

BOLETIM DE MERCADO

# *Círio de Nazaré*



**SEBRAE**



**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

**Fernando Yamada**

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

**Fabrizio Guaglianone**

Diretor Superintendente

**Hugo Suenaga**

Diretor Técnico

**André Fernandes de Pontes**

Diretor Administrativo e Financeiro

**UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E MERCADO**

**Clemilton Jansen Holanda**

Gerente da unidade

**Waldinéa do Socorro Castro de Andrade**

Analista da unidade

**Adauto Lobo de Oliveira**

Analista da unidade

**Alessandra Kelma de Souza**

Analista da unidade

**Felinto Coelho Mendes**

Analista da unidade

**Eduardo Pereira Carneiro**

Analista da unidade

**Maryellen Lima Rodrigues Pinto**

Analista da unidade

**Julio Cesar Conceição de Melo**

Analista da unidade

**CONSULTORES RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO**

**Karan Roberto da Motta Valente**

**Paul Marcel Oliveira Pereira**



# Introdução

O Turismo Religioso ou Espiritual é um dos segmentos que mais cresce no mundo, sendo estimado em 2016 pela Organização Mundial do Turismo (OMT) uma movimentação anual de 300 a 330 milhões de pessoas e 600 milhões de viagens. Cada vez mais as localidades que oferecem atrações deste tipo estão entre os destinos mais procurados e escolhidos pelos turistas brasileiros e estrangeiros, que buscam espiritualidade, um milagre ou elevação.

Segundo o levantamento feito pelo Ministério do Turismo (Mtur), no Brasil existem aproximadamente 96 destinos com calendário de eventos exclusivos para o Turismo Religioso, os quais atraem aproximadamente 17,7 milhões de pessoas todos os anos, e geram uma receita de R\$ 15 bilhões para a economia nacional (dados de 2014).

Apesar da existência de diversas opções no país, apenas cinco são considerados como os destinos mais populares do turismo religioso, a citar: Aparecida do Norte (SP) para homenagear Nossa Senhora Aparecida; Juazeiro do Norte (CE) para romaria de Padre Cícero Romão Batista ou "Padim"; Nova Trento (SC) para visitar o Santuário de Madre Paulina; Brejo da Madre de Deus (PB), nas semanas que antecedem a Páscoa, para assistir ao

espetáculo da Paixão de Cristo na réplica da cidade de Jerusalém; e no segundo domingo de outubro, Belém (PA) para o Círio, com as romarias e procissões em devoção a Nossa Senhora de Nazaré.

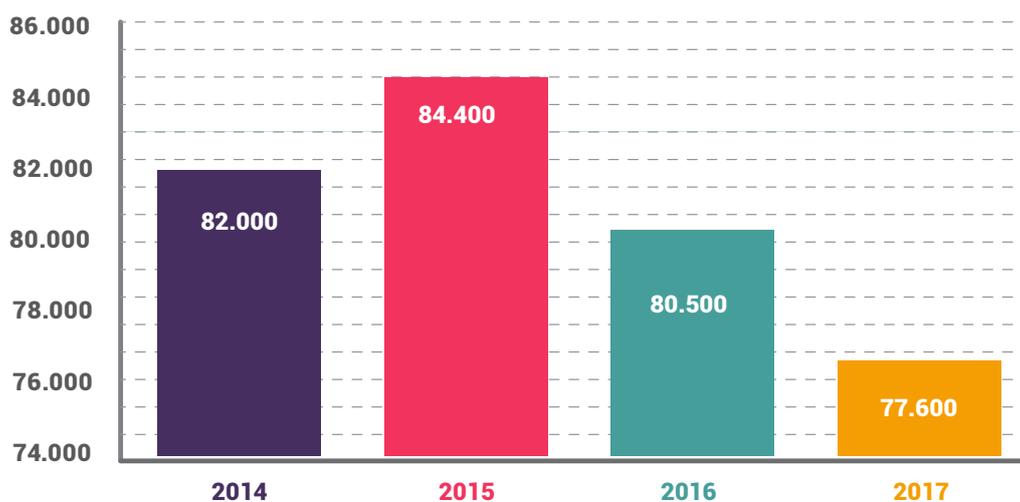
O Círio de Nazaré, como é conhecido, é visto como a maior festa religiosa do país, e considerada por muitos como a maior do mundo! É celebrada em Belém/PA, desde 1793, e sem dúvida é o grande motivo de orgulho dos paraenses. Afinal, é a única festa religiosa no país capaz de levar às ruas, em um mesmo dia, mais de 2 milhões de pessoas em procissão, por um percurso de pouco mais de 5h – como revela os dados de 2016, da Diretoria da Festa de Nazaré e o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos do Pará (Dieese/ PA).

Além disso, em 2013, o Círio de Nazaré foi incluído na lista de Patrimônio Cultural da Humanidade, da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) ao lado do Samba de Roda do Recôncavo Baiano, a Arte Kusiwa – Pintura Corporal e Arte Gráfica Wajãpi, e o Frevo. Com a inclusão, o Brasil passou a ter 04 (quatro) bens imateriais que desempenham um papel crucial na promoção da diversidade cultural em todo o mundo.

