

**ESTUDO DA DEMANDA TURÍSTICA  
INTERNACIONAL  
1998**

## **INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO - EMBRATUR**

**Presidente : Caio Luiz de Carvalho**

**Diretor de Marketing : Roston Luiz Nascimento**

**Diretor de Economia e Fomento : Bismarck Costa Lima Pinheiro Maia**

**Diretora de Administração e Finanças : Edson Fernandes Ferreira**

**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**

**Mudestino Carvalho Barroso**

**Renato Holanda de Alcântara**

**Joaquim P. de Almeida Neto**

**Nilson Jorge P. Chavier**

**Lúcia Vaz de Melo**

**Setor Comercial Norte**

**Quadra 2 - Bloco G - 2º andar**

**70710-500 - Brasília / DF**

**Tel.: (061) 328.9100 Ramal 134/135**

**(061) 326.1954**

**Fax.: (061) 326.1954**

**E-Mail : [depem@embratur.gov.br](mailto: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 1998

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 1997

B - Variações significativas com respeito aos Resultados de 1997

## 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. 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 1996, 1997 e 1998, 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 qual. 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 estadia 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. Os dados sobre Brasília dizem respeito apenas à 1ª etapa da pesquisa (fevereiro), visto que por ocasião da 2ª etapa (setembro) foram suspensos os vôos internacionais chegando/partindo de Brasília.

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 1998, respectivamente de 2.044 e 1.535 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 1998 permitem, quando avaliados em conjunto com aqueles já consolidados no período 1994/1997, detectar as tendências históricas do perfil da demanda turística internacional com destino ao Brasil, a saber:

- aumento do fator "turismo" como motivação da viagem;
- estabilização 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 1998**

- Possui uma renda média anual em torno de US\$ 38.432,56
- A maioria (71,8%) teve como objetivo principal da viagem o turismo, motivados em sua maior parte (69,2%) pelos atrativos turísticos do Brasil.
- Cerca de 29,2% declararam terem sido influenciados pelo que viram na televisão quando da escolha do Brasil como destino da viagem.
- Cerca de 28,0% utilizaram os serviços das agências para organizarem a viagem.
- Permaneceram, em média, 13,00 dias no País.
- 63,7% dos turistas entrevistados já haviam visitado o Brasil anteriormente.
- 88,0% declararam intenção de visitar o Brasil novamente.
- 64,7% se hospedaram em hotel.
- Dentre os entrevistados, 14,4% consideraram a limpeza pública ruim, 12,3% afirmaram o mesmo com respeito a sinalização turística, 9,8% quanto segurança pública e 9,5% 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 - 1998

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Turismo	71.8	Não era a primeira	63.7
Negócio	22.7	Era a primeira	36.3
Congresso/Convenção	4.0	<b>Permanência Média</b>	13 dias
Outros	1.6	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	67,57
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	
Não organizada por agência	72.0	Quem Veio Por Agência	99,90
Organizada por agência	28.0	Quem Não Veio Por Agência	60,81
<b>Tipo de Serviço utilizado na agência</b>	<b>%</b>	<b>Renda Média Anual (Individual - US\$)</b>	38.440,07
Pacote	55.6	<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Pacote Completo	31.4	Engenheiro	10.3
"Tailored" - Personalizado	13.0	Comerciante	10.0
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	Professor	7.1
Atrativos Turísticos	69.2	Administrador	4.6
Inf. Amigos/Parentes	26.0	Advogado	3.8
Outros	3.2	Médico	3.7
Custo da Viagem	1.6	Pensionista	3.2
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	Estudante	3.1
Amigos	41.4	Empresário	2.9
Televisão	29.2	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Nenhum meio de comunicação	19.6	Pretendiam voltar ao Brasil	88.0
Folder Agência	8.1	Estavam indecisos quanto a isto	9.8
Revista	7.3	Não pretendiam voltar ao Brasil	2.2
Jornal	4.6	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Livros	2.8	(dos que vieram por agência e no portão onde se realizou a pesquisa)	
Internet	2.0	Hotel	80.0
Rádio	1.1	Casa de Amigos/Parentes	16.0
Cinema	1.0	Apartamento de Aluguel	3.4
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	Outros	0.6
Rio de Janeiro	30.2	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
São Paulo	18.4	A limpeza pública	14.4
Florianópolis	14.0	A sinalização turística	12.3
Salvador	10.9	A segurança pública	9.8
Foz do Iguaçu	8.9	As comunicações	9.5
Porto Alegre	7.9	Os táxis	6.4
Recife	7.2	A informação turística	5.9
Búzios	5.4	O transporte urbano	5.6
Camboriú	5.1	Os aeroportos	5.4
Fortaleza	4.6	O comércio	3.5
Manaus	3.3	Os guias de turismo	3.1
Curitiba	3.0	As diversões noturnas	3.0
Torres	3.0	Os restaurantes	2.3
Brasília	2.5	A hotelaria	1.9

## C - Tendência das Variáveis Pesquisadas

### 1. MOTIVO DA VIAGEM

Para a principal motivação da viagem, ou seja Turismo, constatou-se um crescimento, em 1998, com relação ao período 1995/1998: de 65,3% do total de assinalações em 1997 para 71,8% em 1998. Em contrapartida, se observou uma queda no percentual relativo às viagens de Negócios: de 28,3% em 1997, para 22,7%, em 1998.

**TABELA 1**

#### MOTIVO DA VIAGEM

MOTIVO DA VIAGEM	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Turismo	76,3%	69,5%	67,2%	65,3%	71,8%
Negócio	19,4%	22,0%	24,6%	28,3%	22,7%
Congresso/Convenção	2,9%	4,9%	4,1%	4,3%	4,0%
Outros	1,4%	3,6%	4,1%	2,1%	1,6%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

### 2. FATOR DECISÓRIO DA VISITA

Quando o motivo da viagem era Turismo, perguntava-se ao entrevistado qual o fator decisório quanto à sua escolha do Brasil como país a ser visitado. O fator mais assinalado foi "atrativos turísticos", que variou no período 1994/1998 de 74,4% para 69,2% (tabela 2). Já o percentual dos declarantes que vieram para visitar parentes e/ou amigos cresceu de 17,2% em 1994 para 26,0% em 1998.

