Certa: implementação de 4 rotas turísticas.

Em seguida realizou-se uma ampla pesquisa, considerando fonte de dados secundários, a fim de identificar o cenário global do turismo, dados socioeconômicos, e diagnosticar a situação atual dos seguintes aspectos: inventário da oferta turística, competitividade turística e, análise da matriz FOFA (força, oportunidade, fraqueza e ameaças), que auxiliaram na identificação das diretrizes estratégicas para Ananindeua.

As diretrizes estratégicas do plano estão em consonância com o Plano Plurianual do Município de Ananindeua - 2022-2025 (Lei nº 042/2021). Na qual foram estabelecidos os eixos estratégicos, linhas de atuação e ações norteadoras do planejamento turístico do destino.

A consolidação e organização das informações para a construção da redação do Plano Municipal de Turismo foi iniciada em junho, com apresentação da primeira redação aos conselheiros do COMDET no dia 26 de outubro de 2022, para avaliação e inserção de dados. O texto final que será apresentada a seguir, foi aprovado por votação pelos conselheiros no dia 16 de novembro de 2022, em reunião do COMDET.

### 3. CENÁRIO GLOBAL DO TURISMO: DADOS E TENDÊNCIAS

#### 3.1. Panorama Mundial

No final de 2019, o surgimento do vírus SARS-CoV-2, causador da doença infecciosa Coronavírus (COVID-19), provocou um impacto no turismo internacional. Em janeiro de 2021, no cenário de pandemia de houve um declínio de 71% nas viagens internacionais. Em janeiro de 2022, no cenário de pós-pandemia, o turismo internacional continua em recuperação, com uma porcentagem de 67%, abaixo dos níveis pré-pandemia, que representam 18 milhões de visitantes em todo o mundo (TEIZEN, 2022).

O continente Europeu houve um crescimento de +199% e +97% nas Américas, ambas apresentaram os resultados mais fortes. Seguidos do Oriente Médio com +89% e a África com +51%. Enquanto a Asia e Pacífico registraram uma queda de 44% em comparação com o ano anterior (TEIZEN, 2022).

Após o declínio nas viagens internacionais em 2020 e 2021, o mercado espera que o turismo internacional continue em processo de recuperação gradual, conforme os destinos diminuam ou suspendam as medidas restritivas, que possibilitará o retorno da demanda reprimida nos destinos.

#### 3.2. Cenário Brasil

O ano de 2022, está sendo considerado como um ano importante para a recuperação da atividade turística, que durante a pandemia (2020 e 2021) houve uma retração nas viagens e perda de empregos. Conhecer a demanda turística e seus comportamentos referente a tomada de decisão na compra de viagens, é fundamental para impulsionar o turismo no Brasil.

A Rede de Tendências de Mercado no Turismo (RIMT) analisou mais de 60 municípios brasileiros, destes 25 destacaram-se como tendencias nacionais e 11 deles no mercado internacional. As tendências de mercado no turismo são:

- a) **Turismo doméstico ou interno:** tornou-se uma tendencia de mercado em virtude da pandemia da COVID-19. Esta tendencia ainda incluí o turismo de proximidade, que no cenário de pós-pandemia continua ditando a preferência dos viajantes por conta das restrições das viagens internacionais. Neste contexto, o turismo rodoviário e o caravanismo

(motorhomes) ganharam força no Brasil (WTTC, 2021; TRIPADVISOR, 2022).

- b) **Turismo alternativo:** destinos que ofertam o envolvimento com a natureza vêm se mostrando cada vez mais interessantes para os viajantes que buscam passar as suas férias distantes de destinos turísticos consolidados. Aumentou a busca pelos segmentos de turismo ecológico, ecoturismo e turismo de aventura, que impulsionou a oferta de novos roteiros no Brasil. Esse nicho encontra nas trilhas e cicloturismo um momento oportuno para o fortalecimento destes segmentos no Brasil (WTTC, 2021, SEBRAE, 2021).
- c) **Turismo responsável e sustentável:** o turista tem buscado cada vez mais consumir produtos que não promovam impactos turísticos negativos (ambiental, social e econômico). Os destinos que priorizam a sustentabilidade têm mais chance de se destacar no mercado (AMADEUS, 2021; BOOKING, 2021).
- d) **Turismo em família:** Destinos que oferecem produtos e serviços que aproximam e promovem o reencontro familiar, que foi distanciado pela pandemia da COVID-19, a conexão com novas pessoas e a expectativa de socialização é uma forte tendência para 2022 (UNWTO TURISM ACADEMY, 2021; REVISTA HOTÉIS, 2021).
- e) **Turismo seguro:** as medidas prevenção a COVID-19 e a biossegurança dos prestadores de serviço continuam influenciando as escolhas dos consumidores em todo o mundo. Além da autopreservação, o turista busca viajar e desfrutar de atividades mais livremente e de forma segura.
- f) **Turismo flexível:** a flexibilidade e transparência para compras e remarcação de viagens, que permite o turista fique à vontade para planejar o seu roteiro considerando a possibilidade de imprevistos, tem se tornado uma tendência. Soma-se a eficiência tecnológica e a facilidade de acesso em diferentes plataformas tem aumentado as transações no mercado turístico (WTTC, 2021; EXPEDIA GROUP, 2021).
- g) **Turismo de bem-estar:** tornou-se prioridade na vida das pessoas em busca do bem-estar mental e emocional, que proporcionem a manutenção de uma vida saudável e equilibrada. Destacam-se as fontes hidrominerais e termais, balneários, centros de bem-estar, etc. estão na lista dos viajantes (BOOKING, 2021; WTTC, 2021).

- h) **Turismo de experiência:** os turistas buscam novos lugares para conhecer e experimentar momentos e aventuras únicas. Nesse contexto, destaca-se o turismo gastronômico com os ingredientes da culinária local, com criatividade e inovação na arte de cozinhar deverá se manter em ascensão (ACCENTURE, 2021; TRIPADVISOR, 2022).

Os 25 destinos destaque de 2022 segundo a Rede de Tendências de Mercado no Turismo - RIMT são (RIMT, 2022):

- a) **Região Norte:** Alter do Chão (PA), Belém (PA), Boa Vista (RR), Jalapão (TO);
- b) **Região Nordeste:** Fernando de Noronha (PE), Fortaleza (CE), João Pessoa (PB), Maceió (AL), Natal (RN), Porto de Galinhas (PE), Porto Seguro (BA), Serra da Capivara (PI).
- c) **Região Centro-Oeste:** Bonito (MS), Chapada dos Veadeiros (GO), Pirenópolis (GO)
- d) **Região Sudeste:** Campos do Jordão (SP), Ilhabela (SP), Paraty (RJ), Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Ubatuba (SP).
- e) **Região Sul:** Florianópolis (SC), Gramado (RS), Porto Alegre (RS) e Praia Grande (SC).

### 3.3. Estado do Pará

O MTUR aponta um aumento da busca por atividades turísticas que promovam experiências com a natureza, e o contato com culturas locais autênticas. Para o cenário de pós-pandemia, as pesquisas de mercado apontam dois destinos paraenses, que vem se destacando como as novas tendências do turismo nacional e internacional: Alter do Chão em Santarém e Belém a capital paraense.

O Governo do Pará vem investindo nos últimos anos no fortalecimento do turismo através da qualificação de mão-de-obra e da infraestrutura para o receptivo, como a construção de centro de convenções, modernização de museus, reforma de orlas, aumentando da malha aérea, melhorias de portos, terminais hidroviários e malha rodoviária.

Além desses investimentos, a SETUR vem utilizando como estratégias de inserção do Pará entre os principais destinos, a parceria com influenciadores digitais

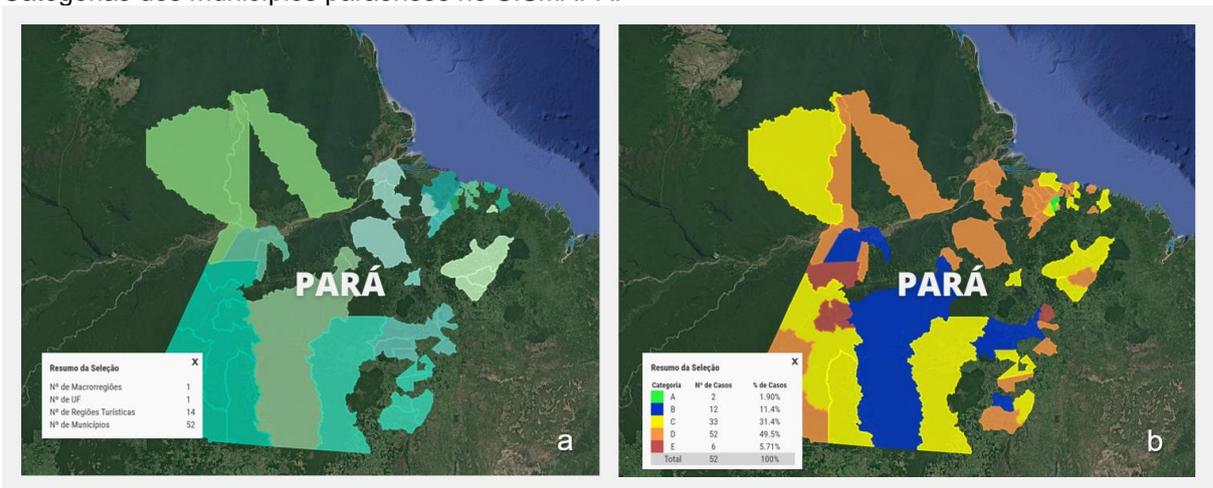
de dentro e fora do estado, além da participação em feiras e eventos nacionais e internacionais.

O reflexo desses investimentos é a inserção de 52 municípios paraenses no Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro (SISMAPA) em 2022, dentro do Programa de Regionalização do Turismo. Sinalizando ao MTUR a priorização do turismo como política pública setorial e local, com foco na gestão, estruturação e na promoção, de forma regionalizada e descentralizada, alinhadas aos princípios da Política Nacional de Turismo no Brasil.

O Mapa do Turismo Brasileiro tem por objetivo orientar a atuação do Sistema Nacional do Turismo - nos termos do art. 9º da Lei nº 11.771, de 17 de setembro 2008, e do art. 6º do Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010, no desenvolvimento, regionalizado e descentralizado, das políticas públicas nos territórios nele identificados. Bem como, auxiliar na atualização do Mapa do Turismo Brasileiro e nas reflexões sobre o papel de cada município no processo de regionalização do turismo.

Os municípios que integram o Mapa do Turismo Brasileiro estão agrupados em cinco diferentes categorias, definidas como A, B, C, D e E, conforme resultado obtido pela metodologia de análise de agrupamentos que utiliza variáveis relacionadas à economia do turismo. (Figura 1)

Figura 1. Mapa do Turismo Brasileiro (2022): a) Municípios paraenses que integram o SISMAPA, b) Categorias dos municípios paraenses no SISMAPA.



Fonte: Adaptado pela SEDEC a partir de SISMAPA (BRASIL, 2022a).

