

**REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL**

*FERNANDO HENRIQUE CARDOSO*

*Presidente*

**MINISTÉRIO DO ESPORTE E TURISMO**

*CARLOS CARMO ANDRADE MELLES*

*Ministro*

**INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO - EMBRATUR**

*CAIO LUIZ DE CARVALHO*

*Presidente*

*Roston Luiz Nascimento*

*Diretor de Marketing*

*Bismarck Costa Lima Pinheiro Maia*

*Diretor de Economia e Fomento*

*Edson José Fernandes Ferreira*

*Diretor de Administração e Finanças*

*Beatrice Laura Carnielli*

*Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas*

*Leila Maria Quinhões de Carvalho Holsbach*

*Divisão de Análise de Mercado*

**Apoio Técnico**

*Sueli de Castro Fonseca*

*Joaquim Pinheiro de Almeida Neto*

*Mudestino Carvalho Barroso*

*Renato Holanda de Alcântara*

Setor Comercial Norte

Quadra 2 – Bloco G – sala 207

70712-907 – Brasília – DF

Tele.: 61 - 429.7756/7757

Fax. : 61 - 429.7760

E-mail : [depem@embratur.gov.br](mailto:depem@embratur.gov.br)

Internet : <http://www.embratur.gov.br>

**ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA  
INTERNACIONAL 2000**





## SUMÁRIO

- I. INTRODUÇÃO
  - II. TURISTA RESIDENTE NO EXTERIOR QUE VISITOU O BRASIL EM 2000
    - A. INFORMAÇÕES GERAIS
      - Perfil do Turista
      - Características da Viagem
      - Avaliação da Infra-estrutura urbana, equipamentos e serviços turísticos
    - B. SÍNTESE DAS VARIÁVEIS PESQUISADAS SEGUNDO OS PRINCIPAIS PAÍSES EMISSORES
    - C. SÍNTESE DAS VARIÁVEIS PESQUISADAS SEGUNDO AS CIDADES EM QUE OS TURISTAS PERMANECERAM MAIS TEMPO
  - III. CONSIDERAÇÕES GERAIS
-





## I – INTRODUÇÃO

A EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo, dando continuidade à série de publicações de caráter estatístico, apresenta os resultados da sua pesquisa anual sobre Turismo Receptivo Internacional de 2000. Tal pesquisa, busca identificar o perfil sócio-econômico do turista internacional, bem como suas motivações e interesses.

Para o turismo receptivo, o estudo abrange os cinco últimos anos, permitindo acompanhar a evolução das variáveis anualmente investigadas, que são:

- motivo da viagem
- forma de organização da viagem
- fator decisório da visita
- meio de comunicação que influenciou a decisão da visita
- cidades mais visitadas
- profissão
- permanência média
- gasto médio
- renda média anual
- intenção de voltar ao País
- meio de hospedagem utilizado
- avaliação dos atrativos, da infra-estrutura urbana e turística
- avaliação da viagem de acordo com às expectativas

A definição do perfil do turista internacional teve início, em 1983, observando-se os mesmos procedimentos metodológicos, de forma a permitir a comparação dos dados, entre um ano e outro. As variáveis incluídas na composição do perfil, no entanto, ao longo dos anos, têm sofrido eventuais alterações, visando adequá-las às características do fluxo ou obter maior clareza e precisão dos dados.

Em 1998, foram introduzidas algumas mudanças no instrumento de coleta de dados e, conseqüentemente, nos resultados ora apresentados. A primeira das mudanças foi suscitada pela dificuldade de se obter informações sobre o gasto com hotel dos turistas que tinham sua viagem organizada por agência de viagens, visto a despesa com o transporte internacional, hotel, deslocamentos internos e receptivo em geral, estarem agregados, desconhecendo o turista o valor correspondente a cada item. Visando viabilizar a resposta, procedeu-se o



desdobramento das informações sobre o gasto, segundo a viagem tenha ou não sido organizada por uma agência de viagens. Nos casos em que a viagem não foi organizada por agência de viagens, a seqüência das questões permanece inalterada, com respeito aos anos anteriores.

Nos casos em que se obteve a resposta de que a viagem foi organizada por agência de viagens, foi indagado o tipo de serviço adquirido (pacote, pacote completo ou “tailored”) e o custo, por pessoa, do serviço da agência. Além disso, foi indagado o gasto adicional efetuado durante a estada no Brasil. Para efeito de processamento dos dados sobre o gasto dos turistas que utilizaram os serviços de uma agência de viagens, utilizaram-se parâmetros obtidos junto aos principais operadores turísticos, segundo os quais, do custo de um pacote que inclui o transporte aéreo, 15% correspondem à comissão da operadora no exterior; 45% ao transporte aéreo; 25% à hospedagem e 15% à agência responsável pelo receptivo local. Já os parâmetros para os pacotes envolvendo transporte internacional terrestre foram 15% correspondem à comissão da operadora no exterior; 35% ao transporte terrestre; 40% à hospedagem e 10% à agência responsável pelo receptivo local.

Outra alteração contempla as alternativas sobre os meios de comunicação que influenciaram a decisão de vir ao Brasil, ampliada com a inclusão de folhetos de agência, livros e internet. Optou-se, também, por incluir, nessa questão, a indicação de amigos/parentes, que mesmo não constituindo meio de comunicação de massa, vinha sendo, recorrentemente, registrado no âmbito dessa questão.

As informações foram obtidas através de entrevista nos principais portões de entrada e saída de turistas: Aeroportos do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Salvador, Manaus, Fortaleza, Porto Alegre e Florianópolis, Porto Seguro, Curitiba, Belém e nas fronteiras terrestres situadas em Sant'Ana do Livramento, Uruguaiana, Chuí e Foz do Iguaçu (Ponte da Amizade e Tancredo Neves), São Borja, Quaraí, Dionísio Cerqueira, Brasiléia, Pacaraima, Corumbá, Ponta Porã.

Foram aplicados 11.711 questionários. Para assegurar a representatividade e a confiabilidade, adotou-se um erro relativo máximo de 5%, obtendo-se um nível de confiança de 95%, que possibilita inferências estatísticas para o universo de turistas que entram e saem do País. Devido a sazonalidade da demanda turística (alta, média e baixa estação), a coleta das informações ocorreu durante todo o ano.

Em 2000, não foram coletadas informações sobre as viagens dos brasileiros ao exterior.



## **II – O Turista Residente no Exterior que visitou o Brasil em 2000**







## BRASIL SÍNTESE - 2000

<b>Motivo da viagem (%)</b>		Uruguai	9,92		
Turismo	57,01	Chile	7,80		
Negócios	23,40	Peru	5,77		
Visitar familiares/ amigos	10,90	<b>Freqüência da visita ao Brasil (%)</b>			
Congresso/ Convenção	4,46	Não era a primeira vez	65,07		
Tratamento de Saúde	1,50	Era a primeira vez	34,93		
Estudo/ensino/pesquisa	1,50	<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>			
Religião / peregrinação	0,20	Pretendiam voltar ao Brasil	96,42		
Outros	1,03	Não pretendiam voltar ao Brasil	3,58		
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>		<b>Permanência média no país (dias)</b> 12,06			
Atrativos turísticos	72,10	<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b> 84,38			
Ecoturismo	14,01	Dos turistas que vieram por agência	95,40		
Vantagem no custo da viagem	4,77	Dos turistas que não vieram por agência	80,53		
Curiosidade/interesse pelo país	3,12	<b>Cidades mais visitadas (%)</b>			
Outros fatores	6,00	Rio de Janeiro – RJ	34,13		
<b>Modalidade que pratica quando veio por ecoturismo (%)</b>		São Paulo – SP	19,65		
Contemplação/ observação da natureza	82,17	Florianópolis – SC	18,69		
Caminhadas por trilhas (treking)	11,74	Salvador – BA	13,47		
Pesca esportiva	2,26	Foz do Iguaçu – PR	12,94		
Mergulho submarino	2,03	Balneário de Camboriú – SC	6,60		
Exploração de grutas	1,80	Porto Alegre – RS	5,90		
<b>O que influenciou a decisão da visita(%)</b>		Recife - PE	5,75		
Informação de amigos	44,10	Fortaleza - CE	5,39		
Televisão	13,56	Búzios – RJ	4,00		
Folders / guias impressos	16,95	<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>			
Internet	6,78	Hotel	72,84		
Revista	5,08	Casa de amigos / Parentes	16,96		
Jornal	3,39	Apartamento / Casa alugada	3,18		
Outros meios de comunicação	10,14	Apartamento / Casa própria	1,87		
<b>Idade (%)</b>		Camping	1,48		
De 18 a 24 anos	12,23	Outros locais	3,67		
De 25 a 39 anos	41,58	<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>			
De 40 a 59 anos	38,18	<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>		
60 anos e mais	8,01	<b>Excelente</b>	37,99		
<b>Grau de instrução (%)</b>		<b>Bom</b>	52,42		
Fundamental	3,29	<b>Regular</b>	8,42		
Médio	21,75	<b>Ruim</b>	1,17		
Superior	53,26	<b>Atendimento</b>	40,30		
Mestrado	13,84	<b>Preço</b>	21,45		
Doutorado	7,86	<b>Bom</b>	58,92		
<b>Profissão (%)</b>		<b>Regular</b>	17,48		
Engenheiro	11,63	<b>Ruim</b>	2,15		
Comerciante	9,71	<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>			
Pensionista/aposentado	7,71	<b>Restaurantes</b>			
Empresário	6,25	<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Qualidade da comida</b>
Estudante	5,80	<b>Excelente</b>	27,79	35,57	38,64
Professor	5,48	<b>Bom</b>	55,16	54,27	51,21
Médico	4,98	<b>Regular</b>	14,27	9,22	8,85
Administrador	4,40	<b>Ruim</b>	2,78	0,94	1,30
Dona de casa	4,36	<b>Preço</b>	26,96	57,96	42,67
<b>Hábito de viajar (%)</b>		<b>Comida típica</b>	48,51	7,59	1,23
Sozinho	34,22	<b>Informações Turísticas</b>			
Com a família	44,44	<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>		<b>Precisão da informação</b>
Com amigos	17,26	<b>Excelente</b>	14,46		16,21
Em excursão	4,08	<b>Bom</b>	54,98		53,77
<b>Renda média anual individual (US\$)</b> 33.736,10		<b>Regular</b>	21,96		23,46
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>		<b>Ruim</b>	8,60		6,56
Não organizada por agência	64,77	<b>Guias de Turismo</b>			
Organizada por agência	35,23	<b>Avaliação</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>	
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>		<b>Excelente</b>	29,23	25,89	
Pacote	53,25	<b>Bom</b>	51,31	50,08	
Pacote completo	23,80	<b>Regular</b>	14,54	16,78	
Tailored	22,95	<b>Ruim</b>	4,92	7,25	
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>		<b>Rodovias</b>			
Visitaram	17,90	<b>Avaliação</b>	<b>Conservação</b>	<b>Sinalização</b>	<b>Postos de serviço de apoio</b>
Não visitaram	82,10	<b>Excelente</b>	11,66	10,78	14,24
<b>Países visitados (%)</b>		<b>Bom</b>	50,42	50,00	53,63
Argentina	28,16	<b>Regular</b>	29,87	31,72	24,75
Paraguai	15,78	<b>Ruim</b>	8,05	7,50	7,38
		<b>Turistas que criticaram (%)</b>			
		Sinalização Turística	11,12		
		Transporte Urbano	10,15		
		Limpeza Pública	9,45		
		Segurança Pública	9,27		
		Comunicações	8,71		
		Aeroporto	6,49		



Táxi	4,79	Superou	17,22
Diversões Noturna	3,70	Atendeu plenamente	67,55
Comércio	3,10	Atendeu em parte	14,01
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>		Decepcionou	1,22



## A - INFORMAÇÕES GERAIS

### PERFIL DO TURISTA

#### 1. Idade

A maioria dos turistas em visita ao Brasil em 2000 está numa faixa etária situada entre 25 a 39 anos, com ligeira predominância da faixa de 40 a 59 anos. A idade média é de 40 anos.

**Tabela 1**  
**Idade dos turistas**

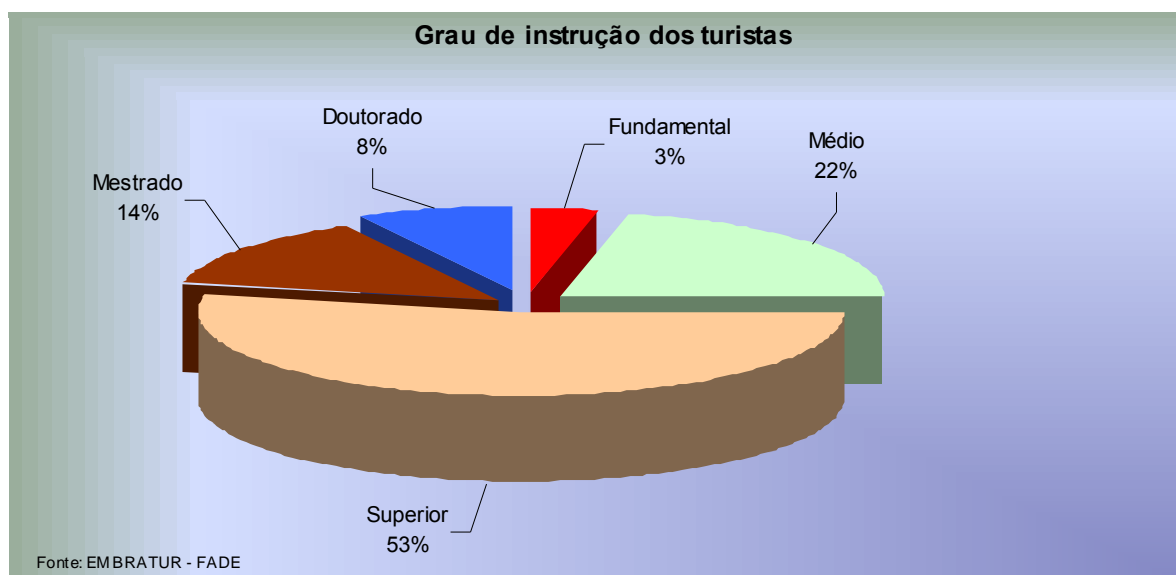
Idade	Ano 2000
De 18 a 24 anos	12,2%
De 25 a 39 anos	41,6%
De 40 a 59 anos	38,2%
60 anos e mais	8,0%
<b>Idade Média (em anos)</b>	<b>40</b>

Fonte: EMBRATUR - FADE.

#### 2. Grau de instrução

Um pouco mais da metade dos turistas que vieram para o Brasil em 2000 (53,3%) possuía nível superior. Poucos foram os turistas com nível fundamental de escolaridade (3,3%), enquanto os mestres e doutores somaram (21,7)% do total.

**Gráfico 1**





### 3. Profissão

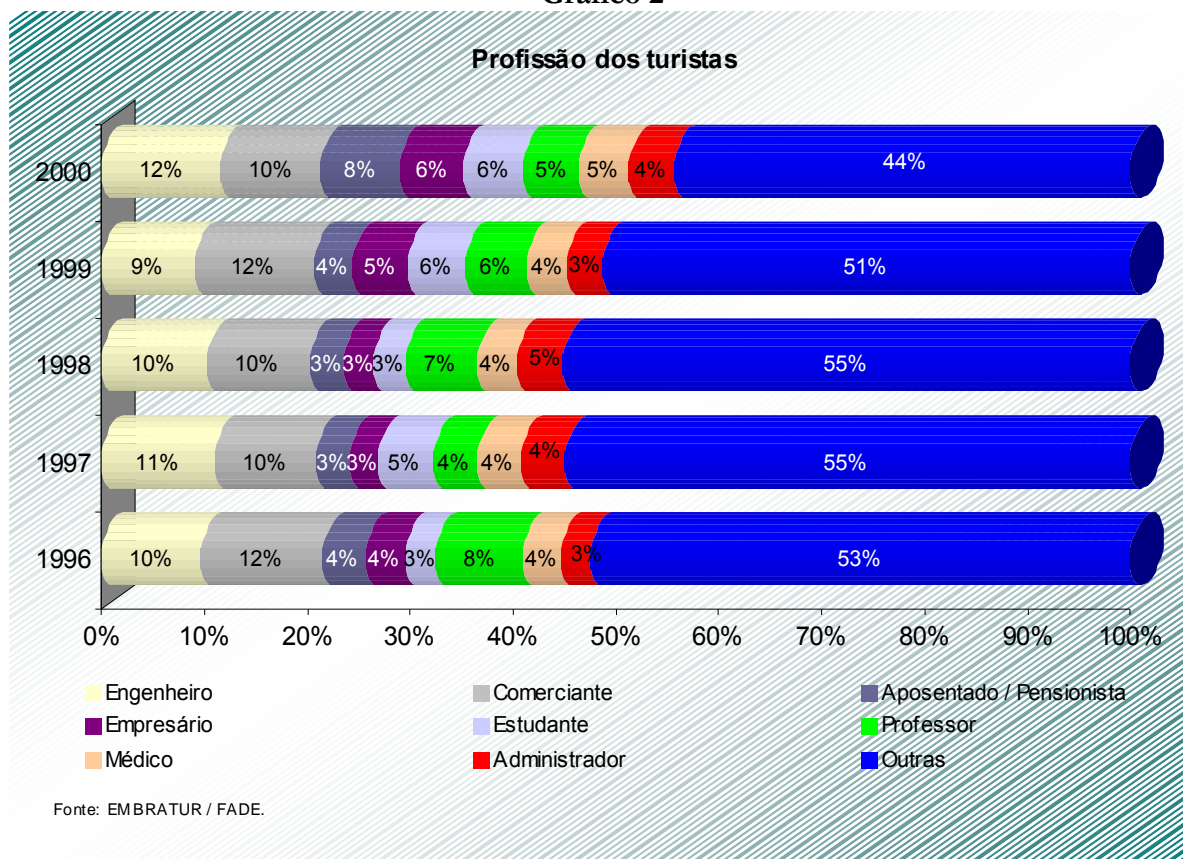
Com relação às ocupações, os engenheiros e comerciantes, seguidos dos pensionistas/aposentados, foram os turistas com maior representatividade em 2000. É notável o aumento percentual, nos dois últimos anos dos empresários e estudantes, bem como dos aposentados/pensionistas, em 2000.