# *Círio De Nazaré: A Fé Que Move A Economia*

Segundo a Secretaria de Estado de Turismo do Pará (Setur) o Círio é o principal evento turístico do Pará, desde 2014, uma vez que atrai mais de 80 mil pessoas por ano à Belém (de diferentes faixas etárias e localidades), faturando cerca de US\$ 30,40 milhões ou pouco a mais que R\$ 100 milhões – envolvendo ainda cerca de 26 mil pessoas na organização. Além disto, mesmo em meio à crise econômica-política-social, em 2015, a Setur em parceria com o Dieese/PA, registraram o crescimento de aproximadamente 3% no número de turistas no Estado, totalizando 84,4 mil pessoas, como pode ser observado no Gráfico 1.

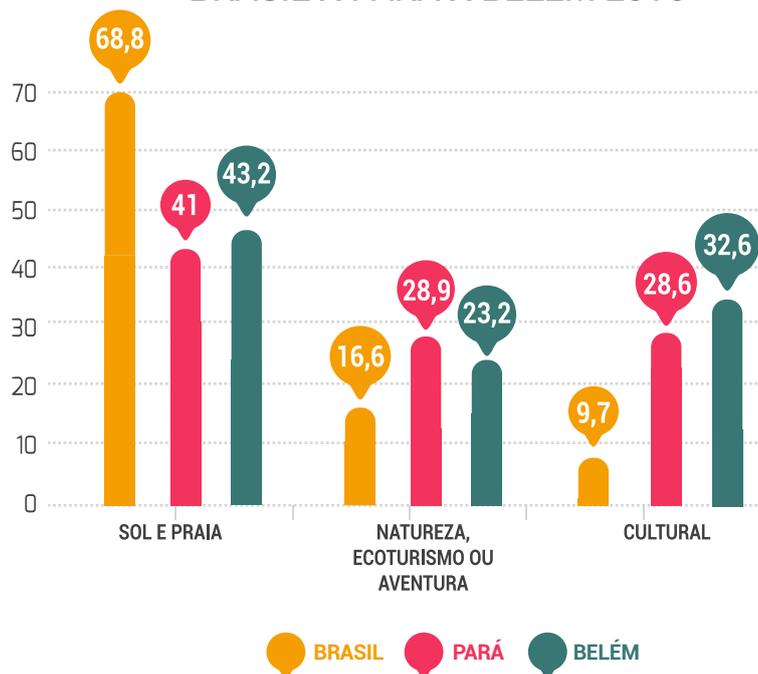
NÚMERO DE TURISTAS NO CÍRIO DE NAZARÉ



Todavia, diferente da expectativa inicial de receber 83 mil turistas no Estado, em 2016, a Setur e o Dieese/PA registraram queda de 4,62% no número de turistas, em relação ao ano de 2015; em compensação, foi alcançada a estimativa de faturamento na ordem de US\$ 30,4 milhões. Para 2017, a expectativa é de nova retração: queda de 3% em relação ao quantitativo do ano anterior, o que representa o recebimento de apenas 77,6 mil turistas para o Círio.

Apesar do cenário pessimista provocado pela conjuntura econômica nacional, é possível acreditar que estes resultados podem ser revertidos pela demanda turística (principalmente) internacional, que cada vez mais tem se revelado importante para o Estado do Pará — conforme o esperado a partir das ações realizadas em consonância com o Plano Estratégico de Turismo Ver-o-Pará, e os resultados obtidos no último levantamento realizado pelo Mtur, que revelou a motivação cultural como principal razão dos turistas viajarem à lazer ao Pará e a capital Belém, como pode ser observado no gráfico 2 apresentado pelo Ministério do Turismo (Mtur), na VIII FITA - Feira Intenacional de Turismo da Amazônia.

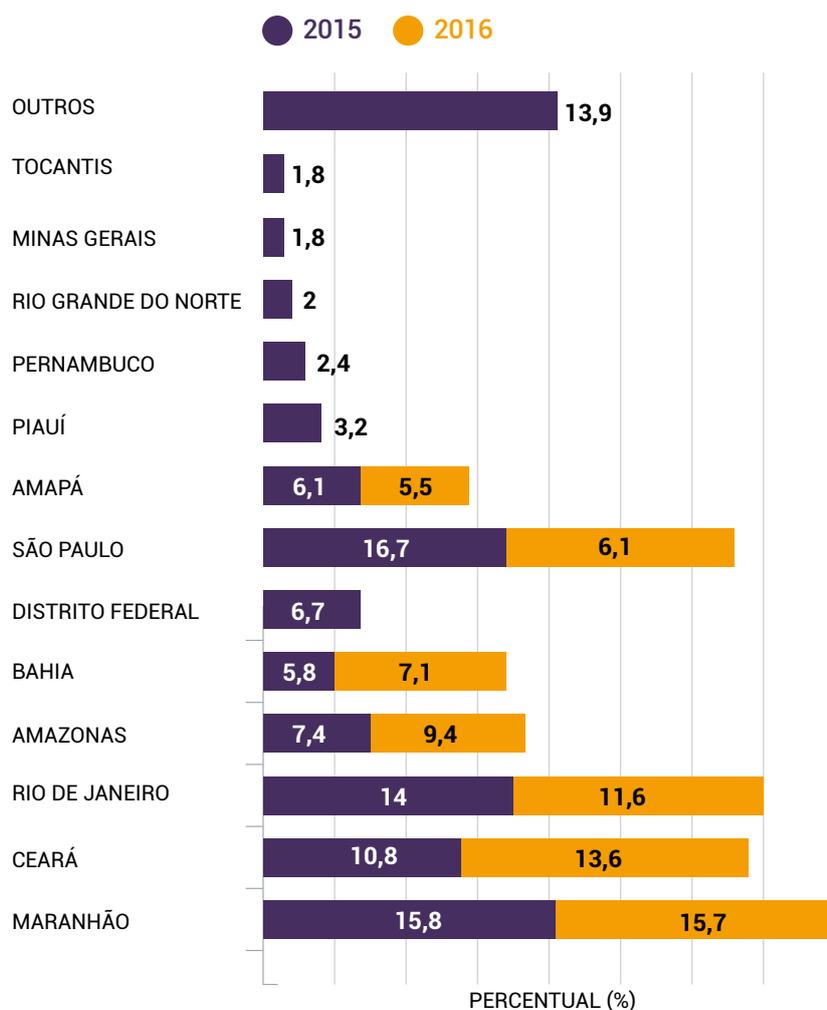
PERFIL DOS TURISTAS -  
BRASIL X PARÁ X BELÉM 2016



