

Estudo da Demanda Turística Internacional Brasil - 2018



Estrutura de Pesquisa e Resultados do Turismo Receptivo



Brasília, Junho de 2018

Histórico

- A Pesquisa do Turismo Internacional Receptivo no Brasil é realizada desde **1974**. De início pela EMBRATUR e a partir de 2009 pelo Ministério do Turismo.
- Em 2004, nova metodologia foi implementada para obter **melhor precisão** nas estimativas do estudo de turismo internacional. Entre elas:
 - **Ampliação da amostra** (Receptivo mais Emissivo), de 7.200 para 45.000 (sendo 35.000 do turismo receptivo);
 - Aumento do **nº de etapas** de coleta de dados, de **2** para **4**, com vistas à melhoria na avaliação das especificidades **sazonais** associadas ao turismo internacional no Brasil;
 - Aumento do **nº de locais** de pesquisa, de **11** para **25**, abrangendo os **principais pontos de entrada e saída** de turistas no Brasil.

Objetivos

- **Caracterizar** e **dimensionar** os consumidores do Turismo Internacional Receptivo no Brasil - perfil, gastos, destinos, local de residência, motivações, interesses, hábitos, opiniões e avaliações, etc.
- **Fortalecer** as bases de dados do sistema de informação e estatística de turismo com informações sobre o turismo internacional receptivo.
- **Disponibilizar informações** que subsidiem a tomada de decisões do setor público e privado, apoiem a definição e o acompanhamento de políticas públicas e investimentos do setor e contribuam para o **monitoramento e avaliação** do setor de turismo.

Perfil e Hábitos dos Turistas

- Principais motivos e motivações das viagens;
- Meios de hospedagens e de transportes utilizados;
- Localidades visitadas;
- Tempo de permanência no País;
- Gastos no Brasil;
- Fidelização ao destino: intenção de retorno, frequência e preferência;
- Fontes de informações sobre o País;
- Avaliações dos destinos, dos atrativos e da infraestrutura turística;
- Perfil socioeconômico do entrevistado: grau de instrução, idade e renda.

Setores Beneficiados

- **Setores Públicos:** As **políticas públicas** do Turismo e da Economia tornam-se **mais sustentadas** quando baseadas em consistentes e precisas informações, sobre as reais condições e necessidades do setor. As pesquisas fornecem subsídios para a elaboração de estratégias de *marketing*, que contribuam para o aumento da permanência e gastos dos turistas e a ampliação da oferta de produtos turísticos de qualidade adequada à demanda;
- **Setores Privados: Empresários, Associações e Entidades de Classe** das **atividades características do turismo utilizam as informações de mercado e suas tendências** para subsidiar a sua tomada de decisão sobre ampliação e fortalecimento do negócio e realização de novos investimentos (**Hotéis, Agências de Viagens, Transporte, Restaurantes**, etc.);
- **Órgãos não Governamentais:** a ampliação e o aprofundamento do conhecimento do setor, possibilita melhoria na qualidade de suas atuações a entidades como as de **Defesa do Consumidor**, de **proteção do Meio Ambiente**, entre outras;
- **Turistas:** A ampliação da quantidade e da qualidade de informações sobre o mercado possibilita o acesso a informações de **qualidade, preços, tipos de produtos que irá encontrar no destino e público que costuma visitar o local;**
- **Sociedade em geral:** Informações que permitem avaliar ações e políticas governamentais que contribuem para o aprimoramento e o desenvolvimento do **exercício da cidadania.**

Planejamento da Amostra

- **Amostra total** planejada (35 mil entrevistas) **distribuída proporcionalmente entre localidades e etapas de pesquisa**, conforme dados do fluxo turístico no ano anterior.
- Inovação em 2018: eliminou-se o procedimento de obtenção de amostras mínimas para países selecionados, vigente entre 2006 e 2017, em alinhamento com proposições do Plano Nacional Estratégico de Estatísticas Turísticas. Com essa alteração busca-se captar amostras mais representativas do fluxo turístico receptivo brasileiro.

Expansão da Amostra

- **Expansão** dos dados é feita por **Portão de entrada, País de residência e Via de acesso** (aéreo ou terrestre), segundo a distribuição populacional dada pela chegada de turistas não residentes, publicada no Anuário Estatístico de Turismo.
- FE_{ijk} = **Fator de expansão** associado a cada turista, por **País de residência i** , que entrou no Brasil pelo **Portão j** pela **via de acesso k** .

Onde:

$$FE_{ijk} = \frac{\text{Nº de turistas do país de residência } i \text{ que entrou pelo portão } j \text{ pela via de acesso } k \text{ (População)}}{\text{Nº de turistas do país de residência } i \text{ que entrou pelo portão } j \text{ pela via de acesso } k \text{ (Amostra)}}$$

Coleta de Dados do Receptivo

- **Locais:**
 - **Aeroportos:** salas de embarques internacionais e saguões.
 - **Fronteiras terrestres:** pontos de migração, postos da Polícia Federal ou vias de acesso que viabilizem a abordagem.
- Pesquisa: **entrevista direta.**
- Momento: **término da viagem** ao Brasil
- Número de entrevistados em 2018: **39.811 turistas**

Acumula desde 2004 mais de 500 mil turistas receptivos entrevistados, o que permite entender a evolução e tendências do turismo no Brasil em uma rica base de dados com série histórica.

Coleta de Dados do Receptivo

Entrevistadores:

- Universitários, ou com nível superior;
- Ao menos bilíngues - são contratados pesquisadores com os idiomas: Português, Inglês, Francês, Espanhol, Italiano, Alemão, Japonês e Mandarim.

Em 2018:

- 280 pesquisadores;
- 43 supervisores;
- 97 datas de pesquisa de campo.

Pontos de Coleta de Dados - 2018

25 locais de pesquisa

● 15 aeroportos internacionais

● 10 fronteiras terrestres

39.811 turistas entrevistados



Coleta de Dados do Receptivo

- **Etapas:**
 - **Alta Estação:** Janeiro/Fevereiro
 - **Baixa Estação:** Abril
 - **Média Estação:** Julho/Agosto
 - **Média-baixa Estação:** Outubro
- **Duração das coletas:** predominantemente **duas semanas**.
Para as localidades de menor fluxo, **uma semana**.

Chegadas Turísticas Internacionais



Chegadas de turistas ao Brasil, segundo continentes de residência permanente, por vias de acesso - 2018

Continentes de residência permanente	Total			Via de Acesso		
	Chegadas	(%)	(%) Acumulado	Aéreo	Terrestre	Outros
América do Sul	4.050.598	61,2	61,2	2.059.307	1.846.414	144.877
Europa	1.460.740	22,1	83,2	1.259.238	159.304	42.198
América do Norte	689.583	10,4	93,7	642.993	32.387	14.203
Ásia	255.138	3,9	97,5	219.577	33.987	1.574
África	64.605	1,0	98,5	62.449	1.565	591
Oceania	54.675	0,8	99,3	43.225	10.325	1.125
América Central e Caribe	45.991	0,7	100,0	41.254	4.511	226
Continente não especificado	46	0,0	100,0	31	13	2
Total	6.621.376	100,0	-	4.328.074	2.088.506	204.796

Fonte: Anuário Estatístico de Turismo 2019 - Ministério do Turismo.

A entrada de turistas não residentes foi próxima a 6,6 milhões. **América do Sul (61,2%), Europa (22,1%) e América do Norte (10,4%)** juntos totalizam quase **94% do receptivo internacional do Brasil**.

A via **Aérea** responde por **65,4%** do acesso dos turistas não residentes, seguida pela via **Terrestre (31,5%)**.

Chegadas de turistas ao Brasil, segundo países de residência permanente, por vias de acesso - 2018

Países de residência permanente	Total			Via de Acesso		
	Chegadas	(%)	(%) Acumulado	Aéreo	Terrestre	Outros
Argentina	2.498.483	37,7	37,7	1.188.295	1.174.960	135.228
Estados Unidos	538.532	8,1	45,8	507.207	20.184	11.141
Chile	387.470	5,9	51,7	373.349	13.023	1.098
Paraguai	356.897	5,4	57,1	58.067	294.562	4.268
Uruguai	348.336	5,3	62,4	126.458	218.825	3.053
França	238.345	3,6	66,0	187.768	35.705	14.872
Alemanha	209.039	3,2	69,2	178.544	24.905	5.590
Itália	175.763	2,7	71,9	159.613	13.482	2.668
Reino Unido	154.586	2,3	74,2	124.001	20.007	10.578
Espanha	147.159	2,2	76,4	123.415	22.151	1.593
Portugal	145.816	2,2	78,6	143.159	1.842	815
Colômbia	131.596	2,0	80,6	113.810	17.437	349
Bolívia	126.253	1,9	82,5	49.599	76.524	130
Peru	121.326	1,8	84,3	91.416	29.464	446
México	79.891	1,2	85,5	70.731	8.677	483
Canadá	71.160	1,1	86,6	65.055	3.526	2.579
Suíça	70.040	1,1	87,7	62.316	6.684	1.040
Japão	63.708	1,0	88,7	58.812	4.806	90
Holanda	62.651	0,9	89,6	55.560	6.157	934
China	56.333	0,9	90,5	52.111	3.990	232
Outros países	637.992	9,5	100,0	538.788	91.595	7.609
TOTAL	6.621.376	100,0	-	4.328.074	2.088.506	204.796

Os 20 primeiros países respondem por 90,4% do total.

1º América do Sul: Argentina (37,7%) mantém o posto de principal emissor. Somada às participações de **Chile** (5,9%), **Paraguai** (5,4%) e **Uruguai** (5,3%), respondem por 54,2% do receptivo brasileiro.

2º Europa: França, Alemanha, Itália, Reino Unido, Espanha e Portugal destacam-se ocupando da 6ª a 11ª posição na lista (16,2% do total).

3º América do Norte: Estados Unidos (8,1%) continua a ser o segundo emissor geral.

Chegadas de turistas ao Brasil, segundo países de residência permanente - 2014-2018

País de residência permanente	Ano				
	2014	2015	2016	2017	2018
Argentina	1.743.930	2.079.823	2.294.900	2.622.327	2.498.483
Estados Unidos	656.801	575.796	570.350	475.232	538.532
Chile	336.950	306.331	311.813	342.143	387.470
Paraguai	293.841	301.831	316.714	336.646	356.897
Uruguai	223.508	267.321	284.113	328.098	348.336
França	282.375	261.075	263.774	254.153	238.345
Alemanha	265.498	224.549	221.513	203.045	209.039
Itália	228.734	202.015	181.493	171.654	175.763
Reino Unido	217.003	189.269	202.671	185.858	154.586
Espanha	166.759	151.029	147.846	137.202	147.159
Portugal	170.066	162.305	149.968	144.095	145.816
Colômbia	158.886	118.866	135.192	140.363	131.596
Bolívia	95.300	108.149	138.106	126.781	126.253
Peru	117.230	113.078	114.276	115.320	121.326
México	109.637	90.361	94.609	81.778	79.891
Canadá	78.531	68.293	70.103	48.951	71.160
Suíça	80.277	70.319	69.074	69.484	70.040
Japão	84.636	70.102	79.754	60.342	63.708
Holanda	81.655	66.870	72.268	59.272	62.651
China	57.502	53.064	57.860	61.250	56.333
Outros países	980.733	825.392	770.299	624.776	637.992
Total	6.429.852	6.305.838	6.546.696	6.588.770	6.621.376

Argentina teve **decréscimo** de 4,7% em relação a 2017, interrompendo uma série de 10 anos de crescimento.