**Tabela 2**  
**Profissão dos Turistas**

Profissão	Ano				
	1996	1997	1998	1999	2000
Engenheiro	9,6%	10,9%	10,3%	9,1%	11,6%
Comerciante	11,9%	9,9%	10,0%	11,5%	9,7%
Aposentado / pensionista	4,2%	3,3%	3,2%	3,8%	7,7%
Empresário	3,8%	2,8%	2,9%	5,3%	6,2%
Estudante	3,0%	5,4%	3,1%	5,6%	5,8%
Professor	8,4%	4,3%	7,1%	6,0%	5,4%
Médico	3,7%	4,2%	3,7%	3,9%	4,9%
Administrador	2,9%	4,3%	4,6%	3,4%	4,4%
Outras	52,5%	54,9%	55,1%	51,4%	44,3%

Fonte: EMBRATUR - FADE.

**Gráfico 2**





## 4. Renda média per capita/ano

Percebe-se uma queda na renda individual dos turistas que vêm visitando o Brasil nos últimos anos. Em 2000 esse valor foi de US\$ 33.736,10.

**Tabela 3**  
**Renda média anual (US\$)**

Ano	Renda Média Anual Individual (US\$)
1996	41.462,85
1997	45.704,78
1998	38.440,07
1999	37.505,85
2000	33.736,10

Fonte: EMBRATUR - FADE.

### 4.1. Renda média per capita/ano por país emissor

Os turistas com residência permanente na Inglaterra e Estados Unidos foram os que apresentaram maiores níveis de renda. Os paraguaios, seguidos dos portugueses, foram os turistas que visitaram o Brasil em 2000 com menores rendas médias individuais.

A elevação das rendas médias individuais dos turistas, para países como a Inglaterra, Estados Unidos e Chile, pode, em parte, ser explicada pelo aumento do turismo a negócios observado nestes países.

**Tabela 4**  
**Renda média per capita/ano (US\$)**

Países Emissores	Ano		
	1998	1999	2000
Inglaterra	46.861,43	48.918,92	73.351,79
Estados Unidos	58.448,51	68.351,22	71.661,26
Canadá	-	-	66.523,02
Chile	37.441,67	25.741,43	44.262,30
Espanha	37.812,50	38.009,83	41.003,53
França	44.014,39	45.207,64	38.635,30
Itália	34.251,67	35.850,81	32.722,71
Alemanha	44.748,15	38.326,47	31.218,79
Argentina	30.897,80	28.132,50	29.675,95
Uruguai	26.485,48	25.464,98	27.669,87
Portugal	34.529,73	31.518,74	22.979,02
Paraguai	28.704,08	20.127,83	17.390,43
Média Global (1)	38.440,07	37.505,85	33.736,10

Fonte: EMBRATUR - FADE.

(1) – É a média para todos os emissores pesquisados.



## CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM

### 1. Motivo da Viagem

Esta variável teve aumentada o número de alternativas. Anteriormente era dividido apenas em turismo, negócio, congresso/convenção e outros. Seguindo a recomendação da Organização Mundial do Turismo – OMT na padronização de metodologia foi acrescida de visita a familiares, tratamento de saúde, estudo/pesquisa e religião/peregrinação.

A diminuição constatada no percentual das viagens tendo como motivo o turismo, deve-se ao fato de parcela dessas viagens estar registrado, em 2000, nas viagens para visita a familiares.

**Tabela 5**  
**Motivo da viagem**

Motivo da Viagem	Ano				
	1996	1997	1998	1999	2000
Turismo	67,2%	65,3%	71,8%	77,6%	57,0%
Negócio	24,6%	28,3%	22,7%	18,0%	23,4%
Visitar familiares	-	-	-	-	10,9%
Congresso/Convenção	4,1%	4,3%	4,0%	3,2%	4,5%
Tratamento de Saúde	-	-	-	-	1,5%
Estudo/ensino/pesquisa	-	-	-	-	1,5%
Religião / Peregrinação	-	-	-	-	0,2%
Outros	4,1%	2,1%	1,6%	1,2%	1,0%

Fonte: EMBRATUR - FADE.

Pela tabela seguinte, observa-se que os turistas que vieram visitar familiares foram aqueles que permaneceram mais dias no Brasil, bem como os que gastaram menos. Os maiores gastos per capita/dia e as maiores rendas individuais foram dos estrangeiros que vieram a negócios ou para congressos.

**Tabela 6**  
**Motivo da viagem por permanência, gasto per capita/dia e renda individual**

Motivo da viagem	Permanência média (dias)	Gasto médio diário per capita (US\$)	Renda média anual individual (US\$)
Turismo	11,30	68,31	24.897,27
Negócios	10,10	139,23	52.713,41
Visitar familiares	17,10	53,95	29.194,44
Congresso	7,80	128,55	57.635,01
Média Global	12,06	84,38	33.736,10

Fonte: EMBRATUR – FADE.



## 2. Fator decisório da visita

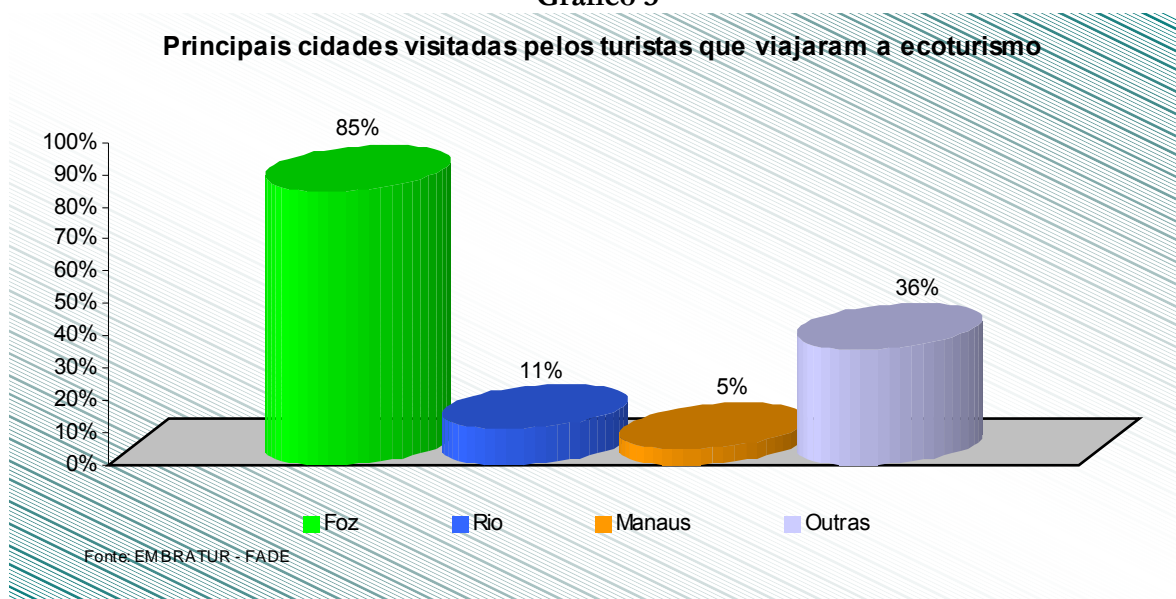
Para quem veio ao Brasil fazer turismo de lazer, os atrativos turísticos compõem, sem dúvida, o principal fator motivador da visita. No ano de 2000, foi inserida a opção ecoturismo como desmembramento da opção lazer, constatando-se, assim, que (14,0%) do total dos turistas a lazer vieram fazer ecoturismo. Ressalta-se que grande parte dos estrangeiros que afirmaram vir fazer ecoturismo no Brasil, o fizeram em Foz do Iguaçu, o que, na verdade, deve estar relacionado à contemplação das Cataratas do Iguaçu.

**Tabela 7**  
**Fator decisório da visita**  
(Motivo da viagem: turismo)

Fator Decisório da Visita	Ano 2000
Atrativos Turísticos	72,1%
Ecoturismo	14,0%
Custo da Viagem	4,8%
Curiosidade / interesse pelo país	3,1%
Outros	6,0%

Fonte: EMBRATUR - FADE.

**Gráfico 3**



## 3. Meio de comunicação que influenciou a decisão da visita

Apesar de “informação de amigos” não se constituir num meio de comunicação de massa, este vem sendo recorrentemente apontado pelos turistas como o principal fator que influenciou a decisão da visita (44,1%). Entre os meios de comunicação de massa, a televisão obteve significativo aumento, bem como revistas e folders/guias impressos. Cabe destacar a importância assumida pela Internet, num curto espaço de tempo, enquanto meio de divulgação dos produtos turísticos.





**Tabela 8**  
**Meio de comunicação que influenciou a decisão da visita**

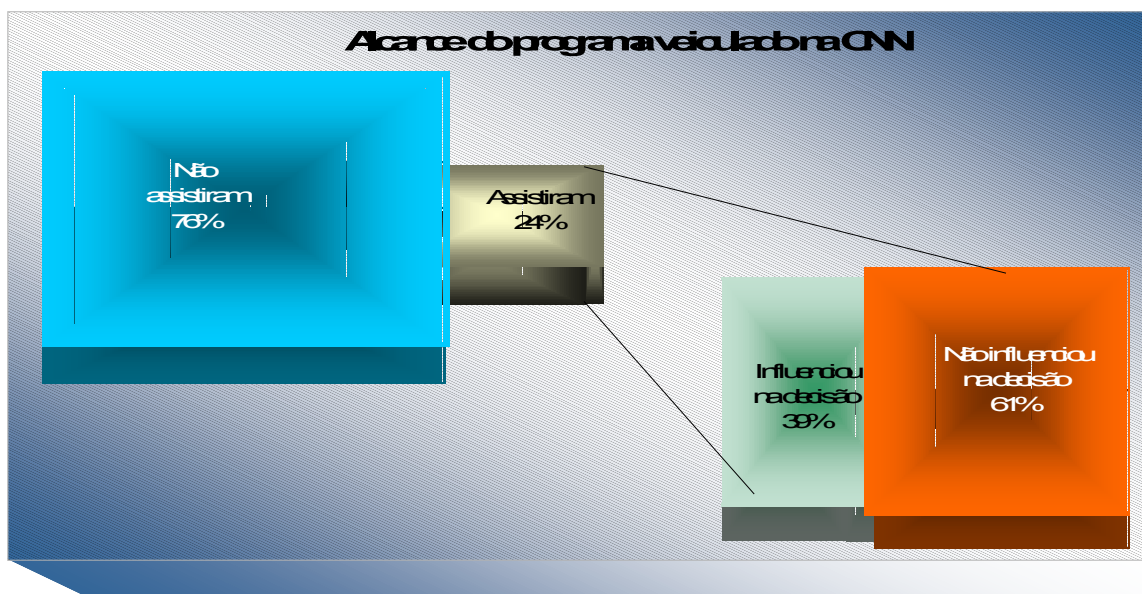
Meio de Comunicação	Ano				
	1996	1997	1998	1999	2000
Informação de amigos	-	-	41,4%	45,0%	44,1%
Folders / guias impressos	-	-	8,1%	6,1%	16,9%
Televisão	12,7%	19,1%	29,2%	10,5%	13,6%
Internet	-	-	2,0%	3,2%	6,8%
Revista	8,6%	7,8%	7,3%	5,5%	5,1%
Jornal	5,2%	4,0%	4,6%	2,7%	3,3%
Cinema	0,4%	1,3%	1,0%	0,9%	-
Rádio	0,3%	0,6%	1,1%	0,8%	3,3%
Outros meios de comunicação	-	-	19,6%	14,6%	10,2%

Fonte: EMBRATUR - FADE.

#### **4. Alcance do programa sobre os atrativos turísticos veiculados na CNN**

Para se determinar o alcance e eficácia do programa sobre os atrativos turísticos brasileiros veiculados na CNN foi indagado aos turistas se os mesmos haviam assistido, e para os que o assistiram, se o programa influenciou na decisão da viagem ao Brasil. Entre aqueles que assistiram (24,0%), uma parcela significativa (39,0%) dos entrevistados informou ter sido influenciado pelo programa a visitar o Brasil.

**Gráfico 4**



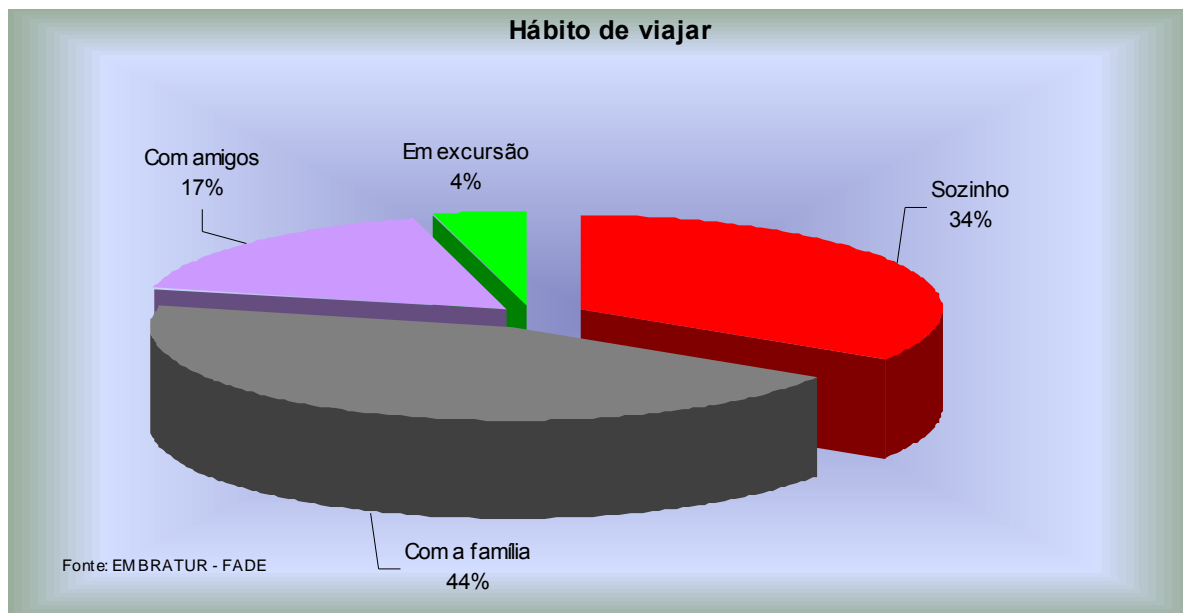
Fonte: EMBRATUR / FADE



## 5. Hábito de viajar

De acordo com o gráfico a seguir pode-se perceber que, no geral, os turistas que estiveram no Brasil costumam, em grande parte viajar com a família (44,4%). Já (34,2%) viajam sozinhos, o que provavelmente relaciona-se com a frequência de viagens realizadas a negócios.

Gráfico 5



## 6. Cidades mais visitadas

O Rio de Janeiro tem sido a cidade mais visitada pelos turistas estrangeiros em 2000 (34,1%). São Paulo destacou-se em segundo lugar com (19,6%), e Florianópolis em terceiro com (18,7%).

Tabela 9  
Cidades mais visitadas

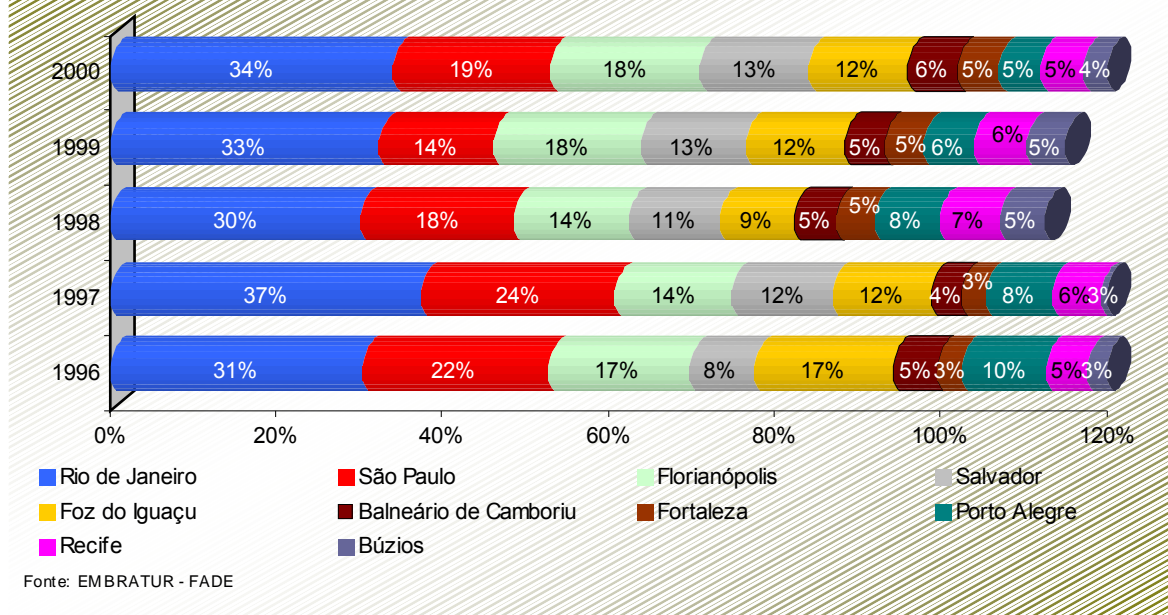
Cidades	Ano				
	1996	1997	1998	1999	2000
Rio de Janeiro – RJ	30,5%	37,4%	30,2%	32,5%	34,1%
São Paulo – SP	22,4%	23,5%	18,4%	13,7%	19,7%
Florianópolis – SC	17,0%	13,9%	14,0%	17,7%	18,7%
Salvador – BA	7,7%	12,2%	10,9%	12,7%	13,5%
Foz do Iguaçu – PR	16,6%	11,8%	8,9%	11,8%	12,9%
Balneário de Camboriú - SC	5,4%	3,7%	5,1%	4,9%	6,6%
Porto Alegre – RS	10,1%	7,9%	7,9%	6,0%	5,9%
Recife – PE	4,7%	5,7%	7,2%	6,4%	5,8%
Fortaleza – CE	3,2%	3,4%	4,6%	4,7%	5,4%
Búzios – RJ	2,7%	2,8%	5,4%	4,6%	4,0%

Fonte: EMBRATUR - FADE.



Gráfico 6

Cidades mais visitadas



### 7. Forma de organização da viagem e serviços utilizados

Segundo a linha de tendência do gráfico a seguir pode-se verificar um crescimento no percentual de turistas que organizaram suas viagens através de agências de viagens, retomando a percentuais atingidos em 1996. Todavia, a maioria dos turistas não recorre aos serviços de uma agência (64,8%).

Para aqueles que organizaram suas viagens através de uma agência, a maioria (53,2%) optou pelo pacote simples, ou seja, aquele que inclui as passagens, translados e hospedagem com café da manhã. O pacote completo (passagens, translados, hospedagem com mais de uma refeição e passeios opcionais) e tailored foram as opções de (23,8%) e (23,0%) dos turistas que vieram por agências.