No quadro 1, apresenta-se os municípios paraenses segundo a sua região turística e categorização:

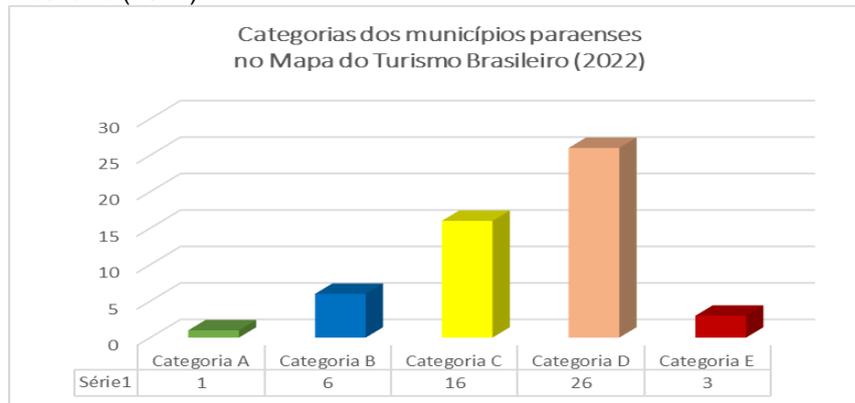
Quadro 1. Municípios paraenses inseridos no Mapa do Turismo Brasileiros em 2022 (BRASIL, 2022a):

Nº	UF	Município	Região Turística	Categoria
1	PA	Abaetetuba	Região Turística do Tocantins	D
2	PA	Afuá	Região Turística das Florestas do Marajó	D
3	PA	Almeirim	Região Turística Rio Amazonas	D
4	PA	Altamira	Região Turística Xingu	B
5	PA	Ananindeua	Região Turística de Belém	C
6	PA	Aveiro	Região Turística do Alto Tapajós	E
7	PA	Barcarena	Região Turística do Tocantins	C
8	PA	Belém	Região Turística de Belém	A
9	PA	Belterra	Região Turística do Baixo Tapajós	D
10	PA	Bom Jesus do Tocantins	Região Turística Carajás	E
11	PA	Bragança	Região Turística Amazônia Atlântica Caeté	C
12	PA	Breves	Região Turística das Florestas do Marajó	D
13	PA	Cachoeira do Arari	Região Turística dos Campos do Marajó	D
14	PA	Canaã dos Carajás	Região Turística Carajás	C
15	PA	Castanhal	Região Turística Amazônia Atlântica Guamá	C
16	PA	Colares	Região Turística Amazônia Atlântica Guamá	D
17	PA	Conceição do Araguaia	Região Turística do Araguaia	C
18	PA	Curuçá	Região Turística Amazônia Atlântica Guamá	D
19	PA	Dom Eliseu	Região Turística do Capim	C
20	PA	Igarapé-Miri	Região Turística do Tocantins	D
21	PA	Itaituba	Região Turística do Alto Tapajós	C
22	PA	Jacareacanga	Região Turística do Alto Tapajós	D
23	PA	Juruti	Região Turística Rio Amazonas	D
24	PA	Marabá	Região Turística Carajás	B
25	PA	Marapanim	Região Turística Amazônia Atlântica Guamá	C
26	PA	Marituba	Região Turística de Belém	D
27	PA	Muaná	Região Turística das Florestas do Marajó	D
28	PA	Novo Progresso	Região Turística do Alto Tapajós	C
29	PA	Óbidos	Região Turística Rio Amazonas	D
30	PA	Oriximiná	Região Turística Rio Amazonas	C
31	PA	Ourém	Região Turística do Capim	D
32	PA	Paragominas	Região Turística do Capim	C
33	PA	Parauapebas	Região Turística Carajás	B
34	PA	Ponta de Pedras	Região Turística dos Campos do Marajó	D
35	PA	Portel	Região Turística das Florestas do Marajó	D
36	PA	Redenção	Região Turística do Araguaia	B
37	PA	Rio Maria	Região Turística do Araguaia	D
38	PA	Salinópolis	Região Turística Amazônia Atlântica Caeté	B
39	PA	Salvaterra	Região Turística dos Campos do Marajó	D
40	PA	Santa Maria das Barreiras	Região Turística do Araguaia	D
41	PA	Santarém	Região Turística do Baixo Tapajós	B
42	PA	São Caetano de Odivelas	Região Turística Amazônia Atlântica Guamá	D
43	PA	São Félix do Xingu	Região Turística do Araguaia	C
44	PA	São Geraldo do Araguaia	Região Turística Carajás	D
45	PA	São João de Pirabas	Região Turística Amazônia Atlântica Caeté	D
46	PA	São João do Araguaia	Região Turística Carajás	D
47	PA	Soure	Região Turística dos Campos do Marajó	C
48	PA	Trairão	Região Turística do Alto Tapajós	E
49	PA	Tucuruí	Região Turística do Lago de Tucuruí	C
50	PA	Ulianópolis	Região Turística do Capim	D
51	PA	Vitória do Xingu	Região Turística Xingu	D
52	PA	Xinguara	Região Turística do Araguaia	C

Fonte: BRASIL (2022a)

Conforme a categorização, verifica-se que a maioria dos municípios paraenses estão na categoria C, seguida da categoria D, B, A e E (Gráfico 1).

Gráfico 1. Quantificação das categorias dos municípios paraenses no Mapa do Turismo Brasileiro (2022)



Fonte: Elaborado pela SEDEC a partir de Brasil (2022a).

### 3.4 Tendências de comportamento e consumo

A atualidade apresenta alguns contextos globais que influenciam o comportamento e consumo, a exemplo do trauma pandêmico, crise econômica, crise política e polarizações ideológicas, crise ambiental, conectividade sem limites e com regras e a crise de saúde mental. Além desses contextos, torna-se fundamental a compreensão dos hábitos, mentalidades, motivações do público, possibilidades de recursos e tecnologia, para estudar cenários de ameaças e oportunidades para os negócios turísticos.

Em termos tecnológicos temos: AI/ IA (Inteligência artificial), AR/ RA (Augmented Reality/ Realidade Aumentada), Blockchain (Plataforma de serviços de criptomoeda), Contactless + NFC (Pagamento/operações por aproximação), Cloud/ Nuvem (Armazenamento de dados em nuvens), criptografia (Proteção de dados), drone, internet 5G, IoT/ IdC (Internet of Things /Internet das Coisas), NFT (Códigos irreplicáveis), PIX (Pagamento instantâneo), QR Code (Código de barras bidimensional), VR/ RV (Virtual Reality / Realidade Virtual), Realidade Mista: Realidade Aumentada + Realidade Virtual (RA + RV) e, streaming (Tecnologia de transmissão de dados (Áudio e vídeo) pela internet) (SEBRAE, 2021).

Os negócios na atualidade também apresentam algumas tendências que estão influenciando o comportamento e o consumo, a exemplo da: Economia Circular (associa desenvolvimento econômico a um melhor uso de recursos naturais), E-commerce (comércio eletrônico ou online), Marketplace (mercado de compra e venda na internet), P2P (ou C2C) (modelo de negócio entre pessoas que não envolve relação entre pessoas), D2C (ou B2C) (modo de vendas feitas

diretamente ao consumidor, sem intermediários), Home Office/ Trabalho remoto (Trabalho temporário realizado fora da empresa, a distância ou de casa), Teletrabalho (Trabalho permanente realizado fora da empresa) e, Coworking (Espaço físico compartilhado por várias empresas) (SEBRAE, 2021).

A seguir apresentaremos 5 tendências relacionadas a hábitos e comportamentos sociais que influenciam na atualidade a atividade turística (SEBRAE, 2021):

#### **3.4.1 Vida conectada**

Na atualidade a conectividade deixou de ser novidade para tornar-se essencial no cotidiano das pessoas. Estas a utilizam pra uso de tecnologias ou para obter soluções rotineiras ou complexas. A exemplo do uso de bancos e a telemedicina. O consumo digital permite solucionar problemas e realizar atividades com praticidade do conforto da sua casa. Os consumidores digitais estão dando preferência a estes tipos de negócios.

Outras tendencias são as interações sócias, que estão deixando de ocorrer por texto e imagens, para utilizar as mídias em vídeo, aproveitando as facilidades e as novas dimensões da conectividade, marcando a era audiovisual nas redes sociais, com destaque para o WhatsApp, Instagram e o Tik e Tok. Estes bombardeiam os usuários e promovem as interações virtuais. A atividade turística está utilizando estes canais de comunicação para divulgação e promoção, objetivando engajar e reter novos clientes, gerando novos negócios no chamado turismo virtual.

#### **3.4.2 Orgulho das Raízes**

Nos países emergentes como o Brasil, cresce na população uma busca por redescobrir as características de suas raízes e consumi-las, como roupas, costumes, músicas, comida, etc. A cultura peculiar de minorias que antes tentava se adequar a culturas mais dominantes, transformou-se agora em resistência e orgulho. Essa mentalidade também impulsiona hábitos de consumo mais regionalistas e nostálgicos. Redescobrir as raízes é uma das tendências para o futuro do turismo, uma experiência completa com seu passado valorizando-o ainda mais como forma de resistência e cultura.

### **3.4.3 Anti-infoxicação**

O aumento da conectividade e da disseminação de informação faz crescer na sociedade os problemas pelo excesso informacional. Denominado de infoxicação (uma fusão entre as palavras “intoxicação” e “informação”), este fenômeno tem deixado as pessoas mais sobrecarregadas e, ao mesmo tempo, mais propensas a distrações, o que aumenta a probabilidade de cometer equívocos ou cair em golpes, por exemplo.

A tendência é filtrar as demandas de atenção pelo que realmente importam, afim de evitar altas cargas de estresse, como “dar mais unfollows” (ou “deixar de seguir”), reduzir assinaturas de newsletters, mover e-mails de ofertas para a caixa de spam, utilizar adblockers (bloqueadores de publicidade digital), ativar modos silenciosos, etc. Para o turismo virtual o ideal é focar na qualidade e reduzir a quantidade dos conteúdos digitais do negócio, diminuindo os riscos de infoxicação do cliente.

### **3.4.4 Detox Urbano**

O confinamento vivido no período pandêmico mostrou à população uma vontade de socializar novamente pela cidade, e ao mesmo tempo a necessidade de descanso e afastamento dos agitos urbanos. Surgiu uma necessidade de equilíbrio emocional através de experiências em ambientes mais simples, tranquilos e próximos à natureza.

No cenário pós-pandêmico as pessoas estão buscando viajar com maior frequência para lugares afastados de centros urbanos, buscando por experiências em campos, florestas, cabanas, acampamentos, retiros, etc. proporcionando bem estar e saúde.

### **3.4.5 Mente Verde**

A retomada para realizar atividades mais tranquilas com áreas verdes e semelhantes, tornou-se um dos segmentos mais procurados pós-pandemia, fazendo as pessoas repensarem em seus hábitos e adquirirem novos também. É uma das tendências o turismo, valorizar a biodiversidade, a economia circular e ter responsabilidade ambiental e social.

#### 4. DADOS SÓCIO-ECONÔMICOS DE ANANINDEUA/PA

O município de Ananindeua é considerado como uma capital subregional de alta influência na Região Metropolitana de Belém (RMB). Ananindeua é o 2º município mais populoso do no Estado do Pará (Gráfico 2). Em 2021, a sua população estava estimada em 540.410 pessoas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021). Distribuídos num território de 190,581 Km², composto de uma área rural (Quilombo do Abacatal ao Sul e a região insular (9 ilhas) ao Norte) e uma área urbana.

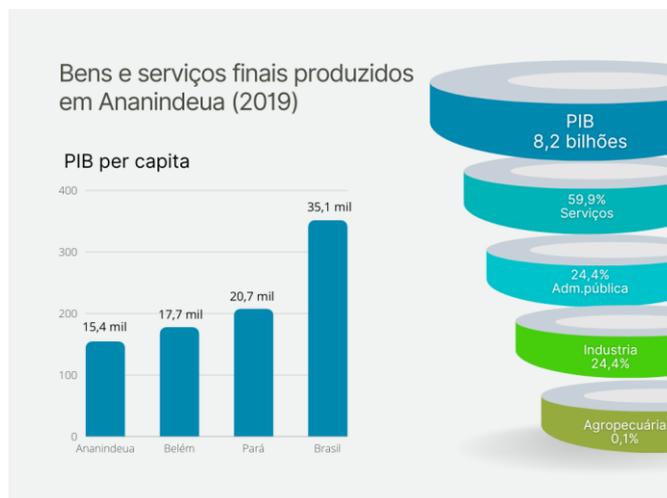
Gráfico 2. Ranking dos municípios mais populosos do Estado do Pará



Fonte: IBGE (2021)

O produto interno bruto (PIB) da cidade é de cerca de R\$ 8,2 bilhões, em que 59,9% do valor adicionado advém dos serviços, seguido da administração pública (24,4%), da indústria (24,4%) e da agropecuária (0,1%). O PIB per capita de Ananindeua é de R\$ 15.389,79, valor inferior à média do Estado que é R\$ 20,734,60 mil e, do município de Belém (R\$ 21.708,55) (IBGE, 2019) (Gráfico 3).

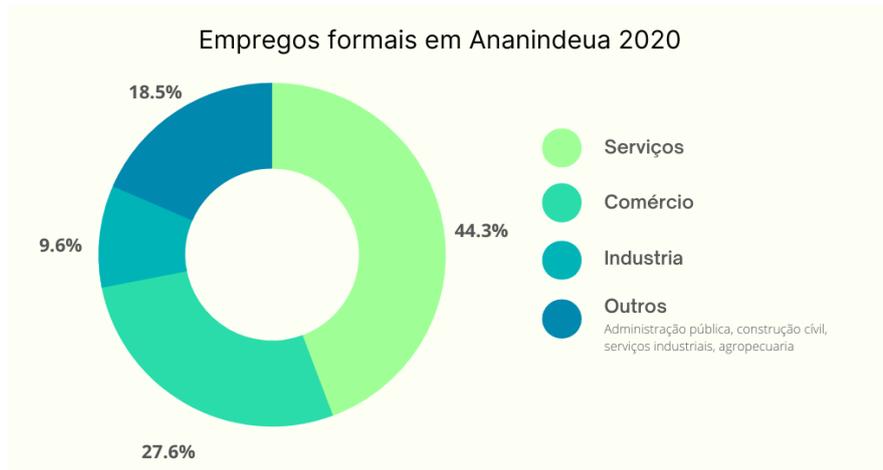
Gráfico 3. Bens e serviços produzidos em Ananindeua (2019)



Fonte: IBGE (2019).