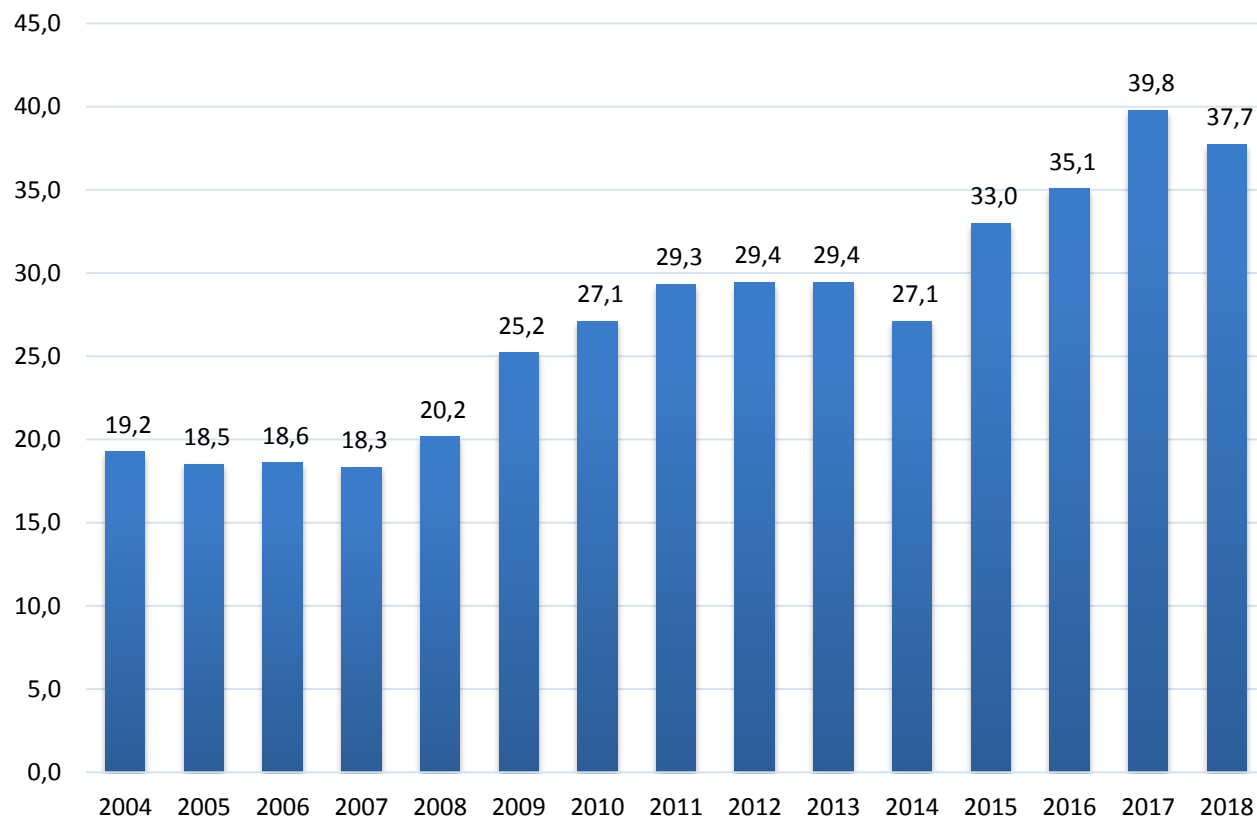
Por outro lado, verifica-se um **crescimento dos EUA e Chile**, ambos na faixa de 13%.

Paraguai e Uruguai cresceram cerca de 6%.

Entre os seis maiores emissores **européus** houve **queda** de 2,3%, por conta principalmente da variação de Reino Unido (-16,8%).

Chegada de turistas da Argentina

Participação dos turistas da Argentina no fluxo total (%)

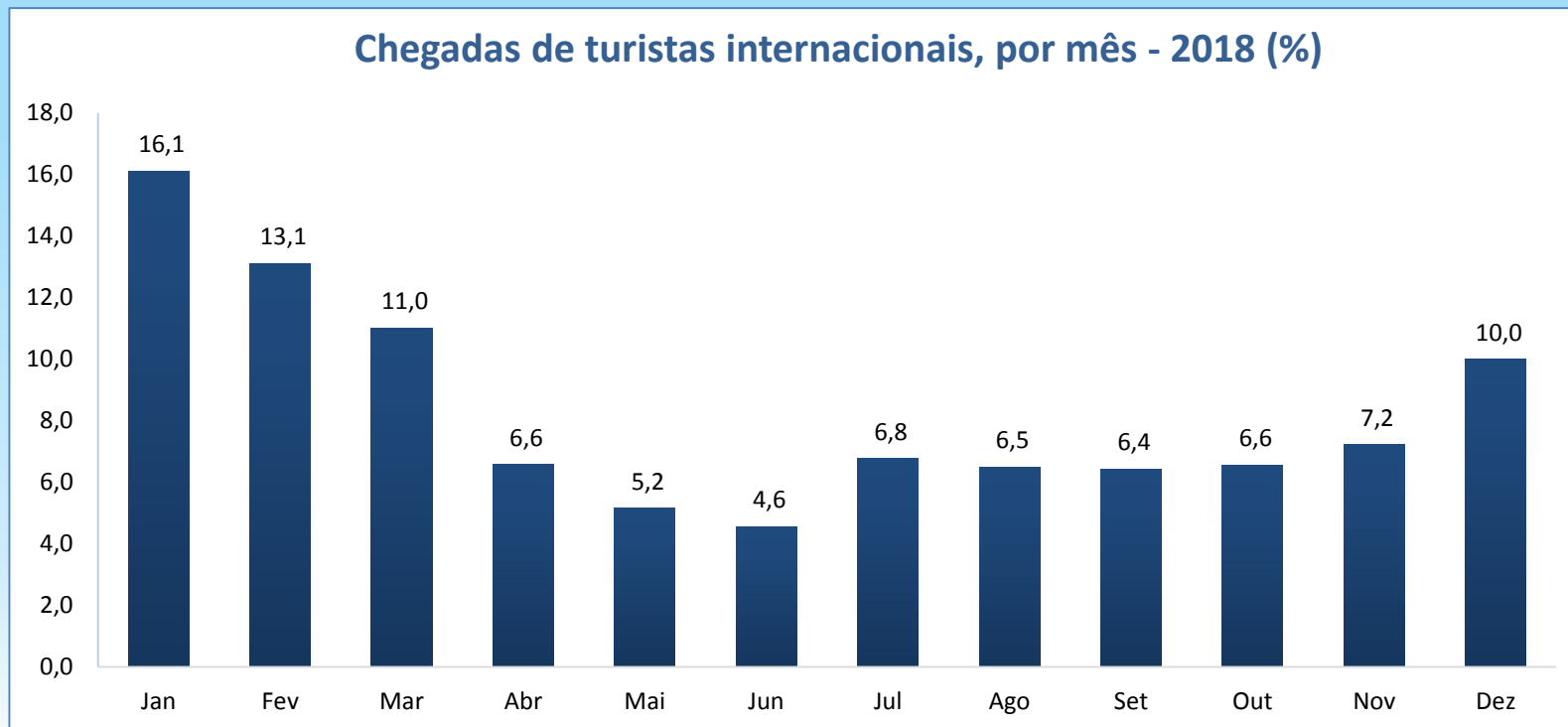


Argentina representava cerca de 20% na década de 2000, mas chegou a quase 39,8% em 2017 e **37,7%** em **2018**. O segundo país (EUA) tem apenas 8,1% do total em 2018.

Em 2018 termina uma série de 10 anos de crescimento em números absolutos.

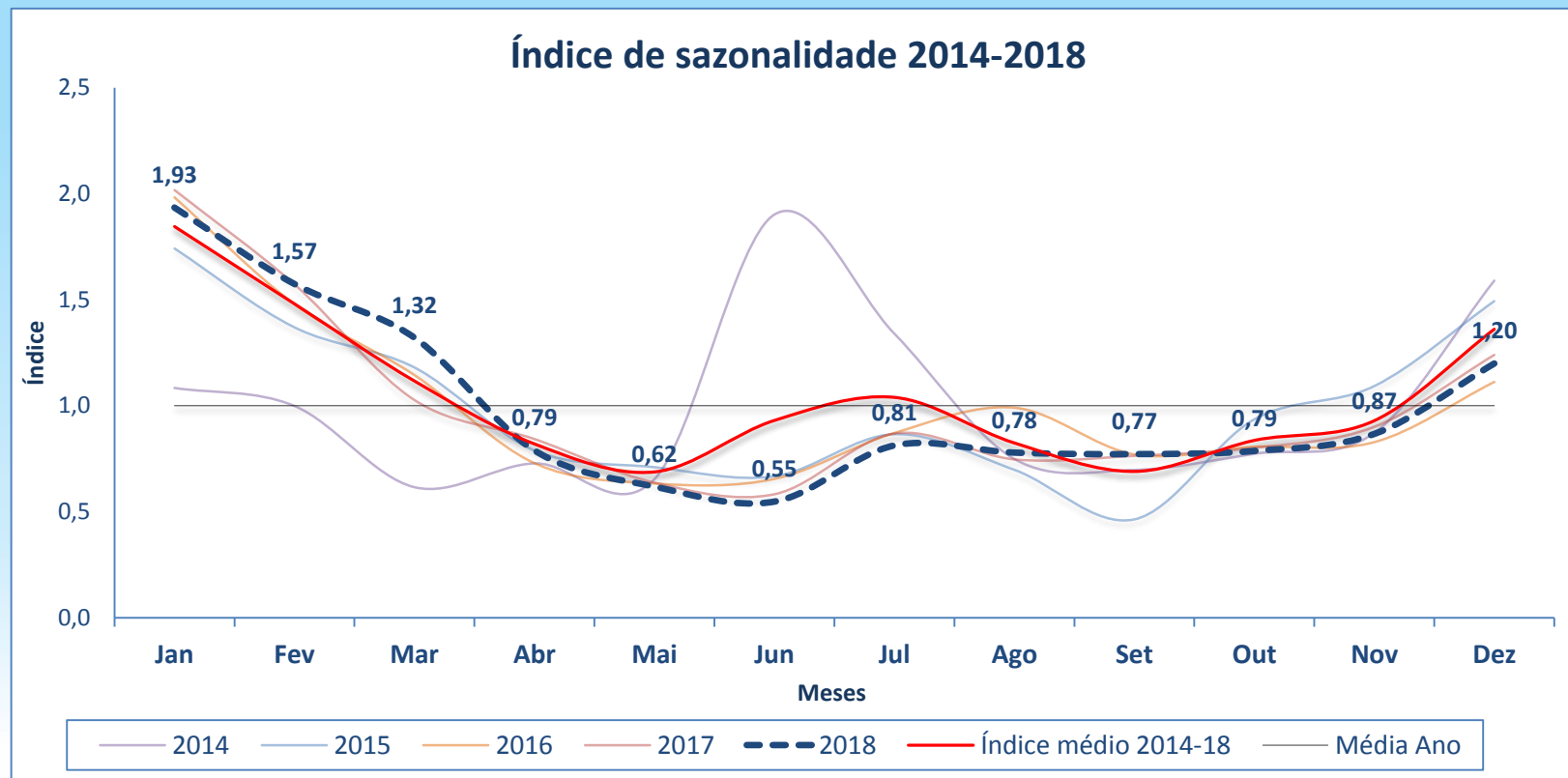
As chegadas por via terrestre, que cresciam há 10 anos, caíram fortemente (-15,0%). O total de chegadas por via aérea e terrestre foi equivalente, interrompendo período de predominância do terrestre.

Período de realização das viagens de turistas internacionais ao Brasil



- Em 2018 o mês de **Janeiro** concentrou 16,1% do movimento de todo o fluxo internacional e, junto com os meses de **Fevereiro e Dezembro**, compõe a **alta temporada** (39,2%) para o turismo internacional no Brasil, com viagens preponderantemente relacionadas a lazer. Os meses de **Dezembro a Março** concentram 50,2% das chegadas de turistas internacionais ao Brasil.

Período de realização das viagens de turistas internacionais ao Brasil



- Em comparação com a média do período 2014-2018 (linha vermelha), nota-se que em 2018 (linha azul pontilhada) o fluxo foi mais elevado em janeiro, fevereiro, março e dezembro.

