

**ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA
INTERNACIONAL
1999**

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Presidente

MINISTÉRIO DO ESPORTE E TURISMO

RAFAEL GRECA DE MACEDO

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

Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas : *Beatrice Laura Carnielli*

Divisão de Análise de Mercado : *Leila Maria Q. de Carvalho Holsbach*

Apoio Técnico :

Sueli de Castro Fonseca Fonseca

Joaquim P. de Almeida Neto

Mudestino Carvalho Barroso

Setor Comercial Norte

Quadra 2 - Bloco G - 2º andar

70712-907 - Brasília / DF

Tel.: (061) 328.9100 Ramal 134/135

(061) 326.1954

Fax.: (061) 326.1954

E-Mail : depem@embratur.gov.br

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

SUMÁRIO

I – INTRODUÇÃO

II - TURISMO RECEPTIVO

A - Considerações Gerais

B - Perfil do Estrangeiro que visitou o Brasil em 1999

C - Tendência das variáveis pesquisadas segundo os Portões de Entrada de Turistas

D - Perfil do Turista Segundo o País Emissor

III - TURISMO EMISSIVO

A - Perfil do Turista Brasileiro que Viajou ao Exterior em 1999

B - Variações significativas com respeito aos Resultados de 1999

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 Emissivo e Receptivo Internacional de 1999. 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 de 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
- qualificação dos atrativos, da infra-estrutura urbana e turística

Para o turismo emissivo, traça-se comparações entre os anos de 1997, 1998 e 1999, para as seguintes variáveis:

- motivo da viagem
- forma de organização da viagem
- fator decisório da visita
- meio de hospedagem utilizado
- permanência média
- gasto médio
- renda média mensal
- residência permanente
- profissão
- países mais visitados

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 "taillored") 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.

Uma segunda alteração diz respeito à questão relativa ao meio de hospedagem utilizado. Um mesmo turista, nas diversas cidades visitadas, pode utilizar diferentes tipos de hospedagem, provocando distorções no processamento da questão. Optou-se por considerar que quem teve a viagem organizada por agências de viagens, necessariamente, hospedou-se em hotel. Para os demais casos, registrou-se, apenas, o meio de hospedagem utilizado no portão onde o turista foi entrevistado.

A terceira 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.

A amostra aleatória que deu origem às informações foi obtida a partir de pesquisa nos principais portões de entrada e saída de turistas: Aeroportos do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Salvador, Manaus, Fortaleza, Porto Alegre e Florianópolis e nas fronteiras terrestres situadas em Sant'Ana do Livramento, Uruguaiana, Chuí e Foz do Iguaçu.

O cálculo para dimensionar o tamanho da amostra foi elaborado a partir do fluxo de entrada de turistas, fornecido pela Coordenação de Informática do Departamento de Polícia Federal, sendo o tamanho das amostras para o turismo receptivo e emissivo em 1999, respectivamente de 2.765 e 1.856 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, a coleta das informações ocorreu em duas épocas distintas: em fevereiro (alta temporada de turismo), em setembro (baixa temporada de turismo).

II - TURISMO RECEPTIVO

A - Considerações Gerais

Os dados coletados durante o ano de 1999 permitem, quando avaliados em conjunto com aqueles já consolidados no período 1995/1998, detectar as tendências históricas do perfil da demanda turística internacional com destino ao Brasil, a saber:

- aumento do fator "turismo" como motivação da viagem;
- aumento no número de dias na permanência média no Brasil;
- recuperação da imagem do País, sob o aspecto da infra-estrutura urbana e turística;

B - Perfil do Estrangeiro que visitou o Brasil em 1999

- Possui uma renda média anual em torno de US\$ 37.505,85
- A maioria (77,61%) teve como objetivo principal da viagem o turismo, motivados em sua maior parte (76,23%) pelos atrativos turísticos do Brasil.
- Cerca de 18,08% utilizaram os serviços das agências para organizarem a viagem.
- Permaneceram, em média, 14 dias no País.
- 63,26% dos turistas entrevistados já haviam visitado o Brasil anteriormente.
- 91,88% declararam intenção de visitar o Brasil novamente.
- 73,5% se hospedaram em hotel.
- Dentre os entrevistados, 14,58% consideraram a limpeza pública ruim, 19,24% afirmaram o mesmo com respeito a sinalização turística, 10,78% quanto segurança pública e 14,20% o mesmo quanto às comunicações.
- Dividem-se, quanto à procedência, em dois grandes grupos com respeito às características pesquisadas: os sul-americanos do Cone Sul (argentinos, paraguaios, chilenos e uruguaios) e de outro lado, norte-americanos e europeus (alemães, ingleses, franceses, italianos, espanhóis e portugueses).

BRASIL SÍNTESE - 1999

Profissão

Comerciante	11,50%
Engenheiro	9,08%
Professor	6,02%
Estudante	5,62%
Empresário	5,27%
Funcionário Público	4,73%
Médico	3,95%
Prendas do Lar	3,42%
Administrador	3,38%

Motivo da Viagem

Turismo	77,61%
Negócio	18,05%
Congresso/Convenção	3,17%
Outros	1,17%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	76,23%
Amigos e Parentes	21,29%
Vantagem no custo	1,79%
Outros	0,69%

Cidades Visitadas

Rio de Janeiro	32,54%
Florianópolis	17,69%
São Paulo	13,74%
Salvador	12,67%
Foz do Iguaçu	11,78%
Recife	6,44%
Porto Alegre	6,05%
Balneário Camboriú	4,88%
Fortaleza	4,70%
Búzios	4,56%
Torres	2,95%
Curitiba	2,78%
Natal	2,78%
Belo Horizonte	2,35%
Porto Seguro	2,35%
Maceió	2,31%
Manaus	2,17%
Brasília	1,78%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	18,08%
Não Organizada por agência	81,92%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	55,46%
Pacote completo	35,39%
Tailored	9,15%

Turistas Cuja Visita ao Brasil

Era a primeira	36,74%
Não era a primeira	63,26%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	91,88%
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,14%
Estavam indecisos quanto a isto	5,98%

Turistas Que Acharam Ruim

Sinalização Turística	19,24%
Limpeza Pública	14,58%
Comunicações	14,20%
Informação Turística	12,26%
Segurança Pública	10,78%
Transporte Urbano	9,04%
Guias de Turismo	8,65%
Taxi	7,90%
Aeroportos	7,62%
Diversões noturnas	4,25%
Comércio	3,92%
Restaurantes	2,23%
Hotelaria	1,62%

O que o influenciou a visitar o Brasil?

Amigos/parentes	45,00%
Outros	14,56%
Televisão	10,50%
Folheto de agência	6,12%
Revista	5,48%
Livros	3,38%
Internet	3,20%
Jornal	2,71%
Cinema	0,93%
Rádio	0,82%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	73,50%
Casa de amigos/parentes	17,54%
Apartamento alugado	7,36%
Outra	1,60%

Permanência Média

14 dias

Renda Média Anual Individual (US\$)

37.505,85

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)

79,08

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)

Quem Não Veio por Agência
77,05
Quem Veio por Agência
92,85

C - Tendência das Variáveis Pesquisadas

1. MOTIVO DA VIAGEM

O turismo como principal motivo da viagem tem apresentado uma elaboração continuada. Assim, enquanto em 1995 constituiu a motivação de 69,5% dos viajantes, em 1999, o foi para 77,6%.

TABELA 1

MOTIVO DA VIAGEM

MOTIVO DA VIAGEM	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Turismo	69,5%	67,2%	65,3%	71,8%	77,6%
Negócio	22,0%	24,6%	28,3%	22,7%	18,0%
Congresso/Convenção	4,9%	4,1%	4,3%	4,0%	3,2%
Outros	3,6%	4,1%	2,1%	1,6%	1,2%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

A tabela a seguir demonstra o cruzamento de variáveis, onde constatamos que os turistas que viajam a Negócio tem o gasto médio e renda maiores.

MOTIVO DA VIAGEM : Permanência, Gasto Médio, Renda Média

MOTIVO DA VIAGEM	Permanência Média (Dias)	Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)	Renda Média Anual Individual (US\$)
Turismo	15,5	66,71	30.801,67
Negócio	9,4	127,89	62.742,67
Congresso/Convenção	7,8	107,46	49.180,83
Média Global (1)	14,0	79,08	37.505,85

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológica

2. FATOR DECISÓRIO DA VISITA

Os viajantes que visitaram o Brasil tendo o turismo como motivação, o fizeram em função dos "Atrativos Turísticos" do País, principal fator decisório na escolha do Brasil como destino a ser visitado, sempre numa proporção superior a 70%. Já o percentual dos declarantes que vieram para visitar parentes e/ou amigos decresceu de 26,0% em 1999 para 21,3 em 1999.

TABELA 2**FATOR DECISÓRIO DA VISITA****(Motivo da Viagem: Turismo)**

FATOR DECISÓRIO DA VISITA	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Atrativos Turísticos	76,1%	74,7%	69,1%	69,2%	76,2%
Visita Amigos./Parentes	16,0%	16,2%	26,1%	26,0%	21,3%
Custo da Viagem	0,9%	1,5%	1,1%	1,6%	1,8%
Outros	7,0%	7,6%	3,7%	3,2%	0,7%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

3. MEIO DE COMUNICAÇÃO DE MASSA QUE INFLUENCIOU A DECISÃO DA VISITA

Esta pergunta foi reformulada, sendo aumentando o número de opções já que "outros" tinha um percentual muito grande. Agora o entrevistado pode indicar mais de um meio. Quando questionados sobre a influência dos meios de comunicação (televisão, revista, jornal, cinema, rádio, livros, internet, folders de agência ou amigos) na decisão de visitar o Brasil, a maioria dos entrevistados indicou "amigos" (tabela 3). Entretanto, um percentual significativo apontou as matérias veiculadas pela televisão.

TABELA 3**MEIO DE COMUNICAÇÃO DE MASSA QUE INFLUENCIOU A DECISÃO DA VISITA**

MEIO DE COMUNICAÇÃO	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Amigos	-	-	-	41,4%	45,0%
Nenhum meio	67,2%	72,7%	67,2%	19,6%	14,6%
Televisão	15,0%	12,7%	19,1%	29,2%	10,5%
Folder agência	-	-	-	8,1%	6,1%
Revista	11,6%	8,6%	7,8%	7,3%	5,5%
Livros	-	-	-	2,8%	3,4%
Internet	-	-	-	2,0%	3,2%
Jornal	5,4%	5,2%	4,0%	4,6%	2,7%
Cinema	0,3%	0,4%	1,3%	1,0%	0,9%
Rádio	0,5%	0,3%	0,6%	1,1%	0,8%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

4. FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

A maioria dos entrevistados informam não ter utilizado os serviços de agências para organizar sua viagem (tabela 4). Entretanto, o percentual dos que os utilizaram, decresceu de 42,9% em 1995 para 18,0% em 1999.