O município fechou o ano de 2020, com 69.403 empregos com carteira assinada, a ocupação predominante destes trabalhadores é a de assistente administrativo (6.678), seguido de faxineiro (4.269) e, de vendedor de comércio varejista (3.180) (Gráfico 4). Do total de trabalhadores, as três atividades que mais empregam são: serviços, comércio e indústria (BRASIL, 2020).

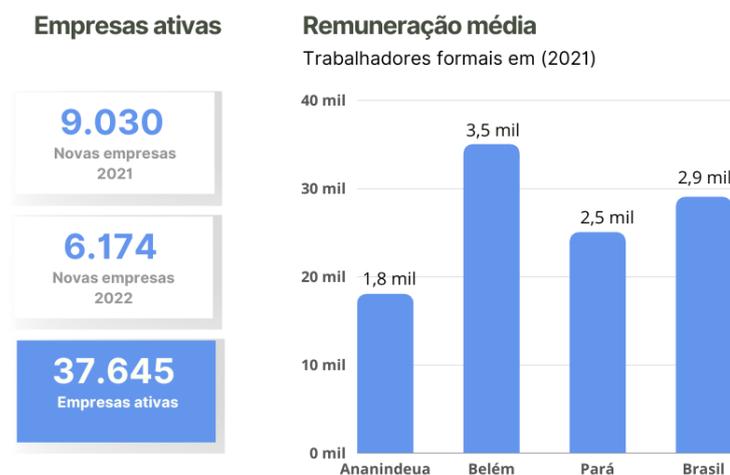
Gráfico 4. Número de empregos formais em Ananindeua no ano de 2020



Fonte: BRASIL (2020)

Em Ananindeua há um total de 37.645 empresas ativas. Em 2022, no período de janeiro a outubro houve um total de 6.174 registro de novas empresas no Ministério da Economia (ME). Enquanto em 2021, foram registradas 9.030 novas empresas (BRASIL, 2022b). A remuneração média dos trabalhadores formais do município é de R\$ 1,8 mil, valor abaixo da média do Estado (R\$ 2.578,00) (IBGE, 2021) (Gráfico 5).

Gráfico 5. Empresas ativas e remuneração média em Ananindeua (PA).

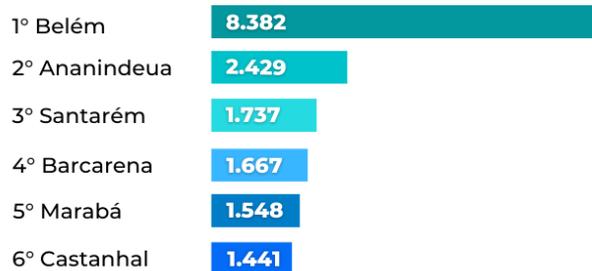


Fonte: BRASIL (2022b); IBGE (2021)

De janeiro a julho de 2022, foram registradas 16,9 mil admissões formais e 14,5 mil desligamentos, que resulta num saldo positivo de 2.429 novos trabalhadores (Saldo positivo de 2021 foi de 2.403). No Estado de Pará este é o 2º melhor desempenho em termos absolutos. Considerando a geração de vagas pelo tamanho da população, a cidade é a 9º que mais cresce no Estado (Gráfico 6).

Gráfico 6. Ranking dos municípios que mais geram empregos no Pará

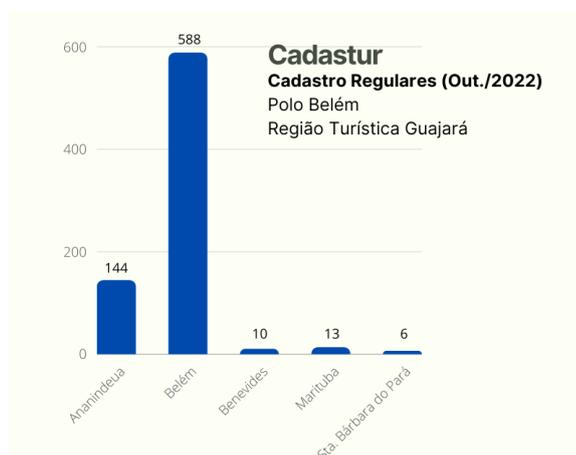
**RANKING DOS MUNICÍPIOS  
QUE MAIS GERARAM EMPREGOS NO PARÁ EM 2022**



Fonte: BRASIL (2022b).

A atividade turística possui grande potencial em virtude de estar inserida na Amazônia, distante 12 km do centro de Belém e, a 10 km do Aeroporto Internacional de Belém. O turismo encontra no território municipal elementos potenciais como áreas naturais (Florestas, rios, nascentes), comunidades tradicionais, patrimônios históricos, parques e praças, diversos locais gastronômicos, comércios, serviços e meios de hospedagem, capazes de oferecer aos turistas produtos e serviços para que sua permanência no município seja agradável. No CADASTUR do MTUR, Ananindeua possui até outubro de 2022, um total de 144 cadastros regulares (PARÁ, 2022) (Gráfico 6).

Gráfico 6. Cadastro regulares do Cadastur.



Fonte: PARÁ (2022)

## 5. DIAGNÓSTICO: ASPECTOS GERAIS DO TURISMO NO DESTINO

### 5.1. Oferta Turística

Para a realização do planejamento turístico de Ananindeua, faz necessário identificar a sua oferta turística, que segundo BRASIL (2004), consiste no conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda infraestrutura de apoio ao turismo do destino, em síntese, é tudo que Ananindeua possui para oferecer aos seus turistas atuais e potenciais.

A identificação dessa oferta turística para fins de planejamento e gestão da atividade turística é realizada através do Inventário da Oferta Turística (IOT), que compreende o levantamento, identificação e registro das informações básicas do município, infraestrutura de apoio ao turismo, serviços e equipamentos turísticos, os atrativos turísticos naturais e culturais e os eventos.

A identificação e a quantificação da oferta turística através do IOT, possibilita o desenvolvimento da política pública municipal de Ananindeua. Nesse contexto, a SEDEC iniciou em 2021 a elaboração do primeiro IOT de Ananindeua. A elaboração do IOT utilizou como referência a metodologia do MTUR, a partir do Sistema de inventariação da oferta turística (INVITUR). O trabalho foi iniciado no mês de março (2021) com treinamento da equipe na SETUR, seguido da aplicação dos questionários.

Realizou-se uma ampla pesquisa de campo com visitas aos equipamentos e atrativos turísticos, para obtenção das informações e registros fotográficos. No total, foram aplicados 209 formulários, divididos em três grandes categorias, como mostra a tabela a seguir (Figura 2):

Figura 2. Quantidade de formulários aplicado para o IOT de Ananindeua/PA.

CATEGORIA	TIPO DE FORMULÁRIO	QUANT.
<b>A</b>	Informações Básicas e Infraestrutura	106
<b>B</b>	Equipamentos turísticos	82
<b>C</b>	Atrativos	21
TOTAL		209

Fonte: Inventário da Oferta Turística de Ananindeua (2022).

Após as pesquisas de campo, realizou-se entre os meses de janeiro a março (2022) a inserção das últimas informações, elaboração do diagnóstico da oferta turística e dos mapas temáticos, bem como a revisão e a padronização do IOT, para sua publicação no site da SETUR. Após a publicação oficial, já foram identificados novos equipamentos turísticos, que serão inseridos na atualização do IOT de Ananindeua.

## **5.2 Principais conclusões da análise da Oferta Turística de Ananindeua**

A infraestrutura de apoio ao turismo mostra-se em processo de desenvolvimento. Os principais meios de acesso estão sendo requalificados e reestruturados para aumentar a mobilidade das vias de acesso ao município e a sua oferta turística. O município conta com sistema de comunicação (correios, telefonia celular, jornais, internet), sistema de segurança (08 Delegacias de polícia civil e 01 corpo de bombeiros), sistema médico-hospitalar (04 Unidades de Pronto Atendimento (UPA), 03 Unidades de urgência e emergência, 07 unidades básicas de saúde, 05 hospitais de médio porte, 02 policlínicas, 01 clínica materno infantil), sistema educacional (09 Instituições de ensino superior).

O município conta com serviços e equipamentos turísticos representados principalmente pelas atividades de hospedagem (04 meios de hospedagem, 237 unidades habitacionais e 601 leitos). Os serviços de alimentos e bebidas de maior relevância turística (32), em conjunto oferecem cerca de 3.961 lugares sentados. Porém esses locais (restaurantes, churrascarias, quiosques, pizzarias, hamburguerias, sorveterias, lanchonetes, etc.) estão em processo de expansão. Tem-se ainda 02 balneários com estrutura para banho, alimentação e lazer, que estão realizando investimentos para melhor atender o seu público.

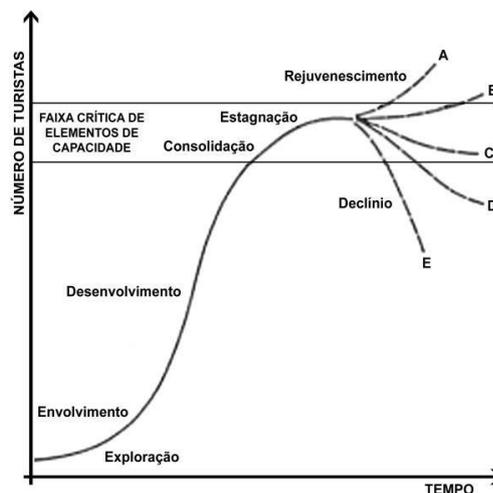
Quanto aos espaços livres, o município possui inúmeras praças, destacam-se Praça Matriz, Praça Chiara Lubich (Complexo esportivo Cid. Nova VIII), Praça da Bíblia e, o Canteiro Central da Av. Dom Vicente Zico (Arterial 18). Estes são os espaços mais visitados por moradores e turistas. Ananindeua ainda possui um shopping com uma variedade de serviços (Lojas de departamento, bancos supermercado, laboratórios, academia, estação cidadania, farmácias, locadora de carro, delegacia), e opções de lazer e entretenimento (cinema, praça de alimentação, playground, cervejaria, sala de jogos, restaurantes).

Os atrativos naturais do município estão presentes em sua região insular composta de 9 ilhas com inúmeros rios, furos e igarapés. Com vegetação de terra firme e várzea. Políticas públicas infraestruturais estão sendo direcionadas para melhorar o acesso à região, como porto e trapiche, transporte público regular, etc. Os atrativos culturais estão representados pelas manifestações e patrimônio histórico e cultural, a exemplo da Igreja de Santa Maria Mãe de Deus (Local do primeiro núcleo religioso do município), Igreja Matriz de N. Sra. das Graças, edificações do Curtume Maguari, além dos eventos programados como o Carnanindeua (fevereiro/março) e, Forrónindeua e, o Círio de N. Sra. das Graças (agosto), que junto com os demais presentes no calendário são importantes vetores de aumento de fluxo de turistas para o município.

Desde 2021, Ananindeua vem buscando se consolidar como um destino de turismo ecológico e cultural do Região Turística de Belém, todavia apresenta potencial para experiências de turismo de aventura, turismo náutico, turismo de pesca, mediante o aperfeiçoamento das ações integradas das políticas de turismo, cultura, economia e ambiental.

A partir do modelo do ciclo de evolução do destino turístico publicado por Butler em 1980, e utilizado pela por vários estudiosos, Ananindeua está no estágio de envolvimento (Figura 3). Deve continuar avançando na priorização do turismo como atividade econômica capaz de gerar emprego e renda, valorizar o patrimônio histórico-cultural, incentivar o empreendedorismo local, conservar seus atrativos naturais, tornando-se uma ação prioritária da gestão municipal na busca constante pela competitividade do turismo no mercado regional e nacional.