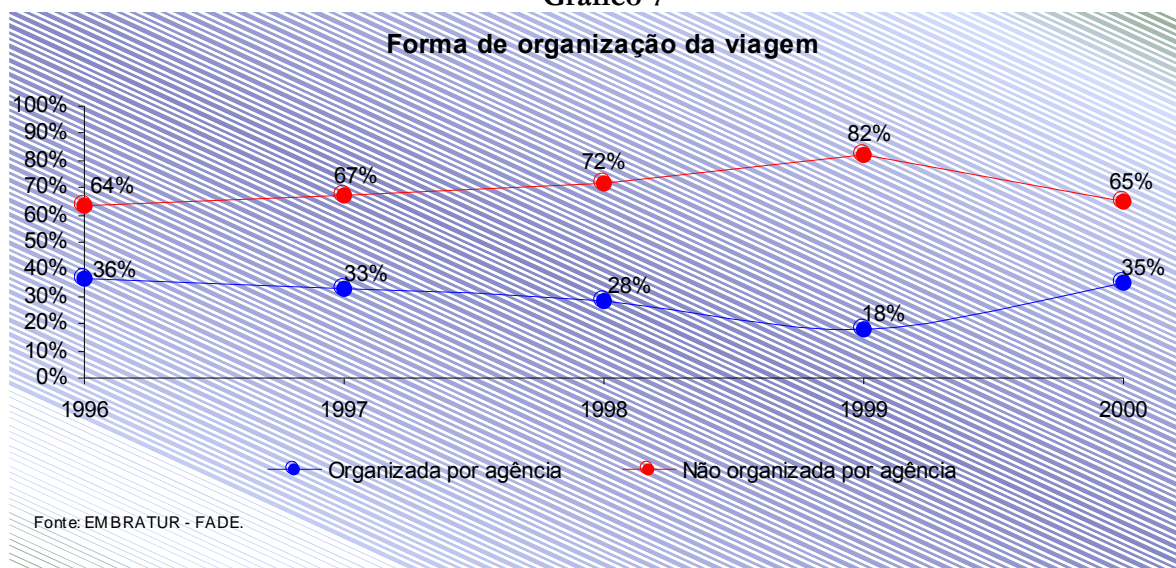
Tabela 10  
Forma de organização

Forma de Organização	Ano				
	1996	1997	1998	1999	2000
Não organizada por agência	63,8%	67,4%	72,0%	81,9%	64,8%
Organizada por agência	36,2%	32,6%	28,0%	18,1%	35,2%

Fonte: EMBRATUR - FADE.



Gráfico 7

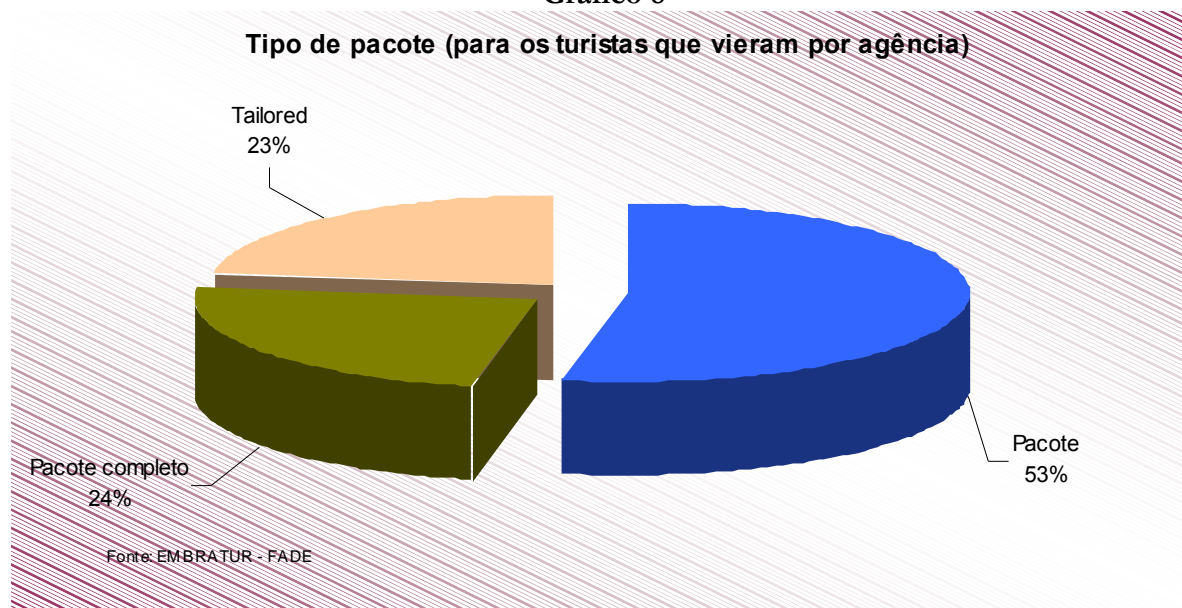


**Tabela 10(a)**  
**Serviço utilizado (dos que vieram por agência)**

Serviço utilizado (dos que vieram por agência)	1996	1997	1998	1999	2000
Pacote	-	-	55,6%	55,5%	53,2%
Pacote completo	-	-	31,4%	35,4%	23,8%
"Tailored" - Personalizado	-	-	13,0%	9,1%	23,0%

Fonte: EMBRATUR - FADE.

Gráfico 8





## 7.1. Organização da viagem por país emissor

Como pode se observar na tabela seguinte, todos os países apresentaram crescimento sistemático no percentual de turistas que organizaram suas viagens através de agências ou operadoras de viagens. Os portugueses (73,2%) foram os que mais se utilizaram dos serviços das agências.

**Tabela 11**  
**Organização da viagem por agência por país emissor**

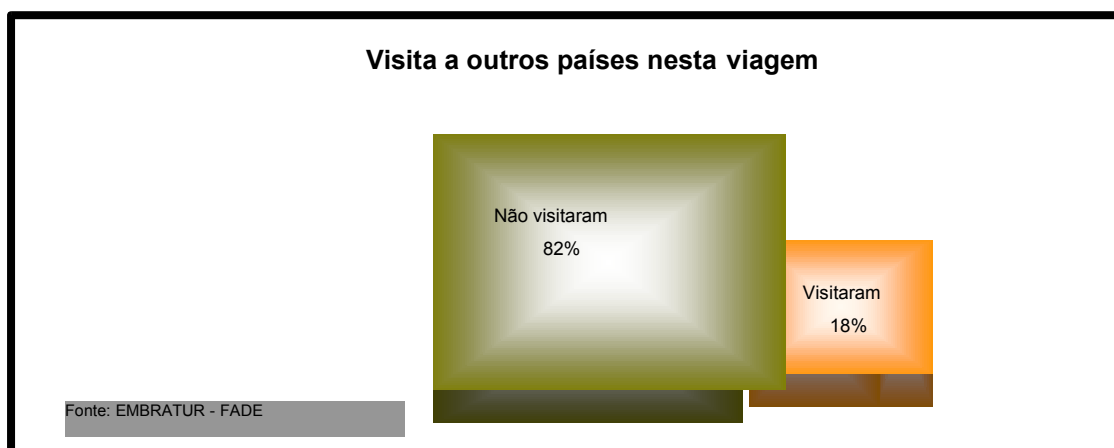
Maiores Emissores	Ano		
	1998	1999	2000
Portugal	33,7	33,1%	73,2%
Chile	22,2%	26,8%	56,8%
Espanha	30,9%	20,7%	48,3%
Alemanha	19,8%	6,0%	43,6%
Argentina	33,3%	19,7%	38,8%
Estados Unidos	29,3%	13,9%	30,4%
Inglaterra	20,0%	16,3%	30,3%
Itália	10,8%	13,8%	27,4%
França	22,2%	9,9%	19,3%
Uruguai	27,3%	32,2%	21,0%
Paraguai	11,5%	-	6,9%
Canadá	-	-	18,1%
Média Global (1)	28,0%	18,1%	35,2%

Fonte: EMBRATUR - FADE.

(1)- É a média para todos os emissores pesquisados.

## 8. Visita a outros países

Dos turistas que vieram ao Brasil em 2000, (17,9%) visitaram pelo menos outro país na mesma viagem. Assim, para estes turistas que visitaram outro país além do Brasil, os destinos mais frequentes foram a Argentina (28,2%), Paraguai (15,8%), o Uruguai (9,9%), Chile (7,8%) e Peru (5,8%).





## 9. Tipo de alojamento utilizado

Os alojamentos do tipo hotel, pousada e pensão continuam sendo a forma de hospedagem utilizada pela maioria dos turistas (72,8%).

**Tabela 12**  
**Tipo de alojamento utilizado**

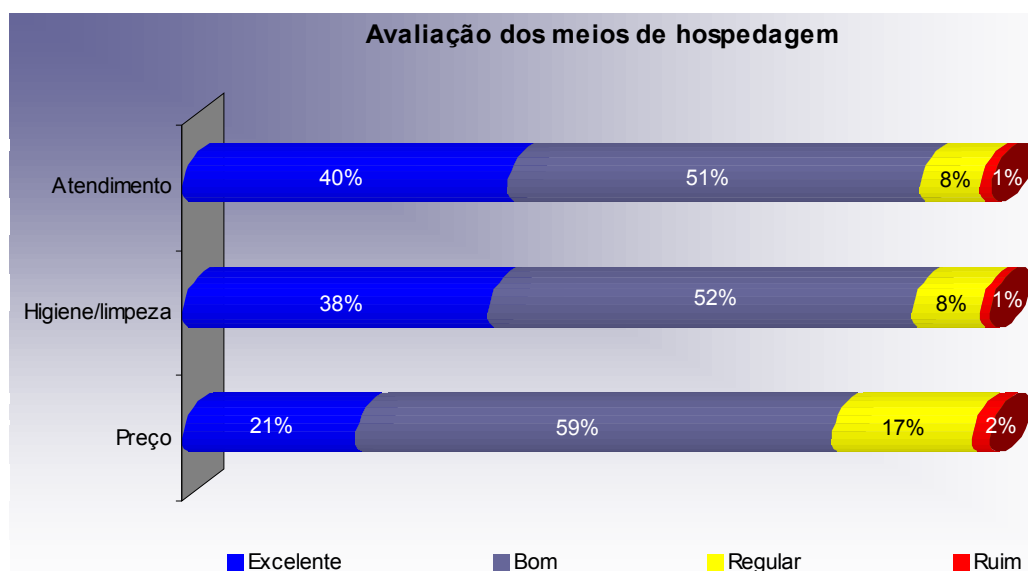
Tipo de alojamento utilizado	1996	1997	1998	1999	2000
Meio de hospedagem	85,0%	84,9%	80,0%	73,5%	72,8%
Casa de amigos/Parentes	11,3%	11,8%	16,0%	17,5%	16,9%
Apartamento/casa alugada	1,9%	2,0%	3,4%	7,4%	3,2%
Apartamento/casa própria	-	-	-	-	1,9%
Camping	-	-	-	-	1,5%
Outros	1,8%	1,3%	0,6%	1,6%	3,7%

Fonte: EMBRATUR - FADE.

Para aqueles que se alojaram em meios de hospedagem foi solicitado que avaliassem os itens higiene/limpeza, atendimento e preço, do estabelecimento.

Como se pode observar no gráfico 10, a seguir, o Atendimento recebeu o maior percentual de registros como Excelente (40,3%), seguido do item Higiene/Limpeza (37,9%). No geral, constata-se a satisfação da maioria dos turistas com os meios de hospedagem, visto a avaliação Excelente e Bom representar sempre mais de 80% dos registros.

**Gráfico 10**



Fonte: EMBRATUR - FADE



## 10. Permanência média

A permanência média dos turistas em viagem ao Brasil em 2000 (12,1 dias), permaneceu em patamar equivalente ao da série histórica.

**Tabela 13**  
**Permanência média dos turistas**

Ano	Permanência Média (dias)
1996	13,1
1997	13,4
1998	13,0
1999	14,0
2000	12,1

Fonte: EMBRATUR - FADE.

### 10.1. Permanência média por país emissor

Em 2000 todos os estrangeiros dos países que não se localizam na América do Sul apresentaram permanências médias acima daquela encontrada para a média global (12,1 dias). Entre estes, os turistas que permaneceram, em média, mais dias no Brasil foram os franceses, alemães e holandeses.

Novamente, neste ano, os uruguaios, paraguaios e argentinos foram os turistas que, em média, permaneceram menos tempo no Brasil, o que é explicável por se tratarem de países fronteiriços, onde o intercâmbio comercial é intenso e a facilidade de ir e vir também.

**Tabela 14**  
**Permanência média por país emissor (dias)**

Países Emissores	1998	1999	2000
França	9,0	14,0	20,2
Itália	22,0	24,0	18,2
Alemanha	21,0	20,7	18,0
Inglaterra	18,0	17,8	16,9
Espanha	17,0	16,0	16,1
Canadá	-	-	12,9
Portugal	18,0	17,0	12,8
Estados Unidos	12,0	13,0	11,8
Chile	9,0	12,0	8,3
Argentina	11,0	12,0	7,4
Paraguai	12,0	8,0	7,0
Uruguai	8,0	9,0	5,9
Média Global (1)	13,0	14,0	12,1

Fonte: EMBRATUR - FADE.

(1) – É a média para todos os emissores pesquisados



## 11. Gasto médio per capita/dia

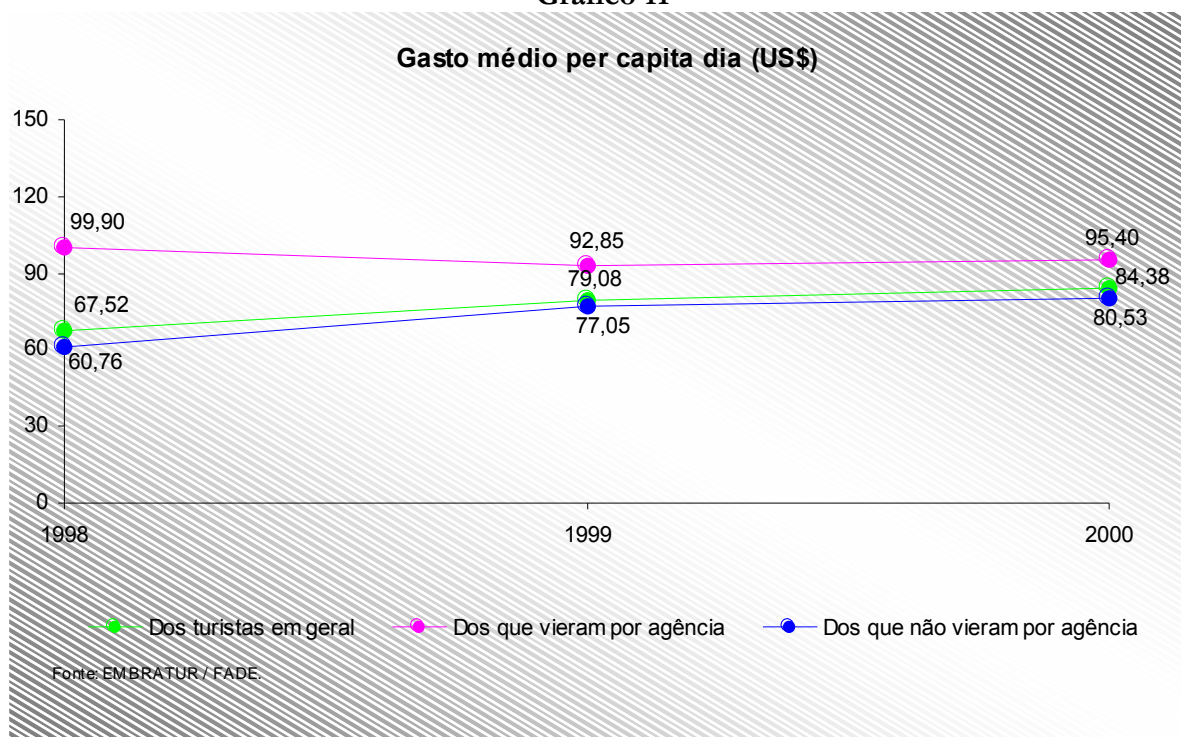
Observa-se que o gasto médio per capita dia dos turistas registrou um sensível crescimento no período de 1998/2000.

**Tabela 15**  
**Gasto médio per capita dia (US\$)**

Especificação do gasto	Ano		
	1998	1999	2000
Dos turistas em geral	67,57	79,08	84,38
Dos que vieram por agência	99,90	92,85	95,40
Dos que não vieram por agência	60,81	77,05	80,53

Fonte: EMBRATUR - FADE.

**Gráfico 11**



### 11.1 Gasto médio per capita/dia por país emissor

Os americanos, seguidos pelos chilenos e canadenses, foram os turistas estrangeiros que mais gastaram em suas viagens ao Brasil em 2000. Da América do Sul, os chilenos continuam com o maior gasto per capita/dia (US\$ 114,90), sendo este gasto maior do que o gasto médio global. Por outro lado, os paraguaios tiveram o menor gasto médio diário per capita.





**Tabela 16**  
**Gasto médio per capita dia (US\$)**

Maiores Emissores	Ano		
	1998	1999	2000
Estados Unidos	107,16	115,57	122,35
Chile	59,87	79,87	114,90
Canadá	-	-	111,36
Inglaterra	84,22	80,68	106,71
Espanha	97,23	97,56	94,19
Alemanha	75,88	77,03	85,73
Uruguai	65,91	67,26	80,84
Portugal	88,41	84,99	79,01
Itália	65,29	93,72	77,19
Argentina	49,28	60,51	69,44
França	77,18	101,16	66,07
Paraguai	46,20	50,94	36,02
Média Global (1)	67,57	79,08	84,38

Fonte: EMBRATUR - FADE.

(1) – É a média para todos os emissores pesquisados.

## **12. Frequência de visita ao Brasil**

A frequência de visita ao Brasil é uma variável que mantém relativa estabilidade através dos anos, ou seja, dois terços dos turistas já tinham visitado o país anteriormente.