**TABELA 2**

#### FATOR DECISÓRIO DA VISITA

(Motivo da Viagem: Turismo)

FATOR DECISÓRIO DA VISITA	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Atrativos Turísticos	74,4%	76,1%	74,7%	69,1%	69,2%
Visita Amigos./Parentes	17,2%	16,0%	16,2%	26,1%	26,0%
Custo da Viagem	2,7%	0,9%	1,5%	1,1%	1,6%
Outros	5,7%	7,0%	7,6%	3,7%	3,2%

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				
	1994	1995	1996	1997	1998
Revista	11,2%	11,6%	8,6%	7,8%	7,3%
Televisão	11,3%	15,0%	12,7%	19,1%	29,2%
Jornal	5,9%	5,4%	5,2%	4,0%	4,6%
Cinema	0,3%	0,3%	0,4%	1,3%	1,0%
Rádio	0,4%	0,5%	0,3%	0,6%	1,1%
Amigos	-	-	-	-	41,4%
Folder agência	-	-	-	-	8,1%
Internet	-	-	-	-	2,0%
Livros	-	-	-	-	2,8%
Nenhum meio	70,9%	67,2%	72,7%	67,2%	19,6%

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 33,6% em 1994 para 28,0% em 1998.

**TABELA 4**

#### FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Não organizada por agência	66,4%	57,1%	63,8%	67,4%	72,0%
Organizada por agência	33,6%	42,9%	36,2%	32,6%	28,0%
Serviço utilizado (dos que vieram por agência):					
Pacote	-	-	-	-	55,6%
Pacote Completo	-	-	-	-	31,4%
"Tailored" - Personalizado	-	-	-	-	13,0%

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 1994/1998, em torno de 60%, (tabela 5).

**TABELA 5**  
**FREQUÊNCIA DA VISITA AO BRASIL**

TURISTAS CUJA VISITA AO BRASIL	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Não era a primeira	65,7%	60,3%	64,8%	60,4%	63,7%
Era a primeira	34,3%	39,7%	35,2%	39,6%	36,3%

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				
	1994	1995	1996	1997	1998
Hotel	82,5%	85,8%	85,0%	84,9%	80,0%
Casa de amigos/parentes	8,0%	9,8%	11,3%	11,8%	16,0%
Apartamento de aluguel	9,0%	2,2%	1,9%	2,0%	3,4%
Outros	0,5%	0,5%	1,8%	1,3%	0,6%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

## 7. CIDADES MAIS VISITADAS

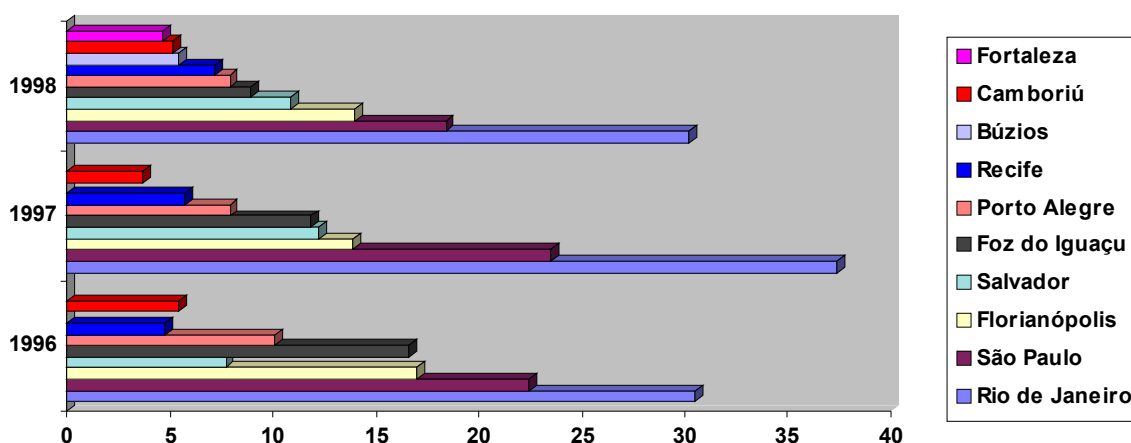
Rio de Janeiro tem sido a cidade mais visitada pelos turistas estrangeiros (tabela 7). Sem alcançar os 39,5% de preferência 1994, o Rio de Janeiro recebeu 30,2% dos turistas em 1998. Búzios e Recife tiveram um aumento significativo na preferência. Além dessas cidades, São Paulo, Foz do Iguaçu, Porto Alegre, Florianópolis, Camboriú sempre figuraram entre os destinos mais procurados no período 1994/1998.

**TABELA 7**  
**CIDADES MAIS VISITADAS**

CIDADES MAIS VISITADAS	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Rio de Janeiro	39,5%	41,8%	30,5%	37,4%	30,2%
São Paulo	21,3%	19,9%	22,4%	23,5%	18,4%
Florianópolis	15,3%	11,4%	17,0%	13,9%	14,0%
Salvador	9,3%	8,8%	7,7%	12,2%	10,9%
Foz do Iguaçu	12,7%	16,0%	16,6%	11,8%	8,9%
Porto Alegre	7,8%	9,7%	10,1%	7,9%	7,9%
Recife	4,8%	5,7%	4,7%	5,7%	7,2%
Búzios	3,5%	3,4%	2,7%	2,8%	5,4%
Camboriú	6,6%	6,2%	5,4%	3,7%	5,1%
Fortaleza	2,3%	4,1%	3,2%	3,4%	4,6%
Manaus	3,8%	5,0%	4,7%	4,2%	4,2%

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 1994/1998 é bastante diversificado, destacando-se como ocupações mais freqüentes a dos engenheiros, comerciantes, estudantes, professores e médicos (tabela 8). Observa-se o crescimento no número de engenheiros, o qual passou de 7,8% em 1993, para 10,9% em 1997.