Fonte: Battistuz apud Mtur, 2017

Além disto, a Setur ainda acredita nas consequências positivas que as recentes exposições na mídia nacional podem gerar para o período da festividade Nazarena, tanto para a atração de novos visitantes quanto para o estímulo daqueles que são paraenses e residem em outras regiões e/ou já vieram em anos anteriores de São Paulo (16,7%), Maranhão (15,8%), Rio de Janeiro (14%) e outras localidades, como pode ser observado no comparativo do Gráfico 3.

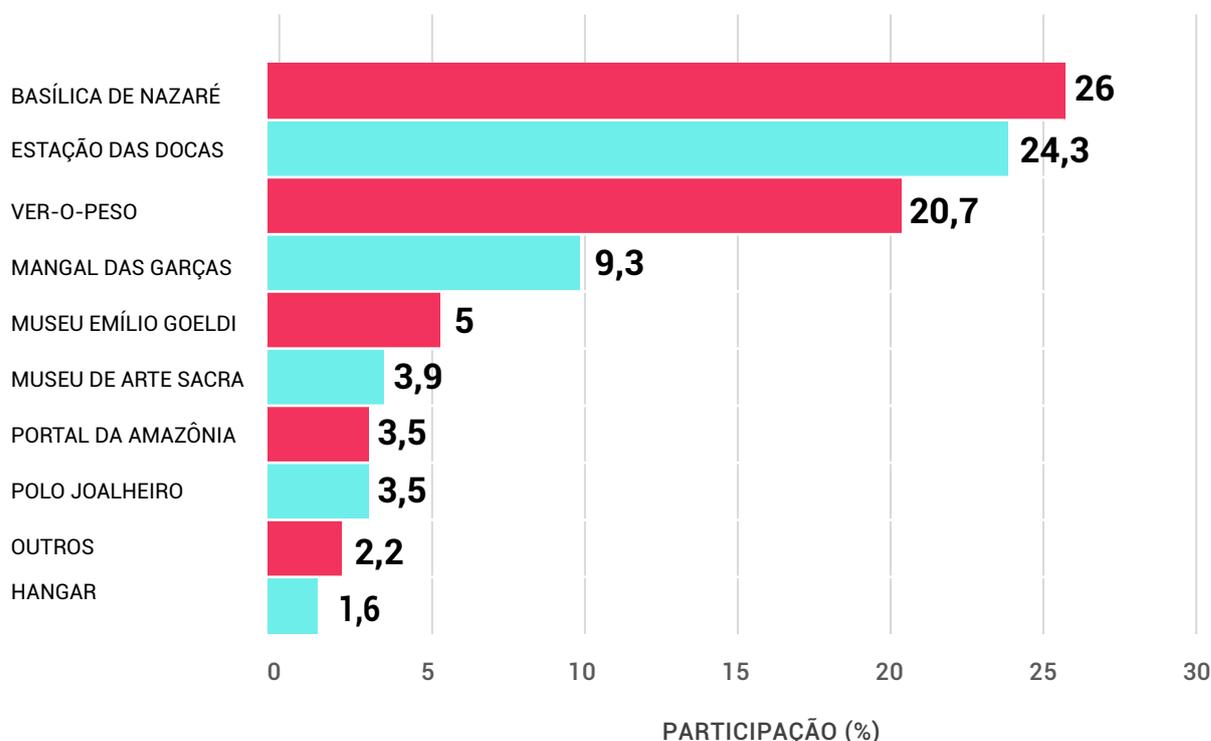
### TURISTAS EM VISITA À BELÉM, SEGUNDO A RESIDÊNCIA PERMANENTE, POR OCASIÃO DO CÍRIO - ANO 2015-2016.



Com o total estimado de 2 milhões de pessoas – entre locais, turistas domésticos e internacionais, nas ruas de Belém durante o Círio de Nazaré, não há como negar que a festividade é importantíssima para a economia do Estado, e principalmente para os micro e pequenos negócios ou autônomos que têm a oportunidade de atender um maior volume de clientes, aumentar suas vendas, gerar uma renda extra e, até expandir seus produtos/serviços para atender a demanda de outras localidades.

É interessante ainda observar que, diferente de outros destinos religiosos em que é mais comum os visitantes fazerem “bate-e-volta” sem pernoitar no destino (típico de passeios excursionistas), no Círio, por sua dinâmica de atividades e romarias em diferentes dias, os turistas tendem a passar em média 7 (sete) dias na capital paraense, visando o cumprimento da agenda religiosa e também o conhecimento dos pontos turísticos, a culinária, a biodiversidade da Amazônia e etc – no Gráfico 4 é possível ver em detalhes os principais locais visitados durante a visita à capital.

LOCAIS VISITADOS POR TURISTAS NO CÍRIO, EM BELÉM, 2015.