**Tabela 17**  
**Frequência da visita ao Brasil**

Turista cuja visita ao Brasil	Ano				
	1996	1997	1998	1999	2000
Era a primeira	35,2%	39,6%	36,3%	36,7%	34,9%
Não era a primeira	64,8%	60,4%	63,7%	63,3%	65,1%

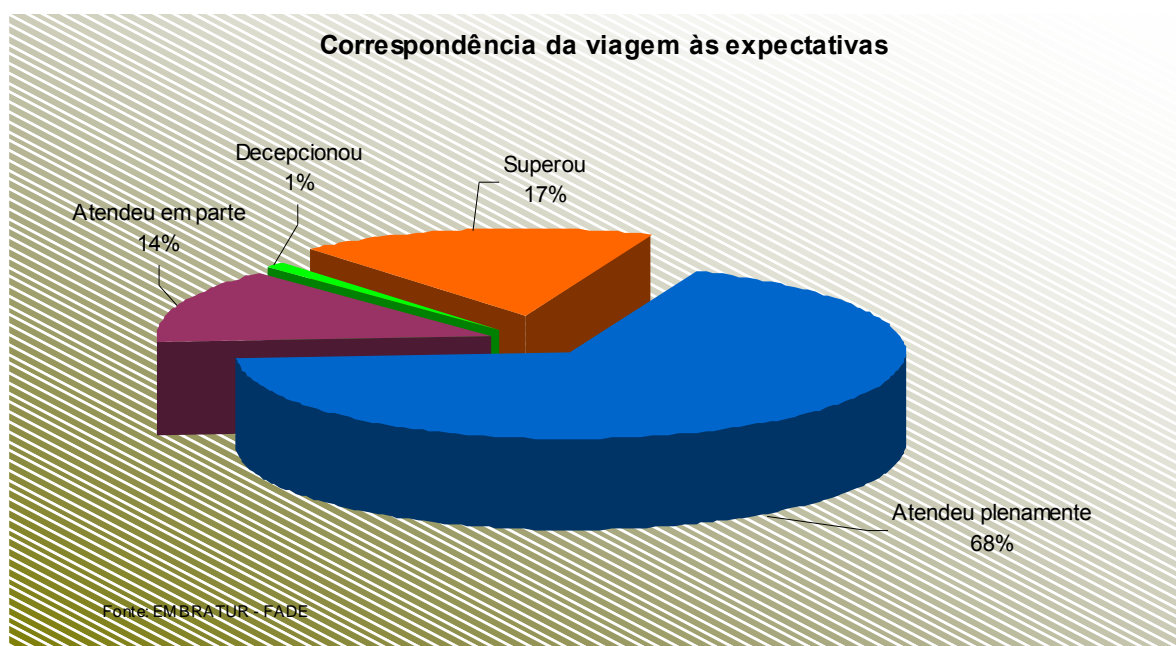
Fonte: EMBRATUR - FADE.

## **13. Correspondência da viagem às expectativas**

No que tange às expectativas dos turistas em relação à viagem feita ao Brasil, para a maioria (67,6%) essas expectativas foram atendidas plenamente. Para (17,2)% as expectativas foram superadas, o que é um percentual extremamente relevante. Apenas para (1,2%) dos entrevistados a viagem foi decepcionante.



Gráfico 12



## 14. Intenção de voltar ao Brasil

**Tabela 18**  
**Intenção de voltar ao Brasil**

Opções	Ano				
	1996	1997	1998	1999	2000
Voltar ao Brasil	89,3%	89,0%	88,0%	91,9%	96,4%
Não voltar ao Brasil	3,1%	2,7%	2,2%	2,1%	3,6%
Indecisos	7,6%	8,3%	9,8%	6,0%	-

Fonte: EMBRATUR - FADE.

### 14.1. Intenção de voltar ao Brasil por país emissor

Os estrangeiros da América do Sul são justamente aqueles que, dado a facilidade de acesso ao Brasil, com mais intensidade pretendem voltar ao Brasil. Os alemães, ingleses e franceses foram os que apresentaram, relativamente, menores intenções de voltar ao Brasil.



**Tabela 19**  
**Intenção de voltar ao Brasil por país emissor**

Maiores Emissores	Ano		
	1998	1999	2000
Paraguai	100,0%	98,0%	99,7%
Argentina	93,9%	97,3%	98,5%
Uruguai	98,5%	96,5%	98,8%
Espanha	77,9%	91,4%	98,0%
Portugal	81,9%	89,1%	97,9%
Canadá	-	-	97,1%
Chile	83,3%	94,6%	95,3%
Estados Unidos	78,0%	89,2%	94,4%
Itália	86,2%	79,3%	93,8%
Inglaterra	74,6%	84,7%	90,4%
França	93,3%	91,3%	84,9%
Alemanha	76,8%	87,0%	81,1%
Média Global (1)	88,0%	91,8%	96,4%

(1)- É a média para todos os emissores pesquisados.  
Fonte: EMBRATUR - FADE.

## **AVALIAÇÃO DA INFRA-ESTRUTURA URBANA, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS**

### **1. Infra-estrutura urbana e turística**

Foram analisados os principais itens da infra-estrutura urbana e turística da cidade em que o turista permaneceu mais tempo.

Deste modo, de acordo com os gráficos, a seguir, os que geraram maior insatisfação nos turistas foram as sinalizações turísticas (11,1%), os transportes urbanos (10,2%), a limpeza pública (9,5%) e a segurança pública (9,3%).

Ressaltamos que o item limpeza pública, após campanha publicitária vem demonstrando forte queda na insatisfação dos turistas, de (22,3%), em 1995, para (9,5%) em 2000.

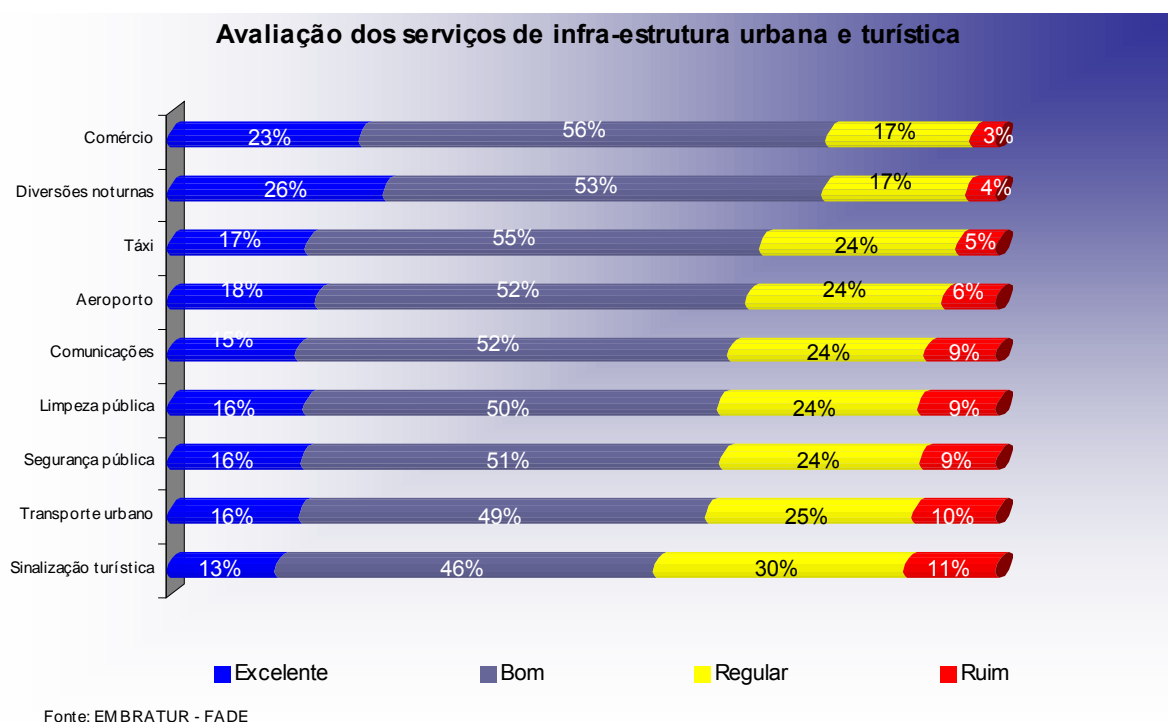
**Tabela 20**  
**Turistas que criticaram**

Itens Avaliados	
Sinalização turística	11,1%
Transporte urbano	10,2%
Limpeza pública	9,5%
Segurança pública	9,3%
Comunicações	8,7%
Aeroportos	6,5%
Táxi	4,8%
Diversões noturnas	3,7%
Comércio	3,1%

Fonte: EMBRATUR - FADE.



Gráfico 13

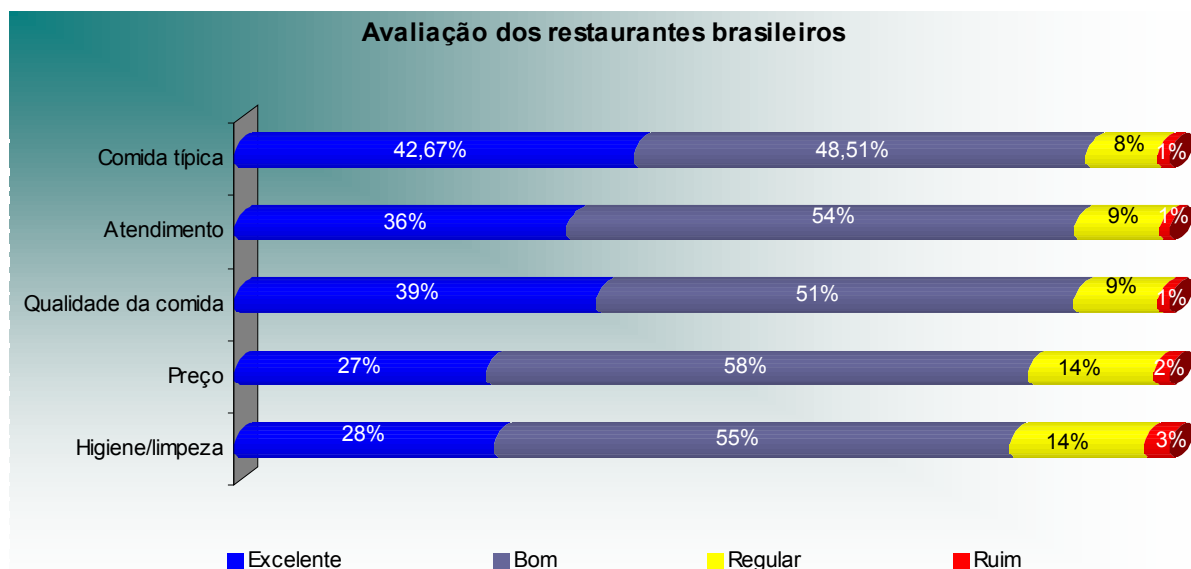


## 2. Restaurantes

No item restaurante foram avaliados cinco pontos (higiene/limpeza, atendimento, qualidade da comida, preço e comida típica).



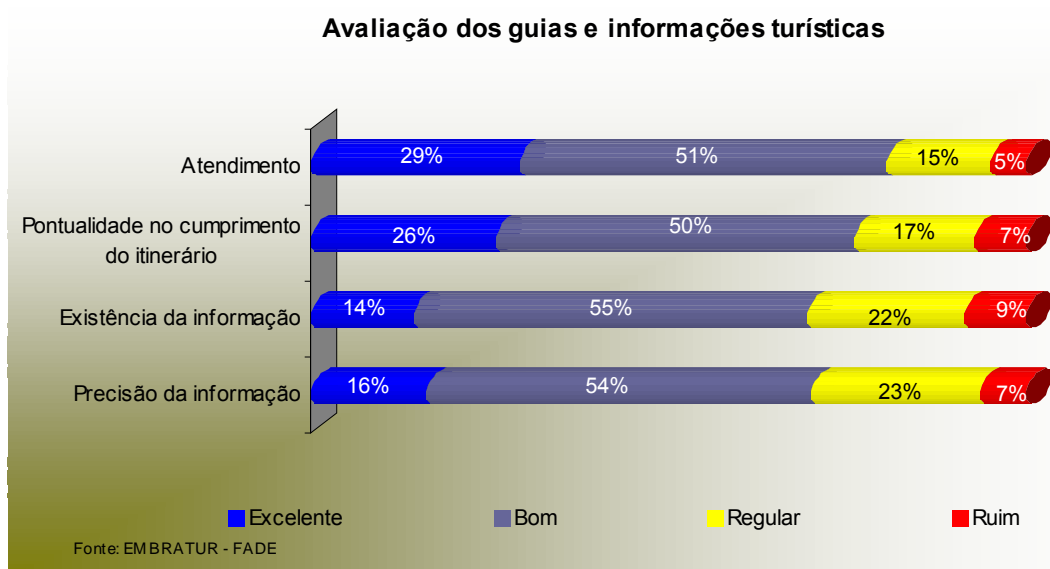
Gráfico 14



### 3. Informações Turísticas

As avaliações sobre os serviços dos Guias de Turismo e as Informações Turísticas são apresentadas, em conjunto, no gráfico a seguir. Os dois primeiros itens, Atendimento e Pontualidade no cumprimento do Itinerário, dizem respeito aos Guias. Já a Existência da informação e Previsão da Informação, às Informações Turísticas.

Gráfico 15



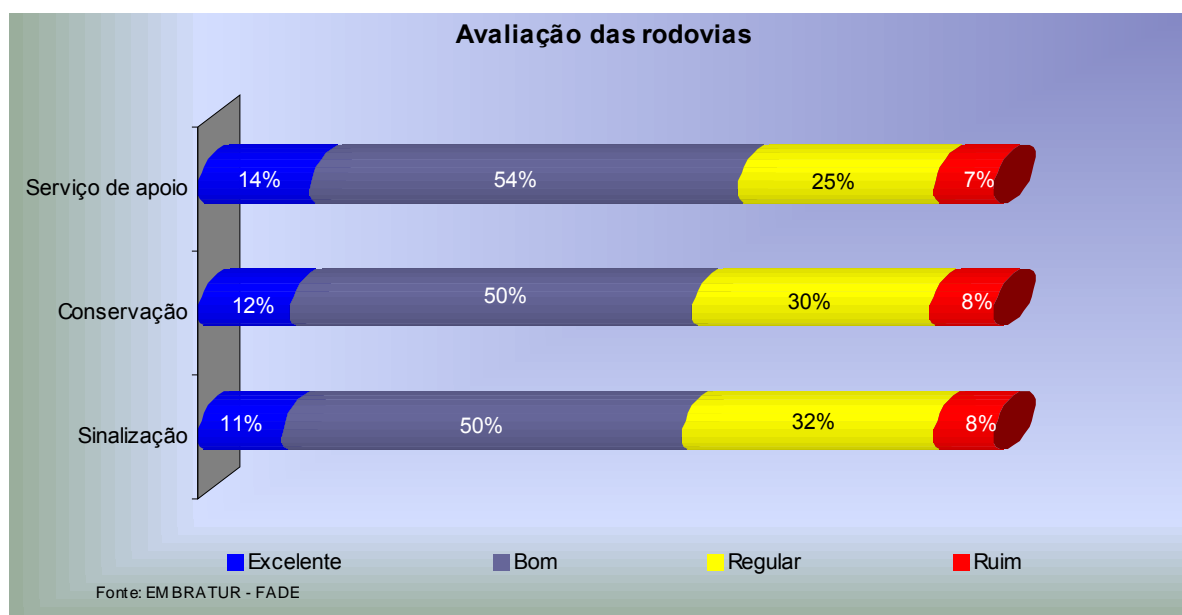


## 4. Rodovias

Para os turistas que saíram do Brasil, por via terrestre, foi requisitado, adicionalmente, que avaliassem as rodovias.

A sinalização foi o que gerou, relativamente, maior insatisfação, o que corrobora o fato deste item também ser analisado como o pior serviço de infra-estrutura urbana e turística.

Gráfico 16





**B- SÍNTESE DAS VARIÁVEIS PESQUISADAS SEGUNDO  
OS PRINCIPAIS PAÍSES EMISSORES**



## ARGENTINA

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	65,99
Negócios	16,25
Visitar familiares/ amigos	10,02
Congresso/ Convenção	4,62
Outros	3,12
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>	
Atrativos turísticos	68,45
Ecoturismo	20,08
Vantagem no custo da viagem	7,21
Interesse no país	4,26
<b>Modalidade que pratica quando veio por ecoturismo (%)</b>	
Contemplação / observação da natureza	83,45
Caminhadas por trilha (treking)	11,82
Mergulho submarino	2,70
Outros	2,03
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>	
Televisão	40,08
Informação de amigos	33,59
Folders / guias impressos	13,87
Jornal	3,49
Internet	2,47
Revista	1,44
Outro	5,06
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	13,43
De 25 a 39 anos	37,24
De 40 a 59 anos	37,16
60 anos e mais	12,17
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	2,06
Médio	25,29
Superior	57,90
Mestrado	9,33
Doutorado	5,42
<b>Profissão (%)</b>	
Comerciante	11,67
Estudante	9,51
Engenheiro	7,51
Empresário	7,16
Professor	6,66
Dona de casa	6,01
Pensionista/aposentado	5,61
Advogado	4,71
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Com a família	54,77
Sozinho	24,13
Com amigos	15,32
Em excursão	5,78
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	
	29.675,95
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	61,16
Organizada por agência	38,84
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>	
Pacote	67,45
Pacote completo	25,96
Tailored	6,59
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	11,24
Não visitaram	88,76
<b>Países visitados (%)</b>	
Paraguai	51,63
Uruguai	28,05
Chile	3,25
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	76,38
Era a primeira vez	23,62

<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>					
Pretendiam voltar ao Brasil	98,46				
Não pretendiam voltar ao Brasil	1,54				
<b>Permanência média no país (dias)</b>					
	7,43				
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>					
Dos turistas que vieram por agência	80,52				
Dos turistas que não vieram por agência	62,40				
<b>Cidades mais visitadas (%)</b>					
Florianópolis – SC	20,90				
Rio de Janeiro – RJ	17,72				
Búzios – RJ	13,97				
Foz do Iguaçu – PR	12,70				
São Paulo – SP	7,72				
Balneário Camboriú – SC	6,77				
Porto Alegre – RS	6,46				
Salvador – BA	5,87				
Porto Seguro - BA	5,82				
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
Hotel	76,15				
Casa de amigos / Parentes	12,99				
Apartamento / Casa alugada	3,31				
Apartamento / Casa própria	2,57				
Outros	4,98				
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço		
Excelente	41,53	43,38	21,83		
Bom	53,37	51,43	67,30		
Regular	4,43	4,39	9,67		
Ruim	0,67	0,80	1,20		
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
Excelente	33,54	39,89	39,92	29,56	39,91
Bom	57,38	54,87	52,78	63,76	52,78
Regular	7,96	4,79	6,23	6,10	5,05
Ruim	1,12	0,45	1,07	0,58	1,27
<b>Informação Turística</b>					
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação			
Excelente	15,81	19,20			
Bom	66,06	61,31			
Regular	14,27	16,94			
Ruim	3,86	2,55			
<b>Guias de Turismo</b>					
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário			
Excelente	31,95	28,06			
Bom	57,83	57,99			
Regular	7,19	8,93			
Ruim	3,03	5,02			
<b>Rodovias</b>					
Avaliação	Conservação	Sinalização	Postos de serviço de apoio		
Excelente	1,40	0,60	18,21		
Bom	55,29	52,51	62,59		
Regular	38,72	40,28	18,70		
Ruim	4,59	6,61	0,50		
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Sinalização Turística					5,33
Aeroportos					4,79
Limpeza Pública					4,12
Comunicações					3,64
Transporte Urbano					3,52
Táxi					3,52
Diversões Noturnas					2,95
Segurança Pública					2,54
Comércio					0,68
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					