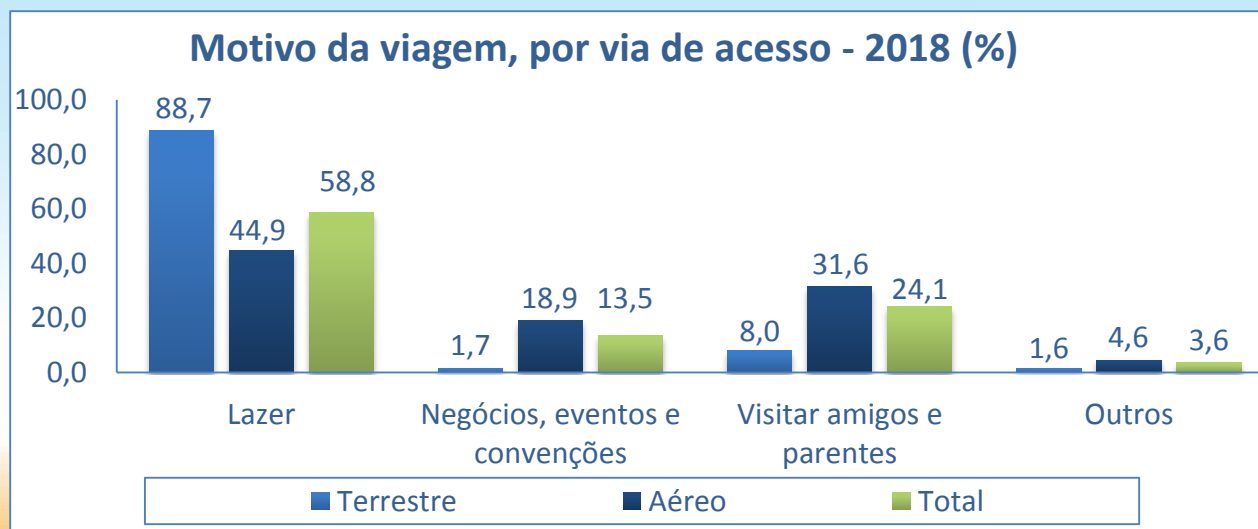
Resultados Gerais da Pesquisa



Motivo principal da viagem

Motivo da viagem	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Lazer	54,7	51,3	56,8	58,8	58,8
Negócios, eventos e convenções	21,9	20,2	18,7	15,6	13,5
Outros motivos	23,4	28,5	24,5	25,6	27,7
Visitar amigos e parentes	20,1	25,2	21,1	22,1	24,1
Estudo ou cursos	1,9	1,7	1,6	1,8	1,6
Motivos de saúde	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4
Religião ou peregrinação	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4
Compras	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
Outros	0,4	0,5	0,7	0,6	1,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



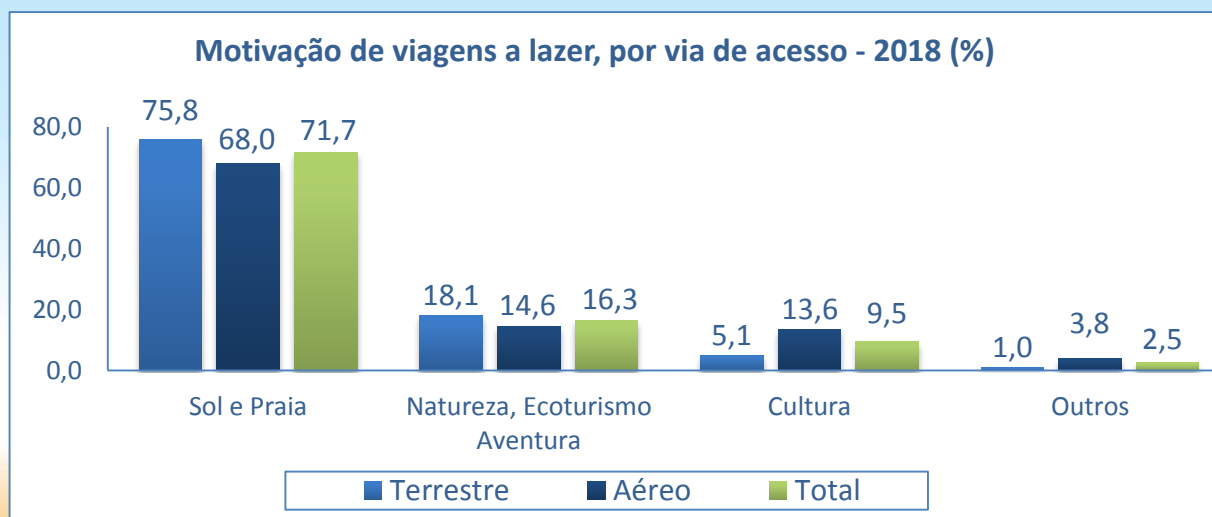
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

- **Lazer** responde pela maior parte das visitas (58,8%), seguido de **Visitas a amigos e parentes** (24,1%) e **Negócios, eventos e convenções** (13,5%).
- Nas viagens realizadas pela via **terrestre**, predominam as viagens a **Lazer** (88,7%). Na via **aérea**, também se destacam as viagens a **Lazer** (44,9%), mas **Visitas a amigos e parentes** (31,6%) e **Negócios, eventos e convenções** (18,9%) ganham relevância.

Principal motivação de viagens a lazer

Principal motivação de viagens a lazer	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Sol e Praia	49,2	69,4	68,8	72,4	71,7
Natureza, ecoturismo ou aventura	12,8	15,7	16,6	16,3	16,3
Cultura	10,3	12,1	9,7	9,0	9,5
Esportes	1,7	1,5	1,3	1,5	1,6
Diversão noturna	0,4	0,6	0,5	0,5	0,4
Viagem de incentivo	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2
Outros	25,4	0,5	3,0	0,2	0,3
Lazer relacionado a grandes eventos	25,0	-	2,8	-	-
Outras motivações de lazer	0,4	0,5	0,2	0,2	0,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

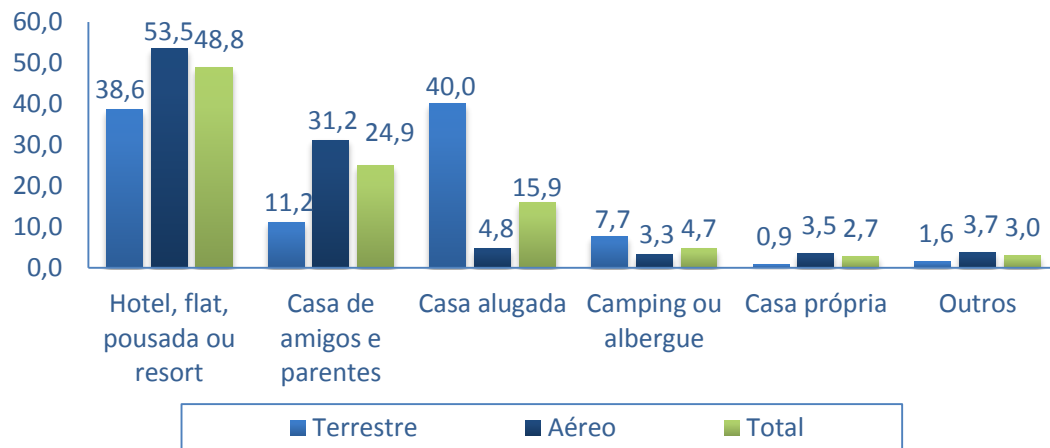
- **Sol e Praia** (71,7%) predomina como principal motivação de viagem para quem visitou o Brasil a Lazer, considerando as duas vias de acesso (aérea e terrestre).
- A motivação **Natureza, ecoturismo ou aventura** alcançou 16,3% das viagens a Lazer.
- Entre os turistas da via aérea é um pouco menor o predomínio do **Sol e Praia** (68,0%). Natureza, ecoturismo ou aventura (14,6%) e **Cultura** (13,6%) estão em patamares similares, o que não ocorre no terrestre..

Tipo de meio de hospedagem

Tipo de hospedagem utilizado	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Hotel, flat, pousada ou resort	49,5	48,0	51,5	49,6	48,8
Casa de amigos e parentes	25,6	27,3	22,5	23,1	24,9
Casa alugada	12,7	13,7	16,7	16,8	15,9
Camping ou albergue	6,5	5,0	5,4	5,5	4,7
Casa própria	2,5	2,8	2,5	2,7	2,7
Outros	3,2	3,2	1,4	2,3	3,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

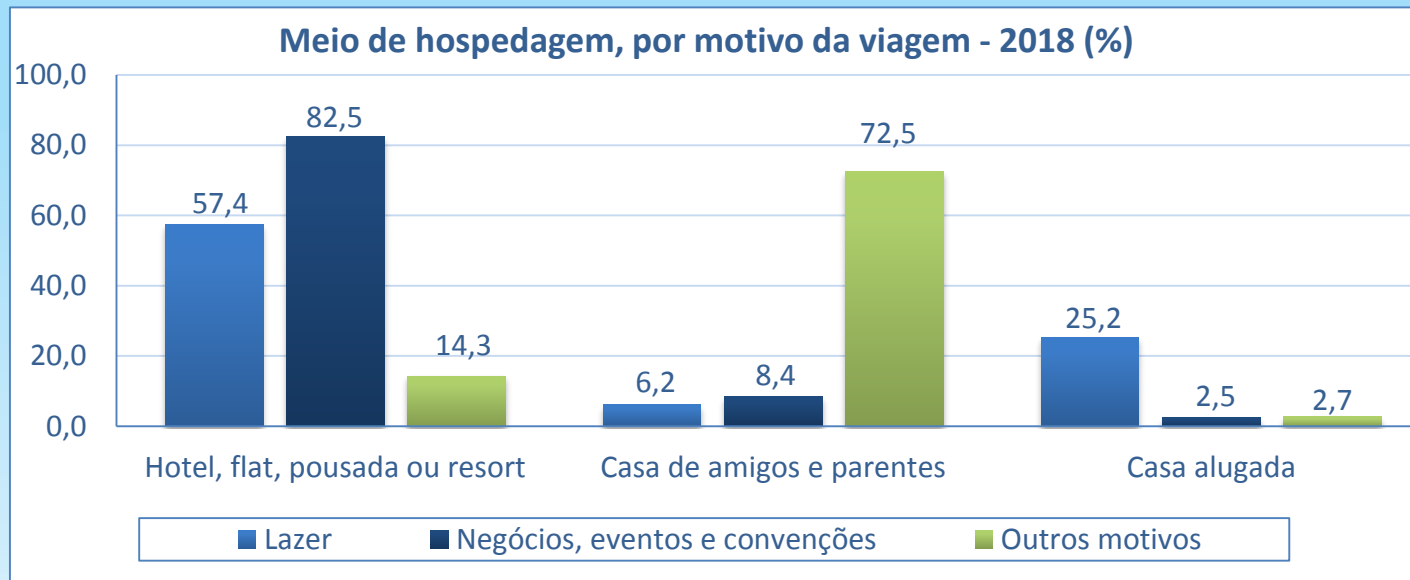
Meio de hospedagem, por via de acesso - 2018 (%)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

- **Hotel, flat, pousada ou resort** predominam como principal hospedagem (quase 50%), seguido de **Casa de amigos e parentes** (24,9%) e **Casa alugada** (15,9%).
- A **casa alugada** é mais importante nas viagens pela via **terrestre** (40,0%). A segunda opção desta via de transporte é **Hotel, flat, pousada ou resort** (38,6%).
- Entre os turistas das vias **aéreas**, o uso de **Hotel, flat, pousada ou resort** (53,5%) destaca-se dos demais, sendo **casa de amigos e parentes** a segunda opção mais frequente (31,2%).

Tipo de meio de hospedagem, por motivo da viagem



- **Hotel, flat, pousada ou resort** predominam entre os turistas que visitaram o Brasil a **Negócios, eventos e convenções** (82,5%) e a **Lazer** (57,4%).
- **Casa de amigos e parentes** tem destaque entre os turistas que vieram ao país por **Outros motivos** (72,5%).
- **Casa alugada** representa cerca de um quarto dos turistas a **Lazer** (25,2%).

Destinos mais visitados – Lazer e Negócios, Eventos e Convenções

Lazer	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Rio de Janeiro - RJ	45,2	32,6	32,2	27,0	29,7
Florianópolis - SC	14,6	18,8	17,9	19,6	17,1
Foz do Iguaçu - PR	12,4	13,5	13,2	12,5	12,9
Armação dos Búzios - RJ	7,5	9,1	8,1	7,5	8,2
São Paulo - SP	19,4	9,7	9,1	7,8	7,9
Bombinhas - SC	3,8	7,6	5,5	6,2	6,4
Salvador - BA	7,3	5,9	4,9	5,8	5,5
Balneário Camboriú - SC	4,9	4,1	4,1	4,3	4,4
Itapema - SC	1,6	2,0	3,2	3,7	3,4
Angra dos Reis - RJ	4,3	4,5	4,0	3,4	3,2

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Respostas múltiplas.

Negócios, eventos e convenções	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
São Paulo - SP	44,3	45,1	41,2	44,4	48,7
Rio de Janeiro - RJ	27,5	24,5	30,1	23,6	19,7
Curitiba - PR	4,1	4,2	4,0	4,1	4,5
Campinas - SP	3,4	3,1	2,8	3,3	3,9
Porto Alegre - RS	4,4	3,6	3,5	4,2	3,4
Belo Horizonte - MG	4,5	3,3	3,3	3,1	3,1
Brasília - DF	3,1	2,7	2,5	3,3	2,7
Florianópolis - SC	1,7	1,5	2,3	1,8	2,4
Foz do Iguaçu - PR	2,8	2,9	2,7	2,3	2,3
Salvador - BA	3,9	2,1	2,7	2,7	2,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Respostas múltiplas.