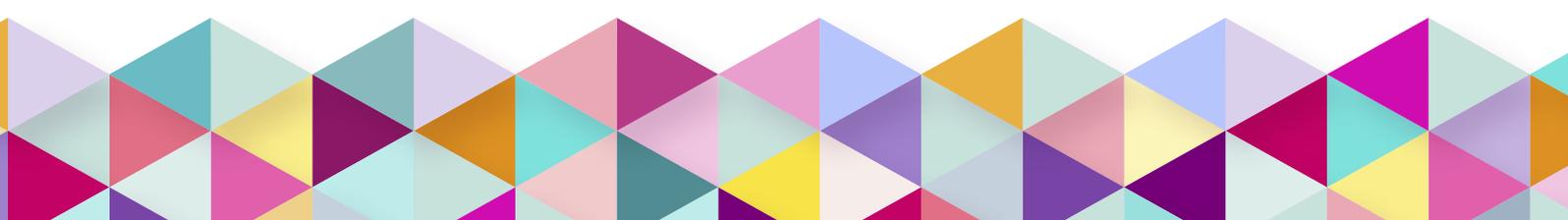


Diretamente relacionado a isto, no que tange às hospedagens, o boletim do turismo do estado do Pará 2017 revela que, durante o Círio de 2015 56,4% se hospedaram na casa de amigos ou parentes, enquanto que os demais se alojaram em hotéis, pousadas, pensões e albergues (30,6%) e outros tipos de acomodação (casa própria, alugada ou pensão).

Este comportamento é justificado, principalmente, pelo fato do Círio ser vivido por muitos como sendo o "Natal Paraense", ou seja, momento no qual os familiares que residem em outras cidades retornam a capital para ficar com a família ou que amigos convidam outros amigos de fora do Estado para conhecer a festividade; representando assim um momento íntimo e de união familiar.

A partir do exposto, compreende-se que este evento movimentava praticamente todos os setores da economia paraense: turismo, comércio, serviço, agrícola, industrial, de maneira direta ou indireta, tendenciando a contribuir para a geração de um saldo positivo de incremento em vendas e empregos no 2º semestre de cada ano.

Neste sentido, é fundamental que os estabelecimentos comerciais e de serviço estejam preparados para receber a demanda turística decorrente da festividade, não apenas para garantir o incremento nas vendas, mas, principalmente, para proporcionar as melhores experiências para o público visitante e, conseqüente, estimular o seu retorno e/ou indicação a outros potenciais clientes.



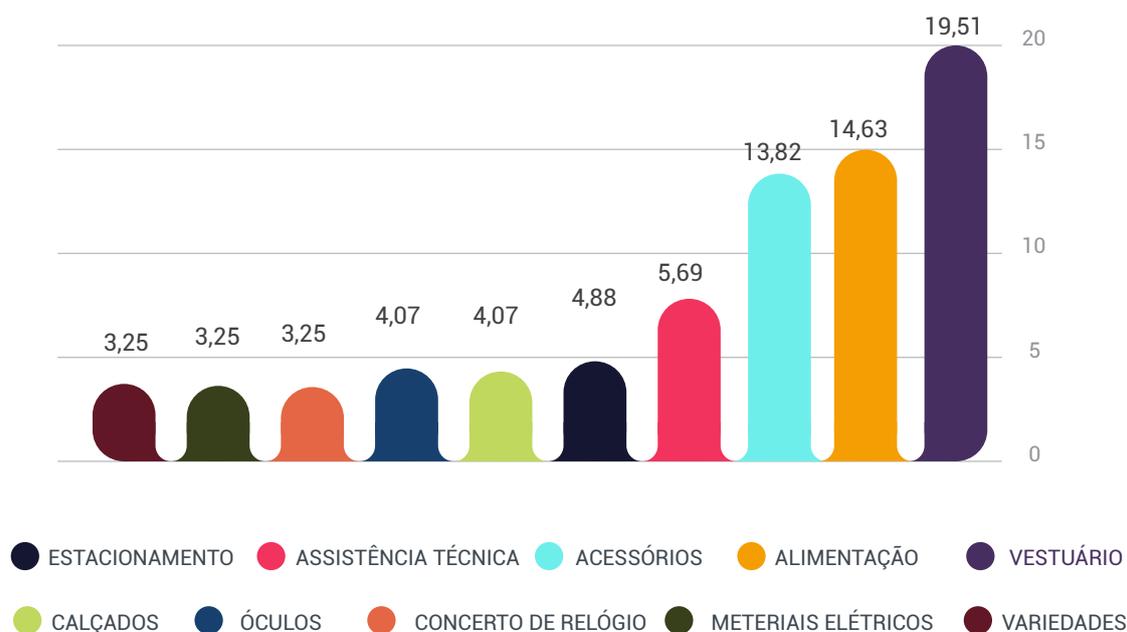
## Dados Primários

Fundamentado nos dados secundários levantados a respeito do panorama geral do Círio de Nazaré, percebeu-se como oportuno o desenvolvimento de uma pesquisa com dados primários junto aos empreendimentos comerciais e aos consumidores, da Região Metropolitana de Belém (RMB), a fim de entender de forma mais substancial como se dá a dinâmica mercadológica local durante as festividades do Círio.

Como saldo desta pesquisa obteve-se como perfil de consumidores, a predominância da faixa etária de 29 a 39 anos (58,15%), solteiros (45,81%), com grau de escolaridade médio completo (44,42%) e renda familiar de 01 a 03 salários mínimos (65,82%), o que representa rendimentos entre R\$ 937,00 e R\$ 2.810,99.