Superou	15,68
Atendeu plenamente	73,49

---

Atendeu em parte	10,38
Decepcionou	0,45

---

## CHILE

<b>Motivo da viagem (%)</b>		<b>Permanência média no país (dias)</b>	8,26		
Turismo	45,00	<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>	114,90		
Negócios	30,56	Dos turistas que vieram por agência	123,26		
Congresso/ Convenção	15,56	Dos turistas que não vieram por agência	103,91		
Visitar familiares/ amigos	4,44	<b>Cidades mais visitadas (%)</b>			
Outros	4,44	Rio de Janeiro – RJ	22,92		
<b>Fator decisório de quem veio a turismo (%)</b>		São Paulo – SP	21,35		
Atrativos turísticos	73,08	Salvador – BA	16,67		
Vantagem no custo da viagem	16,67	Búzios – RJ	13,54		
Ecoturismo	2,56	Porto Alegre – RS	9,38		
Outros	7,69	Caxias do Sul - RS	4,69		
<b>O que influenciou a decisão da visita(%)</b>		Foz do Iguaçu – PR	3,65		
Televisão	44,44	Florianópolis – SC	1,56		
Informação de amigos	32,96	<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>			
Internet	5,92	Hotel	83,79		
Jornal	5,92	Casa de amigos / Parentes	7,82		
Revista	4,14	Apartamento / Casa própria	1,12		
Folders / guias impressos	1,78	Outros	7,27		
Rádio	1,17	<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>			
Outros	3,67	<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>		
<b>Idade (%)</b>		<b>Excelente</b>	45,11		
De 18 a 24 anos	4,14	<b>Bom</b>	48,87		
De 25 a 39 anos	62,38	<b>Regular</b>	6,02		
De 40 a 59 anos	30,29	<b>Ruim</b>	-		
60 anos e mais	3,19		0,75		
<b>Grau de instrução (%)</b>			0,86		
Fundamental	2,30	<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>			
Médio	9,77	<b>Restaurantes</b>			
Superior	70,11	<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Preço</b>
Mestrado	13,79	<b>Excelente</b>	33,92	41,76	40,89
Doutorado	4,03	<b>Bom</b>	54,39	54,12	54,39
<b>Profissão (%)</b>		<b>Regular</b>	8,77	3,53	4,09
Engenheiro	25,86	<b>Ruim</b>	2,92	0,59	0,05
Empresário	10,34				0,59
Comerciante	5,75	<b>Informações Turísticas</b>			
Administrador	5,17	<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>		<b>Precisão da informação</b>
Professor	5,75	<b>Excelente</b>	8,74		13,59
Contador	5,0	<b>Bom</b>	54,37		57,28
Médico	4,0	<b>Regular</b>	27,18		23,30
<b>Hábito de viajar (%)</b>		<b>Ruim</b>	9,71		5,83
Sozinho	40,00	<b>Guias de Turismo</b>			
Com a família	42,29	<b>Avaliação</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>	
Com amigos	12,00	<b>Excelente</b>	42,35	42,53	
Em excursão	5,71	<b>Bom</b>	43,53	44,83	
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	44.262,30	<b>Regular</b>	11,76	9,20	
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>		<b>Ruim</b>	2,36	3,44	
Não organizada por agência	43,17	<b>Turistas que criticaram (%)</b>			
Organizada por agência	56,83	Sinalização Turística	14,56		
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência)</b>		Limpeza Pública	13,79		
Pacote	21,95	Comunicações	10,71		
Pacote completo	65,85	Segurança Pública	8,67		
Tailored	12,20	Aeroportos	7,25		
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>		Transporte Urbano	6,56		
Visitaram	8,99	Táxi	4,93		
Não visitaram	91,01	Comércio	3,57		
<b>Freqüência da visita ao Brasil (%)</b>		Diversões Noturnas	2,90		
Não era a primeira vez	60,12	<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>			
Era a primeira vez	39,88	Superou	10,84		
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>		Atendeu plenamente	70,48		
Pretendiam voltar ao Brasil	95,33	Atendeu em parte	17,47		
Não pretendiam voltar ao Brasil	4,67	Decepcionou	1,21		

## PARAGUAI

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	40,06
Negócios	25,87
Visitar familiares/ amigos	20,50
Congresso/ Convenção	5,99
Estudo/ ensino/ pesquisa	1,89
Tratamento de saúde	2,52
Outros	3,17
<b>Fator decisório de quem veio a turismo (%)</b>	
Atrativos turísticos	82,68
Ecoturismo	16,54
Outros	0,78
<b>O que influenciou a decisão da visita(%)</b>	
Televisão	46,59
Informação de amigos	41,61
Folders / guias impressos	1,93
Jornal	1,61
Rádio	1,29
Revista	1,28
Outros	5,69
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	18,36
De 25 a 39 anos	43,02
De 40 a 59 anos	34,61
60 anos e mais	4,01
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	16,09
Médio	32,18
Superior	41,64
Mestrado	6,31
Doutorado	3,78
<b>Profissão (%)</b>	
Comerciante	21,84
Engenheiro	8,54
Estudante	8,23
Empresário	6,96
Vendedor	5,70
Dona de Casa	4,43
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	39,56
Com a família	45,57
Com amigos	11,08
Em excursão	3,79
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	
	17.390,43
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	93,06
Organizada por agência	6,94
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	2,23
Não visitaram	97,77
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	92,97
Era a primeira vez	7,03
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Pretendiam voltar ao Brasil	99,67
Não pretendiam voltar ao Brasil	0,33
<b>Permanência média no país (dias)</b>	
	7,00
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>	
Dos turistas que vieram por agência	36,02
Dos turistas que não vieram por agência	36,00

<b>Cidades mais visitadas (%)</b>					
Foz do Iguaçu – PR	31,94				
Curitiba – PR	14,83				
São Paulo – SP	12,93				
Balneário de Camboriú – SC	12,55				
Campo Grande – MS	11,79				
Florianópolis – SC	7,60				
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
Hotel	51,59				
Casa de amigos / Parentes	24,52				
Apartamento / Casa alugada	8,92				
Apartamento / Casa própria	2,55				
Camping	1,27				
Outros	11,15				
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço		
<b>Excelente</b>	20,97	20,43	9,44		
<b>Bom</b>	76,88	76,34	75,00		
<b>Regular</b>	2,15	3,23	15,56		
<b>Ruim</b>	-	-	-		
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
<b>Excelente</b>	21,81	24,58	44,82	15,10	44,37
<b>Bom</b>	77,52	73,40	53,18	74,16	54,27
<b>Regular</b>	0,67	2,02	2,00	10,40	1,36
<b>Ruim</b>	-	-	-	0,34	-
<b>Informações Turísticas</b>					
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação			
<b>Excelente</b>	7,32	8,86			
<b>Bom</b>	59,76	51,90			
<b>Regular</b>	25,61	35,44			
<b>Ruim</b>	7,31	3,80			
<b>Guias de Turismo</b>					
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário			
<b>Excelente</b>	50,0	33,33			
<b>Bom</b>	50,0	50,00			
<b>Regular</b>	-	16,67			
<b>Ruim</b>	-	-			
<b>Rodovias</b>					
Avaliação	Conservação	Sinalização	Postos de serviço de apoio		
<b>Excelente</b>	3,31	4,12	1,30		
<b>Bom</b>	61,76	58,02	31,17		
<b>Regular</b>	25,37	36,21	56,49		
<b>Ruim</b>	9,56	1,65	11,04		
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Sinalização Turística	5,93				
Transporte Urbano	4,88				
Aeroporto	4,00				
Táxi	2,99				
Segurança Pública	1,59				
Diversão Noturna	1,14				
Limpeza Pública	0,95				
Comunicações	0,76				
Comércio	0,67				
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					
Superou	17,83				
Atendeu plenamente	78,34				
Atendeu em parte	3,83				

## URUGUAI

<b>Motivo da viagem (%)</b>		<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>	80,84
Negócios	38,98	Dos turistas que vieram por agência	103,15
Turismo	32,07	Dos turistas que não vieram por agência	74,92
Visitar familiares/ amigos	14,70	<b>Cidades mais visitadas (%)</b>	
Congresso/ Convenção	8,91	Porto Alegre – RS	25,14
Tratamento de saúde	2,45	Salvador – BA	9,97
Estudo/ ensino/ pesquisa	1,78	Florianópolis – SC	8,56
Outros	1,11	Gramado – RS	8,29
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>		São Paulo – SP	7,46
Atrativos turísticos	70,37	Foz do Iguaçu – PR	4,14
Vantagem no custo da viagem	17,04	<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>	
Ecoturismo	8,89	Hotel	71,82
Interesse pelo país	3,70	Casa de amigos / Parentes	17,67
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>		Apartamento / Casa alugada	1,79
Televisão	48,25	Apartamento / Casa própria	0,67
Informação de amigos	25,45	Outros	8,05
Internet	5,82	<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>	
Folders / guias impressos	2,01	<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>
Revista	1,34	<b>Excelente</b>	57,45
Jornal	1,12	<b>Bom</b>	41,30
Rádio	0,22	<b>Regular</b>	1,25
Outros	15,79	<b>Ruim</b>	-
<b>Idade (%)</b>		<b>Atendimento</b>	54,80
De 18 a 24 anos	11,18	<b>Preço</b>	34,90
De 25 a 39 anos	33,85	<b>Bom</b>	42,72
De 40 a 59 anos	47,87	<b>Regular</b>	2,48
60 anos e mais	7,10	<b>Ruim</b>	-
<b>Grau de instrução (%)</b>		<b>Qualidade da comida</b>	43,28
Fundamental	7,76	<b>Preço</b>	44,13
Médio	33,65	<b>Comida típica</b>	58,73
Superior	46,12	<b>Excelente</b>	53,47
Mestrado	4,71	<b>Bom</b>	42,82
Doutorado	7,76	<b>Regular</b>	2,97
<b>Profissão (%)</b>		<b>Ruim</b>	0,74
Comerciante	9,91	<b>Existência da informação</b>	37,12
Estudante	6,98	<b>Precisão da informação</b>	36,85
Empresário	6,53	<b>Excelente</b>	54,59
Dona de casa	6,31	<b>Bom</b>	6,55
Engenheiro	6,08	<b>Regular</b>	1,74
Advogado	5,63	<b>Ruim</b>	1,75
<b>Hábito de viajar (%)</b>		<b>Informações Turísticas</b>	
Sozinho	44,84	<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>
Com a família	41,93	<b>Excelente</b>	37,12
Com amigos	11,21	<b>Bom</b>	54,59
Em excursão	2,02	<b>Regular</b>	6,55
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	27.669,87	<b>Ruim</b>	1,74
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>		<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>	
Não organizada por agência	79,03	<b>Excelente</b>	32,45
Organizada por agência	20,97	<b>Bom</b>	60,93
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>		<b>Regular</b>	5,96
Pacote	46,99	<b>Ruim</b>	0,66
Pacote completo	46,99	<b>Rodovias</b>	
Tailored	6,02	<b>Avaliação</b>	<b>Conservação</b>
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>		<b>Excelente</b>	36,33
Visitaram	4,15	<b>Bom</b>	41,20
Não visitaram	95,85	<b>Regular</b>	22,10
<b>Freqüência da visita ao Brasil (%)</b>		<b>Ruim</b>	0,37
Não era a primeira vez	90,99	<b>Sinalização</b>	36,33
Era a primeira vez	9,01	<b>Postos de serviço de apoio</b>	20,00
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>		<b>Excelente</b>	36,33
Pretendiam voltar ao Brasil	98,83	<b>Bom</b>	49,81
Não pretendiam voltar ao Brasil	1,17	<b>Regular</b>	22,10
<b>Permanência média no país (dias)</b>	5,85	<b>Ruim</b>	0,37
		<b>Turistas que criticaram (%)</b>	
		Aeroporto	9,38
		Sinalização Turística	3,96
		Transporte Urbano	3,05
		Táxi	2,19
		Segurança Pública	2,11
		Comunicações	1,95
		Diversão Noturna	1,89
		Limpeza Pública	1,56
		Comércio	1,48
		<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>	
		Superou	19,63
		Atendeu plenamente	72,75
		Atendeu em parte	7,62

## ESTADOS UNIDOS

<b>Motivo da viagem (%)</b>		<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>			
Negócios	30,46	Pretendiam voltar ao Brasil	94,35		
Turismo	38,30	Não pretendiam voltar ao Brasil	5,65		
Visitar familiares/ amigos	19,02	<b>Permanência média no país (dias)</b>	<b>11,83</b>		
Congresso/ Convenção	5,27	<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>	<b>122,35</b>		
Outros	6,95	Dos turistas que vieram por agência	145,50		
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo)</b>		Dos turistas que não vieram por agência	112,26		
Atrativos turísticos	59,25	<b>Cidades mais visitadas (%)</b>			
Ecoturismo	7,53	Rio de Janeiro – RJ	50,52		
Informações de amigos / Parentes	28,08	São Paulo – SP	19,54		
Vantagem no custo da viagem	5,14	Belo Horizonte – MG	6,24		
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>		Fortaleza – CE	4,57		
Informação de amigos	43,19	Salvador – BA	4,23		
Televisão	33,96	Manaus – AM	4,09		
Internet	9,07	Porto Alegre - RS	3,19		
Folders / guias impressos	2,88	<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>			
Revista	0,69	Hotel	70,76		
Cinema	0,55	Casa de amigos / Parentes	22,79		
Jornal	0,54	Apartamento / Casa alugada	2,11		
Outros	9,12	Apartamento / Casa própria	1,84		
<b>Idade (%)</b>		Camping	0,40		
De 18 a 24 anos	9,13	Outros	2,10		
De 25 a 39 anos	38,10	<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>			
De 40 a 59 anos	45,41	<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>		
60 anos e mais	7,36	<b>Excelente</b>	41,82		
<b>Grau de instrução (%)</b>		<b>Bom</b>	42,01		
Fundamental	1,65	<b>Regular</b>	14,68		
Médio	8,98	<b>Ruim</b>	1,49		
Superior	49,54	<b>Atendimento</b>	49,35		
Mestrado	29,72	<b>Bom</b>	38,18		
Doutorado	10,11	<b>Regular</b>	10,43		
<b>Profissão (%)</b>		<b>Ruim</b>	2,04		
Engenheiro	13,74	<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>			
Administrador	11,62	<b>Restaurantes</b>			
Empresário	11,36	<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Qualidade da comida</b>
Professor	8,32	<b>Excelente</b>	22,18	34,97	45,28
Estudante	7,93	<b>Bom</b>	50,34	46,53	40,70
Vendedor	4,10	<b>Regular</b>	23,54	16,87	12,94
<b>Hábito de viajar</b>		<b>Ruim</b>	3,94	1,63	1,08
Sozinho	44,52	<b>Preço</b>	1,22	2,13	2,13
Com a família	34,84	<b>Informações Turísticas</b>			
Com amigos	16,77	<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>	<b>Precisão da informação</b>	
Em excursão	3,87	<b>Excelente</b>	13,55	13,51	
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>		<b>Bom</b>	48,59	52,21	
	71.661,26	<b>Regular</b>	29,16	27,79	
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>		<b>Ruim</b>	8,70	6,49	
Não organizada por agência	69,64	<b>Guias de Turismo</b>			
Organizada por agência	30,36	<b>Avaliação</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>	
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>		<b>Excelente</b>	34,47	29,52	
Pacote	36,58	<b>Bom</b>	45,34	43,07	
Pacote completo	14,35	<b>Regular</b>	16,15	20,48	
Tailored	49,07	<b>Ruim</b>	4,04	6,93	
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>		<b>Turistas que criticaram (%)</b>			
Visitaram	16,58	Sinalização Turística			18,43
Não visitaram	83,42	Limpeza Pública			15,43
<b>Países visitados (%)</b>		Segurança Pública			15,20
Argentina	55,17	Transporte Urbano			14,29
Chile	13,79	Comunicações			12,94
Uruguai	8,62	Comércio			5,01
Peru	5,17	Táxi			4,98
<b>Freqüência da visita ao Brasil (%)</b>		Aeroporto			4,43
Não era a primeira vez	49,94	Diversões Noturnas			3,49
Era a primeira vez	50,06	<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>			
		Superou			23,20
		Atendeu plenamente			55,60
		Atendeu em parte			19,60
		Decepcionou			1,60

## CANADÁ

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Negócios	35,29
Turismo	25,00
Visitar familiares/ amigos	23,53
Congresso/ Convenção	11,76
Estudo/ ensino/ pesquisa	4,42
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>	
Informação de amigos	45,97
Televisão	38,21
Internet	5,97
Revista	1,49
Cinema	1,49
Folders	1,49
Outros	5,38
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	8,16
De 25 a 39 anos	36,31
De 40 a 59 anos	48,29
60 anos e mais	7,24
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Médio	7,05
Superior	50,70
Mestrado	23,94
Doutorado	18,31
<b>Profissão (%)</b>	
Engenheiro	15,71
Empresário	12,86
Professor	11,43
Administrador	7,14
Estudante	5,71
Funcionário Público	5,71
Dona de casa	4,29
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	51,39
Com a família	34,72
Com amigos	13,89
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	
	66.523,02
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	81,94
Organizada por agência	18,06
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	14,08
Não visitaram	85,92
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	54,17
Era a primeira vez	45,83
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Pretendiam voltar ao Brasil	97,14
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,86
<b>Permanência média no país (dias)</b>	
	12,88
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>	
	111,36
Dos turistas que vieram por agência	137,75
Dos turistas que não vieram por agência	105,54