- **Rio de Janeiro-RJ** continua sendo o principal destino dos turistas de **Lazer** (29,7%), seguido de **Florianópolis-SC** (17,1%) e **Foz do Iguaçu-PR** (12,9%). Enquanto **São Paulo-SP** (7,9%) permaneceu praticamente estável, **Armação de Búzios** (8,2%) assumiu a 4ª posição da lista.
- No motivo **Negócios, eventos e convenções** o destino destacado é **São Paulo-SP** (48,7%), seguido de **Rio de Janeiro-RJ** (19,7%). Seguem **Curitiba-PR**, **Campinas-SP**, **Porto Alegre-RS** (caiu da 3ª para a 5ª posição), **Belo Horizonte-MG** e **Brasília-DF**.

Destinos mais visitados

Outros motivos

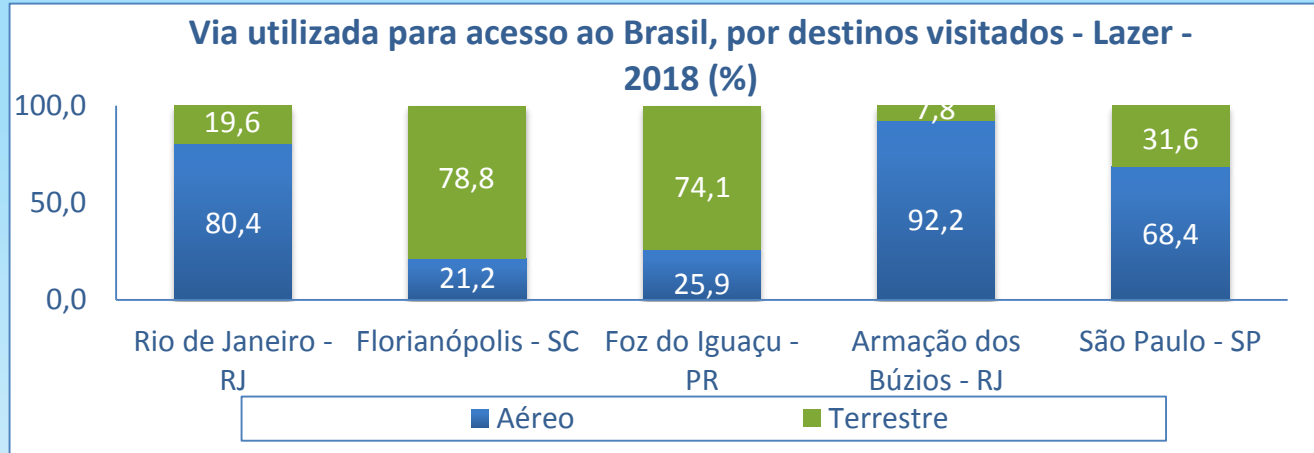
Outros motivos	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
São Paulo - SP	28,6	26,5	28,9	26,7	28,3
Rio de Janeiro - RJ	27,0	21,5	23,4	21,4	18,4
Curitiba - PR	5,4	4,8	4,9	5,0	5,1
Belo Horizonte - MG	5,4	5,4	4,9	4,6	4,7
Florianópolis - SC	4,1	4,1	4,1	4,5	4,2
Salvador - BA	6,0	4,5	4,3	4,5	4,2
Foz do Iguaçu - PR	4,7	6,3	5,2	5,2	4,1
Brasília - DF	3,6	4,3	3,4	3,5	3,5
Fortaleza - CE	3,5	2,6	2,8	3,1	3,1
Recife - PE	2,9	2,7	2,6	3,4	3,1

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

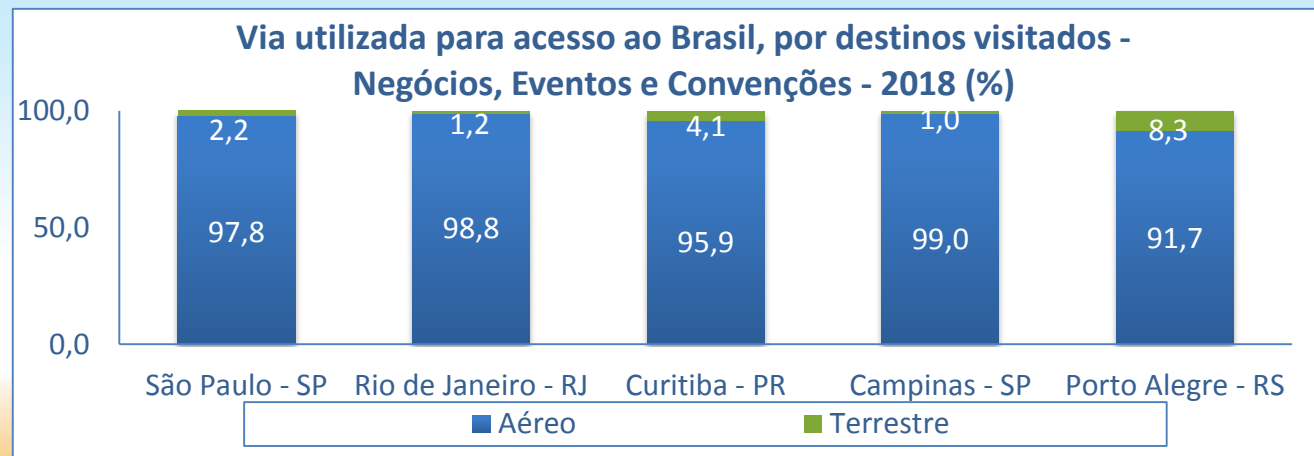
Nota: Respostas múltiplas.

São Paulo-SP (28,3%) e **Rio de Janeiro-RJ** (18,4%) mantêm as primeiras posições entre os destinos mais visitados na categoria **Outros motivos**.

Destinos mais visitados: via de acesso predominante



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

- Considerando a via de acesso, as cidades de **Florianópolis-SC** e **Foz do Iguaçu-PR** se destacam entre as viagens a **Lazer** realizadas por **via terrestre**, enquanto no **Rio de Janeiro-RJ**, **Armação dos Búzios-RJ** e **São Paulo-SP** predominaram as viagens realizadas por **via aérea**.
- Com relação às viagens motivadas por **Negócios, eventos e convenções**, o acesso por **via aérea** é predominante entre seus principais destinos.

Gasto per capita dia no Brasil, por motivo da viagem

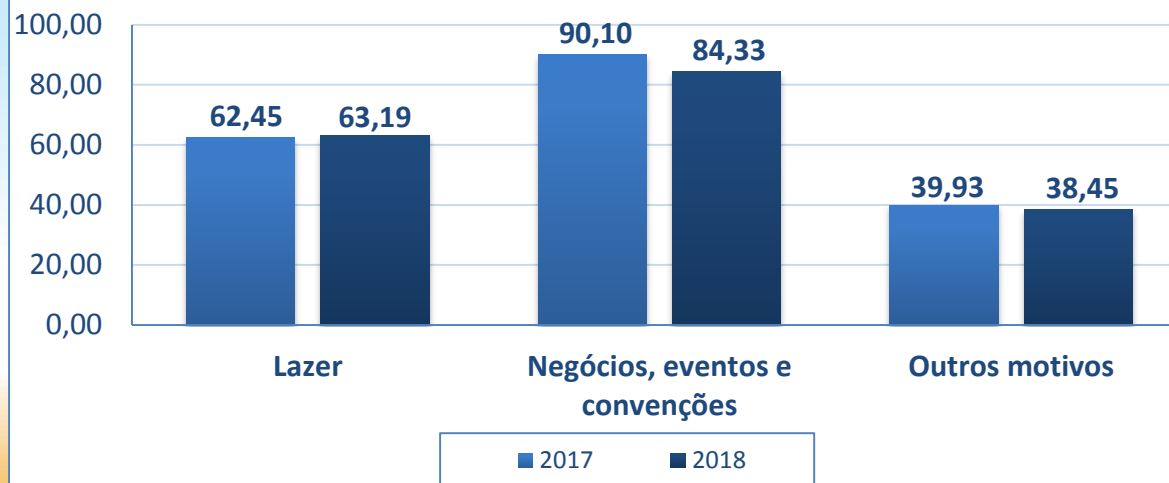
Gasto per capita dia no Brasil	Ano (US\$)					Ano (R\$)				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
Lazer	86,98	67,12	61,41	62,45	63,19	204,70	223,61	214,33	199,34	230,91
Negócios, eventos e convenções	103,06	82,48	82,54	90,10	84,33	242,54	274,78	288,07	287,60	308,16
Outros motivos	45,49	38,09	39,92	39,93	38,45	107,06	126,90	139,32	127,46	140,50
Total	73,12	56,26	55,52	55,78	53,96	172,08	187,43	193,77	178,05	197,18

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: os valores em reais de cada ano foram obtidos pela multiplicação do valor em dólares pela taxa de câmbio média de cada ano.

- Observa-se uma leve queda do gasto médio per capita dia no Brasil (medido em dólares) de 2017 (US\$ 55,78) para 2018 (US\$ 53,96).
- As viagens que geram as **maiores receitas** per capita/dia são as motivadas por **Negócios, eventos e convenções** (US\$ 84,33 contra US\$ 53,96 do total).

Gasto per capita dia no Brasil - 2017-2018 (US\$)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

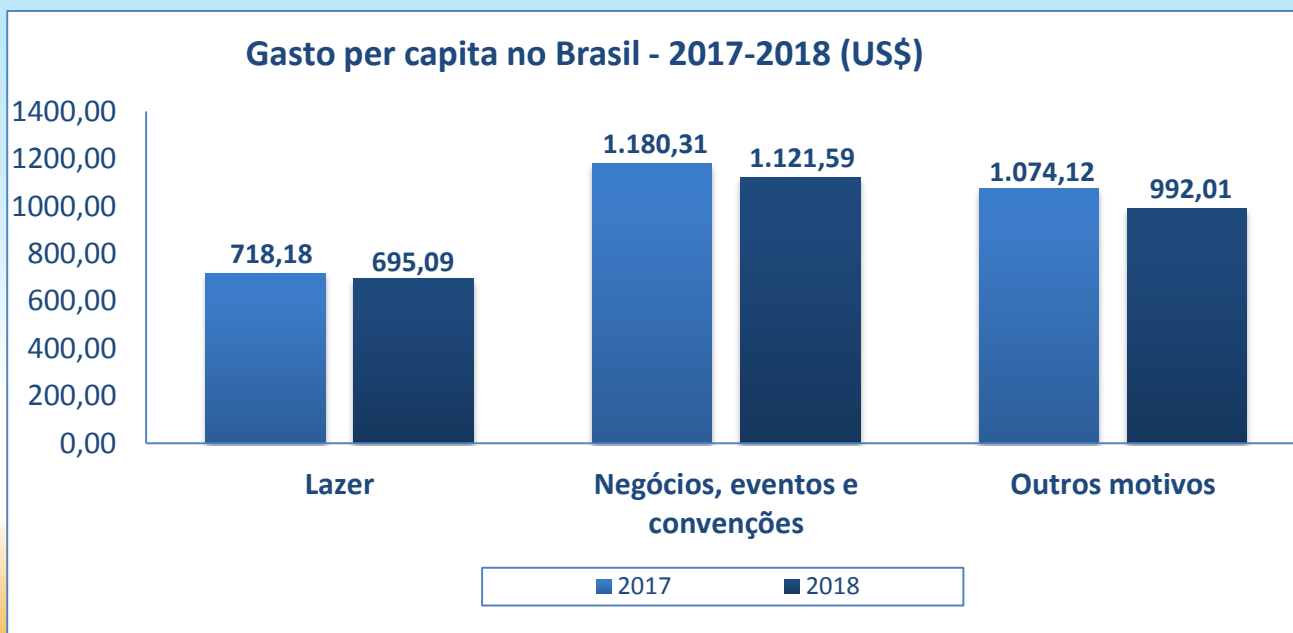
Gasto per capita no Brasil, por motivo da viagem

Gasto per capita no Brasil	Ano (US\$)					Ano (R\$)				
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
Lazer	1.165,53	778,59	700,07	718,18	695,09	2.742,96	2.593,88	2.443,33	2.292,41	2.540,00
Negócios, eventos e convenções	1.618,04	1.212,46	1.155,56	1.180,31	1.121,59	3.807,90	4.039,30	4.033,02	3.767,55	4.098,51
Outros motivos	1.378,35	967,49	1.041,91	1.074,12	992,01	3.243,80	3.223,18	3.636,38	3.428,58	3.625,00
Total	1.294,22	900,16	849,46	859,01	814,80	3.045,83	2.998,88	2.964,69	2.741,97	2.977,43

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: os valores em reais de cada ano foram obtidos pela multiplicação do valor em dólares pela taxa de câmbio média de cada ano.