**TABELA 8**  
**PROFISSÃO DOS TURISTAS**

PROFISSÃO	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Comerciante	12,5%	10,5%	11,9%	9,9%	10,0%
Engenheiro	8,7%	8,8%	9,6%	10,9%	10,3%
Estudante	3,3%	3,9%	3,0%	5,4%	3,1%
Professor	8,8%	6,8%	8,4%	4,3%	7,1%
Médico	4,8%	4,0%	3,7%	4,2%	3,7%
Administrador	4,4%	3,7%	2,9%	4,3%	4,6%
Advogado	4,3%	-	3,9%	-	3,8%
Pensionista (aposentado)	-	4,2%	3,3%	-	3,2%
Empresário	3,9%	3,8%	3,8%	2,8%	2,9%
Outras	61,6%	66,0%	63,4%	65,0%	51,3%

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 1994/1998 (tabela 9), observa-se que esta variável tende à estabilidade, em torno de 13 dias.

**TABELA 9**  
**PERMANÊNCIA MÉDIA DOS TURISTAS**

ANO	PERMANÊNCIA MÉDIA (Dias)
1993	13,10
1994	13,86
1995	13,10
1996	13,16
1997	13,45
1998	13,00

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.

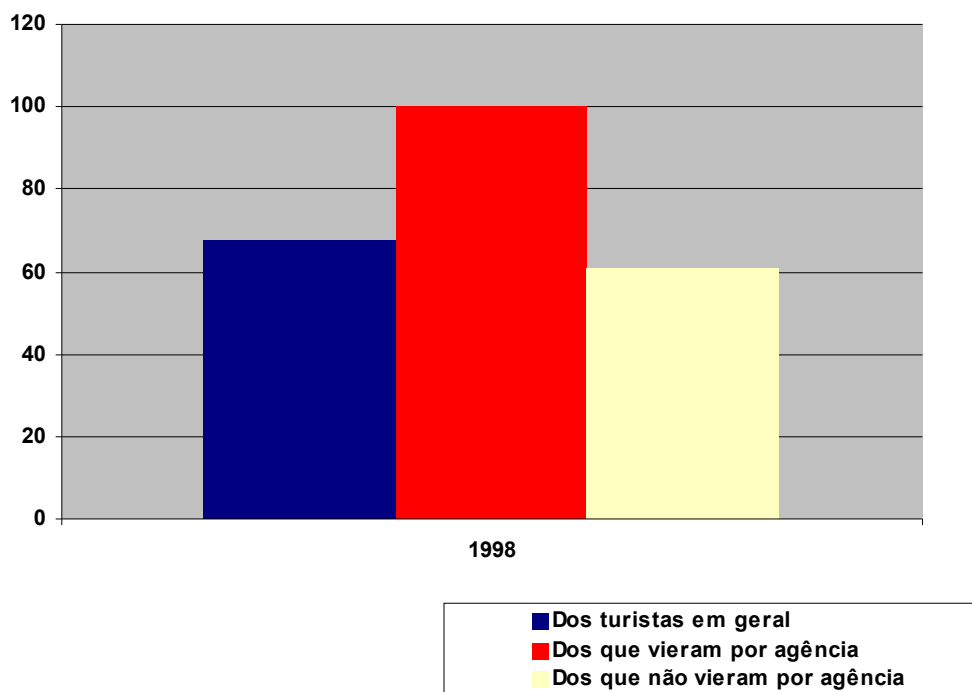
**TABELA 10**  
**GASTO MÉDIO PER CAPITA DIA**

(Em US\$)

ESPECIFICAÇÃO DO GASTO	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Dos turistas em geral	60,53	77,10	70,39	80,19	67,52
Dos que vieram por agência	-	-	-	-	99,90
Dos que não vieram por agência	-	-	-	-	60,76

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

### GASTO MÉDIO PER CAPITA DIA



## 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 18,2%, em 1994, subindo para 21,8%, em 1995, e caiu para 14,4% em 1998. Já a segurança pública foi motivo de crítica de 16,6% dos entrevistados, em 1994, caindo, progressivamente, em 1998, sendo criticado por apenas 9,8% dos turistas. A opinião sobre a sinalização turística, que em 1994 alcançou 23,9% das críticas e, em 1995, 22,3%, sofreu uma queda para 21,7%, em 1997, e voltou a cair, em 1998, com 12,3%. A insatisfação com as comunicações foi criticada por 9,2% em 1994, veio aumentado, atingindo 17,3% em 1997, caiu para 9,5% em 1998.

**TABELA 11**

### INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS

ÍTEM MAIS CRITICADOS	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Limpeza Pública	18,2%	21,8%	19,1%	19,2%	14,4%
Segurança Pública	16,6%	16,1%	13,1%	13,1%	9,8%
Sinalização Turística	23,9%	22,3%	19,4%	21,7%	12,3%
Táxis	16,2%	16,5%	11,3%	11,8%	6,4%
Transporte Urbano	11,2%	13,5%	12,0%	13,5%	5,6%
Informação Turística	9,3%	16,3%	10,3%	13,3%	5,9%
Comunicações	9,2%	12,1%	11,5%	17,3%	9,5%

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 1994/1998, de estabilização próxima a um patamar de 90% (tabela 12).