TABELA 4

FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Não organizada por agência	57,1%	63,8%	67,4%	72,0%	81,9%
Organizada por agência	42,9%	36,2%	32,6%	28,0%	18,1%
Serviço utilizado (dos que vieram por agência):					
Pacote	-	-	-	55,6%	55,4%
Pacote Completo	-	-	-	31,4%	35,4%
"Tailored" – Personalizado	-	-	-	13,0%	9,2%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

5. FREQUÊNCIA DA VISITA AO BRASIL

A maioria dos turistas entrevistados já havia visitado o Brasil anteriormente. A proporção das pessoas nesta situação manteve-se, no período de 1995/1999, em torno de 60%, (tabela 5).

TABELA 5

FREQUÊNCIA DA VISITA AO BRASIL

TURISTAS CUJA VISITA AO BRASIL	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Não era a primeira	60,3%	64,8%	60,4%	63,7%	63,3%
Era a primeira	39,7%	35,2%	39,6%	36,3%	36,7%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

6. MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO

Conforme já assinalado na Introdução, dentre as alterações introduzidas no questionário, em 1998, uma delas diz respeito ao processamento dos dados sobre o tipo de hospedagem utilizado.

Os turistas que tiveram a viagem organizada por agência de viagem, se hospedaram em hotel. Os que não utilizaram o serviço, nas diversas cidades visitadas, podem ter utilizado, por exemplo, o hotel em todas ou algumas, tornando temerária a generalização. Optou-se por registrar apenas o meio de hospedagem utilizado no portão pesquisado, bem como o respectivo gasto.

Dessa forma, no que tange ao meio de hospedagem utilizado, calculada à partir da média ponderada dos que utilizaram os serviços de uma agência e as informações dos demais, no portão pesquisado, foram:

TABELA 6
MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO

MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Hotel	85,8%	85,0%	84,9%	80,0%	73,5%
Casa de amigos/parentes	9,8%	11,3%	11,8%	16,0%	17,5%
Apartamento de aluguel	2,2%	1,9%	2,0%	3,4%	7,4%
Outros	0,5%	1,8%	1,3%	0,6%	1,6%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

7. CIDADES MAIS VISITADAS

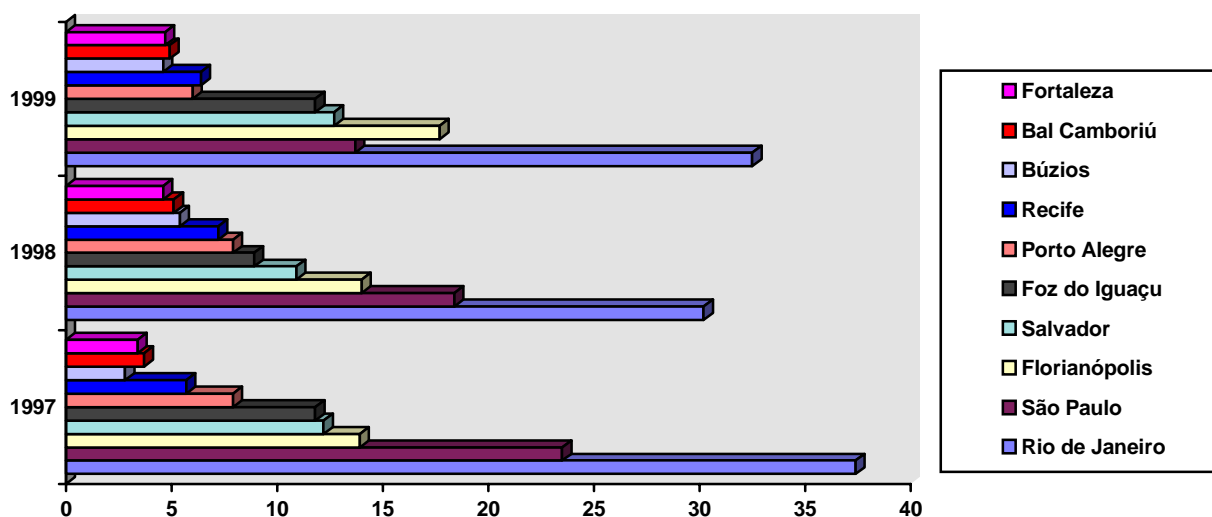
Rio de Janeiro tem sido a cidade mais visitada pelos turistas estrangeiros (tabela 7). Sem alcançar os 41,8% de preferência 1995, o Rio de Janeiro recebeu 32,5% dos turistas em 1999. Florianópolis e Recife tiveram um aumento significativo na preferência. Além dessas cidades, São Paulo, Foz do Iguaçu, Porto Alegre, Búzios, Camboriú sempre figuraram entre os destinos mais procurados no período 1995/1999.

TABELA 7
CIDADES MAIS VISITADAS

CIDADES MAIS VISITADAS	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Rio de Janeiro	41,8%	30,5%	37,4%	30,2%	32,5%
Florianópolis	11,4%	17,0%	13,9%	14,0%	17,7%
São Paulo	19,9%	22,4%	23,5%	18,4%	13,7%
Salvador	8,8%	7,7%	12,2%	10,9%	12,7%
Foz do Iguaçu	16,0%	16,6%	11,8%	8,9%	11,8%
Recife	5,7%	4,7%	5,7%	7,2%	6,4%
Porto Alegre	9,7%	10,1%	7,9%	7,9%	6,0%
Camboriú	6,2%	5,4%	3,7%	5,1%	4,9%
Fortaleza	4,1%	3,2%	3,4%	4,6%	4,7%
Búzios	3,4%	2,7%	2,8%	5,4%	4,6%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

CIDADES MAIS VISITADAS



8. PROFISSÃO DOS TURISTAS

O rol de profissões dos turistas que demandaram o Brasil no período 1995/1999 é bastante diversificado, destacando-se como ocupações mais frequentes a dos engenheiros, comerciantes, estudantes, professores e médicos (tabela 8). Observa-se o crescimento no número de empresários, o qual passou de 2,9% em 1998, para 5,3% em 1999.

TABELA 8
PROFISSÃO DOS TURISTAS

PROFISSÃO	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Comerciante	10,5%	11,9%	9,9%	10,0%	11,5%
Engenheiro	8,8%	9,6%	10,9%	10,3%	9,1%
Estudante	3,9%	3,0%	5,4%	3,1%	5,6%
Professor	6,8%	8,4%	4,3%	7,1%	6,0%
Médico	4,0%	3,7%	4,2%	3,7%	3,9%
Administrador	3,7%	2,9%	4,3%	4,6%	3,4%
Empresário	3,8%	3,8%	2,8%	2,9%	5,3%
Outras	66,0%	63,4%	65,0%	51,3%	55,2%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

9. PERMANÊNCIA MÉDIA

Analisando-se a série histórica da permanência média do turista estrangeiro no Brasil, no período 1995/1998 (tabela 9), observa-se que esta variável tende à estabilidade, em torno de 13 dias, ocorrendo um crescimento em 1999 de 14 dias.

TABELA 9
PERMANÊNCIA MÉDIA DOS TURISTAS

ANO	PERMANÊNCIA MÉDIA (Dias)
1995	13,10
1996	13,16
1997	13,45
1998	13,00
1999	14,00

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

10. GASTO MÉDIO PER CAPITA/DIA

Nas alterações introduzidas no questionário, foi desmembrado o gasto de quem veio por agência de viagem daquele que não utilizou o serviço.

TABELA 10

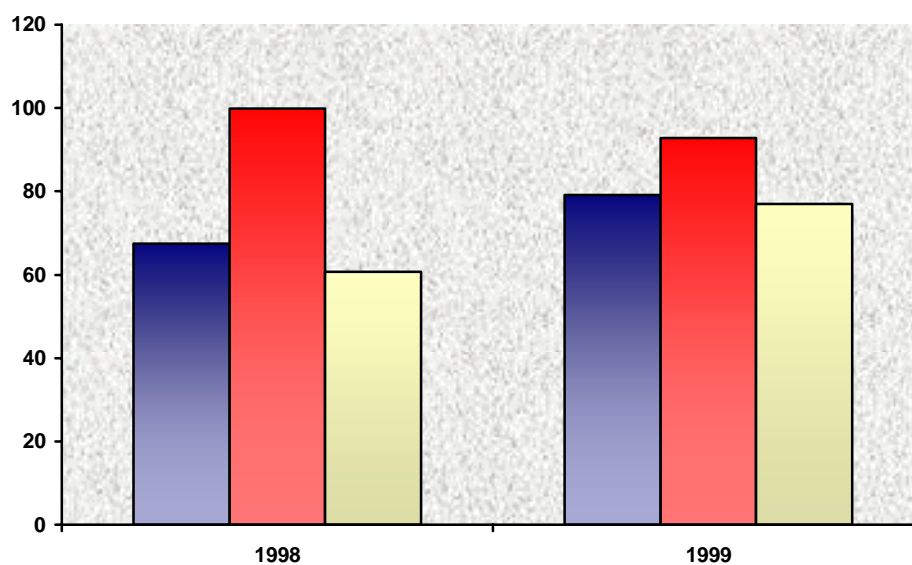
GASTO MÉDIO PER CAPITA DIA

(Em US\$)

ESPECIFICAÇÃO DO GASTO	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Dos turistas em geral	77,10	70,39	80,19	67,52	79,08
Dos que vieram por agência	-	-	-	99,90	92,85
Dos que não vieram por agência	-	-	-	60,76	77,05

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

GASTO MÉDIO PER CAPITA DIA



■ Dos turistas em geral
■ Dos que vieram por agência
■ Dos que não vieram por agência

11. INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS

A insatisfação dos turistas com os diversos itens da infra-estrutura urbana e turística apresenta trajetórias distintas, conforme o item considerado. No que tange à limpeza pública, depois de ser criticada por 21,8%, em 1995, caiu para 14,6% em 1999. Já a segurança pública foi motivo de crítica de 16,1% dos entrevistados, em 1995, caindo, progressivamente, em 1998, sendo criticado por apenas 9,8% dos turistas e sofrendo um crescimento em 1999 para 10,8%. A opinião sobre a sinalização turística, que em 1995 alcançou 22,3% das críticas, sofreu uma queda para 21,7%, em 1997, e voltou a subir, em 1999, com 19,2%. A insatisfação com as comunicações foi criticada por 12,1% em 1995, veio aumentado, atingindo 17,3% em 1997, caiu para 9,5% em 1998.