- Em termos per capita, as viagens a **Negócios, eventos e convenções** continuam na liderança (US\$ 1.121,59), registrando queda de 5,0% em relação a 2017.



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Gasto e permanência, por subcontinente

Subcontinente	Gasto per capita (US\$)	Permanência (pernoites)	Gasto per capita dia (US\$)
Europa	1.138,70	23,6	48,25
América do Norte	1.121,72	18,9	59,35
América do Sul	595,24	10,7	55,63
Outros	1.351,10	22,7	59,52
Total	814,80	15,1	53,96

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

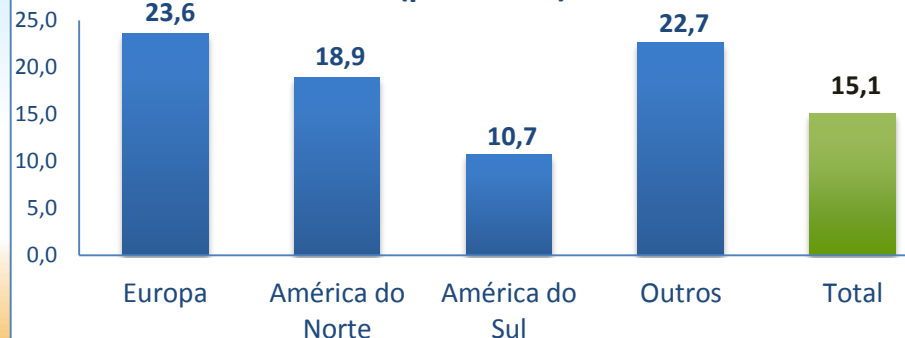
- Em geral, os mercados mais distantes são os que geram maiores gastos e permanência.
- Os turistas de **Outros** continentes se destacaram em relação aos gastos totais (US\$ 1.351,10), seguidos dos da **Europa** (US\$ 1.138,70) e da **América do Norte** (US\$ 1.121,72). Os provenientes da **América do Sul** (US\$ 595,24) "puxam" a média para baixo (US\$ 814,80).
- Em relação à **permanência média**, os turistas da **Europa permanecem** no Brasil **mais de 2 vezes** do que os da **América do Sul**.

Gasto per capita no Brasil - 2018 (US\$)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Permanência média no Brasil - 2018 (pernoites)



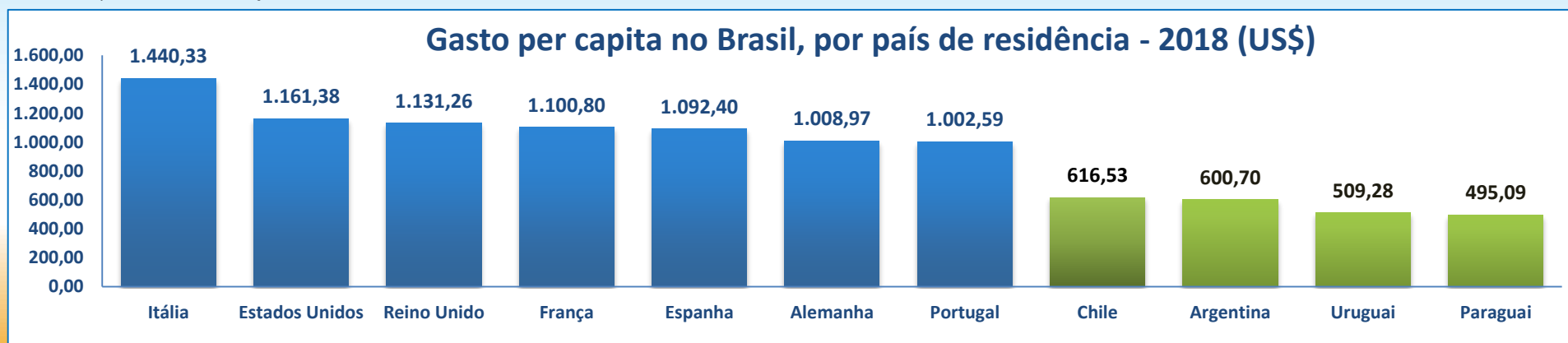
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Gasto per capita no Brasil, por país de residência

Gasto per capita no Brasil por país de residência	Ano (US\$)				
	2014	2015	2016	2017	2018
	América do Sul				
Argentina	628,71	675,63	548,92	620,26	600,70
Chile	786,79	996,95	655,39	687,36	616,53
Paraguai	500,24	550,84	403,60	459,00	495,09
Uruguai	571,03	723,73	542,40	533,92	509,28
Outros					
Alemanha	1.645,98	1.119,01	1.052,48	1.083,38	1.008,97
Espanha	1.694,68	1.244,13	1.106,12	1.352,04	1.092,40
França	1.626,24	1.129,30	1.074,57	1.165,55	1.100,80
Itália	1.673,39	1.255,77	1.212,38	1.267,99	1.440,33
Portugal	1.733,72	1.131,25	1.068,82	1.185,32	1.002,59
Reino Unido	1.793,88	1.232,21	1.221,70	1.197,70	1.131,26
Estados Unidos	1.666,48	1.154,22	1.234,04	1.195,03	1.161,38
Total	1.294,22	900,16	849,46	859,01	814,80

- Os turistas provenientes dos países europeus e dos Estados Unidos **gastam per capita**, aproximadamente **o dobro** que os provenientes da **América do Sul**.
- Viagens em **grupos menores** e um **maior tempo de permanência média** explicam a posição desses grupos. Os altos custos fixos de deslocamentos ocasionados pelas maiores distâncias são diluídos pelo prolongamento da permanência.

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



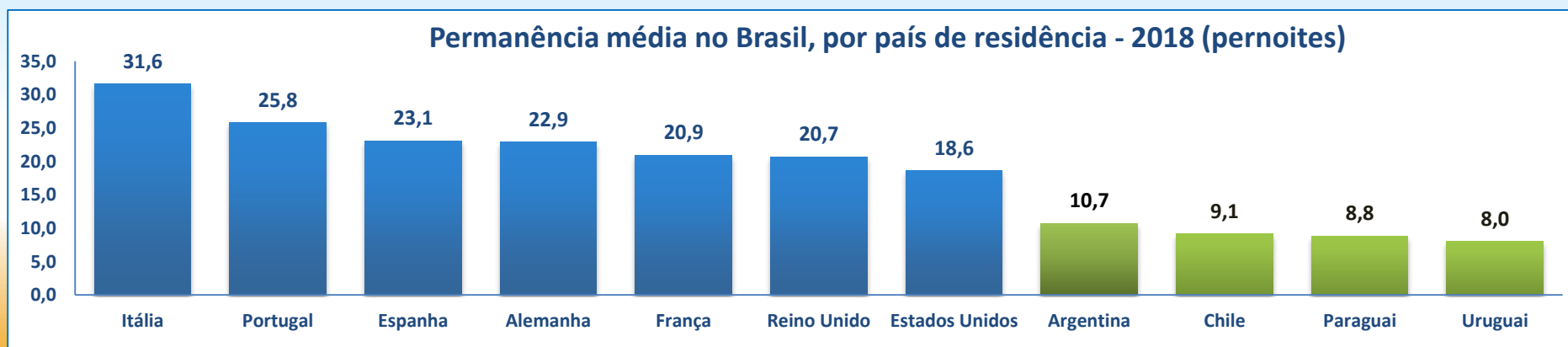
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Permanência Média, por país de residência

Permanência média por país de residência	Ano (pernoites)				
	2014	2015	2016	2017	2018
América do Sul					
Argentina	11,5	10,9	10,9	11,2	10,7
Chile	10,8	10,3	10,1	9,9	9,1
Paraguai	10,3	7,3	8,0	8,5	8,8
Uruguai	9,3	8,0	8,0	8,7	8,0
Outros					
Alemanha	24,8	22,3	20,8	22,5	22,9
Espanha	30,3	27,2	25,3	27,7	23,1
França	24,0	23,0	21,0	22,1	20,9
Itália	28,6	30,1	26,5	29,8	31,6
Portugal	32,4	27,2	27,1	28,5	25,8
Reino Unido	21,6	19,5	19,0	19,8	20,7
Estados Unidos	20,4	18,5	16,9	20,2	18,6
Total	17,7	16,0	15,3	15,4	15,1

- Os turistas provenientes da **Europa**, em especial os **italianos, portugueses e espanhóis** permanecem duas ou três vezes mais do que os visitantes da América do Sul.
- Os turistas vindos dos **Estados Unidos** apresentam permanência média mais baixa em relação aos principais países europeus. Mesmos assim, possuem permanência média quase duas vezes maior que a dos países sul-americanos.

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Gasto per capita no Brasil, por tipo de hospedagem utilizado

Gasto per capita, por tipo de hospedagem	Ano (US\$)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Hotel, flat ou pousada	1.317,84	916,10	840,45	839,61	761,04
Casa de amigos ou parentes	1.194,27	853,17	890,82	923,10	894,56
Casa alugada	1.350,00	879,03	778,75	776,68	743,58
Casa própria	1.881,63	1.392,60	1.394,98	1.480,22	1.467,65
Resort	755,93	574,37	556,51	626,24	558,11
Camping ou albergue	1.294,39	886,33	840,56	763,63	853,02
Total	1.294,22	900,16	849,46	859,01	814,80

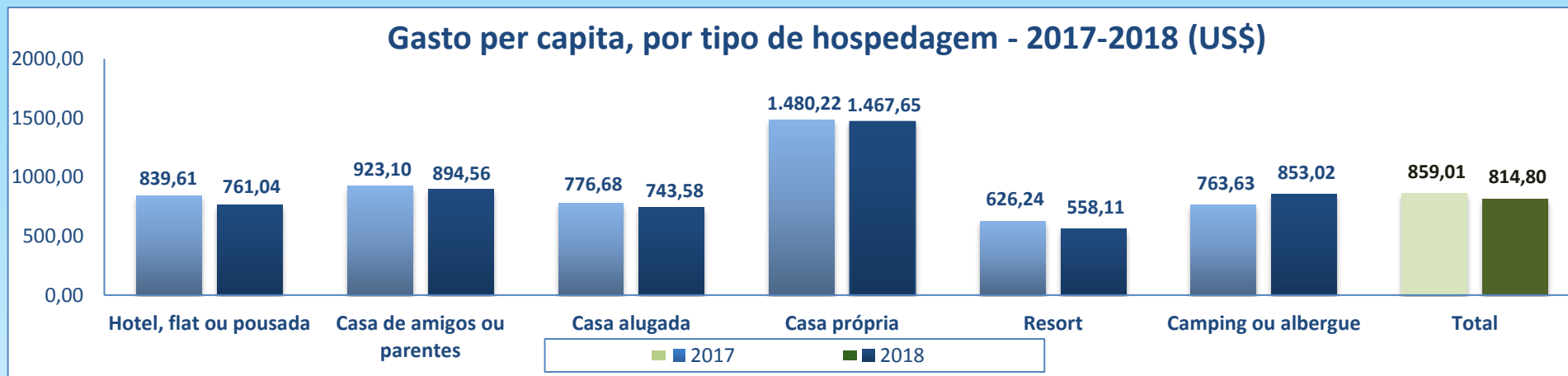
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Gasto per capita/dia, por tipo de hospedagem	Ano (US\$)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Hotel, flat ou pousada	123,16	93,48	89,41	89,32	84,56
Casa de amigos ou parentes	43,11	35,11	35,92	36,20	35,64
Casa alugada	62,79	50,23	46,08	49,47	50,93
Casa própria	51,69	41,57	39,63	38,15	40,32
Resort	83,07	60,46	63,24	68,07	64,15
Camping ou albergue	77,98	57,93	53,20	51,25	56,12
Total	73,12	56,26	55,52	55,78	53,96