Figura 3. Ciclo de evolução na área do turismo



Fonte: Butler (1980)

### **5.3. Análise da demanda turística no Brasil**

A pesquisa de demanda objetiva analisar as características que determinam o perfil dos turistas e excursionistas que visitam um destino durante a alta, média e baixa temporadas. A pesquisa retrata suas principais motivações para a realização da viagem, seu nível socioeconômico e expectativas em relação aos produtos e serviços consumidos durante sua estadia e, seus gastos financeiros. A análise da demanda é fundamental para o entendimento e planejamento da atividade turística em qualquer destino.

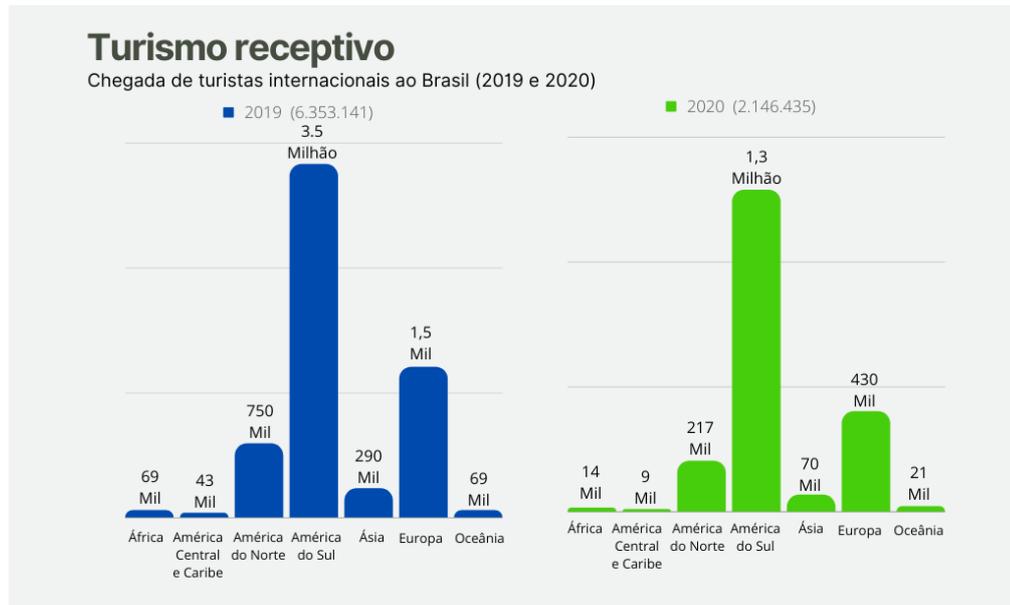
#### **5.3.1. Demanda turística internacional**

O mais atual estudo disponível que possibilita entender o comportamento da demanda turística no Brasil é o “Anuário Estatístico de Turismo 2021 - Volume 48 - Ano Base 2020” publicado pelo MTUR (BRASIL, 2002c). Este anuário estatístico de turismo foi desenvolvido pela Coordenação-Geral de Dados e Informações da Subsecretaria de Gestão Estratégica, que possibilita o acesso pelo público interessado em estudos e estatísticas de turismo. Seus números representam os efeitos da pandemia da COVID-19 no setor de turismo e permitem aos diferentes atores envolvidos no setor conhecer o ambiente e delinear propostas para auxiliar na retomada. Além de apoiar os gestores na tomada de decisão e no processo de formulação de políticas públicas de turismo (BRASIL, 2022c).

As informações referentes ao turismo internacional receptivo possibilitam os diferentes setores do turismo na concepção de novas propostas de atração de turistas internacionais pós-pandemia. Com as possibilidades de novos mercados e formas de consumir os produtos turísticos. Ressalta-se que o termo turista internacional compreende todos aqueles que residem no exterior e visitam o Brasil com alguma motivação turística. Sendo assim, estão incluídos tanto estrangeiros quanto brasileiros que residem fora do país.

Os números apresentados no gráfico 7 a seguir demonstram o cenário no ano de 2019 e 2020, ano em que foi declarada a pandemia da COVID-19. Os resultados apresentam o impacto do turismo internacional receptivo no país, tendo em vista a completa paralisação do setor por alguns meses e a posterior diminuição do movimento turístico em todos os países.

Gráfico 7. Desembarques internacionais de passageiros em aeroportos do Brasil (2019 e 2020)



Fonte: BRASIL (2022c)

Nos anos de 2019 e 2020, os dados do turismo receptivo no Brasil a partir das Unidades da Federação (UF), utilizadas como portões de entrada, permitem avaliar o desempenho do país na recepção de turistas internacionais. Em 2020, o principal portão de entrada de turistas internacionais no Brasil foi o Estado de São Paulo (29,5%), seguido do Rio Grande do Sul (23,3%) e do Rio de Janeiro (17,6%). Os principais países emissores foram Argentina (41,8%), Estados Unidos (8,0%) e Chile (6,1%) (Gráfico 8) (BRASIL, 2022c).

Gráfico 8. Portão de entrada de turistas internacionais no Brasil (2020) e principais países emissores de turistas internacionais (2020).



Fonte: BRASIL (2022c)

O principal motivo da viagem dos turistas internacionais em 2019 foi lazer (54,3%) e negócios, eventos e convenções (15,4%). A motivação da viagem de lazer foi sol e praia (64,8%), natureza, ecoturismo ou aventura (18,6%) e cultura (13,4%). O tipo de alojamento utilizado foi hotel, flat ou pousada (48,6%), casa de amigos e parentes (26,1%) e casa alugada (14,5%). Quanto a composição do grupo turístico a maioria viajou sozinho (34,8%), em família (29,2%), casal sem filhos (19,8%) (BRASIL, 2022c).

Os destinos mais visitados em 2019, segundo a motivação do lazer foram o Rio de Janeiro (33,3), Florianópolis (17,0) e Foz do Iguaçu (16,2). Segundo a motivação de negócios, eventos e convenções, os destinos mais visitados foram São Paulo (49,2%), Rio de Janeiro (19,1%) e Curitiba (4,8%). A forma de organização da viagem teve como principal fonte de informação a internet (57,6%) e amigos e parentes (44,8%) (BRASIL, 2022c).

Quanto ao perfil socioeconômico para o ano de 2019, a maioria dos turistas internacionais eram do gênero masculino (57,6%), seguido do feminino (42,4%). Quando ao grupo de idade, a maioria dos turistas estavam na faixa etária entre 32 e 40 anos (24,7%), seguido da faixa etária entre 41 e 50 anos (21,6%). Quanto ao grau de instrução, a maioria possuía nível superior (46,4%), seguido do ensino médio (26,7%). A renda média mensal familiar era US\$ 3.307,68 e individual US\$ 2.192,47 (BRASIL, 2022c).

### **5.3.2 Demanda turística interna**

O principal meio de transporte utilizado pelos turistas para chegar ao destino turístico foi a via aérea, apesar da queda de 96.619.668 (67,5%) em 2019 para 45.853.332 (52,5%) em 2020, provocado pela pandemia da COVID-19, segundo os dados Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC). O setor aéreo por ser um modal bastante importante para o turismo, torna-se essencial conhecer as estatísticas do setor para que seja possível visualizar um retrato do fluxo aéreo doméstico e, assim, contribuir com insumos para a formulação de políticas públicas e ações da iniciativa privada (BRASIL, 2022c).

Em 2021, o MTUR, em parceria com o IBGE, publicou o Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro – 2021, que permitiu a avaliação da demanda turística doméstica ou interna. Os resultados refletem uma mudança de comportamento em virtude das restrições impostas pela pandemia da COVID-19. Foram investigadas

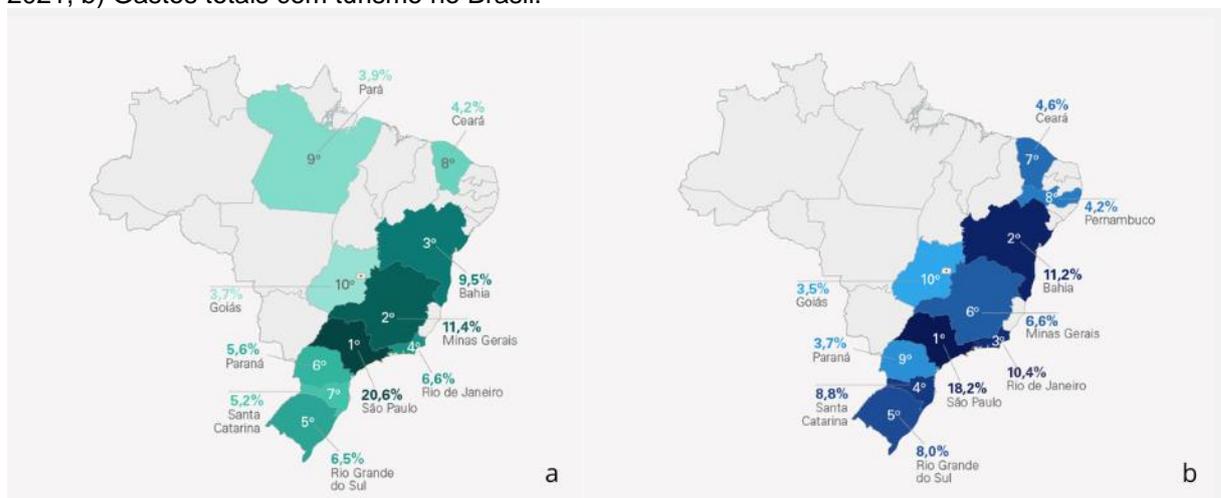
12,3 milhões de viagens, destas 99,3% foram realizadas dentro do país (BRASIL, 2021).

Em 2021, 85,4% das viagens ocorreram por finalidade pessoal (lazer, visita a amigos ou parentes, tratamento de saúde, etc.). Das viagens realizadas por motivo de lazer, a maioria foi em busca de turismo de sol e praia (48,7%), seguido da busca pelos destinos de natureza, ecoturismo ou aventura (25,6%), cultural e gastronômica (16,0%) (BRASIL, 2021).

O principal local de hospedagem das viagens por motivos pessoais foi a casa de amigo ou parente (46,7%), seguido do hotel, resort ou flat (12,4%) e, pousadas (6,6%). O principal meio de transporte utilizado pelas viagens pessoais foi o carro particular ou de empresa (57,3%), seguido de ônibus de linha (12,6%) e o avião (10,0%). O ranking dos Estados mais procurados para viagens em 2021 por região foram: Pará - Norte (3,9%), Bahia - Nordeste (9,5%), Goiás – Centro-Oeste (7%), São Paulo - Sudeste (20,6%), e Rio Grande do Sul - Sul (6,5%) (BRASIL, 2021).

Em 2021, os gastos totais em viagens nacionais totalizaram R\$ 9,8 bilhões. Em relação aos gastos totais no destino, os maiores gastos foram registrados em São Paulo (R\$ 1,79 bilhão), Bahia (R\$ 1,10 bilhão), Rio de Janeiro (R\$ 1,02 bilhão), Santa Catarina (R\$ 864 milhões), Rio Grande do Sul (R\$ 790 milhões) e Minas Gerais (R\$ 654 milhões). Na distribuição dos gastos totais, em São Paulo ocorreram 18,2% de todo o gasto com turismo do Brasil, em 2021 (BRASIL, 2021).

Figura 4. Turismo doméstico brasileiro: a) Ranking dos Estados mais procurados para viagem em 2021, b) Gastos totais com turismo no Brasil.



Fonte: Brasil (2021)

A seguir, apresenta-se o perfil da demanda turística do Estado do Pará.

### 5.3.3 Demanda Turística no Pará

Em 2019, a ANAC registrou a movimentação internacional de passageiros, que totalizaram 84.052 embarques e 81.602 desembarques, considerando os voos regulares e não regulares de passageiros residentes e não-residentes no Brasil. Em 2020, ocorreram 16.429 embarques e 20.084 desembarques. A queda de -80,4% de embarques e 99,8% de desembarques em 2020, reflete as restrições sanitária da pandemia da COVID-19 (BRASIL, 2022c).

A chegada de turistas internacionais no Pará em 2019 foi de 26.006 pessoas, sendo que a maioria chegou por via aérea (23.873), seguido da via fluvial (2.133). Os meses com maiores chegadas foram fevereiro, agosto e setembro. Enquanto em 2020, houve uma queda para 5.552 turistas internacionais (variação de -78,6%). A via aérea continuou a ser o principal meio de acesso (4.332), seguido da via fluvial (1.220). Os meses de maiores chegadas foram janeiro e fevereiro, nos meses seguintes a movimentação internacional foi interrompida por causa da pandemia e, o fluxo se manteve baixo até o final do ano (BRASIL, 2022c).