TABELA 11

INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS

ÍTEMS MAIS CRITICADOS	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Sinalização Turística	22,3%	19,4%	21,7%	12,3%	19,2%
Limpeza Pública	21,8%	19,1%	19,2%	14,4%	14,6%
Comunicações	12,1%	11,5%	17,3%	9,5%	14,2%
Informação Turística	16,3%	10,3%	13,3%	5,9%	12,3%
Segurança Pública	16,1%	13,1%	13,1%	9,8%	10,8%
Transporte Urbano	13,5%	12,0%	13,5%	5,6%	9,0%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

12. INTENÇÃO DE VOLTAR AO BRASIL

O percentual de entrevistados que manifestaram intenção de voltar ao Brasil manteve a tendência, no período 1995/1999, de estabilização próxima a um patamar de 89%, crescendo em 1999 para 91,9%. Vale ressaltar a queda sofrida nos que estavam indecisos de 9,8%, em 1998 para 6,0%, em 1999 (tabela 12).

TABELA 12

INTENÇÃO DE VOLTAR AO BRASIL

OPÇÕES	ANO				
	1995	1996	1997	1998	1999
Voltar ao Brasil	89,0 %	89,3%	89,0%	88,0%	91,9%
Não voltar ao Brasil	3,2 %	3,1%	2,7%	2,2%	2,1%
Indecisos	7,8 %	7,6%	8,3%	9,8%	6,0%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

**D - Síntese das Variáveis Pesquisadas Segundo os
Portões de Entrada de Turistas**

RIO DE JANEIRO

Profissão

Engenheiro	10,74%
Empresário	7,33%
Comerciante	6,59%
Estudante	6,59%
Professor	5,86%
Funcionário Público	3,79%
Médico	3,66%
Administrador	3,54%

Motivo da Viagem

Turismo	71,92%
Negócio	21,86%
Congresso/Convenção	5,49%
Outros	0,73%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	68,20%
Vantagem no custo	2,55%
Amigos e Parentes	28,57%
Outros	0,68%

Cidades visitadas

Rio de Janeiro	80,10%
Búzios	14,41%
São Paulo	12,09%
Foz do Iguaçu	9,77%
Salvador	9,52%
Belo Horizonte	5,13%
Brasília	3,05%
Manaus	3,05%
Recife	2,81%
Angra dos Reis	2,81%
Porto Seguro	2,69%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	21,25%
Não organizada por agência	78,75%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	55,55%
Pacote completo	36,26%
Tailored Personalizado	8,19%

Turistas cuja visita ao Brasil

Era a primeira	44,57%
Não era a primeira	55,43%

Turistas Que

Prendiam voltar ao Brasil	88,77%
Não Prendiam volta ao Brasil	3,05%
Estavam indeciso quanto a isto	8,18%

Turistas Que Acharam Ruim

Comunicações	24,45%
Sinalização	18,07%
Informação Turística	16,67%
Limpeza	16,65%
Segurança	13,81%
Transporte	8,53%
Taxi	6,52%
Guias	5,92%
Aeropostos	5,07%
Diversões noturnas	4,21%
Comércio	3,95%
Hotelaria	1,98%
Restaurantes	1,13%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	40,42%
Outros	17,34%
Televisão	9,65%
Folheto de agência	9,40%
Revista	7,57%
Livros	4,88%
Internet	4,52%
Jornal	2,32%
Cinema	1,34%
Rádio	0,37%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	74,20%
Apartamento alugado	5,43%
Casa de amigos/parentes	19,25%
Outros	1,12%

Permanência Média na Cidade

10 dias

Renda Média Anual Individual (US\$)

46.719,65

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade (US\$)

110,74

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)

134,68

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade Somente com Hotel (US\$)

96,96

PORTO ALEGRE

Profissão

Comerciante	13,58%
Engenheiro	12,35%
Professor	5,76%
Técnico Nível Médio	5,76%
Empresário	4,94%
Contador	4,12%
Psicólogo	3,29%

Motivo da Viagem

Turismo	54,32%
Negócio	38,68%
Congresso/Convenção	4,94%
Outros	2,06%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	70,45%
Amigos e Parentes	27,27%
Vantagem no custo	1,52%
Outros	0,76%

Cidades visitadas

Porto Alegre	40,74%
Florianópolis	24,28%
São Paulo	8,64%
Gramado	4,94%
Torres	4,94%
Capão da Canoa	3,29%
Rio de Janeiro	3,29%
Balneário Camboriú	3,29%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	9,05%
Não organizada por agência	90,95%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	72,72%
Pacote completo	22,73%
Tailored	4,55%

Turista Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	18,93%
Não era a primeira	81,07%

Turista Que

Pretendem voltar ao Brasil	96,30%
Não pretendem voltar ao Brasil	0,41%
Estavam indecisos quanto a isto	3,29%

Turistas Que Acharam Ruim

Sinalização Turística	18,25%
Informação Turística	11,30%
Segurança Pública	9,05%
Comunicações	8,97%
Limpeza Pública	8,86%
Diversões noturnas	6,48%
Transporte Urbano	5,19%
Táxi	4,76%
Comércio	3,40%
Aeroportos	3,36%
Restaurantes	1,30%
Hotelaria	0,56%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	42,39%
Outros	3,29%
Folheto de agência	2,88%
Jornal	1,65%
Televisão	1,23%
Internet	0,82%
Rádio	0,82%
Livros	0,41%
Revista	0,41%
Cinema	0,41%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	68,91%
Apartamento alugado	1,68%
Casa de amigos/parentes	28,57%
Outros	0,84%

Permanência Média na Cidade dias

6

Renda Média Anual Individual (US\$) 33.994,43

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)

100,03

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel (US\$)

67,39

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)

128,17

SÃO PAULO

Profissão

Engenheiro	11,76%
Administrador	9,89%
Professor	6,42%
Comerciante	6,15%
Empresário	6,15%
Estudante	4,28%
Vendedor	3,74%
Médico	3,48%

Motivo da Viagem

Turismo	53,74%
Negócio	41,18%
Congresso/Convenção	4,01%
Outros	1,07%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	50,25%
Vantagem no custo	1,99%
Amigos e Parentes	47,26%
Outros	0,50%

Cidades Visitadas

São Paulo	50,53%
Rio de Janeiro	29,14%
Salvador	10,43%
Foz do Iguaçu	6,95%
Curitiba	5,88%
Campinas	5,35%
Florianópolis	4,01%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	18,18%
Não Organizada por agência	81,82%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	28,36%
Pacote completo	53,73%
Tailored Personalizado	17,91%

Turistas Cuja Visita ao Brasil

Era a primeira	48,66%
Não era a primeira	51,34%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	86,10%
Não pretendiam voltar ao Brasil	3,74%
Estavam indecisos quanto a isto	10,16%

Turistas Que Acharam Ruim

Sinalização Turística	28,11%
Limpeza Pública	20,05%
Segurança Pública	17,36%
Transporte Urbano	16,88%
Informação Turística	15,98%
Comunicações	15,97%
Guias de Turismo	13,71%
Táxi	7,42%
Aeroportos	7,28%
Comércio	7,27%
Restaurantes	3,01%
Diversões noturnas	2,78%
Hotelaria	1,58%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	45,19%
Televisão	7,75%
Outros	7,22%
Livros	6,15%
Folheto de agência	5,61%
Revista	4,55%
Internet	4,28%
Cinema	2,41%
Jornal	1,87%
Rádio	0,80%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	76,89%
Apartamento alugado	1,59%
Casa de amigos/parentes	21,12%
Outros	0,40%

Permanência Média na Cidade

7 dias

Renda Média Anual Individual (US\$)

55.638,76

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)

142,24

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em Hotel (US\$)

177,44

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel (US\$)

155,27

FOZ DO IGUAÇU

Profissão

Estudante	13,29%
Prendas do Lar	11,54%
Comerciante	8,39%
Professor	8,04%
Pensionista	6,64%
Engenheiro	5,59%
Funcionário Público	5,24%
Administrador	3,50%
Médico	3,50%

Motivo da Viagem

Turismo	91,60%
Negócio	2,80%
Congresso/Convenção	3,15%
Outros	2,45%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	91,60%
Vantagem no custo	1,91%
Amigos e Parentes	6,49%

Cidades Visitadas

Foz do Iguaçu	71,33%
Rio de Janeiro	20,98%
Florianópolis	13,99%
Balneário Camboriú	10,49%
São Paulo	10,14%
Curitiba	9,09%
Salvador	7,69%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	31,82%
Não Organizada por agência	68,18%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	68,13%
Pacote completo	29,67%
Tailored Personalizado	2,20%

Turistas Cuja a Visita

Era a primeira	47,90%
Não era a primeira	52,10%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	94,05%
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,45%
Estavam indecisos quanto a isto	3,50%

Turistas Que Acharam Ruim

Táxi	12,22%
Sinalização Turística	6,67%
Comunicações	5,16%
Limpeza Pública	4,58%
Guias de Turismo	3,77%
Transporte Urbano	3,55%
Informação Turística	3,26%
Segurança Pública	2,94%
Diversões noturnas	2,16%
Restaurantes	1,47%
Comércio	1,24%
Hotelaria	1,16%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	60,14%
Televisão	17,48%
Folheto de agência	8,74%
Revista	8,39%
Outros	6,64%
Livros	5,59%
Jornal	3,50%
Internet	2,10%
Rádio	0,70%
Cinema	0,35%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	92,68%
Apartamento alugado	1,46%
Casa de amigos/parentes	1,46%
Outros	4,40%

Permanência Média na Cidade 3 dias

Renda Média Anual Individual (US\$)
19.387,85

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$) 55,21

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$) 58,68

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel (US\$) 33,76

MANAUS

Profissão

Engenheiro	31,58%
Outras	26,32%
Comerciante	10,53%
Administrador	5,26%
Advogado	5,26%

Motivo da Viagem

Turismo	47,37%
Negócio	47,37%
Congresso/Convenção	5,26%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	77,78%
Vantagem no custo	11,11%
Amigos e Parentes	11,11%

Cidades visitadas

Manaus	94,74%
São Paulo	15,79%
Rio de Janeiro	10,53%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	31,58%
Não organizada por agência	68,42%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	66,67%
Tailored Personalizado	33,33%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	68,42%
Não Era a primeira	31,58%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	89,47%
Estavam indecisos quanto a isto	10,53%

Turistas Que Acharam Ruim

Comércio	31,25%
Comunicações	29,41%
Segurança Pública	15,79%
Diversões noturnas	15,38%
Transporte Urbano	11,76%
Hotelaria	5,88%
Limpeza Pública	5,26%
Aeroportos	5,26%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	21,05%
Livros	15,79%
Internet	10,53%
Televisão	5,26%
Revista	5,26%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	83,33%
Casa de amigos/parentes	11,11%
Outra	5,56%