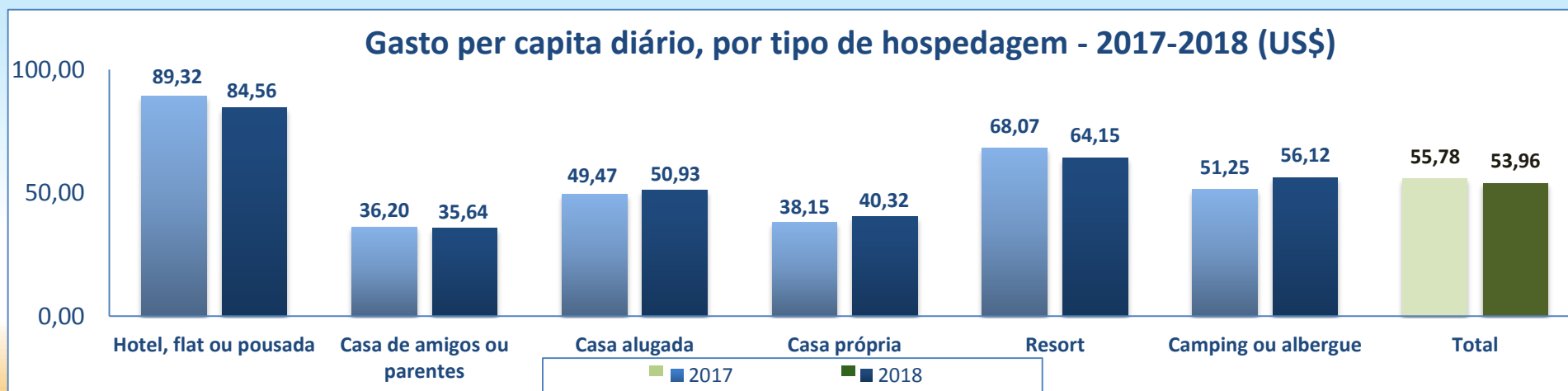
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

- Destacam-se os gastos per capita dos turistas que utilizaram **Casa própria** (US\$ 1.467,65), seguidos dos gastos per capita dos turistas que utilizaram **Casa de amigos ou parentes** (US\$ 894,56), basicamente explicados por sua maior permanência, superando os de **Hotel, flat ou pousada** (US\$ 761,04).
- Quando analisado **por dia, Hotel, flat ou pousada** apresenta o **maior gasto** per capita /dia (US\$ 84,56), seguido de **Resort** (US\$ 64,15). Nesta análise, (considerando-se a permanência) **Casa de amigos ou parentes** apresenta-se como a categoria com menor gasto diário (US\$ 35,64).

Gasto per capita no Brasil, por tipo de hospedagem utilizado



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

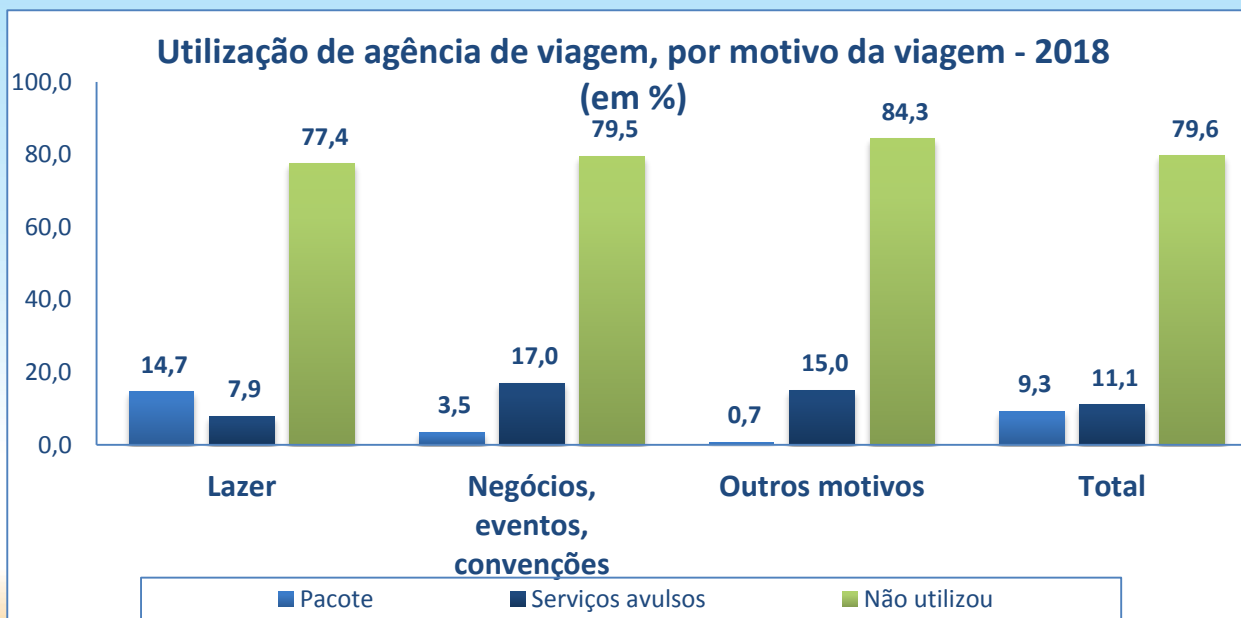
Fontes de Informação, Avaliações e Grau de Fidelidade



Utilização de agência de viagem

Utilização de agência de viagem	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Pacote	8,4	6,7	7,5	7,8	9,3
Serviços avulsos	12,6	12,0	10,3	10,9	11,1
Não utilizou	79,0	81,3	82,2	81,3	79,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

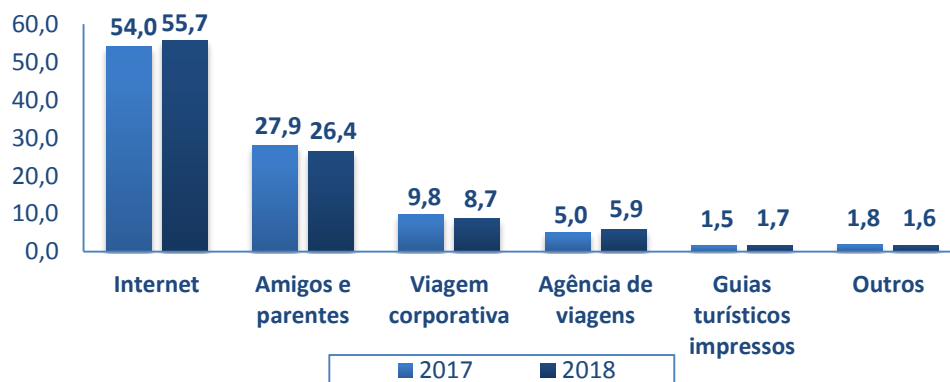
- A **maioria** dos turistas em visita ao Brasil **não** utiliza serviços de **Agências de Viagem (79,6%)**.
- **11,1%** compram **Serviços avulsos** e **9,3%** compram **Pacotes**.
- **Pacotes** são importantes nas viagens de **Lazer (14,7%)**, enquanto **Serviços avulsos** são mais utilizados nas viagens de **Negócios, eventos e convenções** e **Outros motivos**, respectivamente 17,0% e 15,0%.

Principal fonte de informação para organização da viagem

Fonte de informação	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Internet	42,5	44,0	49,2	54,0	55,7
Amigos e parentes	28,1	29,5	27,1	27,9	26,4
Viagem corporativa	15,8	14,8	12,7	9,8	8,7
Agência de viagens	6,1	6,1	5,7	5,0	5,9
Guias turísticos impressos	4,2	2,9	2,8	1,5	1,7
Feiras, eventos e congressos	1,2	1,4	1,1	1,1	0,8
Folders e brochuras	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
Outros	1,9	1,1	1,2	0,5	0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: : Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Fonte de informação - 2017-2018 (%)



- A **Internet** (55,7%) destaca-se como principal fonte de consulta dos visitantes e a cada ano mostra-se mais representativa em relação a outros meios de informação. Somando-se a **Amigos e parentes** (26,4%), correspondem a 82,1% das fontes de informação.
- Seguem **Viagem corporativa** (8,7%), **agência de viagens** (5,9%) e **guias turísticos impressos** (1,7%).

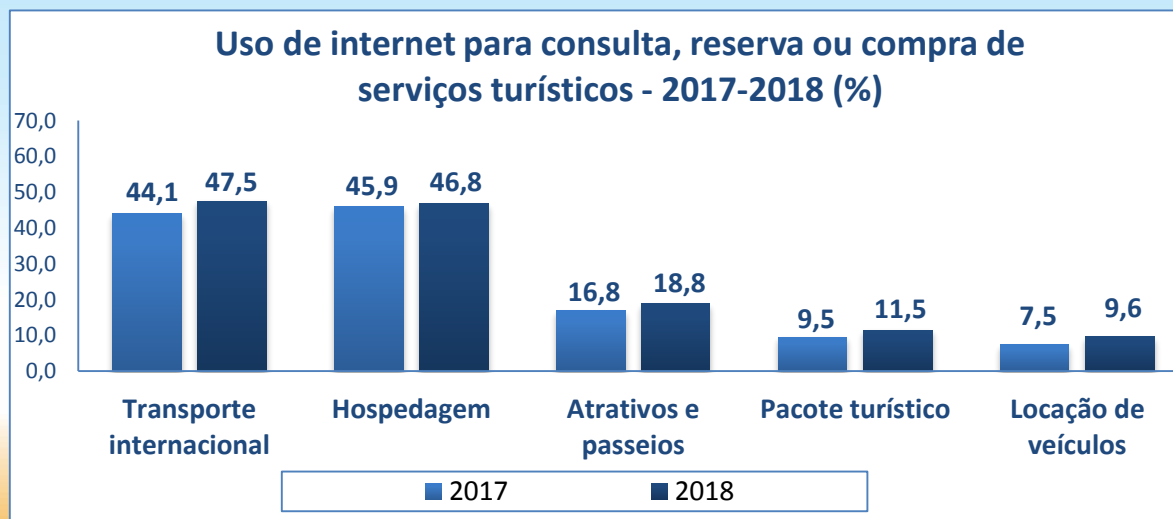
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Uso da internet para consulta, compra ou reserva de serviços turísticos

Serviços	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Transporte internacional	43,3	46,7	46,0	44,1	47,5
Hospedagem	37,9	43,7	47,7	45,9	46,8
Atrativos e passeios	20,0	24,5	22,3	16,8	18,8
Pacote turístico	7,1	8,5	9,2	9,5	11,5
Locação de veículos	4,4	6,5	7,8	7,5	9,6

Fonte: : Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Resultados de 2014 e 2016 não incluem os turistas entrevistados nos megaeventos. Respostas múltiplas.



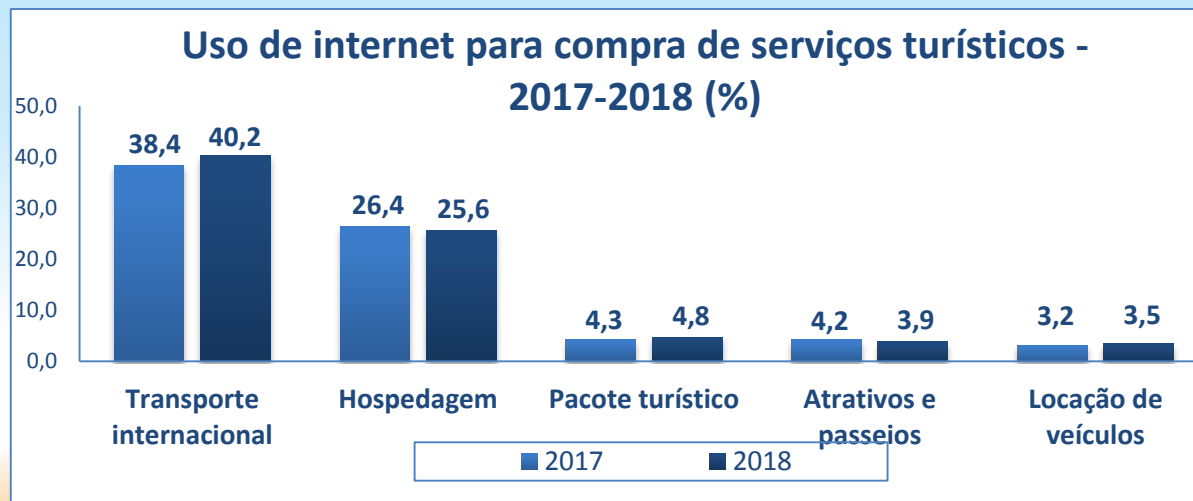
- **Transporte internacional e hospedagem** são os itens mais consultados pela **internet**, seguidos por consultas sobre **atrativos e passeios, pacotes turísticos e locação de veículos**.