No que tange ao perfil das lojas comerciais 66,40% estão em funcionamento entre 1 a 6 anos, são de pequeno porte (com até 10 colaboradores) e atuam nos segmentos de vestuário (19,51%), alimentação (14,63%) e acessório (13,82%), como pode ser observado em detalhes no Gráfico 5.

PERCENTUAL DE EMPRESAS DA RMB POR SEGMENTOS MAIS CITADOS.

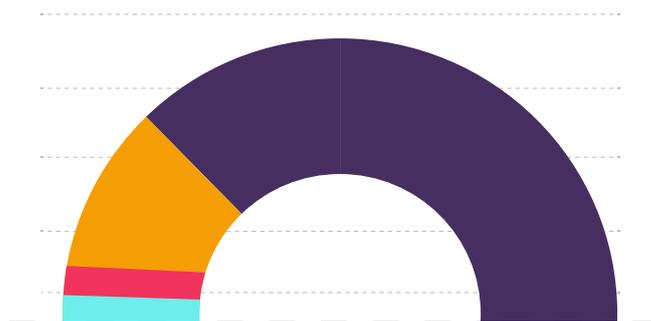


Sobre o faturamento, pode-se constatar que 92% das lojas alcança melhores resultados no mês de dezembro, ocasião em que ocorrem os festejos de fim de ano — confraternizações, Natal e virada de ano, e que a população está mais estimulada e capitalizada, pelo recebimento do 13º salário, para gastar.

Entretanto, analisando os períodos/eventos do 2º semestre de maior faturamento (entre os citados), percebe-se também que no final do ano as lojas também investem mais em divulgação e promoção de produtos, diferente das outras datas comemorativas do mesmo período, como o Círio por exemplo.

Sobre isto, um ponto a se destacar é que este comportamento é comum em outros tipos de estabelecimentos na região, haja vista que por se tratar de quesito religioso muitos preferem não manifestar sua preferência para não afastar possíveis clientes.

#### PERCENTUAL DA RMB POR EVENTO DE MAIOR FATURAMENTO.



● NATAL  
92,80%

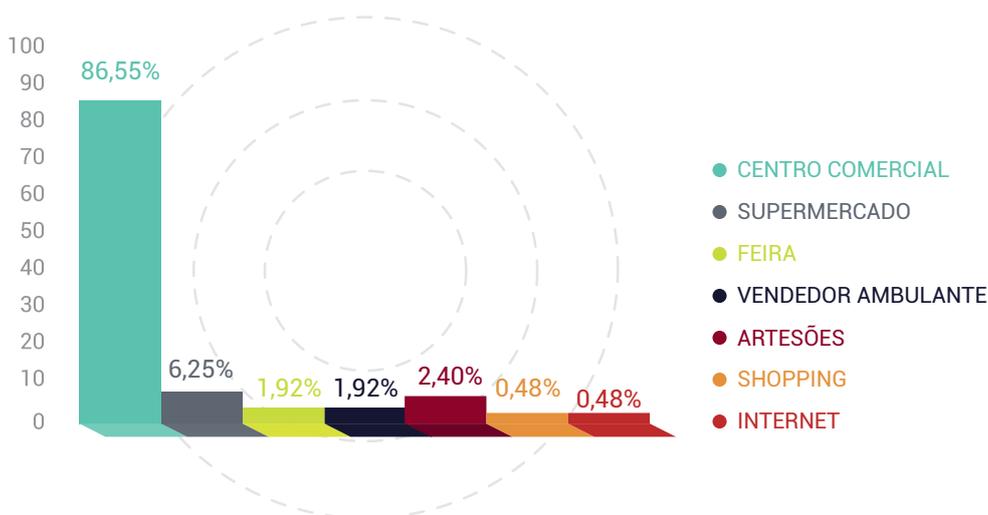
● BLACK FRIDAY  
5,60%

● CÍRIO DE NAZARÉ  
0,80%

● DIA DAS CRIANÇAS  
0,80%

Ainda segundo a pesquisa 80,80% das lojas não pretendem fazer promoções para o período do Círio, da mesma forma que, não pretendem fazer contratações ou outras preparações de equipe para atender as demandas específicas deste período, pois 92,80% acreditam que o volume do público do período será regular aos demais meses do ano.

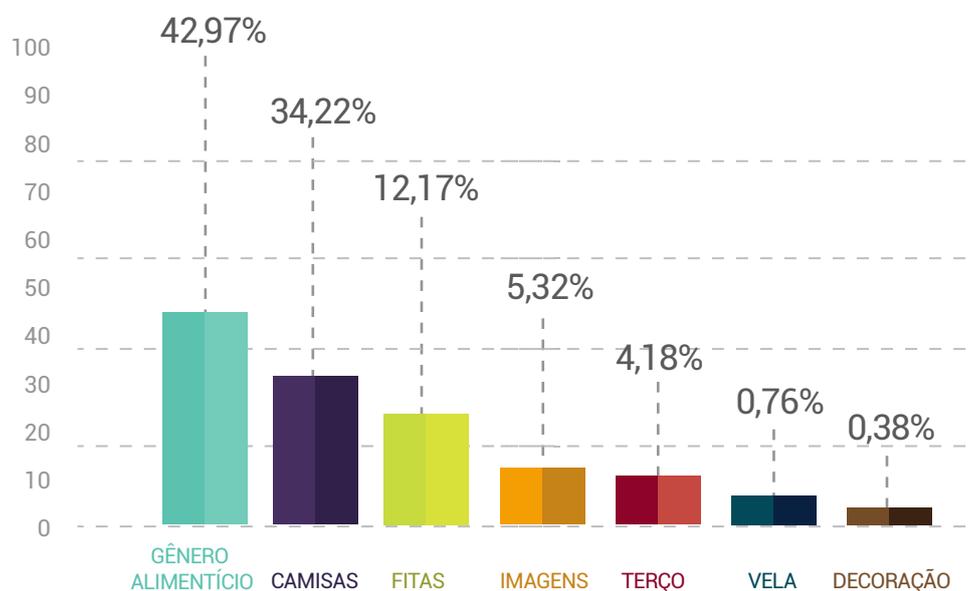
### PERCENTUAL DA RMB POR LOCAL DE COMPRA.