<b>Cidades visitadas (%)</b>	
Rio de Janeiro – RJ	37,23
São Paulo – SP	26,60
Salvador – BA	6,38
Curitiba – PR	3,19
Foz do Iguaçu – PR	5,32
Fortaleza – CE	5,32
Porto Alegre – RS	4,26
Ouro Preto – MG	4,26

<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>	
Hotel	63,77
Casa de amigos / Parentes	28,99
Apartamento / Casa alugada	2,9
Outros	4,34

<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
<b>Excelente</b>	23,19	38,57	34,78	26,09	43,94
<b>Bom</b>	49,28	47,14	52,17	47,83	40,91
<b>Regular</b>	24,64	14,29	13,04	24,64	15,15
<b>Ruim</b>	2,9	-	-	1,45	-

<b>Informações Turísticas</b>		
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação
<b>Excelente</b>	12,20	13,51
<b>Bom</b>	36,59	32,43
<b>Regular</b>	26,83	35,14
<b>Ruim</b>	24,39	18,92

<b>Guias de Turismo</b>		
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário
<b>Excelente</b>	24,14	27,59
<b>Bom</b>	48,28	31,03
<b>Regular</b>	13,79	20,69
<b>Ruim</b>	13,79	20,69

<b>Turistas que criticaram (%)</b>	
Comunicações	25,76
Segurança Pública	18,79
Sinalização Turística	18,64
Comércio	11,67
Limpeza Pública	11,59
Transporte Urbano	9,43
Diversões Noturnas	8,7
Táxi	7,41
Aeroporto	1,75

<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>	
Superou	19,44
Atendeu plenamente	54,17
Atendeu em parte	22,22
Decepcionou	4,17

## ALEMANHA

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	54,46
Negócios	19,64
Visitar familiares/ amigos	17,86
Congresso/ Convenção	6,25
Outros	1,79

<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>	
Atrativos turísticos	73,33
Ecoturismo	11,67
Interesse pelo país	10,00
Vantagem no custo da viagem	5,00

<b>O que influenciou na decisão da visita (%)</b>	
Informação de amigos	37,84
Televisão	28,43
Folders / guias impressos	12,75
Internet	6,86
Revista	3,92
Outros	10,20

<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	11,05
De 25 a 39 anos	44,17
De 40 a 59 anos	38,40
60 anos e mais	6,38

<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	6,67
Médio	18,10
Superior	49,52
Mestrado	15,24
Doutorado	10,47

<b>Profissão (%)</b>	
Engenheiro	13,64
Estudante	10,00
Comerciante	13,64
Empresário	3,64
Pensionista/aposentado	5,45
Professor	5,45
Administrador	4,55

<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	41,82
Com a família	41,82
Com amigos	16,36

<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	
	31.218,79

<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	56,41
Organizada por agência	43,59

<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>	
Pacote	56,10
Pacote completo	14,63
Tailored	29,27

<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	36,21
Não visitaram	63,79

<b>Países visitados (%)</b>	
Argentina	36,23
Paraguai	8,70
Peru	7,25

<b>Freqüência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	39,13
Era a primeira vez	60,87

<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Pretendiam voltar ao Brasil	81,13
Não pretendiam voltar ao Brasil	18,87

<b>Permanência média no país (dias)</b>	
	17,98

<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>	
Dos turistas que vieram por agência	95,41
Dos turistas que não vieram por agência	78,25

<b>Cidades mais visitadas (%)</b>	
Rio de Janeiro – RJ	37,21
Foz do Iguaçu – PR	14,53
São Paulo – SP	13,95
Salvador – BA	12,21
Manaus – AM	6,40
Recife – PE	5,81
Fortaleza – CE	5,81
Búzios - RJ	4,07

<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>	
Hotel	75,00
Casa de amigos / Parentes	16,96
Apartamento / Casa própria	2,68
Apartamento / Casa alugada	1,79
Camping	1,79
Outros	1,78

<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>			
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço
<b>Excelente</b>	28,38	26,76	15,58
<b>Bom</b>	50,00	60,56	46,75
<b>Regular</b>	18,92	12,68	33,77
<b>Ruim</b>	2,70	-	3,90

<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
<b>Excelente</b>	9,35	19,27	29,36	13,89	36,54
<b>Bom</b>	54,21	60,55	56,88	54,63	49,04
<b>Regular</b>	28,04	19,27	11,93	29,63	10,58
<b>Ruim</b>	8,40	0,92	1,83	1,85	3,84

<b>Informações Turísticas</b>		
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação
<b>Excelente</b>	6,25	7,94
<b>Bom</b>	40,63	36,51
<b>Regular</b>	40,63	42,86
<b>Ruim</b>	12,49	12,69

<b>Guias de Turismo</b>		
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário
<b>Excelente</b>	27,08	20,41
<b>Bom</b>	35,42	40,82
<b>Regular</b>	33,33	30,61
<b>Ruim</b>	4,17	8,16

<b>Turistas que criticaram (%)</b>	
Sinalização Turística	24,00
Comunicações	19,15
Segurança Pública	18,39
Limpeza Pública	17,14
Aeroporto	8,82
Comércio	8,16
Transporte Urbano	7,14
Diversões Noturnas	4,82
Táxi	1,15

<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>	
Superou	13,34
Atendeu plenamente	62,86
Atendeu em parte	21,90
Decepcionou	1,90

## ESPAÑA

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	53,57
Negócios	21,43
Visitar familiares/ amigos	13,39
Congresso/ Convenção	6,25
Estudo / Ensino / Pesquisa	2,68
Outros	2,68
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>	
Atrativos turísticos	69,49
Curiosidade/interesse pelo país	11,87
Vantagem no custo da viagem	10,17
Ecoturismo	8,47
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>	
Informação de amigos	42,73
Televisão	38,18
Internet	7,27
Revista	1,82
Jornal	1,82
Cinema	1,82
Folders / guias impressos	0,91
Outros	5,45
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	4,11
De 25 a 39 anos	56,22
De 40 a 59 anos	35,56
60 anos e mais	4,11
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	2,68
Médio	17,86
Superior	52,68
Mestrado	10,71
Doutorado	16,07
<b>Profissão (%)</b>	
Professor	10,43
Engenheiro	13,04
Economista	9,57
Empresário	9,57
Advogado	7,83
Artista	5,22
Comerciante	4,35
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	39,13
Com a família	33,91
Com amigos	24,35
Em excursão	2,61
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	
	41.003,53
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	51,69
Organizada por agência	48,31
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>	
Pacote	50,00
Pacote completo	33,33
Tailored	16,67
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	25,00
Não visitaram	75,00
<b>Freqüência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	57,52
Era a primeira vez	42,48
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Pretendiam voltar ao Brasil	98,02
Não pretendiam voltar ao Brasil	1,98

<b>Permanência média no país (dias)</b>					
	16,14				
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>					
Dos turistas que vieram por agência	105,05				
Dos turistas que não vieram por agência	84,04				
<b>Cidades mais visitadas (%)</b>					
Rio de Janeiro – RJ	25,88				
Salvador – BA	18,24				
São Paulo – SP	13,53				
Foz do Iguaçu – PR	12,35				
Fortaleza – CE	11,76				
Manaus - AM	7,06				
Porto Alegre – RS	5,88				
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
Hotel	76,31				
Casa de amigos / Parentes	20,18				
Apartamento / Casa própria	1,75				
Camping	0,88				
Outros	0,88				
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço		
<b>Excelente</b>	28,58	33,34	12,16		
<b>Bom</b>	59,52	60,71	67,57		
<b>Regular</b>	8,33	4,76	14,86		
<b>Ruim</b>	3,57	1,19	5,41		
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
<b>Excelente</b>	28,70	39,13	28,08	26,96	31,48
<b>Bom</b>	56,52	54,78	62,28	51,30	59,26
<b>Regular</b>	11,30	6,09	7,89	17,39	8,33
<b>Ruim</b>	3,48	-	1,75	4,35	0,93
<b>Informações Turísticas</b>					
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação			
<b>Excelente</b>	7,57	10,60			
<b>Bom</b>	59,09	60,61			
<b>Regular</b>	28,79	27,27			
<b>Ruim</b>	4,55	1,52			
<b>Guias de Turismo</b>					
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário			
<b>Excelente</b>	30,65	26,23			
<b>Bom</b>	56,45	54,10			
<b>Regular</b>	12,90	18,03			
<b>Ruim</b>	-	1,64			
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Sinalização Turística	16,16				
Segurança Pública	13,64				
Limpeza Pública	13,51				
Aeroporto	12,50				
Transporte Urbano	11,25				
Táxi	10,31				
Comunicações	8,08				
Comércio	4,95				
Diversões Noturnas	2,50				
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					
Superou	22,52				
Atendeu plenamente	58,56				
Atendeu em parte	18,02				
Decepcionou	0,90				



## FRANÇA

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	50,86
Visitar familiares/ amigos	20,69
Negócios	17,24
Estudo/ ensino/ pesquisa	5,17
Congresso/ Convenção	2,59
Outros	3,45
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>	
Atrativos turísticos	71,93
Interesse pelo país	19,30
Ecoturismo	8,77
<b>O que influenciou na decisão da visita%</b>	
Informação de amigos	47,02
Televisão	32,63
Folders / guias impressos	4,39
Internet	3,51
Revista	0,88
Jornal	0,88
Cinema	0,88
Outros	9,82
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	11,08
De 25 a 39 anos	47,33
De 40 a 59 anos	36,39
60 anos e mais	5,20
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	0,90
Médio	7,21
Superior	49,55
Mestrado	23,42
Doutorado	18,92
<b>Profissão (%)</b>	
Engenheiro	16,96
Administrador	9,82
Empresário	8,04
Estudante	7,14
Pensionista / aposentado	6,25
Comerciante	5,36
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	33,91
Com a família	39,13
Com amigos	26,09
Em excursão	0,87
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	
	38.635,30
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	80,67
Organizada por agência	19,33
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	17,80
Não visitaram	82,20
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	53,10
Era a primeira vez	46,90
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Pretendiam voltar ao Brasil	84,91
Não pretendiam voltar ao Brasil	15,09

<b>Permanência média no país (dias)</b>					
	20,24				
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>					
Dos turistas que vieram por agência	96,73				
Dos turistas que não vieram por agência	58,72				
<b>Cidades mais visitadas (%)</b>					
Rio de Janeiro – RJ	34,85				
Salvador – BA	14,11				
São Paulo – SP	12,45				
Foz do Iguaçu – PR	10,79				
Ouro Preto – MG	6,64				
Parati - RJ	6,22				
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
Meios de hospedagem	61,27				
Casa de amigos / Parentes	34,23				
Apartamento / Casa alugada	1,80				
Apartamento / Casa própria	1,80				
Outros	0,90				
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço		
<b>Excelente</b>	23,97	24,19	10,71		
<b>Bom</b>	58,06	53,23	51,79		
<b>Regular</b>	13,13	20,97	26,79		
<b>Ruim</b>	4,84	1,61	10,71		
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
<b>Excelente</b>	15,00	23,81	27,36	14,29	37,38
<b>Bom</b>	54,00	54,29	46,23	43,88	42,42
<b>Regular</b>	25,00	16,19	23,58	32,65	19,19
<b>Ruim</b>	6,00	5,71	2,83	9,18	1,01
<b>Informações Turísticas</b>					
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação			
<b>Excelente</b>	5,88	9,23			
<b>Bom</b>	44,12	38,46			
<b>Regular</b>	30,88	36,92			
<b>Ruim</b>	19,12	15,38			
<b>Guias de Turismo</b>					
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário			
<b>Excelente</b>	16,36	21,82			
<b>Bom</b>	41,82	40,00			
<b>Regular</b>	34,55	29,09			
<b>Ruim</b>	7,27	9,09			
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Sinalização Turística	22,22				
Comunicações	19,59				
Limpeza Pública	19,42				
Transporte Urbano	19,22				
Segurança Pública	14,04				
Aeroporto	7,84				
Comércio	7,69				
Diversões Noturnas	6,45				
Táxi	5,95				
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					
Superou	17,70				
Atendeu plenamente	55,75				
Atendeu em parte	19,47				
Decepcionou	7,08				

## INGLATERRA

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	43,33
Negócios	32,50
Visitar familiares/ amigos	12,50
Estudo/ ensino/ pesquisa	2,50
Congresso/ Convenção	2,50
Outros	6,67
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>	
Atrativos turísticos	54,72
Interesse pelo país	33,96
Ecoturismo	9,43
Vantagem no custo da viagem	1,89
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>	
Informação de amigos	38,85
Televisão	29,56
Internet	6,19
Folders / guias impressos	5,31
Jornal	1,77
Cinema	0,88
Outros	17,43
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	16,53
De 25 a 39 anos	41,11
De 40 a 59 anos	33,65
60 anos e mais	8,71
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	0,84
Médio	21,85
Superior	46,22
Mestrado	18,49
Doutorado	12,60
<b>Profissão (%)</b>	
Engenheiro	14,41
Estudante	12,71
Administrador	10,17
Empresário	6,78
Economista	5,93
Professor	4,24
Médico	3,39
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	40,68
Com a família	32,20
Com amigos	25,42
Em excursão	1,70
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	73.351,79
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	69,67
Organizada por agência	30,33
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	40,16
Não visitaram	59,84
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	42,37
Era a primeira vez	57,63
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Pretendiam voltar ao Brasil	90,35
Não pretendiam voltar ao Brasil	9,65
<b>Permanência média no país (dias)</b>	16,93
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>	106,71

Dos turistas que vieram por agência	131,79
Dos turistas que não vieram por agência	95,79

<b>Cidades mais visitadas (%)</b>	
Rio de Janeiro – RJ	50,87
São Paulo – SP	13,87
Foz do Iguaçu – PR	11,56
Fortaleza – CE	8,09
Salvador – BA	6,36
Curitiba – PR	2,31

<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>	
Hotel	70,34
Casa de amigos / Parentes	14,41
Apartamento / Casa alugada	5,08
Apartamento / Casa própria	3,39
Outros	6,78

<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>			
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Preço</b>
<b>Excelente</b>	27,91	33,72	26,25
<b>Bom</b>	54,65	50,00	41,25
<b>Regular</b>	16,28	16,28	28,75
<b>Ruim</b>	1,16	-	3,75

<b>Turistas que criticaram (%)</b>	
Comunicações	21,50
Sinalização Turística	19,61
Segurança Pública	16,22
Limpeza Pública	15,79
Transporte Urbano	15,38
Aeroporto	8,11
Diversões Noturnas	2,25
Táxi	2,11
Comércio	0,99

<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Qualidade da comida</b>	<b>Preço</b>	<b>Comida típica</b>
<b>Excelente</b>	18,92	32,43	37,50	36,61	34,34
<b>Bom</b>	56,76	52,25	45,54	52,68	45,45
<b>Regular</b>	18,92	14,41	14,29	10,71	15,15
<b>Ruim</b>	5,40	1,00	2,67	-	5,06

<b>Informações Turísticas</b>		
<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>	<b>Precisão da informação</b>
<b>Excelente</b>	13,56	14,55
<b>Bom</b>	59,32	56,36
<b>Regular</b>	20,34	23,64
<b>Ruim</b>	6,78	5,45

<b>Guias de Turismo</b>		
<b>Avaliação</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>
<b>Excelente</b>	40,00	29,73
<b>Bom</b>	40,00	45,95
<b>Regular</b>	20,00	21,62
<b>Ruim</b>	-	2,70

<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>	
Superou	20,17
Atendeu plenamente	62,18
Atendeu em parte	16,81
Decepcionou	0,84

# ITÁLIA

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	61,33
Visitar familiares/ amigos	15,00
Negócios	7,67
Congresso/ Convenção	4,00
Estudo/ ensino/ pesquisa	2,67
Religião/ peregrinação	2,00
Outros	7,33
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>	
Atrativos turísticos	71,91
Interesse pelo país	23,60
Ecoturismo	4,49
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>	
Informação de amigos	40,20
Televisão	20,61
Internet	6,80
Revista	4,08
Jornal	1,36
Outros	26,95
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	9,05
De 25 a 39 anos	47,16
De 40 a 59 anos	35,98
60 anos e mais	7,81
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	1,29
Médio	19,23
Superior	42,95
Mestrado	21,79
Doutorado	14,74
<b>Profissão (%)</b>	
Empresário	11,39
Comerciante	10,76
Engenheiro	8,23
Técnico de nível médio	6,33
Estudante	6,33
Professor	5,70
Administrador	5,70
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	36,54
Com a família	17,95
Com amigos	44,87
Em excursão	0,64
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	32.722,71
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	72,56
Organizada por agência	27,44
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>	
Pacote	48,65
Pacote completo	10,81
Tailored	40,54
<b>Frequência de visita a outro país nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	17,28
Não visitaram	82,72
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	56,79
Era a primeira vez	43,21
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Pretendiam voltar ao Brasil	93,75
Não pretendiam voltar ao Brasil	6,25

<b>Permanência média no país (dias)</b>		18,24			
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>		77,19			
Dos turistas que vieram por agência		67,45			
Dos turistas que não vieram por agência		80,87			
<b>Cidades mais visitadas (%)</b>					
Rio de Janeiro – RJ		33,74			
Fortaleza – CE		16,87			
São Paulo – SP		11,52			
Salvador – BA		10,70			
Manaus - AM		5,76			
Recife – PE		5,76			
Belo Horizonte – MG		5,35			
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
Hotel		57,79			
Casa de amigos / Parentes		26,62			
Apartamento / Casa alugada		9,74			
Apartamento / Casa própria		3,90			
Outros		1,95			
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Preço</b>		
<b>Excelente</b>	19,67	25,00	14,75		
<b>Bom</b>	59,02	61,67	49,18		
<b>Regular</b>	16,39	11,67	21,31		
<b>Ruim</b>	4,92	1,66	14,76		
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Qualidade da comida</b>	<b>Preço</b>	<b>Comida típica</b>
<b>Excelente</b>	5,26	23,33	16,22	12,34	25,85
<b>Bom</b>	47,37	55,33	57,43	54,79	53,06
<b>Regular</b>	31,58	18,67	20,95	25,34	19,05
<b>Ruim</b>	15,79	2,67	5,40	7,53	2,04
<b>Informações Turísticas</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>	<b>Precisão da informação</b>			
<b>Excelente</b>	5,50	5,66			
<b>Bom</b>	34,86	38,68			
<b>Regular</b>	40,37	39,62			
<b>Ruim</b>	19,27	16,04			
<b>Guias de Turismo</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>			
<b>Excelente</b>	21,21	12,50			
<b>Bom</b>	39,39	42,19			
<b>Regular</b>	34,85	35,94			
<b>Ruim</b>	4,55	9,37			
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Segurança Pública				24,83	
Limpeza Pública				23,79	
Sinalização Turística				22,73	
Transporte Urbano				18,05	
Comunicações				17,81	
Aeroporto				15,86	
Táxi				14,17	
Comércio				12,24	
Diversões Noturnas				10,57	
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					
Superou				15,48	
Atendeu plenamente				69,68	
Atendeu em parte				12,90	
Decepcionou				1,94	