Permanência Média na Cidade 13,40 dias

Renda Média Anual Individual (US\$) 55.577,65

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$) 109,62

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$) 134,29

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel (US\$) 79,17

RECIFE

Profissão

Comerciante	8,78%
Empresário	8,78%
Engenheiro	8,78%
Estudante	5,85%
Funcionário Público	5,37%
Técnico Nível Médio	5,37%
Professor	4,88%
Vendedor	4,88%

Motivo da Viagem

Turismo	85,36%
Negócio	12,20%
Congresso/Convenção	1,95%
Outros	0,49%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	67,43%
Amigos e Parentes	32,00%
Vantagem no custo	0,57%

Cidades Visitas

Recife	60,49%
Natal	22,93%
Salvador	19,51%
Fortaleza	17,56%
Maceió	12,20%
Rio de Janeiro	11,71%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	19,02%
Não organizada por agência	80,98%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	74,36%
Pacote completo	17,95%
Tailored	7,69%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	33,66%
Não era a primeira	66,34%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	90,25%
Não pretendiam voltar ao Brasil	1,95%
Estavam indecisos quanto a isto	7,80%

Turistas que Acharam Ruim

Sinalização Turística	47,12%
Limpeza Pública	41,58%
Informação Turística	30,30%
Segurança Pública	22,16%
Aeropostos	19,21%
Comunicações	17,51%
Transporte Urbano	17,43%
Guias de Turismo	16,98%
Táxi	10,76%
Comércio	8,24%
Diversões noturnas	6,52%
Restaurantes	5,21%
Hotelaria	4,20%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	43,90%
Outros	7,32%
Televisão	6,34%
Folheto de agência	5,37%
Jornal	1,95%
Rádio	1,46%
Revista	1,46%
Internet	0,98%
Livros	0,49%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	68,15%
Apartamento alugado	9,63%
Casa de amigos/parentes	20,00%
Outra	2,22%

Permanência Média na Cidade 12 dias

Renda Média Anual (US\$) 35.560,25

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade (US\$) 82,58

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade Somente com Hotel (US\$) 62,59

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade Hóspedes em Hotel (US\$) 92,25

URUGUAIANA

Profissão

Comerciante	21,48%
Funcionário Público	10,07%
Professor	6,71%
Médico	5,37%
Prendas do Lar	4,03%
Empresário	2,68%

Motivo da Viagem

Turismo	94,63%
Negócio	3,36%
Congresso/Convenção	2,01%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	91,37%
Vantagem no custo	2,16%
Amigos e Parentes	6,47%

Cidades Visitadas

Florianópolis	37,58%
Torres	20,13%
Balneário Camboriú	18,12%
São Paulo	6,71%
Porto Alegre	6,04%
Capão da Canoa	5,37%
Uruguaiana	5,37%
Rio de Janeiro	4,70%

Forma de Organização da Viagem

Não organizada por agência	100%
----------------------------	------

Turistas Cujas a Visita ao Brasil

Era a primeira	36,24%
Não Era a primeira	63,76%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	95,98%
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,01%
Estavam indecisos quanto a isto	2,01%

Turistas Que Acharam Ruim

Guias de Turismo	33,33%
Sinalização Turística	28,06%
Taxi	21,05%
Limpeza Pública	9,46%
Segurança Pública	6,76%
Informação Turística	6,52%
Restaurantes	5,52%
Transporte Urbano	5,00%
Comunicações	2,94%
Diversões noturnas	2,94%
Comércio	2,17%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	55,03%
Televisão	16,78%
Outros	15,44%
Revista	5,37%
Internet	3,36%
Jornal	3,36%
Rádio	1,34%
Folheto de agência	1,34%
Livros	0,67%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	*
-------	---

Permanência Média na Cidade

*

Renda Média Anual Individual (US\$)

24.092,66

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade (US\$)

*

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade Hóspedes em Hotel(US\$)

*

Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade Somente com Hotel (US\$)

*

Nota: (*) Número insuficiente de entrevistados que realizaram pernoite nos hotéis da cidade, inviabilizando o cálculo fidedigno do gasto;

CHUÍ

Profissão

Comerciante	19,23%
Funcionário Público	15,38%
Pensionista	7,69%
Professor	7,69%
Estudante	5,77%
Advogado	3,85%
Psicólogo	3,85%
Técnico Nível Médio	3,85%

Motivo da Viagem

Turismo	86,54%
Negócio	7,69%
Congresso/Convenção	3,85%
Outros	1,92%

Fator Decisório da Viagem

Atrativo Turístico	93,34%
Amigos e Parentes	4,44%
Vantagem no custo	2,22%

Cidades visitadas

Florianópolis	59,62%
Porto Alegre	19,23%
Outro	11,54%
São Paulo	9,62%
Balneário Camboriú	7,69%
Gramado	5,77%
Rio de Janeiro	3,85%
Curitiba	3,85%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	15,38%
Não organizada por agência	84,62%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	33,33%
Pacote completo	66,67%

Turista Cujas Visitas ao Brasil

Sim	25,00%
Não	75,00%

Turista Que

Pretendiam voltar ao Brasil	98,08%
Não pretendiam voltar ao Brasil	1,92%

Turistas Que Acharam Ruim

Segurança Pública	16,00%
Sinalização Turística	11,43%
Limpeza Pública	9,80%
Táxi	8,82%
Guias de Turismo	8,57%
Informação Turística	5,41%
Diversões noturnas	2,56%
Comunicações	2,08%
Restaurantes	2,00%
Transporte Urbano	1,92%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	46,15%
Televisão	19,23%
Revista	7,69%
Outros	7,69%
Jornal	5,77%
Internet	3,85%
Folheto de agência	3,85%

Permanência Média na Cidade

*

Meio de hospedagem utilizado

Hotel *

Renda Média Anual Individual (US\$) 15.722,33

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)

*

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em Hotel (US\$)

*

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel (US\$)

*

Nota: (*) Número insuficiente de entrevistados que realizaram pernoite nos hotéis da cidade, inviabilizando o cálculo fidedigno do gasto;

SANTANA DO LIVRAMENTO

Profissão

Comerciante	31,60%
Médico	8,33%
Engenheiro	6,60%
Funcionário Público	6,25%
Empresário	4,17%
Professor	4,17%
Contador	3,82%
Advogado	3,13%
Bancário	3,13%
Comerciário	3,13%

Motivo da Viagem

Turismo	98,96%
Negócio	1,04%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	95,42%
Amigos e Parentes	4,58%

Cidades visitadas

Florianópolis	71,88%
Balneário Camboriú	13,19%
Torres	12,85%
Outro	9,72%
Porto Alegre	6,60%
Gramado	4,17%
Itapema	2,78%
Capão da Canoa	2,78%
Sant'Ana do Livramento	2,78%

Forma de Organização da Viagem

Sim	0,35%
Não	99,65%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	100%
--------	------

Turista Cujas as Visitas ao Brasil

Era a primeira	13,54%
Não era a primeira	86,46%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	97,57%
Não pretendiam voltar ao Brasil	0,69%
Estavam indecisos quanto a isto	1,74%

Turistas Que Acharam Ruim

Táxi	50,00%
Guias de Turismo	21,74%
Sinalização Turística	17,18%
Informação Turística	3,59%
Limpeza Pública	2,09%
Segurança Pública	1,40%
Diversões noturnas	1,32%
Comunicações	1,21%
Hotelaria	0,40%
Restaurantes	0,38%
Comércio	0,38%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Outros	43,75%
Amigos/parentes	28,13%
Televisão	16,67%
Revista	2,08%
Folheto de agência	1,74%
Jornal	1,39%
Rádio	1,39%
Internet	0,69%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	*
-------	---

Permanência Média na Cidade

*

Renda Média Anual Individual (US\$)

28.995,83

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)

*

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotel (US\$)

*

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel (US\$)

*

Nota: (*) Número insuficiente de entrevistados que realizaram pernoite nos hotéis da cidade, inviabilizando o cálculo fidedigno do gasto;

SALVADOR

Profissão

Estudante	10,42%
Engenheiro	8,33%
Professor	8,33%
Comerciante	6,77%
Comerciário	5,73%
Prendas do Lar	5,73%
Médico	5,21%

Motivo da Viagem

Turismo	90,11%
Negócio	6,77%
Congresso/Convenção	2,08%
Outros	1,04%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	72,83%
Amigos e Parentes	26,01%
Vantagem no custo	1,16%

Cidades Visitadas

Salvador	86,46%
Rio de Janeiro	16,15%
Porto Seguro	9,90%
São Paulo	6,77%
Recife	5,73%
Natal	5,21%
Maceió	4,69%
Fortaleza	4,17%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	25,52%
Não organizada por agência	74,48%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	70,21%
Pacote completo	29,79%

Turistas Cuja Visita ao Brasil

Era a primeira	32,81%
Não era a primeira	67,19%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	93,75%
Não pretendiam voltar ao Brasil	1,56%
Estavam indecisos quanto a isto	4,69%

Turistas Que Acharam Ruim

Comunicações	17,30%
Informação Turística	13,87%
Sinalização Turística	13,61%
Limpeza Pública	12,63%
Táxi	10,88%
Aeroportos	9,14%
Transporte Urbano	8,97%
Segurança Pública	7,45%
Diversões noturnas	6,29%
Guias de Turismo	4,76%
Comércio	4,49%
Restaurantes	3,87%
Hotelaria	3,33%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	52,08%
Outros	15,10%
Televisão	10,42%
Revista	7,29%
Folheto de agência	6,25%
Internet	5,73%
Jornal	5,21%
Livros	4,17%
Cinema	1,56%
Rádio	1,04%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	59,44%
Apartamento alugado	12,22%
Casa de amigos/parentes	25,00%
Outra	3,34%

Permanência Média na Cidade 13 dias

Renda Média Anual Individual (US\$) 23.556,01

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$) 68,73

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel (US\$) 44,68

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em Hotel (US\$) 87,02

FORTALEZA

Profissão

Empresário	13,56%
Comerciante	10,17%
Agente de Viagem	5,08%
Estudante	5,08%
Professor	5,08%
Programador	5,08%
Bancário	3,39%
Contador	3,39%
Engenheiro	3,39%

Motivo da Viagem

Turismo	84,75%
Negócio	13,56%
Congresso/Convenção	1,69%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	68,00%
Amigos e Parentes	28,00%
Vantagem no custo	4,00%