Em 2019, a movimentação nacional de passageiros nos aeroportos do Estado do Pará foi de 2.249.462 embarques e 2.202.989 desembarques de voos regulares e não regulares, que totalizaram 4.452.451 de passageiros nacionais nos cinco aeroportos do Estado. Os meses de maiores desembarques de passageiros foram: julho (216.295), outubro (196.132) e dezembro (210.346). Os meses com os menores desembarques foram: fevereiro (153.709), março (157.811) e abril (160.825) (BRASIL, 2022c).

Em 2020, os embarques nacionais de passageiros totalizaram 1.311.089, enquanto os desembarques foram 1.296.557, referente aos voos regulares e não regulares. Que totalizaram 2.607.646 de passageiros nacionais. Os meses de maiores desembarques de passageiros nacionais foram: janeiro (213.162), fevereiro (168.878) e dezembro (180.291). Os meses com o menor número de desembarques foram: abril (10.893), maio (17.547) e junho (32.023). A variação na movimentação nacional de passageiros nos aeroportos do Estado do Pará entre 2019 e 2020 foi - 41,4% (BRASIL, 2022c).

Em 2020, a SETUR/PA apresentou o perfil socioeconômico da demanda turística paraense durante a baixa temporada. O principal motivo da viagem foi lazer/passeio (41,3%), seguido de visita a amigos e parentes (26,1%) e negócios (17,1%). O principal motivo da viagem pessoal a lazer buscou visitar locais e festas

de riqueza histórico-cultural (45,2%), seguido da busca pelo contato com a natureza (28,8%). A principal motivação da viagem profissional foi a realização de atividades comerciais ou industriais (47,0%), seguido da reunião de trabalho (20,5%) (PARÁ, 2020).

Estes turistas viajaram sozinho (36,7%), com a familiares e filhos (20,1%) e, casal (15,5%). A maioria organizou a viagem sem pacote turístico de uma empresa de turismo (42,1%), seguido da viagem organizada pelos familiares, amigos e colegas (20,5%). A principal fonte de informação para a escolha da viagem foram amigos e parentes (41,2%), e 37,7% afirmaram que já conheciam a cidade. A internet ficou em quanto lugar (5,5%) como fonte de informação para a escolha da viagem. O principal canal de pesquisa na internet foi o site de busca do google (53,2%), Instagram (19,4%) e Facebook (12,1%) (PARÁ, 2020).

O principal meio de hospedagem foi a casa de amigos e parentes (41,0%), seguido de hotel/pousada (37,2%), casa própria (4,7%). A maioria não contratou agência de passeio local (92,3%), apenas 4,1% afirmaram terem contratado. Bem como a maioria não contratou o serviço de guia de turismo (96,3%), apenas 1,1% afirmaram terem contratado (PARÁ, 2020).

Na cidade paraense visitada, o gasto médio estimado de duas pessoas foram: transporte (R\$ 283,60), hospedagem (R\$ 586,30), alimentação (R\$ 379,40) e souvenir (R\$ 218,00). O principal meio de transporte utilizado para chegar na cidade foram ônibus rodoviário (27,4%), avião (19,2%), navio (18,9%) e veículo próprio (17,3%). Ao chegar no destino, o principal meio transporte utilizado para se locomover na cidade foram veículo próprio (23,4%), transporte privado por aplicativos (16,6%), carro de amigos e parentes (13,7%), taxi (13,2%), a pé (9,6%), veículo alugado (5,9%) e ônibus coletivo (5,8%) (PARÁ, 2020).

Os turistas afirmaram que a viagem atendeu plenamente as suas expectativas (61,6%), enquanto outros afirmaram que superou (23,0%) e atendeu em parte (13,0%). Os motivos que contribuíram para o não atendimento das expectativas referem-se a infraestrutura dos meios de transporte, condições climáticas, qualidade do atendimento, hospitalidade, violência, etc. (PARÁ, 2020).

Quanto ao perfil desse turista, a maioria é do sexo masculino (47,2%), seguido do feminino (52,8%). O estado civil da maioria é casado (49,0%), seguido do solteiro (43,0%) e divorciado/separado (4,7%). A idade média está entre as faixas etária de 30 a 39 anos (34,0%), seguido de 20 a 29 anos (27,3%) e 40 a 49 anos

(18,5%). Este turista possui o grau de instrução superior completo (38,8%), seguido do ensino médio (37,2%) e pós-graduação completo (10,9%) (PARÁ, 2020).

Exercem trabalho remunerado (71,3%), como funcionário público (26,8%), assalariado com carteira assinada (26,4%), conta-própria regular (23,8%). Os que não possuem ocupação principal (não trabalham) são estudantes (27,1%), seguido dos que se mantem por conta-própria regular (22,2%), desempregado (12,9%) e aposentado (12,4%). A renda mensal da maioria é 1 a 3 salários mínimos (26,3%), seguido de 3 a 5 salários mínimos (24,0%), de 5 a 7 salários mínimos (15,5%). Quantos aos dependentes, estes turistas possuem apenas dois (25,6%), seguido de três (22,8%) e um (22,6%). Na qual a média é de três dependentes (PARÁ, 2020).

#### 5.4. Competitividade Turística

Para fins de planejamento turístico de Ananindeua é importante compreender que a competitividade aqui considerada se refere a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva (BRASIL, 2008).

Através da análise da competitividade turística, Ananindeua pode se autoanalisar e, assim, planejar e desenvolver vantagens competitivas. Se bem administrados e combinados, os recursos poderão gerar atratividade para o destino por meio de novos produtos turísticos, melhorias em operações e infraestrutura, e incrementos na qualidade dos serviços prestados, que resultam positivamente na economia local (BRASIL, 2009).

Em suma, ser competitivo é ser capaz de evoluir continuamente, através do monitoramento de todos os aspectos que possam, ao longo de um determinado período de tempo, configurar ou não a evolução de um destino turístico. Para obtenção desse índice de competitividade turística, utilizou-se a metodologia do Índice de Competitividade do Turismo Nacional - ICTN do MTUR (BRASIL, 2008).

O índice de competitividade analisa variáveis que permitem a verificação das capacidades, direta e indiretamente relacionadas com o turismo, considerando que essas são as que mais qualificam um destino como competitivo no turismo, em maior ou menor grau (MTUR, 2008). Quanto maior a presença de recursos (com diferenciais), mais competitivos se tornam os destinos (BRASIL, 2014; SILVA; SANTOS, 2015; VIEIRA; HOFFMANN, 2013).

Para a qualificação da competitividade turística de Ananindeua, utilizou-se os princípios do ICTN, através da adequação da sua matriz (BRASIL, 2008). Para análise qualitativa observou-se a existência ou não de 51 variáveis, pertencentes a 13 dimensões (infraestrutura geral, acesso, serviços e equipamentos turísticos, atrativos turísticos, marketing e promoção do destino, políticas públicas, cooperação regional, monitoramento, economia local, capacidade empresarial, aspecto social e aspecto ambiental). Para cada variável foi atribuída as siglas VA - Variável atendida, VPA - Variável parcialmente atendida e VNA - Variável não atendida (BRASIL, 2014; RUIZ et al., 2015; ALMEIDA; JARDIM, 2019) (Quadro 2).

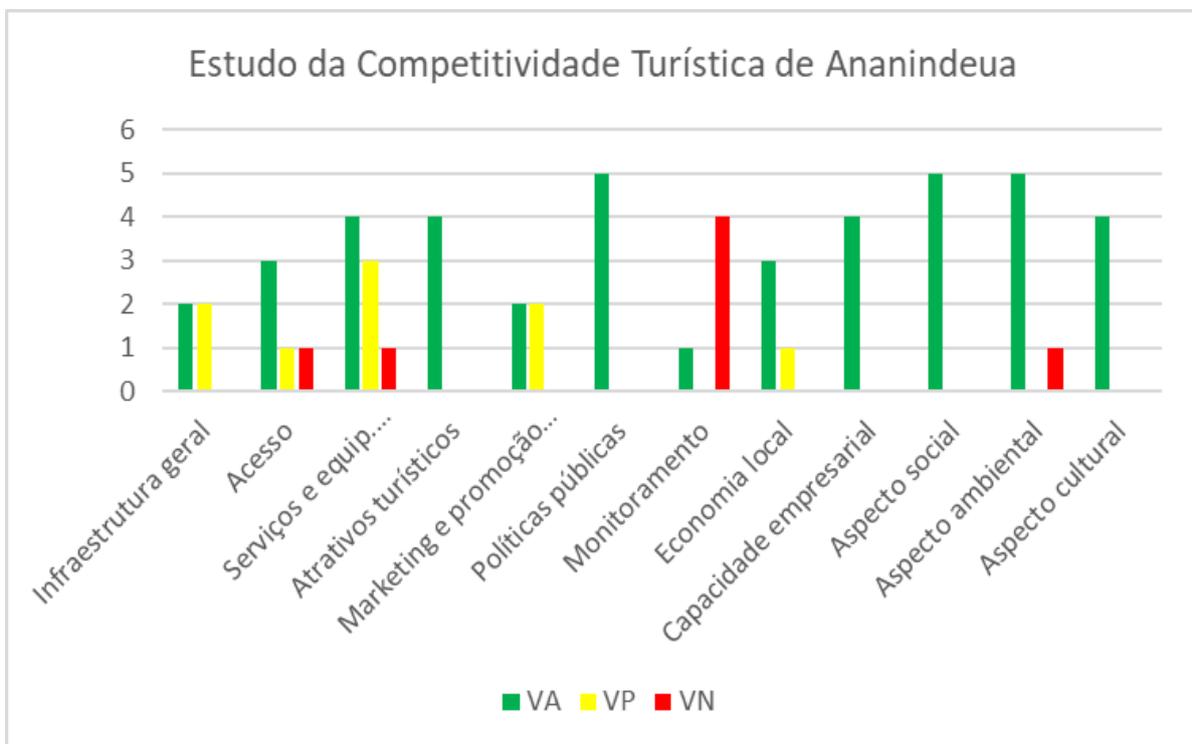
Quadro 2. Dados qualitativos sobre a competitividade do turismo em Ananindeua. Legenda: Variável atendida (VA), variável parcialmente atendida (VPA) e variável não atendida (VNA).

DIMENSÃO	VARIÁVEL	ANANINDEUA
Infraestrutura Geral	Capacidade de atendimento médico ao turista	VA
	Fornecimento de energia	VA
	Serviço de proteção ao turista	VP
	Estrutura urbana nas áreas turísticas	VP
Acesso	Acesso aéreo	VA
	Acesso rodoviário	VA
	Acesso aquaviário	VN
	Sistema de transporte no destino	VP
	Proximidade de grandes centros emissores de turistas	VA
Serviços e equipamentos turísticos	Sinalização turística	VP
	Centro de atendimento ao turista (CAT)	VN
	Espaço para eventos	VP
	Capacidade dos meios de hospedagem	VA
	Capacidade do turismo receptivo	VP
	Estrutura de qualificação para o turismo	VP
Atrativos Turísticos	Capacidade dos restaurantes	VA
	Atrativos naturais	VA
	Atrativos culturais	VA
	Eventos programados	VA
Marketing e promoção do destino	Realizações técnicas, científicas ou artísticas	VA
	Plano de marketing	VA
	Participação em feiras e eventos	VA
	Promoção do destino	VP
Políticas Públicas	Página do destino na internet	VP
	Estrutura municipal para apoio turismo	VA
	Grau de cooperação com o governo estadual	VA
	Grau de cooperação com o governo federal	VA
	Planejamento para a cidade e atividade turística	VA
Cooperação Regional	Grau de cooperação público-privada	VA
	Governança	VA
	Projeto de cooperação regional	VA
	Planejamento turístico regional	VA
	Roteirização	VA
Monitoramento	Promoção e apoio a comercialização de forma integrada	VN
	Pesquisa de demanda	VN
	Pesquisa de oferta	VA
	Sistema de estatística do turismo	VN
	Medição dos impactos da atividade turística	VN
Economia Local	Setor específico de estudos e pesquisas	VN
	Aspectos da economia local	VA
	Infraestrutura de comunicação	VA
	Infraestrutura e facilidades para negócios	VP
Capacidade empresarial	Empreendimentos ou eventos alavancadores	VA
	Capacidade de qualificação e aproveitamento do pessoal local	VA
	Presença de grupos nacionais ou internacional do setor de turismo	VA
	Concorrência e barreiras de entrada	VA
Aspecto Social	Presença de empresas de grande porte, filiais ou subsidiárias	VA
	Acesso à educação	VA
	Empregos gerados pelo turismo	VA
	Política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil	VA
Aspectos ambientais	Uso de atrativos e equipamentos turísticos pela população	VA
	Cidadania, sensibilização e participação na atividade turística	VA
	Estrutura e legislação municipal de meio ambiente	VA
	Atividades em curso potencialmente poluidoras	VA
	Rede pública de distribuição de água	VA
	Rede pública de coleta e tratamento de esgoto	VN
Aspectos Culturais	Coleta e destinação pública de resíduos	VA
	Unidades conservação no território municipal	VA
	Produção cultural associado ao turismo	VA
	Patrimônio histórico cultural	VA
	Estrutura municipal para apoio a cultura	VA

Fonte: Adaptado pela SEDEC a partir de Brasil (2008)

O resultado consolidado das 61 variáveis analisadas, demonstram que as dimensões que apresentaram todas as VA e, que mais contribuem para a competitividade do destino são: Atrativos turísticos, Políticas públicas, Capacidade Empresarial, Aspecto social e Aspecto cultural. As dimensões que tiveram as VPA e, que devem ser consideradas para evolução da competitividade são: Infraestrutura geral, Serviços e equipamentos turísticos e Marketing e promoção do destino. A dimensão que apresentou o maior número de VNA foi monitoramento, conforme o gráfico 9.