## PORTUGAL

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	82,32
Visitar familiares/ amigos	6,38
Negócios	3,48
Congresso/ Convenção	4,35
Estudo/ ensino/ pesquisa	0,58
Outros	2,89
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>	
Atrativos turísticos	89,96
Ecoturismo	2,51
Informações de amigos / Parentes	7,17
Vantagem no custo da viagem	0,36
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>	
Informação de amigos	44,97
Televisão	25,32
Internet	6,43
Revista	3,51
Folders / guias impressos	4,09
Jornal	1,18
Outros	14,50
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	27,11
De 25 a 39 anos	39,56
De 40 a 59 anos	20,15
60 anos e mais	8,42
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	1,15
Médio	26,01
Superior	62,43
Mestrado	6,94
Doutorado	3,47
<b>Profissão (%)</b>	
Empresário	13,29
Engenheiro	7,23
Professor	9,25
Estudante	7,23
Médico	8,38
Comerciante	6,36
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	15,27
Com a família	58,21
Com amigos	21,33
Em excursão	5,19
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	
	22.979,02
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	26,76
Organizada por agência	73,24
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>	
Pacote	77,78
Pacote completo	10,70
Tailored	11,52
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	4,53
Não visitaram	95,47
<b>Freqüência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	44,74
Era a primeira vez	55,26
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Prendiam voltar ao Brasil	97,90
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,10

<b>Permanência média no país (dias)</b>					
	12,85				
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>					
Dos turistas que vieram por agência	78,48				
Dos turistas que não vieram por agência	80,46				
<b>Cidades mais visitadas (%)</b>					
Fortaleza – CE	24,77				
Recife – PE	22,05				
Rio de Janeiro – RJ	20,68				
Salvador – BA	13,86				
Natal - RN	12,05				
São Paulo – SP	4,77				
Belo Horizontes - MG	1,82				
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
<b>Hotel</b>	85,13				
Casa de amigos / Parentes	10,50				
Apartamento / Casa alugada	2,92				
Apartamento / Casa própria	0,58				
Outros	0,87				
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço		
<b>Excelente</b>	14,63	20,28	9,89		
<b>Bom</b>	67,60	65,03	58,24		
<b>Regular</b>	14,98	11,54	28,21		
<b>Ruim</b>	2,79	3,15	3,66		
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
<b>Excelente</b>	10,65	22,49	19,53	12,72	23,64
<b>Bom</b>	63,02	65,09	65,98	58,88	62,12
<b>Regular</b>	22,19	10,65	11,54	24,85	11,21
<b>Ruim</b>	4,14	1,77	2,95	3,55	3,03
<b>Informações Turísticas</b>					
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação			
<b>Excelente</b>	7,51	6,59			
<b>Bom</b>	50,87	53,89			
<b>Regular</b>	30,06	26,95			
<b>Ruim</b>	11,56	12,57			
<b>Guias de Turismo</b>					
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário			
<b>Excelente</b>	23,85	26,05			
<b>Bom</b>	58,58	54,20			
<b>Regular</b>	14,64	15,13			
<b>Ruim</b>	2,93	4,62			
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Limpeza Pública	24,78				
Sinalização Turística	19,34				
Comunicações	17,34				
Transporte Urbano	16,59				
Segurança Pública	13,64				
Aeroporto	7,32				
Táxi	5,59				
Diversões Noturnas	4,35				
Comércio	3,87				
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					
Superou	11,70				
Atendeu plenamente	65,50				
Atendeu em parte	19,30				
Decepcionou	3,50				



**C - SÍNTESE DAS VARIÁVEIS PESQUISADAS SEGUNDO  
AS PRINCIPAIS CIDADES EM QUE OS TURISTAS  
PERMANECERAM MAIS TEMPO**





## FOZ DO IGUAÇU - PR

Motivo da viagem (%)	
Turismo	82,04
Negócios	10,78
Congresso/ Convenção	4,79
Visitar familiares/ amigos	1,20
Outros	1,10

Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)	
Ecoturismo	86,14
Atrativos turísticos	13,86

Modalidade que pratica quando veio por ecoturismo (%)	
Contemplação / observação da natureza	98,00
Caminhadas por trilha (trekking)	2,00

O que influenciou na decisão da visita(%)	
Televisão	33,98
Informação de amigos	31,51
Folders / guias impressos	17,77
Internet	11,20
Outros	5,54

Idade (%)	
De 18 a 24 anos	6,05
De 25 a 39 anos	30,58
De 40 a 59 anos	50,36
60 anos e mais	13,01

Grau de instrução (%)	
Fundamental	3,88
Médio	31,14
Superior	51,80
Mestrado	7,49
Doutorado	5,69

Profissão (%)	
Comerciante	19,58
Pensionista/aposentado	9,94
Engenheiro	9,04
Médico	7,83
Dona de casa	6,93
Estudante	4,82
Advogado	3,31

Hábito de viajar (%)	
Com a família	54,21
Em excursão	22,75
Sozinho	13,46
Com amigos	9,58

Renda média anual individual (US\$)	
	18.908,96

Forma de organização da viagem (%)	
Não organizada por agência	70,96
Organizada por agência	29,04

Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)	
Pacote	65,63
Pacote completo	26,04
Tailored	8,33

Visita a outros países nesta viagem (%)	
Visitaram	46,55
Não visitaram	53,45

Frequência da visita ao Brasil (%)	
Não era a primeira vez	64,05
Era a primeira vez	35,95

Intenção de voltar ao Brasil (%)	
Pretendiam voltar ao Brasil	99,70
Não Pretendiam voltar ao Brasil	0,30

Permanência média na cidade (dias)	
	3,07

Gasto médio diário per capita (US\$)	
Dos turistas que vieram por agência	55,07
Dos turistas que não vieram por agência	35,14

Outras cidades visitadas (%)	
Rio de Janeiro – RJ	28,21
São Paulo – SP	15,38
Curitiba – PR	12,82
Manaus – AM	5,13
Brasília - DF	5,13

Tipo de alojamento utilizado (%)	
Hotel	91,85
Casa de amigos / Parentes	1,21
Outros	6,94

Avaliação dos serviços de hotel (%)			
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço
Excelente	24,34	26,98	12,67
Bom	74,01	71,05	73,36
Regular	1,65	1,97	13,10
Ruim	-	0	0,87

ITENS AVALIADOS (%)					
Restaurantes					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
Excelente	19,70	22,59	47,29	19,37	50,00
Bom	78,18	73,49	48,49	73,97	46,35
Regular	1,82	3,92	3,62	6,03	3,35
Ruim	0,30	-	0,60	0,63	0,30

Informações Turísticas		
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação
Excelente	2,29	5,47
Bom	75,57	64,06
Regular	21,37	28,91
Ruim	0,77	1,56

Guias de Turismo		
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário
Excelente	32,35	24,24
Bom	50,0	51,52
Regular	11,76	18,18
Ruim	5,89	6,06

Rodovias			
Avaliação	Conservação	Sinalização	Postos de serviço de apoio
Excelente	0,38	1,14	0,71
Bom	68,94	71,97	46,10
Regular	29,92	26,89	52,48
Ruim	0,76	-	0,71

Turistas que criticaram (%)	
Transporte Urbano	5,71
Sinalização Turística	4,97
Segurança Pública	4,82
Comunicações	2,72
Comércio	1,23
Diversão Noturna	0,50

Correspondência da viagem às expectativas (%)	
Superou	18,24
Atendeu plenamente	75,99
Atendeu em parte	5,47
Decepcionou	0,30

## SÃO PAULO - SP

Motivo da viagem (%)	
Negócios	64,07
Turismo	13,71
Congresso/ Convenção	9,46
Visitar familiares/ amigos	7,09
Estudo / ensino / pesquisa	3,55
Outros	2,14
Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)	
Atrativos turísticos	58,19
Ecoturismo	7,27
Vantagem no custo da viagem	5,45
Outros	29,09
O que influenciou na decisão da visita(%)	
Televisão	28,75
Informação de amigos	37,00
Folders / guias impressos	20,00
Internet	5,75
Jornal	1,25
Revista	0,75
Outros	6,50
Idade (%)	
De 18 a 24 anos	5,05
De 25 a 39 anos	48,43
De 40 a 59 anos	42,80
60 anos e mais	3,72
Grau de instrução (%)	
Fundamental	2,08
Médio	11,03
Superior	54,71
Mestrado	22,07
Doutorado	10,11
Profissão (%)	
Engenheiro	18,97
Empresário	14,99
Administrador	11,24
Comerciante	7,73
Estudante	5,39
Vendedor	4,68
Médico	4,45
Professor	3,98
Hábito de viajar (%)	
Sozinho	69,65
Com a família	19,31
Com amigos	9,89
Em excursão	1,15
Renda média anual individual (US\$)	
	59.064,55
Forma de organização da viagem (%)	
Não organizada por agência	71,69
Organizada por agência	28,31
Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)	
Pacote	45,35
Pacote completo	4,65
Tailored	50,00
Visita a outros países nesta viagem (%)	
Visitaram	20,41
Não visitaram	79,59
Frequência da visita ao Brasil (%)	
Não era a primeira vez	71,76
Era a primeira vez	28,24
Intenção de voltar ao Brasil (%)	
Pretendiam voltar ao Brasil	97,64
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,36

Permanência média na cidade (dias)					
	7,25				
Gasto médio diário per capita (US\$)					
Dos turistas que vieram por agência	154,45				
Dos turistas que não vieram por agência	112,78				
Outras cidades visitadas (%)					
Rio de Janeiro – RJ	49,04				
Foz do Iguaçu – PR	10,83				
Porto Alegre – RS	9,55				
Belo Horizonte – MG	7,64				
Curitiba – PR	7,64				
Campinas - SP	3,82				
Tipo de alojamento utilizado (%)					
Hotel	79,31				
Casa de amigos / Parentes	15,17				
Apartamento / Casa alugada	1,84				
Apartamento / Casa própria	0,46				
Outros	3,22				
Avaliação dos serviços de hotel (%)					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço		
Excelente	40,19	39,57	18,67		
Bom	51,96	51,06	57,91		
Regular	7,25	8,46	19,94		
Ruim	0,60	0,91	3,48		
ITENS AVALIADOS (%)					
Restaurantes					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
Excelente	26,13	31,82	38,59	20,34	41,41
Bom	53,96	58,91	51,95	61,26	51,83
Regular	17,75	8,08	9,22	16,95	6,48
Ruim	2,16	1,19	0,24	1,45	0,28
Informações Turísticas					
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação			
Excelente	8,51	9,20			
Bom	47,87	52,87			
Regular	29,79	31,61			
Ruim	13,83	6,32			
Guias de Turismo					
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário			
Excelente	23,54	20,19			
Bom	43,44	43,27			
Regular	26,42	25,96			
Ruim	6,60	10,58			
Turistas que criticaram (%)					
Transporte Urbano					22,14
Limpeza Pública					21,87
Segurança Pública					21,47
Sinalização Turística					20,36
Comunicações					9,05
Aeropostos					3,78
Táxi					2,72
Comércio					2,11
Diversões Noturnas					1,50
Correspondência da viagem às expectativas (%)					
Superou					10,17
Atendeu plenamente					67,85
Atendeu em parte					20,33
Decepcionou					1,65

## PORTO ALEGRE - RS

<b>Motivo da viagem (%)</b>	
Turismo	15,00
Negócios	48,33
Visitar familiares/ amigos	12,50
Congresso/ Convenção	15,83
Estudo / ensino / pesquisa	3,76
Outros	4,58
<b>O que influenciou na decisão da visita(%)</b>	
Televisão	44,98
Informação de amigos	22,15
Folders / guias impressos	10,00
Internet	1,72
Outros	21,15
<b>Idade (%)</b>	
De 18 a 24 anos	7,21
De 25 a 39 anos	59,13
De 40 a 59 anos	29,46
60 anos e mais	4,20
<b>Grau de instrução (%)</b>	
Fundamental	2,99
Médio	18,38
Superior	56,41
Mestrado	14,53
Doutorado	7,69
<b>Profissão (%)</b>	
Engenheiro	16,46
Empresário	12,24
Professor	9,70
Comerciante	7,59
Estudante	5,06
<b>Hábito de viajar (%)</b>	
Sozinho	60,43
Com a família	29,36
Com amigos	10,21
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	
	37.403,96
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>	
Não organizada por agência	86,25
Organizada por agência	13,75
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>	
Visitaram	16,81
Não visitaram	83,19
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>	
Não era a primeira vez	82,13
Era a primeira vez	17,87
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>	
Pretendiam voltar ao Brasil	97,90
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,10
<b>Permanência média na cidade (dias)</b>	
	5,50
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>	
	85,42
Dos turistas que vieram por agência	106,23
Dos turistas que não vieram por agência	82,10
<b>Outras cidades visitadas (%)</b>	
São Paulo – SP	22,41
Rio de Janeiro – RJ	22,41
Pelotas - RS	10,34
Foz do Iguaçu - PR	6,90
Gramado – RS	6,90

Torres - RS	6,90				
Itapema - SC	5,17				
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
<b>Hotel</b>	75,43				
Casa de amigos / Parentes	16,53				
Apartamento / Casa própria	1,27				
Outros	6,77				
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço		
<b>Excelente</b>	45,76	46,29	19,14		
<b>Bom</b>	50,85	50,29	70,99		
<b>Regular</b>	3,39	2,86	8,02		
<b>Ruim</b>	-	0,56	1,85		
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
<b>Excelente</b>	28,25	40,89	35,56	27,19	43,25
<b>Bom</b>	65,02	56,00	60,00	65,35	52,97
<b>Regular</b>	5,38	3,11	4,44	6,58	3,78
<b>Ruim</b>	1,35	-	-	0,88	-
<b>Informações Turísticas</b>					
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação			
<b>Excelente</b>	25,26	24,73			
<b>Bom</b>	53,68	58,06			
<b>Regular</b>	16,84	13,98			
<b>Ruim</b>	4,22	3,23			
<b>Guias de Turismo</b>					
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário			
<b>Excelente</b>	38,30	29,42			
<b>Bom</b>	46,81	55,88			
<b>Regular</b>	8,51	11,76			
<b>Ruim</b>	6,38	2,94			
<b>Rodovias</b>					
Avaliação	Conservação	Sinalização	Postos de serviço de apoio		
<b>Excelente</b>	22,22	20,00	6,66		
<b>Bom</b>	40,00	53,33	66,67		
<b>Regular</b>	35,56	26,67	26,67		
<b>Ruim</b>	2,22	-	-		
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Limpeza Pública	7,79				
Sinalização Turística	5,67				
Segurança Pública	5,34				
Aeropostos	4,81				
Transporte Urbano	3,96				
Comunicações	3,27				
Diversões Noturnas	2,26				
Táxi	1,91				
Comércio	1,00				
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					
Superou	11,16				
Atendeu plenamente	78,97				
Atendeu em parte	9,01				
Decepcionou	0,86				



## FLORIANÓPOLIS - SC

Motivo da viagem (%)	
Turismo	54,52
Visitar familiares/ amigos	31,90
Negócios	4,52
Congresso/ Convenção	4,29
Estudo / ensino / pesquisa	1,19
Outros	3,58
Fator decisório da visita (motivo turismo)	
Atrativos turísticos	80,91
Vantagem no custo da viagem	11,82
Ecoturismo	5,00
Outros	2,27
O que influenciou na decisão da visita (%)	
Informação de amigos	45,97
Televisão	34,87
Folders / guias impressos	11,66
Outros	7,50
Idade (%)	
De 18 a 24 anos	23,16
De 25 a 39 anos	32,09
De 40 a 59 anos	35,63
60 anos e mais	9,12
Grau de instrução (%)	
Fundamental	2,47
Médio	33,91
Superior	54,21
Mestrado	6,93
Doutorado	2,48
Profissão (%)	
Estudante	26,79
Comerciante	11,00
Pensionista/aposentado	8,37
Dona de casa	8,13
Empresário	5,74
Vendedor	3,83
Administrador	3,59
Engenheiro	3,35
Professor	3,11
Advogado	2,39
Hábito de viajar (%)	
Sozinho	30,48
Com a família	44,05
Com amigos	24,29
Em excursão	1,18
Renda média anual individual (US\$)	
	31.927,90
Forma de organização da viagem (%)	
Não organizada por agência	88,44
Organizada por agência	11,56
Visita a outros países nesta viagem (%)	
Visitaram	7,07
Não visitaram	92,93
Frequência da visita ao Brasil (%)	
Não era a primeira vez	78,77
Era a primeira vez	21,23
Intenção de voltar ao Brasil (%)	
Pretendiam voltar ao Brasil	99,71
Não pretendiam voltar ao Brasil	0,29
Permanência média na cidade (dias)	
	6,65
Gasto médio diário per capita (US\$)	
	58,60
Dos turistas que vieram por agência	81,48
Dos turistas que não vieram por agência	55,61

Cidades visitadas (%)					
Balneário de Camboriú – SC	41,67				
Porto Alegre – RS	25,00				
Gramado – RS	10,42				
Blumenau – SC	8,33				
São Paulo – SP	6,25				
Rio de Janeiro – RJ	4,17				
Búzios - RJ	4,17				
Tipo de alojamento utilizado (%)					
Hotel	48,57				
Casa de amigos / Parentes	33,89				
Apartamento / Casa alugada	10,19				
Apartamento / Casa própria	5,45				
Camping	1,42				
Outros	0,48				
Avaliação dos serviços de hotel (%)					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço		
Excelente	43,44	41,69	32,50		
Bom	55,66	57,91	63,50		
Regular	0,90	0,40	4,00		
Ruim	-	-	-		
ITENS AVALIADOS (%)					
Restaurantes					
Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
Excelente	53,04	56,59	56,34	56,76	52,43
Bom	44,04	40,00	43,17	41,77	47,31
Regular	2,68	3,41	0,49	1,47	0,26
Ruim	0,24	-	-	-	-
Informações Turísticas					
Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação			
Excelente	13,43	17,29			
Bom	79,10	72,18			
Regular	5,97	9,02			
Ruim	1,50	1,51			
Guias de Turismo					
Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário			
Excelente	4,44	4,25			
Bom	95,56	89,36			
Regular	-	2,13			
Ruim	-	4,26			
Rodovias					
Avaliação	Conservação	Sinalização	Postos de serviço de apoio		
Excelente	2,74	2,74	8,82		
Bom	54,79	54,79	72,06		
Regular	41,10	41,10	16,18		
Ruim	1,37	1,37	2,94		
Turistas que criticaram (%)					
Sinalização Turística					4,13
Limpeza Pública					2,63
Diversões Noturnas					2,49
Comunicações					1,73
Transporte Urbano					1,51
Táxi					0,89
Correspondência da viagem às expectativas (%)					
Superou					19,04
Atendeu plenamente					78,55
Atendeu em parte					2,41