Cidades visitadas

Fortaleza	100%
Recife	8,47%
Rio de Janeiro	8,47%
Natal	8,47%
Salvador	6,78%
São Paulo	5,08%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	20,34%
Não organizada por agência	79,66%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	50,00%
Pacote completo	41,67%
Tailored Personalizado	8,33%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	40,68%
Não era a primeira	59,32%

Turista Que

Pretendiam voltar ao Brasil	86,44%
Estavam indecisos quanto a isto	13,56%

Turistas Que Acharam Ruim

Limpeza Pública	35,59%
Segurança Pública	11,86%
Transporte Urbano	9,62%
Comunicações	16,07%
Hotelaria	4,08%
Restaurantes	6,78%
Diversões noturnas	4,08%
Comércio	4,26%
Informação Turística	13,04%
Sinalização Turística	26,92%
Guias de Turismo	3,70%
Táxi	10,87%
Aeroportos	8,47%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	52,54%
Revista	16,95%
Televisão	8,47%
Folheto de agência	5,08%
Internet	5,08%
Outros	3,39%
Jornal	1,69%
Livros	1,69%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	61,40%
Apartamento alugado	24,56%
Casa de amigos/parentes	14,04%

Permanência Média na Cidade 18 dias

Renda Média Anual Individual (US\$) 40.657,96

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$) 93,02

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em Hotel (US\$) 114,52

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel (US\$) 51,33

FLORIANÓPOLIS

Profissão

Comerciante	13,82%
Engenheiro	9,76%
Funcionário Público	8,94%
Prendas do Lar	6,50%
Contador	5,69%
Advogado	4,88%
Pensionista	4,88%
Médico	4,07%
Professor	4,07%
Técnico Nível Médio	4,07%

Motivo da Viagem

Turismo	91,86%
Negócio	4,07%
Congresso/Convenção	4,07%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	91,15%
Amigos e Parentes	7,08%
Vantagem no custo	1,77%

Cidades Visitadas

Florianópolis	66,67%
Balneário Camboriú	19,51%
Blumenau	6,50%
Itapema	4,07%
Rio de Janeiro	4,07%
São Paulo	1,63%
Foz do Iguaçu	1,63%
Itajaí	0,81%
Salvador	0,81%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	30,08%
Não organizada por agência	69,92%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	29,73%
Pacote completo	40,54%
Tailored Personalizado	29,73%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	21,95%
Não era a primeira	78,05%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	98,37%
Estavam indecisos quanto a isto	1,63%

Turistas que Acharam Ruim

Aeroportos	18,42%
Sinalização Turística	10,58%
Guias de Turismo	8,70%
Diversões noturnas	8,62%
Táxi	7,14%
Limpeza Pública	5,79%
Informação Turística	4,88%
Transporte Urbano	4,12%
Comunicações	2,65%
Segurança Pública	2,54%
Restaurantes	1,68%
Comércio	0,88%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	62,60%
Outros	11,38%
Televisão	9,76%
Jornal	7,32%
Folheto de agência	5,69%
Revista	3,25%
Internet	1,63%
Rádio	1,63%
Cinema	0,81%
Livros	0,81%

Meio de hospedagem Utilizado

Hotel	56,12%
Apartamento alugado	36,73%
Casa de amigos/parentes	7,15%

Permanência Média na Cidade 11 dias

Renda Média Anual Individual (US\$) 25.380,00

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$) 68,05

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$) 77,46

Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com Hotel 42,13

E - PERFIL DO TURISTA SEGUNDO O PAÍS EMISSOR

Os resultados da pesquisa com respeito aos países emissores revelaram as seguintes características básicas de dois grandes grupos, moderadamente homogêneos, a saber:

⇒ sul-americanos provenientes do Cone Sul (argentinos, uruguaios, paraguaios e chilenos):

- permanecem menor tempo no país;
- gastam menos, por dia de permanência;
- têm menor renda;
- são os que manifestam intenção de voltar mais freqüentemente;
- estão menos insatisfeitos com a infra-estrutura urbana e turística .

⇒ norte-americanos e europeus (alemães, ingleses, franceses, italianos, espanhóis e portugueses):

- são os que mais se utilizam dos serviços das agências de viagens;
- permanecem mais tempo;
- gastam mais, por dia de permanência;
- têm maior renda;
- são os que apresentam, proporcionalmente, o maior contingente de pessoas em viagens de negócios;
- são os mais insatisfeitos com a infra-estrutura urbana e turística do país.

1. MOTIVO DA VIAGEM

O turismo tem sido o motivo da viagem mais freqüentemente declarado, observou-se que esta predominância é ainda mais evidente, entre os paraguaios, argentinos, portugueses, alemães, uruguaios e ingleses. Na tabela 13 pode-se constatar este fato, quanto aos anos de 1997, 1998 e 1999.

TABELA 13

MOTIVO DA VIAGEM: TURISMO

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
Paraguai	-	94,2%	76,5%
Argentina	77,3%	82,0%	87,6%
Portugal	70,6%	80,7%	84,5%
Alemanha	67,4%	77,9%	82,8%
Uruguai	69,0%	74,2%	76,2%
Média Global (1)	65,3%	71,8%	77,6%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

Quando considerado o segmento de viagens de negócios, verifica-se que esta modalidade é mais freqüente entre americanos, espanhóis e ingleses (tabela 14).

TABELA 14

MOTIVO DA VIAGEM: NEGÓCIO

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
Estados Unidos	48,0%	38,4%	39,9%
Espanha	27,0%	29,4%	24,4%
Inglaterra	34,7%	29,0%	20,6%
Média Global (1)	28,3%	22,7%	18,0%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

2. FATOR DECISÓRIO DA VISITA (Motivo da Viagem: Turismo)

Quando a finalidade da viagem era o turismo, a motivação dos atrativos turísticos predominou, em maior escala, entre os uruguaios, argentinos, portugueses, chilenos e italianos (tabela 15).

TABELA 15

FATOR DECISÓRIO DA VISITA: ATRATIVOS TURÍSTICOS

(Motivo da viagem: Turismo)

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
Uruguai	67,0%	84,4%	82,6%
Argentina	84,0%	82,7%	90,1%
Portugueses	66,7%	56,7%	72,0%
Chile	72,5%	73,7%	78,0%
Italianos	60,7%	48,8%	71,7%
Média Global (1)	69,1%	69,2%	76,2%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

Dado que as informações dadas por parentes e amigos são importantes meios de divulgação do produto turístico, na tabela 16 são explicitados os mercados emissores de turistas para o Brasil onde essa forma de influência foi mais marcante.

TABELA 16

FATOR DECISÓRIO DA VISITA: INFORMAÇÕES DE PARENTES/AMIGOS

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
Inglaterra	23,5%	51,4%	37,3%
Estados Unidos	42,7%	45,5%	55,6%
Espanha	17,5%	45,0%	43,1%
Alemanha	33,7%	44,8%	38,5%
França	42,0%	35,7%	29,0%
Média Global (1)	26,1%	26,0%	21,3%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

3. ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM POR AGÊNCIA

Proporcionalmente, os turistas provenientes da Portugal, Uruguai, Espanha, Chile são os que mais utilizam os serviços das agências para organizarem a viagem (tabela 17).

TABELA 17

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM POR AGÊNCIA

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Quem mais se utilizam dos serviços das agências:</i>			
Portugal	29,4%	33,7%	33,1%
Uruguai	16,0%	27,3%	32,1%
Espanha	48,3%	30,9%	20,7%
Chile	40,9%	22,2%	26,8%
<i>Quem menos se utilizam dos serviços das agências:</i>			
Itália	23,3%	10,8%	13,8%
Alemanha	24,4%	19,8%	6,0%
Média Global (1)	32,6%	28,0%	18,1%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

4. PERMANÊNCIA MÉDIA

Os turistas provenientes do Uruguai, Chile, Paraguai e Argentina são os que menos tempo permanecem no país. Por outro lado, os turistas vindos da Europa: Itália, Alemanha, Inglaterra e Portugal são os que apresentam as permanências mais longas (tabela 18).

TABELA 18
PERMANÊNCIA MÉDIA (Dias)

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Cujas permanências são mais curtas:</i>			
Paraguai	-	12,00	8,00
Uruguai	7,72	8,00	9,00
Chile	11,34	9,00	12,00
Argentina	11,32	11,00	12,00
<i>Cujas permanências são mais longas:</i>			
Itália	19,41	22,00	24,00
Alemanha	18,37	21,00	21,00
Inglaterra	15,54	18,00	18,00
Portugal	14,20	18,00	17,00
Média Global (1)	13,45	13,00	14,00

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

5. GASTO MÉDIO PER CAPITA DIA

Os turistas procedentes dos países sul-americanos, maiores emissores para o Brasil (Argentina e Paraguai), são os que apresentam os menores gastos médios (tabela 19). Os mercados cujos turistas apresentaram, em média, gastos mais elevados são provenientes dos Estados Unidos e Europa (mais especificamente Espanha, França e Itália).

TABELA 19
GASTO MÉDIO PER CAPITA DIA (US\$)

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Cujos gastos são menores:</i>			
Paraguai	-	46,20	50,94
Argentina	53,06	49,28	60,51
<i>Cujos gastos são maiores:</i>			
Estados Unidos	149,86	107,16	115,57
França	105,10	77,18	101,16
Espanha	119,28	97,23	97,56
Itália	96,59	65,29	93,72
Média Global (1)	80,19	67,57	79,08

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

6. RENDA MÉDIA ANUAL (Individual)

Os turistas de menor renda média anual são os sul-americanos provenientes do Uruguai, Paraguai e Argentina (tabela 20). No outro extremo situam-se os norte-americanos e europeus.

TABELA 20
RENDA MÉDIA ANUAL
(Individual)
(US\$)

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Cujas rendas médias anuais são menores:</i>			
Uruguai	29.046	26.485	25.464
Paraguai	-	28.704	20.127
Argentina	34.411	28.704	28.132
<i>Cujas rendas médias anuais são maiores:</i>			
Estados Unidos	72.228	58.448	68.351
Inglaterra	49.200	46.861	48.918
Alemanha	54.426	44.748	38.326
França	49.742	44.014	45.207
Espanha	49.364	37.812	38.009
Média Global (1)	45.704	38.440	37.505

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

7. INTENÇÃO DE VOLTAR AO BRASIL

A maioria dos turistas entrevistados (91,9%) manifestou sua intenção de voltar ao Brasil. Os residentes nos países do Cone Sul, fronteira com o Brasil (Argentina, Paraguai e Uruguai) revelaram esta intenção com uma frequência ainda mais elevada que os demais: acima da média 91,9%(tabela 21).