**TABELA 12**

### INTENÇÃO DE VOLTAR AO BRASIL

OPÇÕES	ANO				
	1994	1995	1996	1997	1998
Voltar ao Brasil	90,1 %	89,0 %	89,3%	89,0%	88,0%
Não voltar ao Brasil	3,1 %	3,2 %	3,1%	2,7%	2,2%
Indecisos	6,8 %	7,8 %	7,6%	8,3%	9,8%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

## Portão de Entrada : RIO DE JANEIRO

<b>Motivo da Viagem</b>		<b>%</b>			<b>%</b>
Turismo		72.3	<b>Profissões</b>		13.6
Negócio		23.3	Engenheiro		7.6
Congresso/Convenção		3.7	Comerciante		6.5
Outros		0.7	Administrador		4.6
<b>Forma de Organização da Viagem</b>		<b>%</b>	Professor		3.5
Não organizada por agência		59.2	Pensionista		3.3
Organizada por agência		40.8	Contador		3.0
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>		<b>%</b>	Empresário		3.0
Pacote		68.3	Médico		
Pacote Completo		23.7	<b>Turistas Que</b>		<b>%</b>
Tailored Personalizado		8.0	Pretendiam voltar ao Brasil		76.9
<b>Fator Decisório da Visita</b>		<b>%</b>	Estavam indecisos quanto a isto		18.9
Atrativos Turísticos		72.0	Não pretendiam voltar ao Brasil		4.2
Inf. Amigos/Parentes		25.2	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>		<b>%</b>
Outros		2.6	Hotel		84.5
Custo da Viagem		0.2	Casa de Amigos/Parentes		14.4
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>		<b>%</b>	Apartamento de Aluguel		1.1
Amigos		40.0	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>		<b>%</b>
Televisão		36.5	A limpeza pública		13.7
Nenhum meio de comunicação		15.7	As comunicações		13.7
Folder Agência		13.2	A sinalização turística		13.0
Revista		10.6	A segurança pública		8.4
Jornal		5.3	O transporte urbano		6.7
Livros		4.7	A informação turística		6.1
Internet		4.0	Os táxis		5.6
Cinema		2.6	Os aeroportos		4.2
Rádio		1.9	O comércio		3.7
<b>Cidades Mais Visitadas</b>		<b>%</b>	Os guias de turismo		3.0
Rio de Janeiro		77.4	Os restaurantes		2.4
Búzios		18.5	A hotelaria		2.2
São Paulo		11.8	As diversões noturnas		2.2
Salvador		9.7	<b>Permanência Média na Cidade</b>		10 dias
Foz do Iguaçu		5.0	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>		94,36
Belo Horizonte		4.2	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>		130,36
Brasília		3.7	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>		63,30
Recife		3.5	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>		38.058,88
Manaus		3.2			
Angra dos Reis		2.4			
Fortaleza		2.1			
<b>Turistas Cujas Visitas ao Brasil</b>		<b>%</b>			
Não era a primeira		52.2			
Era a primeira		47.8			



## Portão de Entrada : PORTO ALEGRE

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>
Negócio	56.7
Turismo	30.5
Congresso/Convenção	8.6
Outros	4.2

<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	92.2
Organizada por agência	7.8

<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>
Pacote	80.0
Pacote Completo	20.0

<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	45.2
Inf. Amigos/Parentes	42.9
Custo da Viagem	9.5
Outros	2.4

<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>
Nenhum meio de comunicação	65.9
Amigos	20.5
Televisão	8.4
Folder Agência	3.5
Jornal	1.4
Revista	0.7

<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>
Porto Alegre	53.9
Florianópolis	12.7
São Paulo	8.5
Curitiba	6.3
Rio de Janeiro	4.9
Gramado	4.9
Torres	3.5
Camboriú	1.4
Capão da Canoa	1.4

<b>Turistas cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Não era a primeira	80.7
Era a primeira	19.3

<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Engenheiro	16.3
Comerciante	11.3
Médico	5.6
Professor	4.9
Empresário	4.2
Advogado	3.5
Contador	3.5
Industrial	3.5

<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Pretendiam voltar ao Brasil	93.6
Estavam indecisos quanto a isto	5.7
Não pretendiam voltar ao Brasil	0.7

<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Hotel	76.2
Casa de Amigos/Parentes	18.8
Apartamento de Aluguel	2.5
Outros	2.5

<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
As comunicações	5.6
A limpeza pública	4.9
A segurança pública	4.9
A sinalização turística	4.9
Os táxis	3.5
Os aeroportos	2.8
A informação turística	2.1
Os guias de turismo	1.4
O transporte urbano	0.7
Os restaurantes	0.7
As diversões noturnas	0.7
O comércio	0.7

**Permanência Média na Cidade** 5 dias

**Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)** 89,60

**Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)** 125,85

**Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)** 89,44

**Renda Média Anual Individual (US\$)** 44.896.97

## Portão de Entrada : SÃO PAULO

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>		
Turismo	47.7	Era a primeira	40.5
Negócio	42.9	<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Congresso/Convenção	8.2	Engenheiro	16.3
Outros	1.2	Administrador(executivo)	7.8
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	Professor	5.8
Não organizada por agência	78.3	Empresário	3.4
Organizada por agência	21.7	Prendas Domésticas	3.4
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	Comerciante	3.1
Pacote	40.5	Pensionista	2.9
Pacote Completo	29.8	Advogado	2.6
Tailored Personalizado	29.7	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	Pretendiam voltar ao Brasil	88.6
Inf. Amigos/Parentes	61.0	Estavam indecisos quanto a isto	9.0
Atrativos Turísticos	36.0	Não pretendiam voltar ao Brasil	2.4
Outros	2.0	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Custo da Viagem	1.0	Hotel	78.6
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	Casa de Amigos/Parentes	19.2
Televisão	41.7	Apartamento de Aluguel	1.8
Amigos	39.4	Outros	0.4
Nenhum meio de comunicação	14.9	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Revista	6.6	A limpeza pública	22.1
Jornal	6.6	A segurança pública	18.9
Folder Agência	4.3	A sinalização turística	15.8
Internet	2.2	As comunicações	12.6
Livros	1.9	Os táxis	11.4
Cinema	1.2	Os aeroportos	9.0
Rádio	0.7	A informação turística	8.2
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	O transporte urbano	7.0
São Paulo	59.1	Os guias de turismo	5.8
Rio de Janeiro	23.1	O comércio	3.6
Salvador	9.7	Os restaurantes	1.9
Recife	7.2	A hotelaria	1.2
Curitiba	7.2	As diversões noturnas	0.9
Porto Alegre	7.0	<b>Permanência Média na Cidade</b>	7 dias
Foz do Iguaçu	5.5	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	113,50
Florianópolis	5.3	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	187,03
Belo Horizonte	4.8	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	129,00
Fortaleza	4.1	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	51.350,87
<b>Turistas cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>		
Não era a primeira	59.5		