Serviços adquiridos pela internet

Serviços adquiridos	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Transporte internacional	35,4	39,6	38,7	38,4	40,2
Hospedagem	15,9	20,1	22,4	26,4	25,6
Pacote turístico	2,5	3,1	3,2	4,3	4,8
Atrativos e passeios	1,9	2,7	2,6	4,2	3,9
Locação de veículos	1,7	2,4	2,5	3,2	3,5

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Resultados de 2014 e 2016 não incluem os turistas entrevistados nos megaeventos. Respostas múltiplas.



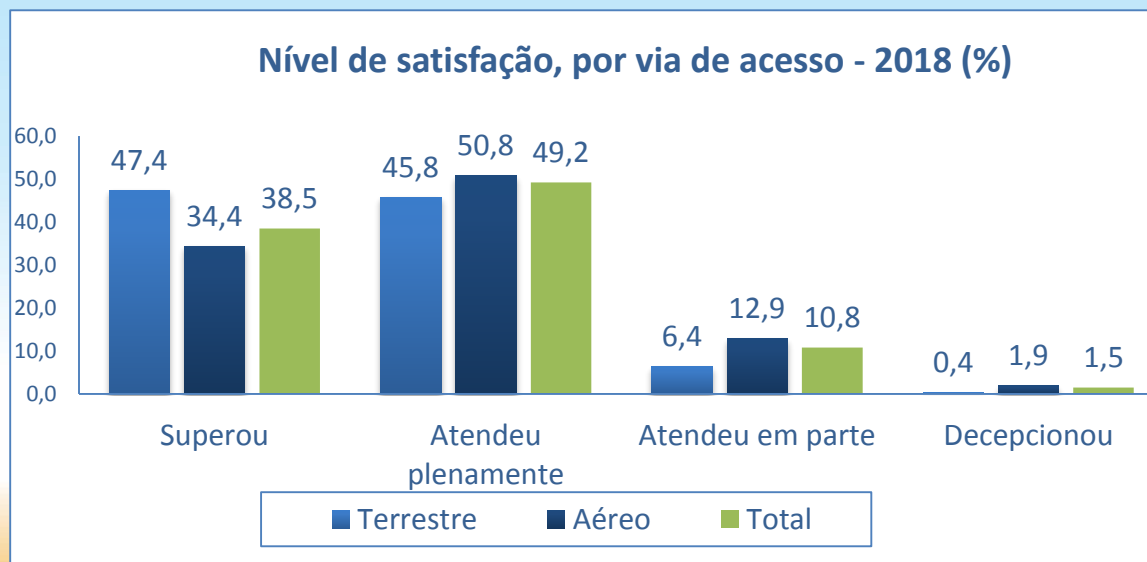
- Dos **serviços adquiridos pela internet** o destaque é **Transporte internacional** (40,2%).
- Também relevante são as reservas em **Hospedagem** (25,6%).

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nível de satisfação geral com a viagem

Nível de satisfação	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Superou	36,0	35,3	37,5	39,9	38,5
Atendeu plenamente	49,1	51,2	50,2	48,4	49,2
Atendeu em parte	12,6	11,6	10,6	10,2	10,8
Decepcionou	2,3	1,9	1,7	1,5	1,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: : Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

- É **positiva** a avaliação feita pelos turistas que visitam o Brasil: **87,7%** avaliam que a viagem **Superou** ou **Atendeu plenamente** as expectativas.
- Dos que vieram por **via terrestre** a avaliação positiva alcança **93,2%**, enquanto que pela **via aérea** é de **85,2%**.

Intenção de retorno ao Brasil

Intenção de retorno (%)	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Voltar ao Brasil	95,1	95,5	95,0	95,6	95,4
Não voltar ao Brasil	4,9	4,5	5,0	4,4	4,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

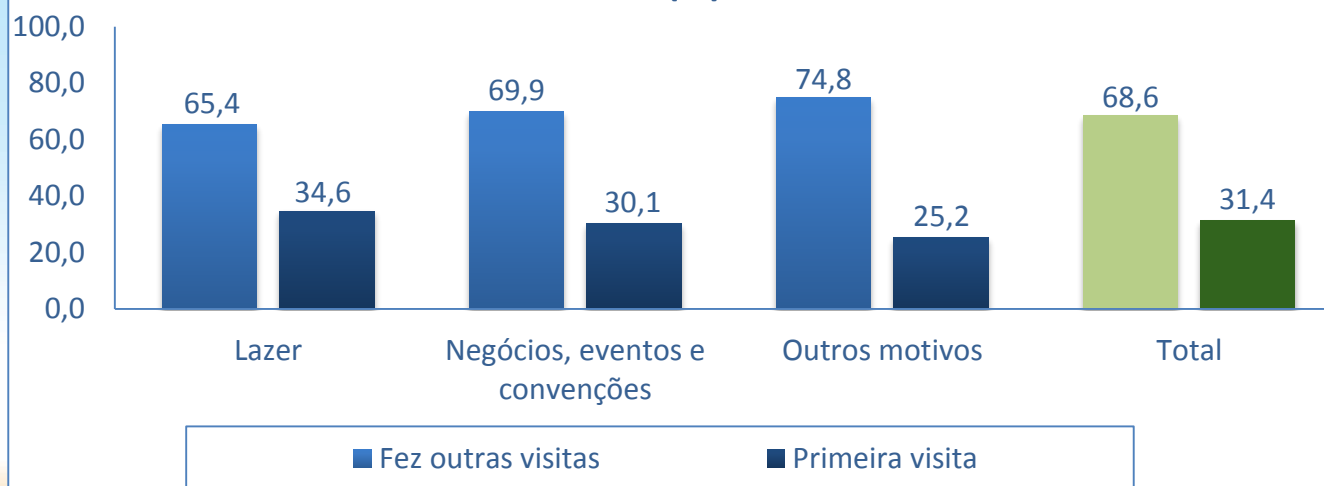
- É alto o **grau de fidelidade** dos turistas que visitam o Brasil: **95,4%** manifestam o desejo de **retornar**.
- A intenção de retorno é um pouco menor entre os turistas de **Negócios, eventos e convenções** (90,6%).

Frequência de visita ao Brasil

Frequência de visita ao Brasil	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Fez outras visitas	64,1	66,5	68,4	70,1	68,6
Primeira visita	35,9	33,5	31,6	29,9	31,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

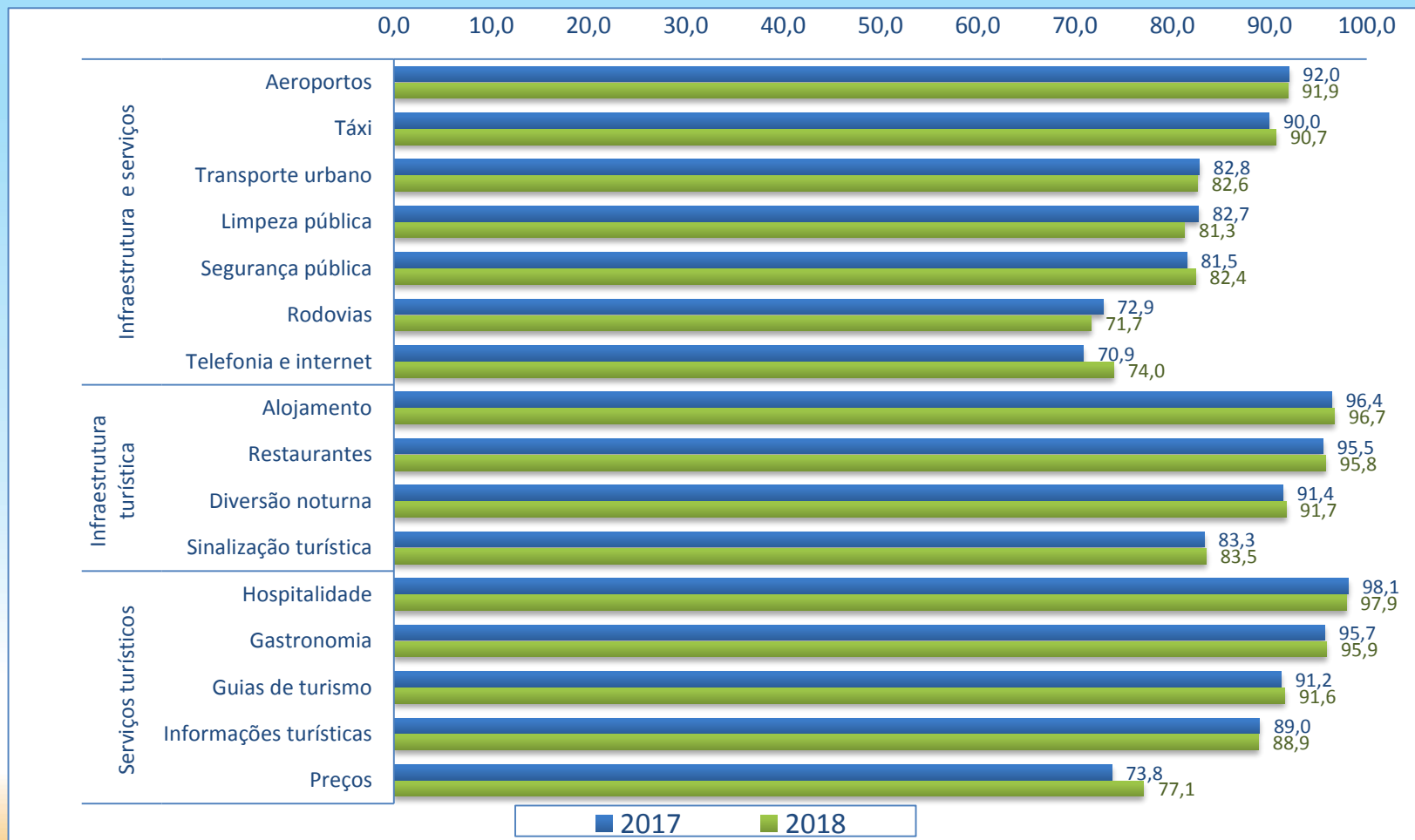
Frequência de visita ao Brasil, por motivo da viagem - 2018 (%)



- **68,6%** dos turistas entrevistados já realizaram **outras visitas** ao Brasil.

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Avaliação da infraestrutura e serviços turísticos (%)



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Avaliação positiva: somatória de "Muito bom" e "Bom".

Avaliação da infraestrutura e serviços turísticos

Critérios de avaliação	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Infraestrutura e serviços					
Aeroportos	74,3	86,5	89,9	92,0	91,9
Táxi	89,4	90,7	90,1	90,0	90,7
Transporte urbano	79,4	79,9	81,6	82,8	82,6
Segurança pública	82,2	82,2	82,5	81,5	82,4
Limpeza pública	79,9	80,4	81,7	82,7	81,3
Telefonia e internet	62,6	65,4	69,6	70,9	74,0
Rodovias	69,9	71,1	72,0	72,9	71,7
Infraestrutura turística					
Alojamento	92,4	95,6	95,7	96,4	96,7
Restaurantes	93,6	94,7	95,0	95,5	95,8
Diversão noturna	91,5	91,2	91,8	91,4	91,7
Sinalização turística	76,9	79,1	80,6	83,3	83,5
Serviços turísticos					
Hospitalidade	97,2	97,7	98,0	98,1	97,9
Gastronomia	94,4	95,7	95,4	95,7	95,9
Guias de turismo	89,6	89,6	90,6	91,2	91,6
Informações turísticas	87,3	88,9	88,4	89,0	88,9
Preços	56,4	69,4	77,2	73,8	77,1

- As **melhores** avaliações são para: **Hospitalidade** (97,9%), **Alojamento** (96,7%), **Gastronomia** (95,9%) e **Restaurantes** (95,8%) .
- As **piores** avaliações são para: **Rodovias** (71,7%), **Telefonia e internet** (74,0%), e **Preços** (77,1%).
- Apesar de ainda estarem entre os itens pior avaliados, **Telefonia e Internet** e **Preços** tiveram melhoras significativas de 2017 para 2018.

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Avaliação positiva: somatória de "Muito bom" e "Bom".