TABELA 21
INTENÇÃO DE VOLTAR AO BRASIL

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
Paraguai	-	100,0%	98,0%
Uruguai	96,2%	98,5%	96,5%
Argentina	94,6%	93,9%	97,4%
Média Global (1)	89,0%	88,0%	91,9%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

8. INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS

As condições da segurança pública, sinalização turística, limpeza urbana e informações turísticas foram, dentre as demais componentes da infra-estrutura urbana e turística, as mais duramente criticadas pelos turistas. Os mais insatisfeitos foram os europeus e os americanos. Os mais complacentes: paraguaios e uruguaios (tabelas 22 a 34).

TABELA 22

INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM A SEGURANÇA PÚBLICA

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Dos turistas menos insatisfeitos:</i>			
Paraguai	-	3,8%	2,0%
Uruguai	8,2%	6,8%	8,8%
<i>Dos turistas mais insatisfeitos:</i>			
Espanha	18,8%	20,5%	22,1%
Portugal	27,4%	20,4%	22,1%
Americanos	14,3%	13,4%	17,4%
Média Global (1)	13,1%	9,8%	10,8%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas
(1) - É a média para todos os emissores pesquisados.

TABELA 23

INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM A LIMPEZA PÚBLICA

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Dos turistas menos insatisfeitos:</i>			
Uruguai	7,0%	2,2%	5,7%
Paraguai	7,0%	3,8%	3,9%
<i>Dos turistas mais insatisfeitos:</i>			
Portugal	56,7%	34,9%	44,5%
Itália	33,3%	29,2%	25,4%
Americano	24,2%	17,1%	20,5%
Média Global (1)	19,2%	14,4%	14,6%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas
(1) - É a média para todos os emissores pesquisados.

TABELA 24

INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM A SINALIZAÇÃO TURÍSTICA

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Dos turistas menos insatisfeitos:</i>			
Inglaterra	20,0%	9,0%	11,8%
Uruguai	13,5%	6,8%	11,6%
<i>Dos turistas mais insatisfeitos:</i>			
Portugal	51,2%	51,2%	31,5%
Itália	12,7%	21,5%	33,3%
Alemanha	29,3%	12,7%	33,8%
Média Global (1)	21,7%	12,3%	19,2%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

TABELA 25

INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM A INFORMAÇÃO TURÍSTICA

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Dos turistas menos insatisfeitos:</i>			
Uruguai	6,0%	2,2%	7,1%
Chile	18,6%	2,2%	3,2%
<i>Dos turistas mais insatisfeitos:</i>			
França	27,0%	13,3%	29,1%
Alemanha	15,0%	10,4%	24,3%
Itália	17,9%	15,3%	22,2%
Média Global (1)	13,3%	5,9%	12,3%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

TABELA 26

INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM AS COMUNICAÇÕES

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
<i>Dos turistas menos insatisfeitos:</i>			
Paraguai	-	1,9%	2,3%
Uruguai	6,6%	5,3%	3,9%
<i>Dos turistas mais insatisfeitos:</i>			
França	25,8%	26,6%	20,8%
Itália	25,6%	20,0%	21,8%
Espanha	15,9%	19,1%	26,0%
Americanos	23,5%	12,1%	22,1%
Média Global (1)	17,3%	9,5%	14,2%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

F - SÍNTESE RELATIVA AO PERFIL DOS TURISTAS

ARGENTINOS

Profissão

Comerciante	18,27%
Engenheiro	7,19%
Funcionário Público	6,01%
Professor	5,84%
Médico	5,08%
Prendas do Lar	4,91%
Empresário	3,64%
Estudante	3,47%
Contador	3,38%
Comerciário	2,88%
Pensionista	2,62%
Técnico Nível Médio	2,45%

Motivo da Viagem

Turismo	87,56%
Negócio	9,73%
Congresso/Convenção	1,95%
Outros	0,76%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	90,12%
Amigos e Parentes	7,46%
Vantagem no custo	1,94%
Outros	0,48%

Cidades visitadas

Florianópolis	35,03%
Rio de Janeiro	12,52%
Foz do Iguaçu	12,10%
Balneário Camboriú	9,31%
Búzios	8,46%
Salvador	7,45%
Torres	6,60%
Porto Alegre	6,51%
São Paulo	5,08%

Forma de Organização da Viagem

Organiza por agência	19,71%
Não organiza por agência	80,29%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	55,18%
Pacote completo	38,79%
Tailored	6,03%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	24,53%
Não era a primeira	75,47%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	97,37%
Estavam indecisos quanto a isto	1,95%
Não pretendiam voltar ao Brasil	0,68%

Turistas Que Acharam Ruim

Sinalização Turística	16,39%
Limpeza Pública	8,45%
Comunicações	8,38%
Guias de Turismo	7,51%
Informação Turística	6,89%
Táxi	6,29%
Transporte Urbano	5,72%
Diversões noturnas	5,37%
Aeroportos	5,26%
Segurança Pública	4,28%
Comércio	2,41%
Restaurantes	2,32%
Hotelaria	1,00%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	45,26%
Outros	20,30%
Televisão	11,59%
Folheto de agência	6,60%
Revista	4,57%
Jornal	3,64%
Internet	2,03%
Livros	0,93%
Rádio	0,85%
Cinema	0,25%

Meio de hospedagem utilizado

Hotel	79,84%
Apartamento alugado	10,74%
Casa de amigos/parentes	8,26%
Outros	1,16%

Permanência Média	12 dias
--------------------------	---------

Renda Média Anual Individual (US\$)	28.132,50
--	-----------

Gasto Médio Per Capita Dia Quem não veio por agência (US\$)	60,48
--	-------

Gasto Médio Per Capita Dia Quem veio por agência (US\$)	63,61
--	-------

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)	60,51
--	-------

CHILENOS

Profissão

Engenheiro	17,86%
Estudante	12,50%
Professor	12,50%
Advogado	8,93%
Pensionista	8,93%
Comerciante	5,36%

Motivo da viagem

Turismo	73,22%
Negócio	16,07%
Congresso/Convenção	10,71%

Fator decisório da viagem

Atrativo Turístico	78,05%
Amigos e Parentes	19,51%
Vantagem no custo	2,44%

Cidades Mais Visitadas

Rio de Janeiro	25,00%
São Paulo	17,86%
Porto Alegre	16,07%
Florianópolis	10,71%
Balneário Camboriú	10,71%
Salvador	8,93%
Foz do Iguaçu	7,14%
Brasília	5,36%
Curitiba	3,57%
Recife	3,57%
Búzios	3,57%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	26,79%
Não Organizada por agência	73,21%

Tipo de serviço utilizado na Agência

Pacote completo	60,00%
Pacote	40,00%

Turistas cuja visita ao Brasil

Era a primeira	37,50%
Não era a primeira	62,50%

Turistas Que

Pretendiam votar ao Brasil	94,64%
Estavam indecisos quanto a isto	3,57%
Não pretendiam votar ao Brasil	1,79%

Turistas que Acharam Ruim

Comunicações	17,02%
Sinalização Turística	14,63%
Táxi	12,90%
Segurança pública	12,73%
Limpeza pública	10,71%
Aeroportos	10,26%
Guias de turismo	8,70%
Restaurantes	3,70%
Informação Turística	3,23%
Transporte urbano	2,13%
Comércio	2,00%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	46,43%
Outros	8,93%
Televisão	7,14%
Jornal	5,36%
Folheto de agência	3,57%
Revista	1,79%
Internet	1,79%
Rádio	1,79%

Meio de hospedagem utilizado

Hotel	78,79%
Casa de amigos/parentes	12,12%
Apartamento alugado	9,09%

Permanência média 12 dias

Renda Média Anual (US\$) 25.741,43

Gasto Médio Per Capita Dia Quem não veio por agência (US\$) 79,35

Gasto Médio Per Capita Dia Quem veio por agência (US\$) 81,31

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$) 79,87

PARAGUAIOS

Profissão

Estudante	15,69%
Comerciante	13,73%
Engenheiro	11,76%
Administrador	5,88%
Analista de Sistemas	5,88%
Médico	5,88%
Arquiteto	3,92%
Contador	3,92%
Dentista	3,92%
Prendas do Lar	3,92%

Motivo da Viagem

Turismo	76,48%
Negócio	9,80%
Congresso/Convenção	5,88%
Outros	7,84%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	66,66%
Amigos e Parentes	28,21%
Vantagem no custo	5,13%

Cidades Visitadas

Curitiba	14,08%
São Paulo	12,68%
Balneário Camboriú	11,27%
Florianópolis	9,86%
Foz do Iguaçu	5,63%
Porto Alegre	5,63%
Rio de Janeiro	4,23%
Guarujá	2,82%
Itajaí	2,82%

Forma de Organização da Viagem

Não organizada por agência	100%
----------------------------	------

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	9,80%
Não era a primeira	90,20%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	98,04%
Não pretendiam voltar ao Brasil	1,96%

Turistas que Acharam Ruim

Táxi	7,69%
Diversões noturnas	4,76%
Limpeza pública	3,92%
Transporte urbano	2,94%
Hotelaria	2,94%
Comunicações	2,33%
Segurança pública	2,04%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	60,78%
Televisão	11,76%
Outros	9,80%
Revista	3,92%
Rádio	1,96%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	11,8%
Casa amigos/parentes	88,2%

Permanência Média 8 dias

Renda Média Anual Individual (US\$) 20.127,83

Gasto Médio Per Capita Dia Quem não veio por agência (US\$) 60,11

Gasto Médio Per Capita Dia Quem veio por agência (US\$) *

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$) 50,94

URUGUAIOS

Profissão

Comerciante	13,99%
Funcionário Público	11,19%
Professor	11,19%
Pensionista	5,59%
Empresário	3,50%
Estudante	3,50%
Advogado	2,80%
Contador	2,80%
Engenheiro	2,80%

Motivo da Viagem

Turismo	76,23%
Negócio	16,78%
Congresso/Convenção	6,99%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	82,57%
Amigos e Parentes	15,60%
Vantagem no custo	1,83%

Cidades visitadas

Florianópolis	28,67%
Porto Alegre	20,98%
Salvador	17,48%
Rio de Janeiro	7,69%
São Paulo	6,99%
Gramado	6,29%
Balneário Camboriú	4,90%
Foz do Iguaçu	3,50%
Belo Horizonte	2,80%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	32,17%
Não organizada por agência	67,83%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	67,39%
Pacote completo	28,26%
Tailored	4,35%

Turista Cuja Visita ao Brasil

Era a primeira vez	18,18%
Não era a primeira vez	81,82%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	96,50%
Não pretendiam voltar ao Brasil	3,50%