## Portão de Entrada : FOZ DO IGUAÇU

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>
Turismo	92.7
Negócio	3.7
Outros	2.4
Congresso/Convenção	1.2

<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	51.2
Organizada por agência	48.8

<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>
Pacote	53.2
Pacote Completo	45.6
Tailored Personalizado	1.2

<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	88.6
Inf. Amigos/Parentes	5.4
Outros	4.0
Custo da Viagem	2.0

<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>
Amigos	44.4
Televisão	22.8
Folder Agência	12.3
Nenhum meio de comunicação	9.2
Revista	7.4
Livros	2.4
Internet	1.8
Jornal	1.2
Rádio	0.6

<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>
Foz do Iguaçu	66.6
Camboriú	16.6
São Paulo	8.6
Rio de Janeiro	8.0
Florianópolis	5.5
Curitiba	3.0
Porto Alegre	2.4

<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Comerciante	12.9
Professor	11.7
Prendas Domésticas	9.2
Estudante	8.0
Pensionista	4.9
Advogado	4.3

<b>Turistas cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Não era a primeira	56.5
Era a primeira	43.5

<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Pretendiam voltar ao Brasil	94.4
Estavam indecisos quanto a isto	5.6

<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Hotel	93.7
Casa de Amigos/Parentes	4.5
Outros	1.8

<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
As comunicações	4.3
A sinalização turística	3.7
Os guias de turismo	3.7
A limpeza pública	3.0
A segurança pública	3.0
O transporte urbano	3.0
A informação turística	3.0
As diversões noturnas	1.8
Os táxis	1.2
A hotelaria	0.6
Os restaurantes	0.6
O comércio	0.6
Os aeroportos	0.6

**Permanência Média na Cidade** 3 dias

**Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)** 64,13

**Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)** 62,12

**Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)** 35,06

**Renda Média Anual Individual (US\$)** 20.906,96

## Portão de Entrada : MANAUS

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Turismo	73.3	Pretendiam voltar ao Brasil	80.0
Negócio	26.7	Estavam indecisos quanto a isto	13.3
		Não pretendiam voltar ao Brasil	6.7
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Organizada por agência	56.7	Hotel	100,0
Não organizada por agência	43.3		
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Pacote	64.7	As diversões noturnas	23.3
Pacote Completo	17.7	A limpeza pública	20.0
Tailored Personalizado	17.6	As comunicações	20.0
		O comércio	20.0
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	A informação turística	20.0
Atrativos Turísticos	86.3	A sinalização turística	20.0
Inf. Amigos/Parentes	13.7	A segurança pública	16.6
		Os táxis	13.3
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	Os aeroportos	13.3
Amigos	43.3	A hotelaria	10.0
Televisão	16.6	Os restaurantes	10.0
Revista	16.6	Os guias de turismo	10.0
Livros	16.6	O transporte urbano	3.3
Folder Agência	10.0		
Nenhum meio de comunicação	10.0	<b>Permanência Média na Cidade</b>	5 dias
Internet	6.6		
Jornal	3.3	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	152,78
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	175,69
Manaus	86.6		
Rio de Janeiro	10.0	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	85,58
São Paulo	10.0		
Brasília	6.6	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	59.373,91
Salvador	6.6		
Belém	6.6		
Foz do Iguaçu	3.3		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Comerciante	10.0		
Engenheiro	10.0		
Agente de Viagem	6.6		
Economista	6.6		
Empresário	6.6		
Vendedor	6.6		
<b>Turistas Cujas Visitas ao Brasil</b>	<b>%</b>		
Era a primeira	56.7		
Não era a primeira	43.3		

## Portão de Entrada: RECIFE

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas cuja visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Turismo	78.7	Não era a primeira	71.4
Negócio	15.1	Era a primeira	28.6
Congresso/Convenção	3.1	<b>Turistas que</b>	<b>%</b>
Outros	3.1	Pretendiam voltar ao Brasil	86.5
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	Estavam indecisos quanto a isto	12.0
Não organizada por agência	77.8	Não pretendiam voltar ao Brasil	1.5
Organizada por agência	22.2	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	Hotel	67.4
Pacote	51.9	Casa de Amigos/Parentes	29.5
Pacote Completo	25.9	Apartamento de Aluguel	3.1
Tailored Personalizado	22.2	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	A limpeza pública	41.2
Atrativos Turísticos	50.5	A segurança pública	24.6
Inf. Amigos/Parentes	47.5	A sinalização turística	21.4
Outros	2.0	Os aeroportos	18.2
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	As comunicações	17.4
Amigos	54.8	O transporte urbano	15.0
Televisão	31.7	A informação turística	13.4
Nenhum meio de comunicação	8.7	Os táxis	13.4
Revista	2.3	Os restaurantes	7.9
Folder Agência	2.4	As diversões noturnas	7.9
Livros	0.8	A hotelaria	3.9
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	O comércio	3.9
Recife	64.2	Os guias de turismo	2.3
Salvador	23.0	<b>Permanência Média na Cidade</b>	13 dias
Fortaleza	21.4	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	66,59
Rio de Janeiro	18.2	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	75,71
São Paulo	7.9	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	33,17
Maceió	6.3	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	44.114,46
Manaus	5.5		
Foz do Iguaçu	4.7		
Belém	3.9		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Comerciante	7.1		
Engenheiro	7.1		
Empresário	5.5		
Professor	5.5		
Vendedor	3.9		
Administrador	3.1		