Gráfico 9. Estudo da competitividade turística de Ananindeua, Pará.



Fonte: SEDEC (2022)

No quadro 3, serão apresentadas as 13 dimensões, com as descrições das principais VA, representado pelos aspectos positivos, que contribuem para competitividade turística. Bem como as VPA e as VN, que devem ser consideradas para evolução da competitividade turística de Ananindeua.

Quadro 3. Análise das dimensões e variáveis do estudo de competitividade turística de Ananindeua, Pará.

DIMENSÕES	VARIÁVEIS ANALISADAS	
	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Infraestrutura Geral	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilidade de serviço público de atendimento médico a emergência 24 horas;</li> <li>- Fornecimento interrompido de energia elétrica ao longo do ano;</li> <li>- Existência dos órgãos de proteção aos cidadãos, como Polícia Militar, Polícia Civil, Corpo de Bombeiros, Defesa Civil e Guarda Municipal.</li> <li>- Presença de órgãos responsáveis pela conservação urbana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O município não possui na Polícia Militar um grupamento especial de atendimento ao turista.</li> <li>- Ausência de lixeiras, banheiros públicos e abrigo nas paradas de ônibus no entorno e nas áreas turísticas.</li> </ul>
Acesso	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O aeroporto que atende ao município fora do seu território (Aeroporto Internacional de Belém. Val-de-Cans – Júlio César Ribeiro), a 10 km do destino, possui infraestrutura de serviço e recebe voos nacionais e internacionais regulares.</li> <li>- O terminal rodoviário de Ananindeua oferta viagens para a maioria das cidades paraenses e capitais brasileiras.</li> <li>- O transporte público possui linhas de ônibus que operam regularmente.</li> <li>- Há disponibilidade de serviços de taxis e aplicativos moveis de mobilidade.</li> <li>- Proximidade do centro emissor de turistas (Capital Belém -12 km), com facilidade de vias de acesso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O terminal rodoviário que atende ao município necessita de ampliação da infraestrutura (embarque), melhoria na oferta de serviços e no conforto dos passageiros que utilizam o terminal.</li> <li>- As principais vias apresentam congestionamento ao longo do ano.</li> <li>- Dificuldade de estacionamento no entorno das áreas turísticas.</li> <li>- Ausência de terminal hidroviário/porto e linha regular de transporte fluvial para as ilhas.</li> </ul>
Serviços e equipamentos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os espaços em praças, canteiros e parques para a realização de eventos culturais, esportivos e artísticos.</li> <li>- Hotel de rede internacional (01) e 02 hotéis, que ofertam mais de 600 leitos.</li> <li>- As empresas de turismo receptivo realizam passeios para destinos do entorno.</li> <li>- Há guias de turismo bilingue cadastrados pelo Ministério do Turismo, associados em sindicatos de guias de turismo.</li> <li>- Existem 09 instituições de nível superior (pública e privada), que ofertam diferentes cursos de graduação e pós-graduação.</li> <li>- O programa de capacitação profissional dos prestadores de serviços turísticos vem realizando qualificações em parceria com outras instituições públicas e privadas.</li> <li>- Há inúmeros restaurantes que estão buscando capacitar seus profissionais (manipulação de alimentos, qualidade no atendimento, etc.), buscando se adequar as normas de acessibilidade e fortalecer a gastronomia regional, buscando um padrão turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expandir a sinalização turística viária e, implantar a sinalização descritiva nos atrativos turísticos, em língua estrangeira e braile.</li> <li>- Ausência de Centro de Atendimento ao Turista.</li> <li>- Inexistência de Centro de Convenções, espaços multifuncionais, pavilhões para feiras, parques de exposições.</li> <li>- As empresas de turismo receptivo não ofertam city tour, turismo de aventura, passeios de barco, visitas guiadas e by night.</li> </ul>
Atrativos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os atrativos naturais presentes nas áreas rurais e rururbanas apresentam singularidades dentro do bioma Amazônia, com bom estado de conservação e preservação.</li> <li>- O Caminho de Pedras do Quilombo do Abacatal é um atrativo cultural de grande singularidade, em bom estado de conservação.</li> <li>- As realizações técnicas, científicas ou artísticas são capazes de atrair turistas para sua participação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A região insular tem carência de infraestrutura de embarque e desembarque (Porto/ trapiche/ atracadouro).</li> <li>- As vias de acesso a região das ilhas e ao Quilombo do Abacatal necessitam de melhorias (Pavimentação e rede de drenagem pluvial).</li> <li>- Dificuldade de acesso ou circulação de pessoas com deficiência nesses atrativos turísticos.</li> <li>- Necessidade de estudo de capacidade de carga.</li> </ul>
Marketing e promoção do destino	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O plano de marketing é uma política pública alinhada com as metas da gestão municipal.</li> <li>- O município vem participando das principais feiras e eventos turísticos e, de outras áreas afins.</li> <li>- A realização de eventos turísticos vem sendo realizados para promoção do destino.</li> <li>- O material promocional do destino reflete a realidade local e, aos segmentos prioritários que pretende atingir.</li> <li>- Assessoria de comunicação da prefeitura produz em parceria com a diretoria de turismo matérias e campanhas especiais de promoção do destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausência de um guia turístico bilingue, com descrição dos serviços, equipamentos e atrativos turísticos.</li> <li>- Ausência de mapas turísticos bilingues, com informações sobre os produtos turísticos e infraestrutura de apoio.</li> <li>- O destino necessita disponibilizar na página na web (página do município na internet ou portal governamental) as informações para promoção e informação aos turistas.</li> </ul>
Políticas públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O município possui uma estrutura para apoio ao desenvolvimento do turismo, com fontes próprias de recursos, que interage com outras pastas da gestão municipal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A estrutura municipal para apoio ao turismo necessita de uma equipe técnica e infraestrutura adequada para o desenvolvimento das políticas públicas</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O destino participa dos fóruns estaduais de cooperação com o governo estadual.</li> <li>- Os investimentos estaduais no destino são em infraestrutura geral, acesso, esporte e lazer e, ação social.</li> <li>- O Grau de cooperação com o governo federal ocorre através da participação no Programa de Regionalização do Turismo, como a participação no Mapa Nacional do Turismo Brasileiro.</li> <li>- A cidade está sendo reestruturada e modernizada segundo seu Plano Diretor Municipal, contemplando o setor turístico.</li> <li>- A cooperação público-privada ocorre visando: o incremento positivo da imagem do destino, participação nos treinamentos e educação para o turismo, participação em feiras de turismo, etc.</li> </ul>	<p>direcionadas ao setor.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- O destino necessita receber recursos provenientes de emenda parlamentar (nível federal) para os projetos turísticos.</li> </ul>
Cooperação regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O município participa como interlocutor da Região Turística de Belém, com discursões de cooperação regional voltadas ao planejamento turístico.</li> <li>- Participa de projetos de integração regional, a exemplo da Rota do Açai.</li> <li>- Planejamento turístico ocorre em consonância com as políticas públicas regionais.</li> <li>- Os roteiros turísticos foram elaborados de maneira que forneçam aos visitantes uma visão ampla e clara do destino. Além Integrar segmentos considerados prioritários pelo Ministério do Turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O destino não realiza parcerias com outros destinos para promoção e apoio à comercialização de forma integrada, visando o aumento do fluxo de turistas.</li> </ul>
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O destino possui informações atualizadas da sua oferta turística, realizadas sob orientação da Secretaria Estadual de Turismo, a partir da metodologia do Ministério do Turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausência de pesquisa de demanda turística para que auxilie na elaboração de políticas públicas, planejamento, marketing e promoção do destino.</li> <li>- A elaboração de sistema de informações turísticas que contenha um inventário técnico de estatísticas turísticas.</li> <li>- Medição dos impactos positivos e negativos da atividade turística nos aspectos ambientais, socioeconômicos e culturais.</li> <li>- Setor especializado, com profissionais experientes na realização de pesquisas e análises de dados.</li> </ul>
Economia Local	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os negócios turísticos estão em processo de desenvolvimento, porém alguns empreendimentos nos segmentos de hospedagem e alimentação estão em processo de consolidação na economia local.</li> <li>- Boa infraestrutura de comunicação e acesso a meios eletrônicos de pagamento.</li> <li>- Disponibilidade de terminais de autoatendimento (caixas eletrônicos) e de casas lotéricas que permitem saques com cartão de crédito ou débito.</li> <li>- O município possui eventos alavancadores com capacidade de movimentar a economia local e gerar um fluxo turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausência de dados dos gastos turísticos no destino, e sua contribuição no PIB e PIB per capita.</li> <li>- Benefícios fiscais e redução de impostos ou taxas para as atividades características do turismo.</li> <li>- Linhas especiais de financiamento para as atividades características do turismo.</li> </ul>
Capacidade empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O destino possui instituições de ensino superior e escolas de idiomas que qualificam profissionais para cadeia produtiva do turismo.</li> <li>- Os empreendimentos turísticos do destino absorvem mão de obra local.</li> <li>- Há representatividade e instalação das unidades do Sistema S (Sebrae, Sesc, Senac) no destino.</li> <li>- Há presença de grupos nacionais ou internacionais do setor de turismo (hospedagem, locadoras de veículo, restaurante, etc.).</li> <li>- O destino possui terrenos ou espaço físico para a instalação de novos empreendimentos.</li> <li>- O setor empresarial conta filiais e subsidiárias de empresas de grande porte no destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- As instituições de ensino técnico e superior instaladas no município não ofertam cursos de guia de turismo, hospedagem, eventos, e graduação em turismo.</li> </ul>
Aspectos sociais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O município está no 2º lugar no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB).</li> <li>- Os empreendimentos turísticos cumprem a política de enfrentamento e prevenção à exploração sexual infanto-juvenil.</li> <li>- O órgão gestor do turismo apoia e restringe campanhas publicitárias que possam ter conotação sexual, em consonância com as instituições, entidades de classe e, os órgãos relacionados com aos direitos humanos e proteção dos direitos das crianças e dos adolescentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dados da taxa de emprego aplicada nas atividades características do turismo no destino.</li> <li>- Análise do grau de informalidade ou de emprego temporário nos segmentos turísticos do município.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoção da inclusão social através da utilização de atrativos e de equipamentos turísticos pela população.</li> <li>- O envolvimento das comunidades locais com a atividade turística, para minimizar os impactos negativos da atividade turística.</li> </ul>	
Aspectos ambientais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destino possui uma Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SEMA) e uma legislação municipal de meio ambiente.</li> <li>- Existência de uma rede pública de distribuição de água.</li> <li>- Existência de serviço de coleta domiciliar de resíduos sólidos, com destinação para o Aterro Sanitário de Marituba.</li> <li>- Serviços de limpeza pública realizados nas áreas turísticas do destino.</li> <li>- O destino possui unidades de conservação: Museu Parque Seringal (Parque), Parque Ambiental Antônio (Parque), Área de proteção ambiental Metropolitana de Belém (APA), Refúgios da Vida Silvestre Metrópole da Amazônia (REVIS).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausência de uma rede pública de coleta e tratamento de esgoto.</li> <li>- Ampliar a operação de coleta seletiva de resíduos.</li> <li>- Carência de campanha educativa sobre a destinação de resíduos sólidos e uso racional de água.</li> <li>- Despejo in natura de esgoto nas bacias hidrográficas do município.</li> </ul>
Aspectos culturais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produção cultural associada ao turismo, como atividades artesanais, culinárias típicas, grupos artísticos de manifestação popular, manifestações religiosas e comunidades tradicionais</li> <li>- Existência de patrimônio histórico e cultural (bens, obras, edificações e conjuntos urbanos) e imaterial (conhecimentos, processos e rituais).</li> <li>- Destino possui uma Secretaria Municipal de Cultura (SECULT), com legislação local para a cultura e, calendário de festas tradicionais.</li> <li>- Destino possui um projeto para implantação de uma rota cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inexistência de centros culturais, bibliotecas públicas e, centros ou salas específicas de convenções.</li> <li>- Controle de capacidade de carga e manejo para seus bens culturais.</li> </ul>