Turista que Acharam Ruim

Sinalização Turística	11,63%
Guias de Turismo	10,77%
Segurança pública	8,82%
Informação Turística	7,14%
Táxi	6,17%
Limpeza pública	5,71%
Aeroportos	4,12%
Comunicações	3,88%
Restaurantes	2,26%
Hotelaria	1,61%
Diversões noturnas	1,20%
Transporte urbano	1,08%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	46,15%
Televisão	12,59%
Outros	11,89%
Folheto de agência	8,39%
Jornal	5,59%
Revista	3,50%
Internet	3,50%
Livros	2,10%
Rádio	1,40%
Cinema	0,70%

Meio de hospedagem utilizado

Hotel	62,50%
Apartamento alugado	8,33%
Casa de amigos/parentes	29,17%

Permanência Média

9 dias

Renda Média Anual Individual (US\$) 25.464,98

Gasto Médio Per Capita Dia Quem não veio por agência (US\$) 65,07

Gasto Médio Per Capita Dia Quem veio por agência (US\$) 72,03

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$) 67,26

AMERICANOS

Profissão

Engenheiro	13,31%
Empresário	7,65%
Administrador	6,23%
Professor	4,25%
Vendedor	4,25%
Estudante	3,97%
Comerciante	3,40%
Médico	2,83%
Programador	2,83%
Analista de Sistemas	2,55%
Contador	2,55%

Motivo da Viagem

Turismo	55,53%
Negócio	39,94%
Congresso/Convenção	3,68%
Outros	0,85%

Fator Decisório da Viagem

Amigos e Parentes	55,61%
Atrativo Turístico	41,84%
Vantagem no custo	2,55%

Cidades Visitadas

Rio de Janeiro	53,82%
São Paulo	29,46%
Salvador	7,08%
Belo Horizonte	5,95%
Foz do Iguaçu	5,10%
Curitiba	4,53%
Manaus	4,53%
Campinas	4,25%
Porto Alegre	4,25%
Brasília	3,40%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	13,88%
Não organizada por agência	86,12%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	59,18%
Tailored	22,45%
Pacote completo	18,37%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	45,89%
Não era a primeira	54,11%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	89,24%
Estavam indecisos quanto a isto	8,22%
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,55%

Turistas que Acharam Ruim

Sinalização Turística	22,12%
Comunicações	22,09%
Limpeza Pública	20,46%
Segurança Pública	17,39%
Informação Turística	14,95%
Transporte Urbano	13,52%
Taxi	7,45%
Guias de Turismo	7,38%
Comércio	6,15%
Aeroportos	3,75%
Diversões noturnas	2,09%
Hotelaria	1,81%
Restaurantes	1,46%

O que Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	44,19%
Outros	12,18%
Televisão	5,38%
Internet	4,25%
Revista	3,97%
Livros	3,40%
Folheto de agência	3,12%
Cinema	1,42%
Jornal	0,85%
Rádio	0,28%

Meio de hospedagem utilizado

Hotel	70,90%
Casa de amigos/parentes	25,37%
Apartamento alugado	2,61%
Outros	1,12%

Permanência Média

13 dias

Renda Média Anual Individual (US\$)

68.351,22

Gasto Médio Per Capita Dia

Quem Não Veio por Agência (US\$)

106,30

Gasto Médio Per Capita Dia

Quem Veio por Agência (US\$)

187,22

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)

115,57

ALEMÃES

Profissão

Engenheiro	23,28%
Estudante	13,79%
Comerciante	6,03%
Funcionário Público	4,31%
Vendedor	4,31%
Prendas do Lar	3,45%
Professor	3,45%
Secretária	3,45%
Empresário	2,59%
Médico	2,59%

Motivo da Viagem

Turismo	82,76%
Negócio	13,79%
Congresso/Convenção	2,59%
Outros	0,86%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	61,46%
Amigos e Parentes	38,54%

Cidades visitadas

Rio de Janeiro	50,86%
Salvador	31,03%
Outro	31,03%
Recife	22,41%
São Paulo	17,24%
Foz do Iguaçu	16,38%
Fortaleza	9,48%
Natal	6,90%
Maceió	6,03%
Belo Horizonte	6,03%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	6,03%
Não organizada por agência	93,97%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	33,33%
Pacote completo	50,00%
Tailored	16,67%

Turista Cuja Visita ao Brasil

Era a primeira	50,00%
Não era a primeira	50,00%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	87,07%
Não pretendiam voltar ao Brasil	4,31%
Estavam indecisos quanto a isto	8,62%

Turistas que Acharam Ruim

Sinalização Turística	33,82%
Informação Turística	24,29%
Comunicações	17,59%
Limpeza pública	16,52%
Guias de Turismo	15,38%
Segurança pública	15,18%
Táxi	10,78%
Aeroportos	8,77%
Transporte urbano	7,53%
Comércio	4,90%
Diversões noturnas	4,44%
Restaurantes	1,79%
Hotelaria	1,22%

O que o Influenciou a Decisão da Visitar

Amigos/parentes	47,41%
Outros	8,62%
Televisão	7,76%
Livros	7,76%
Revista	6,90%
Folheto de agência	6,03%
Internet	5,17%
Jornal	3,45%
Rádio	0,86%

Meio de hospedagem utilizado

Hotel	64,84%
Casa de amigos/parentes	7,69%
Apartamento alugado	24,17%
Outros	3,30%

Permanência Média 20,69 dias

Renda Média Anual Individual (US\$) 38.326,47

Gasto Médio Per Capita Dia Quem não veio por agência (US\$) 75,32

Gasto Médio Per Capita Dia Quem veio por agência (US\$) 103,79

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$) 77,03

ESPAANHÓIS

Profissão

Engenheiro	13,41%
Comerciante	9,76%
Empresário	7,32%
Técnico Nível Médio	6,10%
Industrial	4,88%
Prendas do Lar	4,88%
Advogado	3,66%
Arquiteto	3,66%
Funcionário Público	3,66%
Médico	3,66%
Professor	3,66%
Secretária	3,66%

Motivo da Viagem

Turismo	70,73%
Negócio	24,39%
Congresso/Convenção	3,66%
Outros	1,22%

Fator Decisório da Viagem

Atrativo Turístico	56,90%
Amigos e Parentes	43,10%

Cidades visitadas

Rio de Janeiro	53,66%
Salvador	23,17%
Foz do Iguaçu	20,73%
São Paulo	20,73%
Porto Alegre	9,76%
Natal	7,32%
Fortaleza	6,10%
Brasília	4,88%
Florianópolis	4,88%
Manaus	3,66%
Curitiba	3,66%
Maceió	3,66%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	20,73%
Não organizada por agência	79,27%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	47,06%
Pacote completo	41,18%
Tailored	11,76%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era primeira	42,68%
Não era primeira	57,32%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	91,46%
Não Pretendiam voltar ao Brasil	2,44%
Estavam indecisos quanto a isto	6,10%

Turistas que Acharam Ruim

Sinalização	31,03%
Comunicações	25,97%
Segurança pública	22,08%
Informação Turística	21,57%
Transporte urbano	20,00%
Limpeza pública	18,29%
Diversões noturnas	18,00%
Aeroportos	15,38%
Táxi	11,48%
Guias	10,71%
Comércio	7,89%
Hotelaria	2,94%
Restaurantes	2,44%

O que influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	42,68%
Outros	29,27%
Televisão	6,10%
Folheto de agência	6,10%
Livros	4,88%
Internet	4,88%
Revista	1,22%
Cinema	1,22%
Jornal	1,22%

Meio de hospedagem utilizado

Hotel	66,66%
Apartamento alugado	4,55%
Casa de amigos/parentes	27,27%
Outros	1,52%

Permanência Média

16 dias

Renda Média Anual Individual (US\$)

38.009,83

Gasto Médio Per Capita Dia

Quem não veio por agência (US\$)

94,97

Gasto Médio Per Capita Dia

Quem veio por agência (US\$)

102,29

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)

97,56

FRANCESES

Profissão

Estudante	9,88%
Médico	9,88%
Funcionário Público	7,41%
Empresário	4,94%
Engenheiro	4,94%
Professor	4,94%
Administrador	3,70%
Militar	3,70%
Técnico Nível Médio	3,70%
Vendedor	3,70%

Motivo da Viagem

Turismo	76,54%
Negócio	18,52%
Congresso/Convenção	4,94%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	69,36%
Amigos e Parentes	29,03%
Vantagem no custo	1,61%

Cidades Visitadas

Rio de Janeiro	61,73%
Salvador	25,93%
São Paulo	12,35%
Foz do Iguaçu	11,11%
Recife	11,11%
Fortaleza	9,88%
Porto Alegre	7,41%
Búzios	6,17%
Ouro Preto	4,94%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	9,88%
Não organizada por agência	90,12%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	62,50%
Tailored	25,00%
Pacote completo	12,50%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	53,09%
Não era a primeira	46,91%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	91,36%
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,47%
Estavam indecisos quanto a isto	6,17%

Turistas que Acharam Ruim

Sinalização Turística	30,91%
Informação Turística	29,09%
Comunicações	20,83%
Guias de Turismo	17,86%
Limpeza pública	17,50%
Segurança pública	13,75%
Transporte urbano	10,77%
Aeroportos	8,86%
Comércio	8,82%
Restaurantes	3,70%
Táxi	2,86%
Hotelaria	1,56%

O que influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	46,91%
Folheto de agência	12,35%
Revista	9,88%
Outros	9,88%
Televisão	6,17%
Internet	4,94%
Livros	3,70%
Cinema	3,70%
Rádio	2,47%
Jornal	1,23%

Meio de hospedagem utilizado

Hotel	58,46%
apartamento alugado	10,77%
casa de amigos/parentes	29,23%
Outros	1,54%

Permanência Média

14 dias

Renda Média Anual Individual (US\$)

45.207,64

Gasto Médio Per Capita Dia

Quem não veio por agência (US\$) 101,62

Gasto Médio Per Capita Dia

Quem veio por agência (US\$) 109,68

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)

101,16

INGLESES

Profissão

Engenheiro	8,70%
Professor	8,70%
Administrador	7,61%
Estudante	7,61%
Vendedor	7,61%
Jornalista	5,43%
Comerciário	4,35%
Advogado	3,26%
Empresário	3,26%

Motivo da viagem

Turismo	73,92%
Negócio	20,65%
Congresso/Convenção	3,26%
Outros	2,17%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	61,19%
Amigos e Parentes	37,32%
Vantagem no custo	1,49%

Cidades Visitadas

Rio de Janeiro	75,00%
Foz do Iguaçu	25,00%
São Paulo	23,91%
Salvador	10,87%
Fortaleza	9,78%
Manaus	8,70%
Recife	7,61%
Belo Horizonte	5,43%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	16,30%
Não Organizada por agência	83,70%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	64,28%
Pacote completo	14,29%
Tailored	21,43%