## Portão: URUGUAIANA

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Turismo	94.8	Comerciante	22.4
Negócio	3.4	Professor	17.2
Congresso/Convenção	0.9	Outras	16.3
Outros	0.9	Funcionário Público	8.6
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	Advogado	7.7
Não organizada por agência	98.3	Contador	4.3
Organizada por agência	1.7	Engenheiro	4.3
		Médico	4.3
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Pacote	50.0	Pretendiam voltar ao Brasil	97.4
Tailored Personalizado	50.0	Estavam indecisos quanto a isto	2.6
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	83.6	Hotel	*
Outros	10.0	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Inf. Amigos/Parentes	4.6	A sinalização turística	18.9
Custo da Viagem	1.8	As diversões noturnas	8.6
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	A limpeza pública	7.7
Amigos	43.1	A segurança pública	4.3
Nenhum meio de comunicação	41.3	A informação turística	4.3
Televisão	9.4	O comércio	3.4
Jornal	4.3	As comunicações	2.5
Revista	3.4	Os restaurantes	1.7
Folder Agência	3.4	O transporte urbano	0.8
Livros	2.5	A hotelaria	
Rádio	1.7	0.8	
Cinema	0.9	Os táxis	0.8
Internet	0.9	<b>Permanência Média na Cidade</b>	*
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	*
Florianópolis	37.0	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	*
Torres	24.1	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	*
Camboriú	18.9	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	26.721,12
Capão da Canoa	11.2		
Itapema	4.3		
São Paulo	3.4		
Uruguiana	2.5		
<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>		
Não era a primeira	76.8		
Era a primeira	23.2		

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

## Portão de Entrada : CHUI

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	Estudante	10.6
Turismo	83.0	Funcionário Público	6.3
Negócio	12.8	Bancário	5.3
Outros	3.2	Empresário	5.3
Congresso/Convenção	1.0	Médico	4.2
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas cuja visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	83.0	Não era a primeira	87.2
Organizada por agência	17.0	Era a primeira	12.8
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que</b>	<b>%</b>
Pacote	64.3	Pretendiam voltar ao Brasil	100,0
Pacote Completo	35.7	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	Hotel	*
Atrativos Turísticos	84.4	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Inf. Amigos/Parentes	14.3	A segurança pública	7.4
Custo da Viagem	1.3	A sinalização turística	5.3
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	As comunicações	4.2
Amigos	35.1	Os táxis	4.2
Televisão	27.5	A informação turística	3.1
Nenhum meio de comunicação	20.2	O transporte urbano	2.1
Revista	15.9	A hotelaria	2.1
Folder Agência	9.5	Os restaurantes	2.1
Jornal	5.3	A limpeza pública	1.0
Rádio	2.1	As diversões noturnas	1.0
Livros	1.0	O comércio	1.0
Internet	1.0	Os guias de turismo	1.0
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Permanência Média na Cidade</b>	*
Porto Alegre	35.1	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	*
Florianópolis	32.9	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	*
Camboriú	12.7	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	*
São Paulo	10.6	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	23.650,00
Torres	7.4		
Rio de Janeiro	4.2		
Capão da Canoa	4.2		
Curitiba	3.2		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Comerciante	12.7		
Professor	11.7		

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

## Portão de Entrada: SANTANA DO LIVRAMENTO

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas cuja visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Turismo	98.5	Não era a primeira	84.8
Negócio	1.5	Era a primeira	15.2
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	100,0	Pretendiam voltar ao Brasil	97.7
 		Estavam indecisos quanto a isto	1.5
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	Não pretendiam voltar ao Brasil	0.8
Atrativos Turísticos	84.6	 	
Inf. Amigos/Parentes	9.2	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Custo da Viagem	6.2	Hotel	*
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Amigos	48.5	A sinalização turística	6.0
Televisão	27.3	A limpeza pública	1.5
Nenhum meio de comunicação	14.4	A informação turística	1.5
Folder Agência	3.0	O comércio	0.7
Revista	2.2	 	
Jornal	2.2	<b>Permanência Média na Cidade</b>	*
Internet	1.5	 	
Rádio	0.7	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	*
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	*
Florianópolis	49.2	 	
Camboriú	15.1	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	*
Torres	13.6	 	
Gramado	6.8	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	38.781,37
Porto Belo	3.0		
Porto Alegre	2.2		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Comerciante	27.2		
Advogado	14.3		
Médico	8.3		
Professor	8.3		
Engenheiro	6.8		
Funcionário Público	5.3		
Contador	3.7		
Arquiteto	3.0		
Industrial	3.0		

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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



## Portão de Entrada : SALVADOR

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas cuja visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Turismo	90.5	Era a primeira	51.6
Negócio	6.4	Não era a primeira	48.4
Outros	2.1		
Congresso/Convenção	1.0	<b>Turistas que</b>	<b>%</b>
		Pretendiam voltar ao Brasil	87.4
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	Estavam indecisos quanto a isto	10.5
Não organizada por agência	66.3	Não pretendiam voltar ao Brasil	2.1
Organizada por agência	33.7		
		<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	Hotel	68.5
Pacote	67.7	Casa de Amigos/Parentes	23.5
Pacote Completo	29.0	Apartamento de Aluguel	5.9
Tailored Personalizado	3.22	Outros	2.1
		<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	A limpeza pública	14.7
Atrativos Turísticos	66.3	A segurança pública	9.4
Inf. Amigos/Parentes	33.7	Os táxis	9.4
		As comunicações	7.3
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	O comércio	7.3
Amigos	50.5	A sinalização turística	6.3
Nenhum meio de comunicação	16.8	O transporte urbano	5.2
Televisão	16.8	A hotelaria	5.2
Folder Agência	12.6	Os aeroportos	4.2
Revista	4.2	A informação turística	3.1
Livros	4.2	Os restaurantes	2.1
Jornal	1.0	As diversões noturnas	1.0
Rádio	1.0	Os guias de turismo	1.0
		<b>Permanência Média na Cidade</b>	13 dias
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	47,17
Salvador	91.5	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	62,74
Rio de Janeiro	21.0	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	29,22
Foz do Iguaçu	15.7	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	27.493,88
Manaus	6.3		
Recife	5.2		
Fortaleza	4.2		
São Paulo	3.1		
Brasília	2.1		
Belém	2.1		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Engenheiro	7.4		
Estudante	7.3		
Comerciante	5.4		
Pensionista	5.3		
Professor	5.2		
Prendas Domésticas	4.2		
Secretária	4.2		