Conhecimento da Marca Brasil

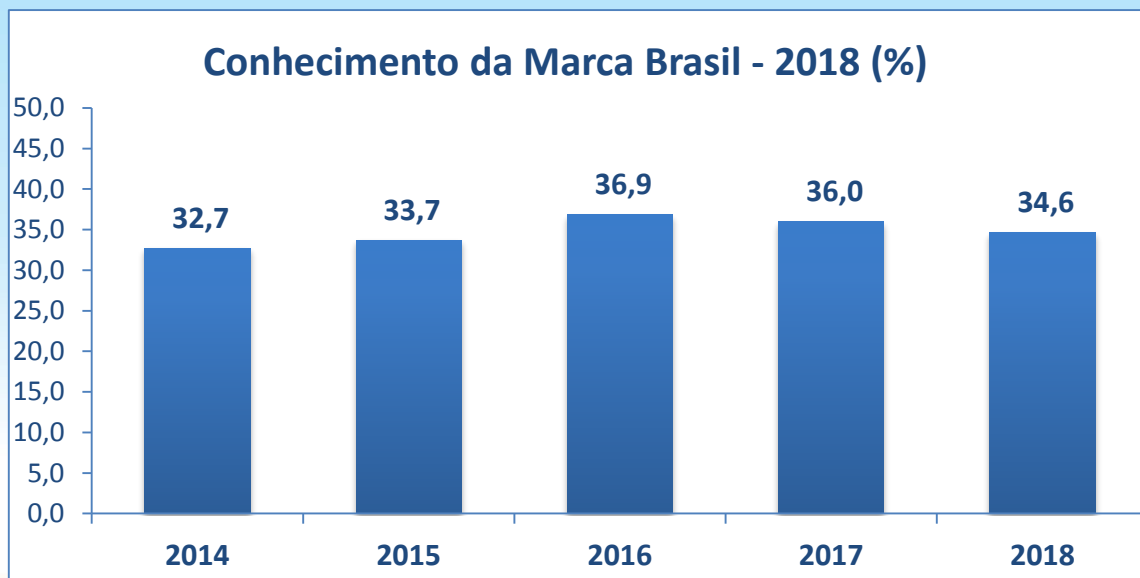


Conhecimento da Marca Brasil

Conhecimento da Marca Brasil	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Sim	32,7	33,7	36,9	36,0	34,6
Não	67,3	66,3	63,1	64,0	65,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Resultados de 2014 referem-se somente às duas últimas etapas regulares de pesquisa.



- O **grau de conhecimento** da **Marca Brasil** teve seu auge em 2016, mas apresenta queda nos últimos dois anos.

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

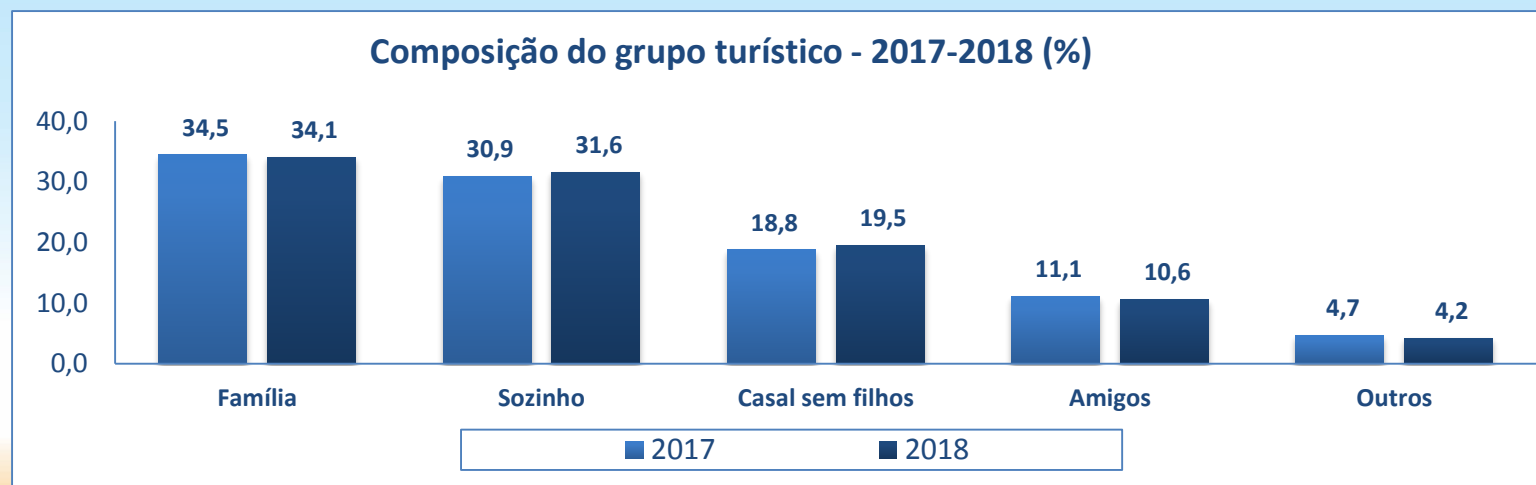
Perfil Socioeconômico



Composição do grupo turístico

Composição do grupo turístico	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Família	23,6	29,1	31,1	34,5	34,1
Sozinho	37,4	36,6	34,1	30,9	31,6
Casal sem filhos	15,2	18,2	18,2	18,8	19,5
Amigos	16,5	10,2	10,9	11,1	10,6
Outros	7,3	5,9	5,7	4,7	4,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.



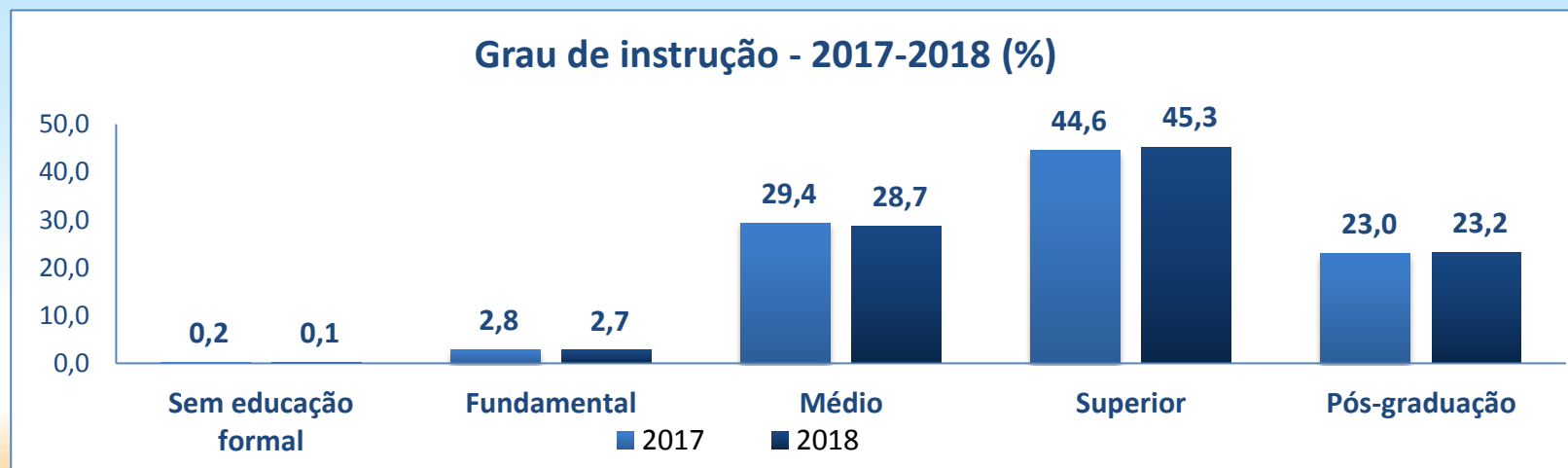
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Grau de instrução

Grau de instrução	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Sem educação formal	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1
Fundamental	2,5	3,2	2,5	2,8	2,7
Médio	24,6	26,2	26,5	29,4	28,7
Superior	46,5	46,2	45,8	44,6	45,3
Pós-graduação	26,2	24,2	25,1	23,0	23,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Resposta do entrevistado.



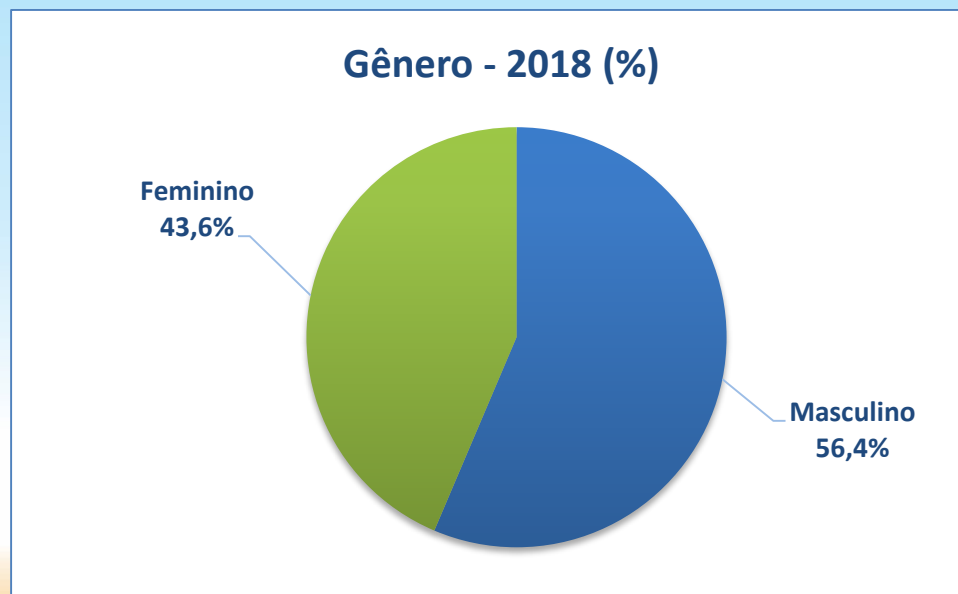
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Gênero

Gênero	Ano (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Masculino	66,3	61,2	59,8	58,8	56,4
Feminino	33,7	38,8	40,2	41,2	43,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Resposta do entrevistado



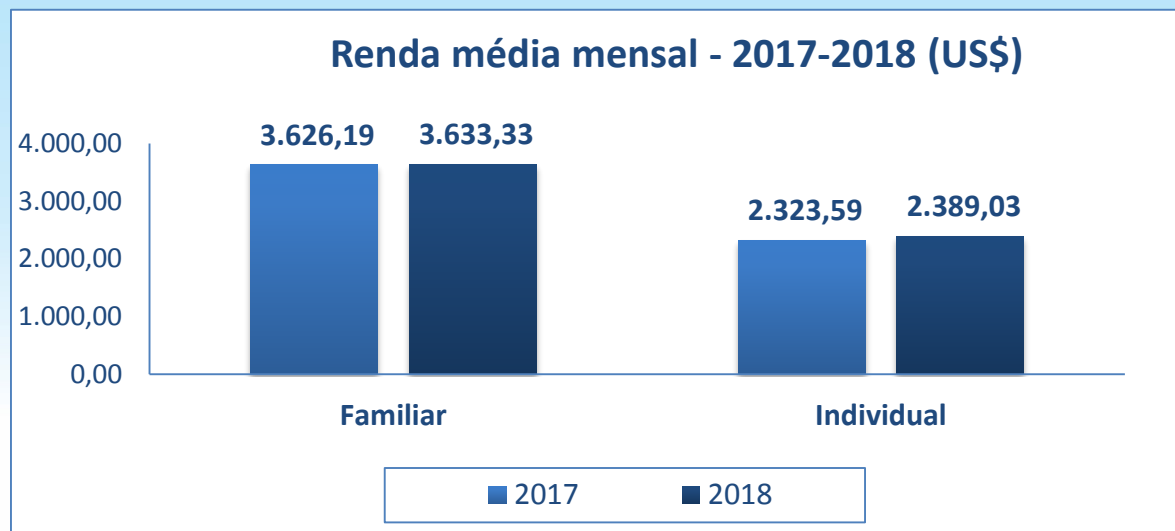
Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Renda

Renda média mensal	Ano (US\$)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Familiar	4.697,34	4.071,98	3.683,55	3.626,19	3.633,33
Individual	3.486,54	2.941,29	2.394,34	2.323,59	2.389,03

Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Nota: Resposta do entrevistado



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil.

Fonte de acesso aos dados



Portal **Dados e Fatos** do **Ministério do Turismo**:
<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/>

Fichas síntese:

- Brasil
- País de residência
- Destinos mais visitados no Brasil