Entretanto, esta expectativa vai de encontro com as informações levantadas junto aos consumidores, que informaram frequentar o centro comercial (86,55%) para realizar as compras para a festividade do Círio – ver Gráfico 7, além de estimarem aumentar o seu consumo durante a festividade, com gastos entre R\$ 100,00 e R\$ 300,00.

Porém, se avaliar esta declaração pelo viés do tipo de produto que os consumidores mais procuram neste período, como pode ser observado no Gráfico 8, infere-se que esta procura no Centro Comercial deve ocorrer em locais pontuais e lojas específicas de produtos com a temática do Círio.

### PERCENTUAL DA RMB POR TIPO DE PRODUTO QUE COMPRA NO CÍRIO



Sobre o comportamento das lojas entrevistadas é curioso notar que entre aquelas que estimam oferecer produtos temáticos ao Círio, 29,16% pensa em alimentos típicos, 25% camisas e 20,83% acessórios religiosos, objetivando obter um crescimento de 10% nas vendas, em comparação com o mesmo período do ano anterior.

## Oportunidades Mercadológicas

A partir do cruzamento e análise dos dados expostos, ratifica-se a gama de oportunidades econômicas a serem geradas ao Estado do Pará e, principalmente, aos empreendedores (com negócios já consolidados, em desenvolvimento ou com perfil autônomo) durante a festividade do Círio de Nossa Senhora de Nazaré.

Para facilitar a compreensão dessa magnitude, serão apresentados a seguir, de forma pontual, onde estão as principais oportunidades mercadológicas deste período de sazonalidade Paraense:

### Transporte

Como ponto de partida para o turismo religioso têm-se os meios de transporte que abarcam tanto a chegada ao destino esperado como a locomoção dos turistas no local. No caso do Círio, os meios aéreos, rodoviários e fluviais são utilizados intensamente nos dias que precedem a procissão. Para se ter dimensão, em 2017, serão disponibilizados 52 voos extras (entre os dias 06 e 09/09), totalizando mais de 9 mil assentos.

Neste quesito, as oportunidades crescem para agências de turismo e turismo receptivo, com pacotes que incluem, aéreo, traslados, city tour e passeios pelo rio e ingressos para romaria fluvial; as companhias aéreas e rodoviárias (intermunicipais) que veem na ocasião a

oportunidade para aplicar a Lei da Oferta e Demanda, reajustando o preço das passagens em torno de 2,43% e 16,61%, respectivamente, em relação ao mesmo período do ano passado; as empresas de locação de veículos que atendem à demanda dos turistas que preferem explorar a cidade por conta própria; os motoristas de taxi e, principalmente, os particulares de aplicativos que atendem os turistas que preferem segurança, agilidade e maior conforto no transporte.

Além dos demais negócios que podem aproveitar indiretamente do crescimento nos portos de chegada/saída, como vendedores de alimentos e bebidas, adereços temáticos ao Círio e até mesmo grupos musicais para entreter o público.

## Hospedagem

No quesito hospedagem, apesar de 56,4% dos turistas do período se hospedarem na casa de amigos ou familiares, os demais buscam pelas opções de acomodação que melhor se adequem a sua realidade turística (considerando o perfil de viajante e os acompanhantes) e financeira. Enquanto opção, os hotéis e pousadas são os principais alvos de busca, devido a sua infraestrutura, benefícios (pacotes especiais para o Círio), credibilidade e segurança que em regra proporcionam.

Contudo, em virtude do desejo de viajar em meio à crise financeira, outras opções de acomodação também podem surgir como opção aos turistas mais flexíveis ou que desejam vivenciar o espírito da localidade, que são: os aluguéis de imóveis completos pela temporada (de 7 a 15 dias) ou aluguéis de apenas um cômodo da casa por alguns dias. Nestes, o valor da diária, a infraestrutura do imóvel e a localização são os principais critérios de escolha, mas também o contato do proprietário com o interessado, através da internet, faz grande diferença para criação de empatia e segurança sobre o investimento.

Nesta modalidade, a locação do imóvel ou apenas parte dele pode surgir tanto como opção no período do Círio para geração de renda quanto para o investimento (enquanto negócio) no médio e longo prazo, haja vista que o crescimento no fluxo turístico do Estado tem crescido anualmente e que, atualmente, os viajantes buscam mais por vivências, novas experiências e trocas de conhecimento com os moradores da localidade.

Ainda neste quesito hospedagem, um fato curioso é que a média de turistas que viajou sozinha a Belém para o Círio de 2016 foi de 46%, o que pode representar uma oportunidade de negócio para hostels ou albergues na cidade. Segundo o estudo sobre tendências realizado pela Phocuswright e divulgado pela Hostelword, nos últimos 5 anos, o quantitativo deste tipo de hospedagem cresceu 533% no Brasil, todavia, em Belém eles ainda somam apenas 08 (oito) unidades – o que demonstra grande potencial de crescimento visto o aumento no número de visitantes a capital anualmente.