## Portão de Entrada : FORTALEZA

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>		
Turismo	85.7		
Negócio	14.3		
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>		
Não organizada por agência	85.7		
Organizada por agência	14.3		
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>		
Pacote	40.0		
Pacote Completo	20.0		
Tailored Personalizado	40.0		
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>		
Atrativos Turísticos	56.7		
Inf. Amigos/Parentes	40.0		
Custo da Viagem	3.3		
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>		
Amigos	57.1		
Televisão	25.6		
Revista	14.2		
Nenhum meio de comunicação	5.7		
Jornal	2.8		
Folder Agência	2.8		
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>		
Fortaleza	94.2		
Rio de Janeiro	28.5		
Recife	25.7		
Salvador	20.0		
São Paulo	17.1		
Belém	5.7		
Maceió	5.7		
Brasília	2.8		
Manaus	2.8		
Blumenau	2.8		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Comerciante	14.2		
Professor	14.2		
Estudante	8.5		
Analista de Sistemas	5.7		
Engenheiro	5.7		
Funcionário Público	5.7		
Industrial	5.7		
Médico	5.7		
		<b>Turistas cuja visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
		Não era a primeira	62.9
		Era a primeira	37.1
		<b>Turistas que</b>	<b>%</b>
		Pretendiam voltar ao Brasil	97.1
		Não pretendiam voltar ao Brasil	2.9
		<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
		Hotel	52.9
		Casa de Amigos/Parentes	35.3
		Apartamento de Aluguel	11.8
		<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
		A limpeza pública	34.2
		O transporte urbano	20.0
		As comunicações	20.0
		A sinalização turística	20.0
		Os aeroportos	14.2
		A segurança pública	11.4
		A informação turística	8.5
		A hotelaria	5.7
		O comércio	5.7
		Os táxis	5.7
		Os restaurantes	2.8
		As diversões noturnas	2.8
		Os guias de turismo	2.8
		<b>Permanência Média na Cidade</b>	16 dias
		<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	52,53
		<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	38,35
		<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	28,09
		<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	39.662,50

## Portão de Entrada : BRASÍLIA

Dados relativos somente à 1ª Etapa da Pesquisa.

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>
Turismo	50,0
Negócio	40,0
Congresso/Convenção	10,0
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	80,0
Organizada por agência	20,0
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>
Pacote	50,0
Tailored Personalizado	50,0
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>
Inf. Amigos/Parentes	80,0
Atrativos Turísticos	20,0
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>
Nenhum meio de comunicação	50,0
Amigos	40,0
Folder Agência	10,0
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>
Brasília	100,0
Rio de Janeiro	40,0
São Paulo	40,0
Recife	10,0
Belo Horizonte	10,0
Campinas	10,0
<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Engenheiro	20,0
Comerciante	10,0
Economista	10,0
Empresário	10,0
Jornalista	10,0
Professor	10,0

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

<b>Turistas Cujas Visitas ao Brasil</b>	<b>%</b>
Não era a primeira	80,0
Era a primeira	20,0

<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Pretendiam voltar ao Brasil	80,0
Estavam indecisos quanto a isto	20,0

<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Casa de Amigos/Parentes	60,0
Hotel	40,0

<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
O transporte urbano	40,0
A limpeza pública	30,0
A segurança pública	20,0
As diversões noturnas	10,0
O comércio	10,0
A sinalização turística	10,0

**Permanência Média na Cidade** 8 dias

**Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)** 100,00

**Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)** 154,17

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

**Renda Média Anual Individual (US\$)** 52.280,00

## Portão de Entrada : FLORIANÓPOLIS

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	Médico	7.4
Turismo	85.1	Estudante	5.9
Negócio	7.5		
Congresso/Convenção	3.7	<b>Turistas cuja visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Outros	3.7	Não era a primeira	73.9
		Era a primeira	26.1
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	52.2	Pretendiam voltar ao Brasil	96.3
Organizada por agência	47.8	Estavam indecisos quanto a isto	2.2
		Não pretendiam voltar ao Brasil	1.5
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Pacote	25.4	Apartamento de Aluguel	19.5
Pacote Completo	50.8	Hotel	72.6
Tailored Personalizado	23.8	Casa de Amigos/Parentes	7.0
		Outros	0.8
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	78.9	A sinalização turística	14.1
Outros	12.4	A limpeza pública	12.6
Inf. Amigos/Parentes	7.0	As diversões noturnas	8.2
Custo da Viagem	1.7	Os aeroportos	7.4
		Os táxis	6.7
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	O comércio	5.2
Amigos	45.5	A informação turística	5.2
Televisão	24.5	Os guias de turismo	5.2
Nenhum meio de comunicação	13.4	Os restaurantes	3.7
Jornal	13.4	O transporte urbano	2.2
Folder Agência	8.9	A hotelaria	2.2
Revista	7.4	A segurança pública	1.4
Livros	2.2	As comunicações	0.7
Rádio	1.4		
Internet	0.7		
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Permanência Média na Cidade</b>	12 dias
Florianópolis	67.9	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade (US\$)</b>	43,06
Camboriú	14.9	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Hóspedes em hotéis (US\$)</b>	53,74
Itapema	11.9	<b>Gasto Médio Per Capita Dia na Cidade Somente com hotel (US\$)</b>	26,14
Porto Belo	4.4	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	30.969,57
Blumenau	3.7		
Porto Alegre	2.2		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Comerciante	12.6		
Pensionista	9.7		
Professor	8.2		

## 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;
  - tem menor renda;
  - são os que manifestam intenção de voltar mais frequentemente;
  - 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;
  - tem 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 frequentemente 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 1996, 1997 e 1998.

**TABELA 13**

#### MOTIVO DA VIAGEM: TURISMO

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1996	1997	1998
Paraguai	72,7%	-	94,2%
Argentina	81,5%	77,3%	82,0%
Portugal	70,0%	70,6%	80,7%
Alemanha	69,0%	67,4%	77,9%
Uruguai	73,0%	69,0%	74,2%
Inglaterra	41,0%	47,2%	65,6%
Média Global (1)	67,2%	65,3%	71,8%

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, italianos e franceses (tabela 14).