Turistas Cuja Visita ao Brasil

Era a primeira	67,39%
Não era a primeira	32,61%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	84,79%
Não pretendiam voltar ao Brasil	5,43%
Estavam indecisos quanto a isso	9,78%

Turistas que Acharam Ruim

Comunicações	21,59%
Segurança Pública	16,48%
Limpeza Pública	16,30%
Informação Turística	15,38%
Sinalização Turística	11,86%
Transporte Urbano	8,97%
Comércio	8,97%
Aeroportos	8,05%
Táxi	7,59%
Guias de Turismo	5,71%
Restaurantes	4,44%
Hotelaria	1,37%
Diversões noturnas	1,32%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	48,91%
Televisão	14,13%
Livros	10,87%
Revista	9,78%
Outros	9,78%
Folheto de agência	6,52%
Jornal	3,26%
Internet	2,17%
Cinema	2,17%

Meio de hospedagem utilizado

Hotel	71,43%
Casa de amigos/parentes	27,38%
Outros	1,19%

Permanência Média 17,79 dias

Renda Média Anual Individual (US\$) 48.918,92

Gasto Médio Per Capita Dia Quem não Veio Por Agência (US\$) 77,52

Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio Por Agência (US\$) 109,41

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$) 80,68

ITALIANOS

Profissão		Turistas Que	
Comerciante	12,07%	Pretendiam voltar ao Brasil	79,31%
Empresário	6,03%	Não Pretendiam voltar ao Brasil	5,17%
Funcionário Público	6,03%	Estavam indecisos quanto a isto	15,52%
Administrador	5,17%		
Professor	5,17%	Turistas Que Acharam Ruim	
Engenheiro	4,31%	Sinalização Turística	33,33%
Industriário	3,45%	Limpeza pública	25,44%
Técnico Nível Médio	3,45%	Informação Turística	22,22%
Vendedor	3,45%	Comunicações	21,82%
		Segurança pública	16,22%
Motivo da viagem		Transporte urbano	15,91%
Turismo	85,35%	Táxi	11,96%
Negócio	12,93%	Diversões noturnas	10,23%
Congresso/Convenção	0,86%	Aeroportos	8,70%
Outros	0,86%	Guias de Turismo	5,88%
		Hoteleria	5,19%
Fator decisório da viagem		Restaurantes	4,42%
Atrativo Turístico	71,72%	Comércio	3,23%
Amigos e Parentes	26,26%	O que o Influenciou a visita	
Vantagem no custo	2,02%	Amigos/parentes	49,14%
		Revista	11,21%
Cidades visitadas		Televisão	9,48%
Rio de Janeiro	35,34%	Outros	9,48%
Fortaleza	31,03%	Folheto de agência	5,17%
Salvador	19,83%	Livros	5,17%
Recife	18,10%	Jornal	3,45%
Foz do Iguaçu	8,62%	Internet	2,59%
São Paulo	6,90%	Cinema	0,86%
Natal	5,17%	Rádio	0,86%
Porto Seguro	3,45%		
		Meio de Hospedagem Utilizado	
Forma de Organização da Viagem		Hotel	53,33%
Organizada por agência	13,79%	Apartamento alugado	25,56%
Não organizada por agência	86,21%	Casa de amigos/parentes	18,89%
		Outros	2,22%
Tipo de Serviço Utilizado na Agência		Permanência Média	24 dias
Pacote	50,00%	Renda Média Anual Individual (US\$)	35.850,81
Pacote completo	37,50%	Gasto Médio Per Capita Dia Quem não veio por Agência (US\$)	87,44
Tailored	12,50%	Gasto Médio Per Capita Dia Quem veio por Agência (US\$)	132,90
		Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)	93,72
Turistas Cujas Visitas ao Brasil			
Era a primeira	42,24%		
Não era a primeira	57,76%		

PORTUGUESES

Profissão

Empresário	12,16%
Professor	10,14%
Comerciante	9,46%
Engenheiro	6,08%
Pensionista	4,73%
Administrador	4,05%
Aeroviário	4,05%
Dentista	3,38%
Técnico Nível Médio	3,38%

Motivo da viagem

Turismo	84,46%
Negócio	11,49%
Congresso/Convenção	4,05%

Fator decisório da visita

Atrativo Turístico	72,00%
Amigos e Parentes	27,20%
Vantagem no custo	0,80%

Cidades Visitadas

Recife	41,22%
Rio de Janeiro	30,41%
Salvador	25,00%
Natal	18,92%
Fortaleza	13,51%
São Paulo	10,81%
Maceió	9,46%
Brasília	4,73%
Foz do Iguaçu	3,38%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	33,11%
Não organizada por agência	66,89%

Tipo de Serviço Utilizado na Agência

Pacote	69,39%
Pacote completo	24,49%
Tailored	6,12%

Turistas Cujas Visitas ao Brasil

Era a primeira	35,81%
Não era a primeira	64,19%

Turistas Que

Pretendiam voltar ao Brasil	89,19%
Não pretendiam voltar ao Brasil	2,70%
Estavam indecisos quanto a isto	8,11%

Turistas que Acharam Ruim

Limpeza pública	44,52%
Sinalização Turística	31,52%
Transporte urbano	22,97%
Segurança pública	22,14%
Aeroportos	17,93%
Informação Turística	17,24%
Comunicações	11,68%
Guias de Turismo	7,55%
Taxi	6,60%
Comércio	3,62%
Hoteleria	3,36%
Restaurantes	2,82%
Diversões noturnas	1,18%

O que o Influenciou a Decisão da Visita

Amigos/parentes	43,24%
Televisão	10,81%
Folheto de agência	8,78%
Outros	6,76%
Revista	4,73%
Internet	3,38%
Jornal	1,35%
Cinema	1,35%
Livros	0,68%
Rádio	0,68%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	74,40%
Apartamento alugado	4,00%
Casa de amigos/parentes	20,80%
Outra	0,80%

Permanência Média 17 dias

Renda Média Anual Individual (US\$)
31.518,74

**Gasto Médio Per Capita Dia
Quem não veio por agência (US\$)**
87,37

**Gasto Médio Per Capita Dia
Quem veio por agência (US\$)** 80,37

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$) 84,99

III - TURISMO EMISSIVO

A - Perfil do Turista Brasileiro que Viajou ao Exterior em 1999

- A maioria (60,1%) viajou a turismo, sendo os "atrativos turísticos" o principal fator decisório para sua viagem.
- Menos de 50% (38,0% dos casos) organizou sua viagem com o auxílio das agências.
- Cerca de 71,0% já haviam viajado pelo Brasil nos últimos doze meses que precederam à data de realização da pesquisa.
- Mais da metade (52,6%) visitou os Estados Unidos.
- A permanência média no exterior foi de 17,00 dias.
- O Gasto médio per capita dia foi de US\$ 102,21.
- A maioria hospedou-se em hotéis (71,3% do total de entrevistados).

B - Variáveis significativas com respeito aos resultados de 1999

Na tabela 26 estão sintetizadas as principais mudanças ocorridas no perfil dos residentes no Brasil que viajaram ao exterior, em 1999, com respeito aos anos anteriores (1997 e 1998):

- queda do percentual de viagens de turismo, acompanhado do aumento das viagens de negócios;
- manutenção da primazia absoluta dos Estados Unidos como destino favorito dos que viajam ao exterior;
- crescimento no percentual de visitantes aos destinos europeus.

PESQUISA SOBRE TURISMO EMISSIVO 1999

Motivo da Viagem

Turismo	60,13%
Negócio	27,53%
Congresso/Convenção	5,61%
Outros	6,73%

Meio de Hospedagem Utilizado

Hotel	71,31%
Casa de amigos	22,12%
Outros	3,47%
Apartamento alugado	3,10%

Fator Decisório da Visita

Atrativo Turístico	69,79%
Amigos e Parentes	25,56%
Vantagem no custo	3,13%
Outros	1,52%

Países Mais Visitados

Estados Unidos	52,56%
França	10,20%
Itália	9,51%
Espanha	9,35%
Argentina	9,29%
Portugal	7,48%
Canadá	5,56%
Inglaterra	4,86%
Alemanha	4,49%
Uruguai	3,79%
Suíça	2,83%
México	2,40%
Chile	2,30%

Forma de Organização da Viagem

Organizada por agência	37,95%
Não organizada por agência	62,05%

Residência Permanente do Turista

São Paulo	28,74%
Rio Janeiro	22,97%
Rio Grande do Sul	16,03%
Pernambuco	5,56%
Bahia	4,75%
Paraná	3,90%
Ceará	2,88%
Minas Gerais	2,67%
Santa Catarina	2,56%
Distrito Federal	2,19%

Turistas que nos últimos doze meses

Haviam viajado pelo Brasil	71,03%
Não haviam viajado pelo Brasil	28,97%

Permanência Média 17 dias

Profissões

Engenheiro	11,59%
Professor	7,43%
Administrador	6,14%
Comerciante	5,98%
Médico	5,98%
Advogado	5,18%
Estudante	5,18%
Empresário	5,02%

Renda Média Mensal (Individual - R\$)
4.295,26

Gasto Médio Per Capita Dia (US\$) 102,21

TABELA 27

PERFIL DO TURISTA BRASILEIRO QUE VIAJOU AO EXTERIOR

Principais mudanças: 1997/99

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1997	1998	1999
MOTIVO DA VIAGEM			
Turismo	68,4%	71,3%	60,13%
Negócio	23,0%	19,7%	27,53%
FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM			
Não Organizada por Agência	52,8%	55,3%	62,05%
Organizada por Agência	47,2%	44,7%	37,95%
HOSPEDAGEM UTILIZADA NO EXTERIOR			
Hotel	76,0%	77,9%	71,31%
Casa de Amigo / Parente	16,8%	18,2%	22,12%
PERMANÊNCIA MÉDIA (dias)	15,18	15,00	17,00
GASTO MÉDIO PER CAPITA DIA (US\$)	89,37	83,09	102,21
PAÍSES MAIS VISITADOS			
Estados Unidos	54,2%	52,1%	52,6%
França	12,8%	12,4%	10,2%
Itália	10,4%	10,1%	9,5%
Argentina	9,5%	10,2%	9,3%
Espanha	9,6%	8,3%	9,3%
Portugal	5,2%	6,3%	7,5%
Canadá	4,5%	3,7%	5,6%
Inglaterra	6,2%	6,5%	4,9%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

Tabela 28

Motivo da Viagem

Motivo da Viagem	Permanência Média (Dias)	Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)	Renda Média Individual Mensal (R\$)
Turismo	18,5	94,05	3.783,05
Negócio	11,8	121,07	5.289,22
Congresso	10,6	125,38	5.797,67
Média Global	17,0	102,214	4.295,26