## Alimentação

A culinária paraense já ganhou fama internacional e, não a toa, se tornou um dos principais objetos de desejo dos turistas quando visitam a capital Belém. Durante as festividades do Círio, sem dúvida, este é um dos segmentos que mais proporciona rendimento a quem já possui uma infraestrutura de atendimento, como restaurantes e bares, e para quem decide empreender com as iguarias ou comidas típicas da região.

O fato é que a venda de iguarias como tucupi, maniva e jambú é feita durante o ano inteiro. Mas é nas semanas que antecedem a festa religiosa que ela realmente dispara em vendas nas feiras e supermercados, sendo necessária a compra em dobro dos produtos e a contratação de mais pessoas para auxiliar nos atendimentos. Para se ter ideia, há quem venda 2 (duas) mil garrafas pet de tucupi por dia, nas principais feiras de Belém.

Nesta época também cresce a demanda pelas comidas típicas prontas, em especial a Maniçoba, devido o esforço e o trabalho que se tem para cozinhar. Geralmente, os pedidos começam a ser feitos no início do mês de setembro se estendendo até às vésperas do segundo domingo de outubro, atingindo o quantitativo de 1.000kg do produto vendido - segundo profissionais autônomos que atuam na produção de maniçoba para o Círio a mais de 30 anos.

Além disto, nos restaurantes e bares é percebido não somente a oferta das comidas típicas no cardápio, como também a inovação nos pratos tradicionais a partir da introdução das iguarias na forma de temperos, molhos ou itens complementares.

De modo geral, no que tange a alimentação, todos os participantes da cadeia produtiva são beneficiados: desde os produtores de iguarias espalhados por todos os municípios do Estado quanto os vendedores do produto beneficiado ao consumidor final.

## Turismo

Como citado anteriormente, o Círio é o evento turístico mais importante para o Estado, haja vista o fluxo de pessoas que é atraída para a região, em um curto período de tempo, em busca de novas experiências espirituais, gastronômicas e culturais. Neste sentido, a gama de oportunidades para os empreendimentos é enorme, pois é sabido que o Estado é rico em todos esses quesitos, apesar de nem sempre bem explorados.

Igualmente como pode ser observado, os pontos turísticos tradicionais são os principais locais de atração/visitação do público, porém, sabe-se que há outras localidades e riquezas naturais que podem ser melhor exploradas neste período pelas agências de turismo e/ou profissionais que atuam na área do turismo receptivo, como: as praias com água de rio, as ilhas próximas a capital Belém, os furos de igarapés e diversos outros passeios que podem ser montados para fugir do tradicional.

## *Turismo Religioso*

De acordo com a Pastoral do Turismo, em 2016, mais de 6 mil turistas foram recebidos na Basílica de Nossa Senhora de Nazaré, somente no mês de outubro, em busca de informações de hospedagem, sobre a cidade e programação da festa nazarena. O que demanda da instituição a criação de eventos/programação especial para a recepção e acolhimento desses visitantes de grupos escolares, acadêmicos, pesquisadores e da terceira idade.

- | A partir desta informação, percebe-se que apesar da atração do público para a cidade ser motivada por um evento religioso, a oferta de roteiros ou atividades voltadas para este fim são poucas e não divulgadas pelos principais empreendimentos relacionados ao turismo, se mostrando como um ponto de melhoria e/ou exploração para os próximos anos.

## Comércio

Na análise do mercado, nota-se que o comércio é um dos segmentos mais beneficiados, pois as chances de vendas estão disponíveis para todos que optam em investir em itens relacionados a festividade. Ao longo dos últimos anos é possível observar o crescimento acentuado de produtos personalizados com a temática do Círio tanto para uso individual como coletivo, como os itens de decoração.

Entre os personalizados o que mais se destaca são aqueles produzidos artesanalmente, aliando criatividade e (em alguns casos) tradição. Os itens de vestuário, acessórios e lembranças da festividade são os de maior crescimento - tanto no mercado formal quanto informal, tendo em vista a possibilidade de criação de peças, quase sempre exclusivas, utilizando os elementos característicos da festividade como as fitas e imagens de Nossa Senhora de Nazaré. Enquanto lembranças destaca-se ainda o uso de insumos e aromas regionais, como o patchouli, a cerâmica marajoara e iocaraciense, tururi, dentre outros.

Outros itens que se destacam são os brinquedos tradicionais de miriti que, diferente do uso original (brincadeiras), hoje é mais visado como item de decoração de objetos e residências.

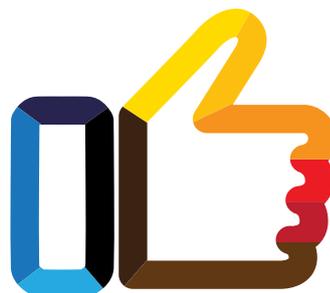
## *Dicas gerais para micro e pequenas empresas*

**1** Anualmente o SEBRAE/PA realiza a FAC – Feira de Artesanato do Círio, com o objetivo de promover e comercializar produtos ligados à festa paraense e ao cotidiano do povo amazônico. Em 2016 a estimativa de visitantes era de aproximadamente 16 mil pessoas, resultando em um total de R\$ 100 mil em vendas. Em virtude disso, notoriamente, a feira é uma excelente forma dos empreendedores, autônomos e micro e pequenas empresas mostrarem seu potencial.