## RIO DE JANEIRO - RJ

### Motivo da viagem (%)

Turismo	61,13
Negócios	18,37
Congresso/ Convenção	8,75
Visitar familiares/ amigos	8,25
Outros	3,50

### Fator decisório da visita - motivo turismo (%)

Atrativos turísticos	73,95
Ecoturismo	5,18
Vantagem no custo da viagem	5,02
Outros	15,85

### O que influenciou na decisão da visita (%)

Informação de amigos	43,48
Televisão	32,11
Internet	5,79
Folders / guias impressos	3,89
Revista	2,89
Jornal	1,40
Outros	10,44

### Idade (%)

De 18 a 24 anos	11,22
De 25 a 39 anos	41,51
De 40 a 59 anos	38,66
60 anos e mais	8,61

### Grau de instrução (%)

Fundamental	1,18
Médio	12,81
Superior	51,63
Mestrado	23,25
Doutorado	11,13

### Profissão (%)

Engenheiro	13,59
Empresário	8,93
Estudante	8,53
Professor	8,13
Administrador	7,54
Comerciante	4,56

### Hábito de viajar (%)

Sozinho	34,38
Com a família	40,45
Com amigos	22,43
Em excursão	2,74

**Renda média anual individual (US\$)** 47.820,74

### Forma de organização da viagem (%)

Não organizada por agência	60,64
Organizada por agência	39,36

### Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)

Pacote	64,14
Pacote completo	11,68
Tailored	24,18

### Visita a outros países nesta viagem (%)

Visitaram	22,67
Não visitaram	77,33

### Frequência da visita ao Brasil (%)

Não era a primeira vez	45,81
Era a primeira vez	54,19

### Intenção de voltar ao Brasil (%)

Prendiam voltar ao Brasil	93,26
Não pretendiam voltar ao Brasil	6,74

**Permanência média na cidade (dias)** 7,47

**Gasto médio diário per capita (US\$)** 114,74

Dos turistas que vieram por agência	122,51
Dos turistas que não vieram por agência	109,70

### Outras cidades visitadas (%)

São Paulo – SP	25,60
Búzios – RJ	13,88
Salvador – BA	13,67
Manaus – AM	6,51
Ouro Preto - RJ	6,07
Recife - PE	5,64
Belo Horizonte – MG	5,42
Fortaleza – CE	4,12

### Tipo de alojamento utilizado (%)

Hotel	81,95
Casa de amigos / Parentes	12,78
Apartamento / Casa alugada	3,22
Apartamento / Casa própria	0,98
Outros	1,07

### Avaliação dos serviços de hotel (%)

Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Preço
<b>Excelente</b>	34,05	39,95	17,14
<b>Bom</b>	47,78	44,69	48,18
<b>Regular</b>	15,88	13,44	31,17
<b>Ruim</b>	2,29	1,92	3,51

### ITENS AVALIADOS (%)

#### Restaurantes

Avaliação	Higiene/limpeza	Atendimento	Qualidade da comida	Preço	Comida típica
<b>Excelente</b>	16,16	29,28	30,73	21,56	37,17
<b>Bom</b>	54,26	53,09	52,82	55,47	49,24
<b>Regular</b>	24,87	15,74	14,27	19,86	11,18
<b>Ruim</b>	4,71	1,89	2,18	3,11	2,41

#### Informações Turísticas

Avaliação	Existência da informação	Precisão da informação
<b>Excelente</b>	12,60	13,82
<b>Bom</b>	51,74	48,74
<b>Regular</b>	26,20	30,19
<b>Ruim</b>	9,46	7,25

#### Guias de Turismo

Avaliação	Atendimento	Pontualidade no cumprimento do itinerário
<b>Excelente</b>	30,04	27,59
<b>Bom</b>	47,25	44,81
<b>Regular</b>	18,13	20,74
<b>Ruim</b>	4,58	6,86

#### Turistas que criticaram (%)

Segurança Pública	15,35
Comunicações	14,83
Limpeza Pública	12,15
Sinalização Turística	10,53
Transporte Urbano	8,42
Aeropostos	5,72
Táxi	4,98
Comércio	4,27
Diversões Noturnas	2,54

#### Correspondência da viagem às expectativas (%)

Superou	19,65
Atendeu plenamente	60,41
Atendeu em parte	18,46
Decepcionou	1,48

## RECIFE - PE

<b>Motivo da viagem (%)</b>					
Turismo	68,42				
Visitar familiares/ amigos	17,11				
Negócios	5,26				
Congresso/ Convenção	3,95				
Outros	5,26				
<b>Fator decisório da visita - motivo turismo (%)</b>					
Atrativos turísticos	94,00				
Curiosidade	6,00				
<b>O que influenciou na decisão da visita (%)</b>					
Televisão	40,00				
Informação de amigos	37,89				
Internet	7,89				
Folders / guias impressos	3,95				
Jornal	1,32				
Revista	1,32				
Outros	7,63				
<b>Idade (%)</b>					
De 18 a 24 anos	9,14				
De 25 a 39 anos	54,38				
De 40 a 59 anos	28,00				
60 anos e mais	8,00				
<b>Grau de instrução (%)</b>					
Médio	15,58				
Superior	71,43				
Mestrado	9,09				
Doutorado	3,90				
<b>Profissão (%)</b>					
Professor	21,05				
Engenheiro	14,43				
Vendedor	13,54				
Estudante	10,13				
Pensionista/aposentado	6,85				
Empresário	4,65				
Advogado	4,98				
<b>Hábito de viajar (%)</b>					
Com a família	47,37				
Sozinho	30,26				
Com amigos	17,11				
Em excursão	5,26				
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	20.372,97				
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>					
Não organizada por agência	43,59				
Organizada por agência	56,41				
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>					
Pacote	73,17				
Pacote completo	19,51				
Tailored	7,32				
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>					
Visitaram	10,26				
Não visitaram	89,74				
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>					
Não era a primeira vez	39,47				
Era a primeira vez	60,53				
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>					
Pretendiam voltar ao Brasil	96,10				
Não pretendiam voltar ao Brasil	3,90				
<b>Permanência média na cidade (dias)</b>		10,45			
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>		74,75			
Dos turistas que vieram por agência		78,84			
Dos turistas que não vieram por agência		69,46			
<b>Cidades mais visitadas (%)</b>					
Rio de Janeiro – RJ		21,15			
Natal - RN		19,23			
Fortaleza – CE		19,23			
São Paulo – SP		13,46			
Salvador – BA		7,69			
Foz do Iguaçu - PR		7,69			
Maceió – AL		5,77			
Manaus – AM		5,77			
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
Hotel		79,22			
Casa de amigos / Parentes		18,18			
Outros		2,60			
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Preço</b>		
<b>Excelente</b>	15,52	15,52	10,71		
<b>Bom</b>	75,86	81,03	73,21		
<b>Regular</b>	8,62	3,45	14,29		
<b>Ruim</b>	-	-	1,79		
<b>ITENS AVALIADOS</b>					
<b>Restaurantes</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Qualidade da comida</b>	<b>Preço</b>	<b>Comida típica</b>
<b>Excelente</b>	9,08	21,05	20,78	10,53	24,00
<b>Bom</b>	64,94	69,74	59,74	59,21	57,34
<b>Regular</b>	23,38	9,21	12,99	30,26	13,33
<b>Ruim</b>	2,60	-	6,49	-	5,33
<b>Informações Turísticas</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>		<b>Precisão da informação</b>		
<b>Excelente</b>	7,89		5,41		
<b>Bom</b>	60,53		54,05		
<b>Regular</b>	21,05		29,73		
<b>Ruim</b>	10,53		10,81		
<b>Guias de Turismo</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>			
<b>Excelente</b>	18,18	27,90			
<b>Bom</b>	63,64	53,49			
<b>Regular</b>	15,91	16,28			
<b>Ruim</b>	2,27	2,33			
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Segurança Pública					22,67
Limpeza Pública					22,37
Transporte Urbano					18,97
Táxi					10,61
Sinalização Turística					10,47
Comunicações					9,46
Aeroportos					6,67
Diversões Noturnas					3,57
Comércio					2,74
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					
Superou					9,21
Atendeu plenamente					73,68
Atendeu em parte					15,79
Decepcionou					1,32

## SALVADOR - BA

<b>Motivo da viagem (%)</b>							
Turismo	77,66						
Visitar familiares/ amigos	9,62						
Congresso/ Convenção	6,53						
Negócios	4,12						
Estudo / ensino / pesquisa	1,33						
Outros	0,74						
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>							
Atrativos turísticos	88,69						
Interesse pelo país	4,07						
Vantagem no custo da viagem	6,33						
Outros	0,91						
<b>O que influenciou na decisão da visita (%)</b>							
Informação de amigos	34,88						
Televisão	31,36						
Internet	14,63						
Jornal	6,62						
Revista	3,14						
Folders / guias impressos	2,44						
Outros	6,93						
<b>Idade (%)</b>							
De 18 a 24 anos	12,19						
De 25 a 39 anos	46,00						
De 40 a 59 anos	35,06						
60 anos e mais	7,02						
<b>Grau de instrução (%)</b>							
Fundamental	0,37						
Médio	24,81						
Superior	60,74						
Mestrado	7,78						
Doutorado	6,30						
<b>Profissão (%)</b>							
Pensionista/aposentado	10,38						
Economista	7,96						
Professor	7,27						
Estudante	6,92						
Administrador	6,23						
Engenheiro	5,54						
Empresário	4,50						
<b>Hábito de viajar (%)</b>							
Sozinho	20,14						
Com a família	48,46						
Com amigos	26,28						
Em excursão	5,12						
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	32.785,76						
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>							
Não organizada por agência	32,32						
Organizada por agência	67,68						
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>							
Pacote	55,25						
Pacote completo	40,33						
Tailored	4,42						
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>							
Visitaram	6,12						
Não visitaram	93,88						
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>							
Não era a primeira vez	63,18						
Era a primeira vez	36,82						
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>							
Pretendiam voltar ao Brasil	89,62						
Não pretendiam voltar ao Brasil	10,38						
<b>Permanência média na cidade (dias)</b>		8,92					
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>		102,48					
Dos turistas que vieram por agência		109,92					
Dos turistas que não vieram por agência		86,90					
<b>Cidades mais visitadas (%)</b>							
Rio de Janeiro – RJ		38,10					
Recife – PE		11,90					
Foz do Iguaçu – PR		11,11					
São Paulo – SP		8,73					
Fortaleza - CE		8,73					
Ilhéus - BA		4,76					
Natal - RN		4,76					
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>							
<b>Hotel</b>		84,24					
Casa de amigos / Parentes		12,33					
Apartamento / Casa alugada		1,03					
Apartamento / Casa própria		0,34					
Camping		0,34					
Outros		1,72					
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>							
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Preço</b>				
<b>Excelente</b>	33,06	35,80	17,48				
<b>Bom</b>	57,85	55,14	59,71				
<b>Regular</b>	8,26	8,23	20,39				
<b>Ruim</b>	0,83	0,83	2,42				
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>							
<b>Restaurantes</b>							
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Qualidade da comida</b>	<b>Preço</b>	<b>Comida típica</b>		
<b>Excelente</b>	33,91	37,54	27,92	21,02	29,69		
<b>Bom</b>	51,40	50,53	62,54	61,23	54,30		
<b>Regular</b>	11,89	11,23	7,77	16,30	14,84		
<b>Ruim</b>	2,80	0,70	1,77	1,45	1,17		
<b>Informações Turísticas</b>							
<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>		<b>Precisão da informação</b>				
<b>Excelente</b>	13,50		16,17				
<b>Bom</b>	64,55		62,13				
<b>Regular</b>	18,57		18,72				
<b>Ruim</b>	3,38		2,98				
<b>Guias de Turismo</b>							
<b>Avaliação</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>					
<b>Excelente</b>	39,02	33,03					
<b>Bom</b>	50,22	55,66					
<b>Regular</b>	8,52	8,14					
<b>Ruim</b>	2,24	3,17					
<b>Turistas que criticaram (%)</b>							
Sinalização Turística						13,77	
Comunicações						10,62	
Aeroportos						7,53	
Limpeza Pública						7,27	
Táxi						5,65	
Segurança Pública						5,50	
Transporte Urbano						4,29	
Comércio						3,25	
Diversões Noturnas						3,16	
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>							
Superou						21,21	
Atendeu plenamente						65,15	
Atendeu em parte						13,64	

## FORTALEZA - CE

<b>Motivo da viagem (%)</b>					
Turismo	69,37				
Visitar familiares/ amigos	13,51				
Negócios	7,21				
Congresso/ Convenção	4,95				
Outros	4,96				
<b>Fator decisório da visita (motivo turismo) (%)</b>					
Atrativos turísticos	74,17				
Ecoturismo	4,64				
Vantagem no custo da viagem	2,65				
Outros fatores	18,54				
<b>Meio de comunicação que influenciou na decisão da visita (%)</b>					
Informação de amigos	47,87				
Televisão	23,33				
Internet	9,72				
Revista	4,17				
Folders / guias impressos	3,24				
Jornal	1,85				
Outros	9,82				
<b>Idade (%)</b>					
De 18 a 24 anos	13,54				
De 25 a 39 anos	47,21				
De 40 a 59 anos	30,49				
60 anos e mais	8,76				
<b>Grau de instrução (%)</b>					
Fundamental	4,01				
Médio	20,54				
Superior	56,25				
Mestrado	11,16				
Doutorado	8,04				
<b>Profissão (%)</b>					
Empresário	13,30				
Engenheiro	10,09				
Comerciante	9,17				
Estudante	5,96				
Professor	5,50				
Administrador	4,59				
Médico	4,00				
Bancário	3,67				
<b>Hábito de viajar (%)</b>					
Sozinho	23,64				
Com a família	41,82				
Com amigos	30,00				
Em excursão	4,55				
<b>Renda média anual individual (US\$)</b>	42.366,12				
<b>Forma de organização da viagem (%)</b>					
Não organizada por agência	45,81				
Organizada por agência	54,19				
<b>Tipo de pacote (viagem organizada por agência) (%)</b>					
Pacote	69,44				
Pacote completo	9,26				
Tailored	21,30				
<b>Visita a outros países nesta viagem (%)</b>					
Visitaram	5,75				
Não visitaram	94,25				
<b>Frequência da visita ao Brasil (%)</b>					
Não era a primeira vez	53,88				
Era a primeira vez	46,12				
<b>Intenção de voltar ao Brasil (%)</b>					
Pretendiam voltar ao Brasil	98,11				
Não pretendiam voltar ao Brasil	1,89				
<b>Permanência média na cidade (dias)</b>		12,93			
<b>Gasto médio diário per capita (US\$)</b>		78,88			
Dos turistas que vieram por agência		84,78			
Dos turistas que não vieram por agência		71,90			
<b>Cidades mais visitadas (%)</b>					
Rio de Janeiro – RJ		32,97			
Recife – PE		19,78			
Natal - RN		18,68			
São Paulo – SP		8,79			
Salvador – BA		7,69			
Foz do Iguaçu - PR		6,59			
Manaus – AM		3,30			
<b>Tipo de alojamento utilizado (%)</b>					
Hotel		75,34			
Casa de amigos / Parentes		16,44			
Apartamento / Casa alugada		6,85			
Apartamento / Casa própria		1,37			
<b>Avaliação dos serviços de hotel (%)</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Preço</b>		
<b>Excelente</b>	29,22	37,50	17,24		
<b>Bom</b>	60,39	52,63	51,72		
<b>Regular</b>	9,09	8,55	26,21		
<b>Ruim</b>	1,30	1,32	4,83		
<b>ITENS AVALIADOS (%)</b>					
<b>Restaurantes</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Higiene/limpeza</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Qualidade da comida</b>	<b>Preço</b>	<b>Comida típica</b>
<b>Excelente</b>	10,96	25,57	21,00	25,57	30,81
<b>Bom</b>	51,14	55,25	63,93	48,86	53,55
<b>Regular</b>	31,51	18,72	13,24	21,00	14,22
<b>Ruim</b>	6,39	0,46	1,83	4,57	1,42
<b>Informações Turísticas</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Existência da informação</b>		<b>Precisão da informação</b>		
<b>Excelente</b>	5,74		5,93		
<b>Bom</b>	41,80		43,22		
<b>Regular</b>	36,89		34,75		
<b>Ruim</b>	15,57		16,10		
<b>Guias de Turismo</b>					
<b>Avaliação</b>	<b>Atendimento</b>	<b>Pontualidade no cumprimento do itinerário</b>			
<b>Excelente</b>	21,95	20,66			
<b>Bom</b>	50,41	43,81			
<b>Regular</b>	22,76	22,31			
<b>Ruim</b>	4,88	13,22			
<b>Turistas que criticaram (%)</b>					
Sinalização Turística					26,09
Limpeza Pública					27,98
Comunicações					11,96
Táxi					6,97
Segurança Pública					15,53
Aeroportos					5,86
Transporte Urbano					12,75
Comércio					3,29
Diversões Noturnas					2,54
<b>Correspondência da viagem às expectativas (%)</b>					
Superou					14,86
Atendeu plenamente					58,56
Atendeu em parte					23,87
Decepcionou					2,71

### III – CONSIDERAÇÕES GERAIS

Os dados coletados durante o ano de 2000 permitem, quando avaliados em conjunto com aqueles já consolidados no período 1996/1999, detectar as tendências históricas do perfil da demanda turística internacional com destino ao Brasil, a saber:

- Aumento do número de empresários, estudantes e aposentados/pensionistas;
- Aumento no fator “negócios” como motivação da viagem;
- A Internet, vem se destacando como meio de divulgação;
- Recuperação de São Paulo como segunda cidade mais visitada, em virtude das viagens de negócio;
- Com relação a expectativa da viagem, (85%) dos turistas declararam que superou ou atendeu plenamente;
- Crescimento na intenção de voltar ao Brasil;
- Recuperação da imagem do país, sob o aspecto da infra-estrutura urbana e turística;