Fonte: SEDEC (2022)

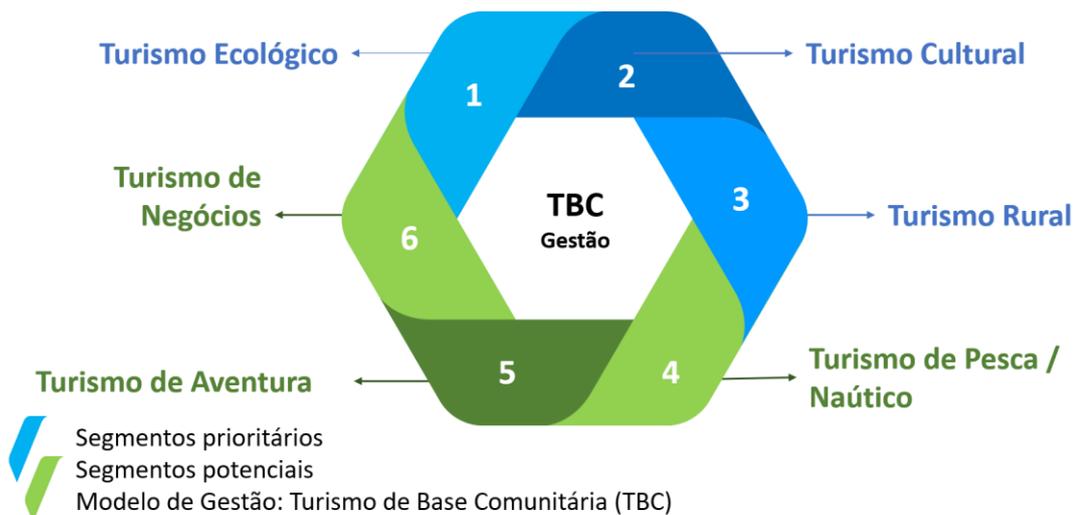
A análise dessas 61 variáveis, permitem obter uma dimensão macro dos elementos que devem ser considerados pelo planejamento turístico do destino. As variáveis que foram atendidas parcialmente ou não atendidas, precisam ser consideradas ou solucionadas para que se torne uma variável atendida.

## 5.5 Segmentos turísticos prioritários

O município de Ananindeua em sua região insular ao Norte, formada por 9 ilhas e, sua região ao Sul, onde localiza-se o Quilombo do Abacatal, possuem elementos que propiciam a prática do turismo ecológico e cultural, sendo estes os segmentos prioritários.

Para o desenvolvimento da atividade turística, será utilizado como modelo de gestão o Turismo de Base Comunitária (TBC), na qual a comunidade participa da tomada de decisão (planejamento), execução e da avaliação dos produtos e serviços. As potencialidades permitem ainda a prática do Turismo de Pesca e Náutico, bem como do Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Turismo Rural (Figura 5).

Figura 5. Segmentos prioritários do turismo de Ananindeua.



Fonte: DDCT/SEDEC/PMA, 2022.

## 6. ANÁLISE FOFA: FORÇAS, OPORTUNIDADES, FRAQUEZAS E AMEAÇAS

A matriz FOFA, também conhecida como análise FOFA ou análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats), é uma ferramenta de planejamento importante para se obter um diagnóstico da realidade atual e construir cenários que auxiliam no direcionamento estratégico do destino turístico. Em Ananindeua, a análise foi dividida por eixos temáticos: Força, oportunidades, fraqueza e ameaças. Os resultados consolidados são apresentados a seguir:

### 4.1 FORÇAS

- O destino está no Mapa do Turismo Brasileiro (2022) do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo;
- Diretoria de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo (DDCT), com o seu respectivo Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo de Ananindeua (COMDET) implantado e, equipe de turismólogos;
- Inventário da Oferta Turística de Ananindeua disponível no site da SETUR.
- Serviços públicos de atendimento médico 24 horas e órgãos de proteção ao cidadão (segurança pública);
- Terminal rodoviário e proximidade com o centro emissor de turistas e, Aeroporto Internacional de Belém;
- Diversidade de atrativos naturais como ilhas, rios, igarapés, florestas de terra firme e várzea conservados;
- Presença de instituições de ensino técnico e superior com formações em áreas ligadas direta e indiretamente a atividade turística;
- Qualificação profissional da cadeia produtiva do turismo;
- Realização e atração de novos eventos culturais, esportivos e artísticos;
- Hotéis de grande porte, empresas de turismo receptivo e guias de turismo;
- Participação das principais feiras e eventos turísticos para promoção do destino;
- O município participa de projetos de integração regional, como a Rota do Açaí e roteiros turísticos, com visão ampla e clara do destino;
- Boa infraestrutura de comunicação, eventos alavancadores com capacidade de movimentar a economia local e gerar o fluxo turístico;
- Espaço físico para a instalação de novos empreendimentos turísticos;
- Promoção da inclusão social através do envolvimento das comunidades locais com a atividade turística;
- Há 04 unidades de conservação (UC) no território municipal, e Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SEMA);
- Atividades culturais associadas ao turismo, existência de patrimônio cultural e Secretaria Municipal de Cultura (SECULT).

### 4.2 FRAQUEZAS

- Inexistência uma unidade do Batalhão de Polícia Turística no destino;
- Nem todos os empreendimentos que atuam no setor do turismo estão com situação cadastral regular no Cadastur;
- Falta sinalização turística ou descrição dos atrativos turísticos;

- Abandono de edificações históricas;
- Falta de limpeza das vias de acesso aos atrativos turísticos;
- Inexistência de transporte regular para a região das ilhas e Abacatal;
- Carência de segurança nos locais turísticos;
- O terminal rodoviário não oferta segurança e conforto para embarque de desembarque;
- Ausência de terminal ou porto hidroviário;
- Inexistência de Centro de Atendimento ao Turista (CAT);
- Carência de infraestrutura na região insular (Trapiche, sinal de internet, segurança, etc.);
- As vias de acesso as ilhas necessitam de melhorias;
- Dificuldade de acesso de pessoas com deficiência nos atrativos turísticos;
- Ausência de mapas e guias turísticos bilíngues;
- O destino não recebe recursos provenientes de ementa parlamentar para o turismo;
- Ausência de pesquisa de demanda turística;
- Inexistência de medição dos impactos positivos e negativos da atividade turística;
- As Instituições de Ensino Superior não ofertam cursos de guias de turismo e bacharel em turismo;
- Ampliar a operação de coleta seletiva de resíduos;
- Carência de campanhas educativas sobre a destinação de resíduos;
- Necessidade de centros ou salas específicas de convenções.

#### **4.4 OPORTUNIDADES**

- Riqueza do patrimônio natural, histórico e cultural;
- Programas de qualificação no Estado;
- Políticas de conservação do patrimônio histórico e natural;
- Editais de apoio via ministério do turismo;
- Desenvolvimento de programas e projetos em parceria com os empresários e entidades de classe do município ligados a atividade;
- Abertura de novos empreendimentos turísticos públicos e privados;
- Criação de novos eventos (gastronômicos, esportivos e culturais);
- Mudanças nos serviços públicos e infraestrutura urbana;
- Posicionamento positivo do destino;
- Expansão das políticas públicas de turismo.

#### **4.3 AMEAÇAS**

- A informalidade aumenta as dificuldades de acesso a linhas de crédito voltadas para o turismo;
- Mudanças no cenário pós pandemia;
- Massificação do destino a partir da oferta em grandes mídias;
- Baixa qualificação da mão-de-obra;
- Falta de sensibilização ecológica e cultural;
- Insegurança nas áreas rururbanas;
- Uso dos equipamentos turísticos é maior que os recursos públicos para a sua manutenção diária.

A análise FOFA permitiu ter uma visão interna e externa do destino, através da identificação dos elementos-chave para a gestão municipal. Além de estabelecer prioridades de atuação e de decisões a serem tomadas. Definição de posturas a fim de resolver ou minimizar os riscos e problemas levantados, que juntos auxiliaram na definição das diretrizes estratégicas do Plano.

## 7. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

As diretrizes estratégicas são as promulgadas pelo Projeto de Lei nº 042, de 19 de agosto de 2021, que instituiu o Plano Plurianual do Município de Ananindeua para o período 2022-2025. O PPA 2022-2025 é um instrumento de planejamento governamental que define diretrizes, objetivos e metas com o propósito de viabilizar a implementação e a gestão das políticas públicas, orientar a definição de prioridades e auxiliar na promoção do desenvolvimento sustentável. Tendo como diretriz a “Melhoria da Qualidade de Vida com Justiça Social e Econômica”. Construído com base em dimensões estratégicas (ANANINDEUA, 2021) (Figura 6):

Figura 6. Dimensões estratégicas do Plano Plurianual do Município de Ananindeua (2022-2025).



Fonte: (ANANINDEUA, 2021)

A seguir apresenta-se os elementos norteadores do planejamento.

### 7.1 Missão

Promover o desenvolvimento turístico do destino Ananindeua, com vantagens competitivas para gerar negócios inclusivos e sustentáveis, capazes de gerar uma experiência positiva ao turista.

### 7.2 Visão de futuro

Ser um destino competitivo no mercado regional e nacional, ao priorizar o turismo como atividade econômica, que valoriza o empreendedorismo e protege seu patrimônio natural e cultural até 2025.

### 7.3 Valores

Os princípios que fundamentam o plano municipal de turismo são: Compromisso – Gestão participativa – Cooperação – Excelência - Integração – Inovação – Ética – Empreendedorismo – Respeito – Diversidade – Transparência.

### 7.4 Eixos temáticos, linhas de atuação e ações

A partir do diagnóstico e da análise FOFA, foram listados cinco (05) eixos temáticos com 16 áreas de atuação, que juntas contribuem para o desenvolvimento do turismo no destino. Os eixos temáticos e suas respectivas linhas de atuação estão demonstradas na figura 7.

Figura 7. Eixos temáticos e linha de atuação do PMT de Ananindeua (2022-2025)



Fonte: SEDEC (2022).

As linhas de atuação são detalhadas a seguir como objetivos a serem alcançados. No quadro 4, serão apresentadas as atividades definidas, separadas por eixo temático.

Quadro 4. Detalhamento das linhas de atuação do PMT de Ananindeua (2022-2025)

<b>PLANEJAMENTO E GESTÃO</b>		
<b>Linha de atuação:</b> Oferta e demanda turística		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Inventariar a oferta turística	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC, Secretaria de Estado de Turismo - SETUR
Realizar a pesquisa de demanda turística	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC, Secretaria de Estado de Turismo - SETUR
<b>Linha de atuação:</b> Estudos e pesquisas relacionadas à atividade turística		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Elaborar estudos e pesquisas relacionadas à atividade turística	Curto	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC
<b>Linha de atuação:</b> Política de turismo local		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Elaborar a política de turismo local	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo - COMDET
<b>Linha de atuação:</b> Mapa do turismo nacional		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Inserir o município no mapa do turismo nacional	Curto	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC
<b>Linha de atuação:</b> CADASTUR		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Aumentar o número de empreendedores no CADASTUR	Longo	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC Secretaria de Estado de Turismo - SETUR
<b>Linha de atuação:</b> Redes temáticas e territoriais de turismo		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Desenvolver as redes temáticas e territoriais de turismo com foco na diversificação dos segmentos turísticos	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo - COMDET
<b>MARKETING E PROMOÇÃO</b>		
<b>Linha de atuação:</b> Plano de marketing do turismo		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Elaborar o plano de marketing do turismo	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC
<b>Linha de atuação:</b> Eventos nacionais e internacionais de promoção ao turismo		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Participar de eventos nacionais e internacionais de promoção ao turismo	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC Secretaria de Estado de Turismo - SETUR
<b>Linha de atuação:</b> Calendário de Eventos		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Mapear eventos e festejos realizados no município	Curto	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC
<b>Linha de atuação:</b> Eventos para a divulgação do destino		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Patrocinar eventos para a divulgação do destino Ananindeua	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC
<b>Linha de atuação:</b> Material promocional para captação de investimento		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Elaborar material promocional para captação de investimento	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC

<b>CAPACITAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO</b>		
<b>Linha de atuação:</b>		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Capacitar e qualificar empreendedores da cadeia produtiva do turismo	Longo	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR Secretaria de Estado de Turismo – SETUR

<b>INFRAESTRUTURA</b>		
<b>Linha de atuação: Infraestrutura turística</b>		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Estruturar obras e serviços de infraestrutura turística	Longo	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC e SESAN
<b>Linha de atuação: Centro de Atendimento ao Turista (CAT)</b>		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Implantar centro de atendimento ao turista	Longo	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC e SESAN

<b>SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS</b>		
<b>Linha de atuação: Roteiros turísticos</b>		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Desenvolver roteiros turísticos	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC. Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo - COMDET
<b>Linha de atuação: Equipamentos turísticos</b>		
<b>Ação</b>	<b>Prazo</b>	<b>Parceiros para execução</b>
Requalificar equipamentos nos destinos turísticos	Médio	Prefeitura Municipal de Ananindeua, SEDEC e SESAN.