**2** No Círio de 2017 são esperados 77 mil turistas, com o somatório de gastos em torno de US\$ 29 milhões. Pensando nisso, para os estabelecimentos do ramo alimentício, como exemplo, oferecer cardápios em outros idiomas, apresentar tendências culinárias com insumos da culinária local, embalagens personalizadas e adequadas ao transporte aéreo para que os turistas possam retornar às suas cidades com um “souvenirs” culinário, são ações que podem proporcionar um diferencial a mais para o estabelecimento e uma experiência única para o visitante.

**3** Observar o mercado, identificar os segmentos que mais se destacam e quem são os agentes participantes são algumas das ações que podem render boas oportunidades para parcerias durante a festividade, agregando valor não apenas ao que está sendo ofertado ao cliente como também a melhor experiência de consumo na capital.

Hospedagens podem adquirir sabonetes personalizados com a temática do Círio, empresas de turismo podem ofertar no pacote dos passeios camisetas de Nossa Senhora de Nazaré customizadas e exclusivas para seus clientes, entre outras ações que vissem proporcionar facilidade e/ou novas experiências para os turistas.



# Fontes Consultadas

BATTISTUZ, Gilce Zelina. Os números do turismo no Brasil. In: FITA – Feira Internacional de Turismo da Amazônia, VIII, 2017, Belém.

DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Notícias. Religião movimentada 330 milhões de turistas por ano e seis milhões vão a Fátima. Disponível em:  
<<http://www.dn.pt/sociedade/interior/religiao-movimentada-330-milhoes-de-turistas-por-ano-e-seis-milhoes-vao-a-fatima-5677138.html>>

DIÁRIO DO PARÁ ONLINE. Notícias. Círio também é uma ótima chance para aumentar a renda. Disponível em: <  
<http://cirio.diarioonline.com.br/noticia-interna.php?nIdNoticia=452075>>

\_\_\_\_\_. Notícias. Passageiros terão voos extras para Belém no Círio. Disponível em:<  
<http://cirio.diarioonline.com.br/noticia-interna.php?nIdNoticia=452184>>

\_\_\_\_\_. Notícias. Transportes e hospedagens para o Círio estão mais caros. Disponível em:  
<<http://www.diarioonline.com.br/noticias/para/noticia-450153-transportes-e-hospedagens-para-o-cirio-estao-mais-caros.html>>

\_\_\_\_\_. Notícias. No Ver-o-Peso, otimismo com as vendas para o almoço do Círio. Disponível em: <  
<http://cirio.diarioonline.com.br/noticia-interna.php?nIdNoticia=451749>>

FUNDAÇÃO AMAZÔNIA DE AMPARO A ESTUDOS E PESQUISAS DO PARÁ. Boletim de Turismo do Estado do Pará. Belém, 2017. 64 f.: il.

\_\_\_\_\_. Boletim de Turismo do Estado do Pará. Belém, 2016. 62 f.: il.

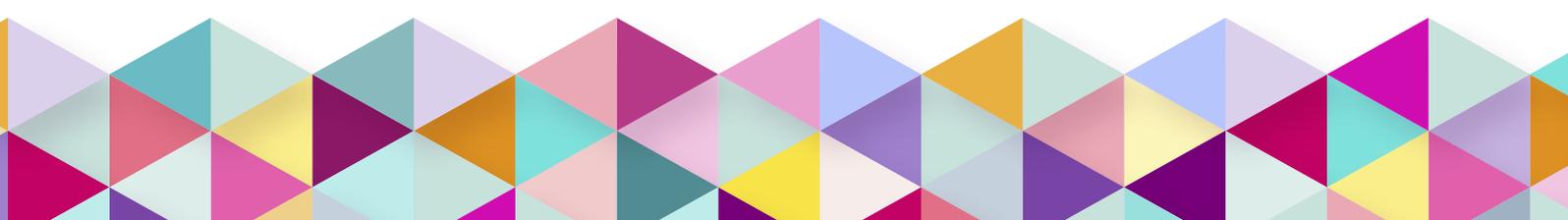
PORTAL G1. Notícias. Círio de Nazaré é declarado patrimônio cultural da humanidade. Disponível em:  
<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2013/12/cirio-de-nazare-e-declarado-patrimonio-cultural-da-humanidade.htm>  
|

\_\_\_\_\_. Notícias. Círio 2016 percorreu 140 km em 41 horas de procissões na Grande Belém. Disponível em:<  
<http://g1.globo.com/pa/para/cirio-de-nazare/2016/noticia/2016/10/cirio-2016-percorreu-140-km-em-41-horas-de-procissoes-na-grande-belem.html>>

\_\_\_\_\_. Notícias. Círio movimentado comércio de comidas típicas. Disponível em:  
<<http://g1.globo.com/pa/para/bom-dia-para/videos/v/cirio-movimentado-comercio-de-comidas-tipicas/5356869/>>

Portal ORM. Notícias. Belém deve receber cerca de 78 mil turistas durante o Círio 2017. Disponível em:<  
<http://www.orm.com.br/noticias/para/ODE2Mg==/Belem-deve-receber-cerca-de-78-mil-turistas-durante-o-Cirio-2017>>

Ministério do Turismo (Mtur). Dados e Fatos. Disponível em:  
<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html>





SEBRAE/PA



@SEBRAE/PA



@SEBRAE/PA

0800 570 0800 | [WWW.PA.SEBRAE.COM.BR](http://WWW.PA.SEBRAE.COM.BR)  
2017