## 8. INDICADORES, METAS E AVALIZAÇÃO DE MONITORAMENTO

Para compreender a dinâmica do desenvolvimento do turismo e verificar na prática o seu impacto no território, faz-se necessário a existência do monitoramento das atividades que auxiliem no acompanhamento pelos os empresários e gestores públicos do turismo do destino. No quadro 5, serão apresentadas as atividades definidas, separadas por eixo temático:

Eixo temático°	Atividades	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Planejamento e gestão	Inventariar a oferta e demanda turística												
	Inserir o município no mapa nacional de turismo												
	Elaborar a política de turismo local												
	Aumentar o número de empreendedores no CADASTUR												
	Desenvolver as redes temáticas e territoriais de turismo com foco na diversificação dos segmentos turísticos												
	Elaborar estudos e pesquisas relacionadas à atividade turística												
Marketing e promoção	Elaborar o plano de marketing do turismo												
	Participar de eventos nacionais e internacionais de promoção ao turismo												
	Mapear eventos e festejos realizados no município												
	Patrocinar eventos para a divulgação do destino Ananindeua												
	Elaborar material promocional para captação de investimento												
Capacitação e sensibilização	Capacitar e qualificar empreendedores da cadeia produtiva do turismo												
Infraestrutura	Implantar centro de atendimento ao turista												
	Estruturar obras e serviços de infraestrutura turística												
Serviços e equipamentos turísticos	Desenvolver roteiros turísticos												
	Requalificar equipamentos nos destinos turísticos												

Fonte: SEDEC (2022)

No quadro 6, serão a apresentados os indicadores, bem como das metas estabelecidas.

Quadro 6. Indicadores de monitoramento do PMT de Ananindeua (2022-2025).

Indicador	<b>Índice de Competitividade Turística</b>			
Descrição	Verificação da capacidade das variáveis relacionadas ao turismo, que qualificam um destino como competitivo no turismo.			
Fonte:	Pesquisa de competitividade turística			
Meta	2022	2023	2024	2025
	31	41	51	61
Total	50%			

Indicador	<b>Fluxo turístico</b>			
Descrição	Número absoluto do fluxo de turistas regionais, nacionais e internacionais que se deslocam pelo município de Ananindeua ao ano.			
Fonte:	Pesquisa de demanda turística. Receita de ocupação hoteleira.			
Meta	2022	2023	2024	2025
	10%	10%	20%	10%
Total	50%			

Indicador	<b>Número de prestadores de serviços cadastrados no Cadastur</b>			
Descrição	O cadastro permiti ao prestador atuar legalmente, de acordo com a Lei do Turismo, por meio da emissão do Certificado Cadastur, assim como oferece benefícios aos cadastrados.			
Fonte:	Secretaria de Estado de Turismo (SETUR)			
Meta	2022	2023	2024	2025
	10%	10%	20%	10%
Total	50%			

Indicador	<b>Gasto médio individual</b>			
Descrição	Número absoluto do gasto médio individual de viagem, composto por gastos realizados por cada turística com transporte interno, alimentação, hospedagem, atrativos e outros.			
Fonte:	Pesquisa de demanda turística			
Meta	2022	2023	2024	2025
	R\$ 3.500,00	R\$ 3.800,00	R\$ 4.000,00	R\$ 4.500,00
Total	30%			

Indicador	<b>Taxa de ocupação hoteleira</b>			
Descrição	Proporção entre a oferta de unidades habitacionais (UH's) ocupadas sobre a oferta diária de UH's vezes o número de dia do mês.			
Fonte:	Boletim de ocupação hoteleira			
Meta	2022	2023	2024	2025
	55%	65%	85%	95%
Total	40%			

Indicador	<b>Número de trabalhadores do turismo qualificados</b>			
Descrição	Capacitação e qualificação dos atores participantes da cadeia produtiva do turismo.			
Fonte:	SENAR e SEDEC			
Meta	2022	2023	2024	2025
	250	250	250	250
Total	1000			

Indicador	<b>Número de visitantes nos espaços naturais</b>			
Descrição	Número absoluto de visitantes aos parques, ilhas e regiões naturais.			
Fonte:	Boletim de visitação aos atrativos			
Meta	2022	2023	2024	2025
	10%	10%	20%	10%
Total	50%			

## REFERÊNCIAS

ACENTURE. **The five trends shaping tomorrow's traveller**. 2021. Disponível em: <https://www.accenture.com/ch-en/blogs/travel/five-trends-shaping-tomorrows-traveller>. Acesso em: 15 de jun. 2022.

ALMEIDA, A.F.; JARDIM, M.A.G. Uso de indicadores de desenvolvimento socioeconômico, urbano-ambiental e turístico para análise dos efeitos dos investimentos públicos na Amazônia Atlântica, Pará, Brasil. **Journal of Integrated Coastal Zone Management/ Revista de Gestão Costeira Integrada**. v. 19 n. 4. p:191-207. 2019.

AMADEUS. **Seis tendências que irão agitar o mundo das viagens em 2022**. 2021. Disponível em: <http://www.amadeus.com/pt/insights/blog/seis-tendencias-que-irao-agitar-mundo-das-viagens-em-2022>. Acesso em 14 de jun de 2022.

ANANINDEUA. Prefeitura Municipal de Ananindeua. **Plano Plurianual: 2022-2025**. 2021, 143p.

BOOKING. **Principais aprendizados para o setor das previsões de viagem para 2022 da Booking.com**. 2021. Disponível em: <https://www.parther.booking.com/pt-br/click-magazine/principais-aprendizados-para-o-setor-das-previs%C3%B5es-de-viagem-para-2022-da-bookingcom>. Acesso em 14 jun. de 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estratégia de Gestão do Inventário da Oferta Turística**. Brasília: MTUR, 2004, p. 19.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: Relatório Brasil**. 84p. 2ª ed. Revisada. Ministério do Turismo, Brasília, Brasil. 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional: Relatório Brasil 2009** / Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (Organizador). Brasília: MTUR, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Índice de competitividade do turismo nacional: destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: Relatório Brasil 2013**. 84p. Ministério do Turismo, Brasília, Brasil. 2014.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Informações para o sistema público de emprego e renda**. Brasília: MTPS, 2020. Disponível em: [https://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged\\_isper/index.php](https://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_isper/index.php). Acesso: 19 de out. 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro 2021**. CGDI/SGE/SE/MTur: Brasília, 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo 2022**. Brasília: MTUR, 2022a. Disponível em: <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 17 de jul. de 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Painel Mapa de Empresas**. Brasília: ME, 2022b. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>. Acesso: 19 de out. 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Anuário Estatístico de Turismo 2021**. Volume 48. Ano Base 2020. 2ª Edição. CGDI/SGE/SE/MTur: Brasília, 2022c.

BUTLER, R. The concept of a tourism area of life cycle of evolution: implications for management of resources. **Canadian Geographer**, v. 19, n. 1, p. 5-12. 1980.

EXPEDIA GROUP. **The goat mindset**: Expedia reveals 2022's biggest travel trend. 2021. Disponível em: <https://www.expediagroup.com/media/media-details/2021/The-GOAT-mindset-expedia-reveals-2022s-biggest-travel-trend/default.aspx>. Acesso em: 15 de jun. de 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PIB Per Capita**. 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/belem/panorama> Acesso em 06 de out. de 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **População estimada**. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data de referência 1 de julho de 2021. 2021.

PARÁ. SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO PARÁ. **Perfil da demanda turística em baixa temporada (consolidado)**. Belém: SETUR/PA, 2020.

PARÁ. SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO PARÁ. Cadastro regulares do Cadastur. Belém: SETUR/PA, 2022.

REVISTA HOTÉIS. **Dez tendências que devem moldar a indústria hoteleira em 2022**. 2021. Disponível em: <https://www.revistahoteis.com.br/dez-tendencias-que-devem-moldar-a-industria-hoteleira-em-2022>. Acesso em: 15 de jun. de 2022.

RIMT. Rede de Inteligência do Mercado no Turismo. **Tendências do turismo 2022**. 2022.

RUIZ, T.C.D.; AKEL, G.M.; GÂNDARA, J.M.G. Estudos de competitividade turística: comparativo do modelo de Dwyer e Kim e do estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do Brasil. **Turismo & Sociedade**, v. 8, n 1, p: 15-37. 2015.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná. **Guia de tendências 2022/2023**. SEBRAE/PR, 2021. 49p.

SILVA, J.A.; SANTOS, C.A.J. Análise competitiva do turismo no município de Aracaju. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 3, n. 2, p: 188-210. 2015.

TEIZEN. Beatrice. **OMT: Turismo tem início forte em 2022, mas enfrenta novas incertezas**. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e->

[estatisticas/2022/03/omt-turismo-tem-inicio-forte-em-2022-mas-enfrenta-novas-incertezas\\_188227.html](https://www.unwtotourismacademy.ie.edu/2021/08/tourism-trends-2022). Acesso em 01 de jun. 2022.

TRIPADVISOR. **Travel in 2022**. A look ahead. 2022. Disponível em: <https://www.unwtotourismacademy.ie.edu/2021/08/tourism-trends-2022>. Acesso: 14 de jun 2022.

UNWTO. **Tourism Academy**. Tourism trends 2022. 2021. Disponível em: <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/2021/08/tourism-trends-2022>. Acesso em 15 de jun. de 2022.

VIEIRA, D.P.; HOFFMANN, V.E. Competitividade e desenvolvimento: um estudo em destinos indutores do turismo Brasileiro. **Revista Alcance-Eletrônica**, v. 20, n. 3, p: 400-416. 2013.

WTTC. **Trending in travel**: Emerging consumer trends in travel & tourism in 2021 and beyond. 2021.

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AI/ IA	Inteligência artificial
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil
APA	Área de proteção ambiental
AR/ RA	Augmented reality/ Realidade aumentada
CADASTUR	Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos
CAT	Centro de Atendimento ao Turista
COMDET	Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo
COVID-19	Coronavírus
DDCT	Diretoria de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo
FOFA	Forças, oportunidades, fraquezas e ameaças
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICTN	Índice de Competitividade do Turismo Nacional
IDEB	Índice de Desenvolvimento da Educação Básica
INVITUR	Sistema de inventariação da oferta turística
IOT	Inventário da oferta turística
IOT/ IDC	Internet of things /Internet das coisas
ME	Ministério da Economia
MTUR	Ministério do Turismo
NFT	Códigos irreplicáveis
PIB	Produto interno bruto
PIX	Pagamento instantâneo
PMA	Prefeitura Municipal de Ananindeua
PPA	Plano plurianual
REVIS	Refúgios da vida silvestre
RIMT	Rede de Tendências de Mercado no Turismo
RMB	Região Metropolitana de Belém
SECULT	Secretaria Municipal de Cultura
SEDEC	Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico
SEMA	Secretaria Municipal de Meio Ambiente
SETUR	Secretaria de Estado de Turismo
SISMAPA	Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro
TBC	Turismo de base comunitária
UF	Unidades da federação
UH'S	Unidades habitacionais
VA	Variável atendida
VNA	Variável não atendida
VPA	Variável parcialmente atendida
VR/ RV	Virtual reality / Realidade virtual