**TABELA 14**

**MOTIVO DA VIAGEM: NEGÓCIO**

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1996	1997	1998
Estados Unidos	51,0%	48,0%	38,4%
Itália	39,1%	25,6%	35,4%
França	28,2%	25,0%	33,3%
Média Global (1)	24,6%	28,3%	22,7%

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, paraguaios, chilenos e franceses (tabela 15).

**TABELA 15**

**FATOR DECISÓRIO DA VISITA: ATRATIVOS TURÍSTICOS**

**(Motivo da viagem: Turismo)**

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1996	1997	1998
Uruguai	77,2%	67,0%	84,4%
Argentina	85,6%	84,0%	82,7%
Paraguai	75,0%	-	81,2%
Chile	50,0%	72,5%	73,7%
França	52,2%	52,0%	64,3%
Média Global (1)	74,7%	69,1%	69,2%

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		
	1996	1997	1998
Itália	21,9%	36,1%	48,8%
Inglaterra	18,8%	23,5%	51,4%
Estados Unidos	44,2%	42,7%	45,5%
Espanha	20,6%	17,5%	45,0%
Alemanha	31,4%	33,7%	44,8%
Portugal	17,2%	22,9%	40,3%
Média Global (1)	16,2%	26,1%	26,0%

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, Argentina, Espanha, Estados Unidos 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		
	1996	1997	1998
Quem mais se utilizam dos serviços das agências:			
Portugal	18,4%	29,4%	33,7%
Argentina	36,5%	26,4%	33,3%
Espanha	53,3%	48,3%	30,9%
Estados Unidos	45,0%	45,9%	29,3%
Quem menos se utilizam dos serviços das agências:			
Itália	33,9%	23,3%	10,8%
Paraguai	27,3%	-	11,5%
Alemanha	25,8%	24,4%	19,8%
Média Global (1)	36,2%	32,6%	28,0%

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

**TABELA 18**

**PERMANÊNCIA MÉDIA  
(Dias)**

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1996	1997	1998
Cujas permanências são mais curtas:			
Uruguai	9,96	7,72	8,00
Chile	15,20	11,34	9,00
Argentina	12,09	11,32	11,00
Cujas permanências são mais longas:			
Itália	21,81	19,41	22,00
Alemanha	19,53	18,37	21,00
França	20,43	22,52	19,00
Inglaterra	15,43	15,54	18,00
Portugal	13,35	14,20	18,00
Média Global (1)	13,16	13,45	13,00

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, Portugal e Inglaterra).

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

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1996	1997	1998
Cujos gastos são menores:			
Argentina	45,25	53,06	49,28
Paraguai	35,96	-	46,20
Cujos gastos são maiores:			
Estados Unidos	135,87	149,86	107,16
Espanha	133,92	119,28	97,23
Portugal	92,08	96,08	88,41
Inglaterra	103,06	85,05	84,22
Média Global (1)	70,39	80,19	67,57

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 e Argentina (tabela 20). No outro extremo situam-se os norte-americanos e europeus.

**TABELA 20**

### RENDA MÉDIA ANUAL (Individual) (US\$)

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1996	1997	1998
Cujas rendas médias anuais são menores:			
Uruguai	31.467	29.046	26.485
Argentina	29.620	-	28.704
Cujas rendas médias anuais são maiores:			
Estados Unidos	67.991	72.228	58.448
Inglaterra	53.498	49.200	46.861
Alemanha	48.221	54.426	44.748
França	52.302	49.742	44.014
Espanha	51.620	49.364	37.812
Média Global (1)	41.462	45.704	38.440

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 (89%) 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 de 90% (tabela 21).

**TABELA 21**

### INTENÇÃO DE VOLTAR AO BRASIL

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1996	1997	1998
Paraguai	90,9%	-	100,0%
Uruguai	97,7%	96,2%	98,5%
Argentina	94,3%	94,6%	93,9%
França	94,9%	89,7%	93,3%
Itália	84,4%	82,6%	83,3%
Média Global (1)	89,3%	89,0%	88,0%

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: argentinos e uruguaios (tabelas 22 a 34).

**TABELA 22**

### INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM A SEGURANÇA PÚBLICA

MAIORES EMISSORES	ANO		
	1996	1997	1998
Dos turistas menos insatisfeitos:			
Paraguai	9,1%	-	3,8%
Argentina	5,9%	6,1%	6,1%
Dos turistas mais insatisfeitos:			
Espanha	23,7%	18,8%	20,5%
Portugal	40,0%	27,4%	20,4%
França	17,6%	18,8%	17,7%
Média Global (1)	13,1%	13,1%	9,8%

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		
	1996	1997	1998
Dos turistas menos insatisfeitos:			
Uruguai	5,4%	7,0%	2,2%
Paraguai	5,4%	7,0%	3,8%
Dos turistas mais insatisfeitos:			
Portugal	45,0%	56,7%	34,9%
Alemanha	42,4%	27,1%	32,5%
Itália	33,3%	33,3%	29,2%
Média Global (1)	19,1%	19,2%	14,4%

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		
	1996	1997	1998
Dos turistas menos insatisfeitos:			
Paraguai	-	-	5,7%
Uruguai	9,0%	13,5%	6,8%
Dos turistas mais insatisfeitos:			
Portugal	26,3%	51,2%	51,2%
Itália	37,2%	12,7%	21,5%
França	43,3%	41,2%	17,7%
Média Global (1)	19,4%	21,7%	12,3%

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		
	1996	1997	1998
Dos turistas menos insatisfeitos:			
Uruguai	3,0%	6,0%	2,2%
Argentina	5,8%	6,5%	2,9%
Dos turistas mais insatisfeitos:			
Itália	14,3%	17,9%	15,3%
França	25,8%	27,0%	13,3%
Portugal	11,1%	11,8%	13,2%
Média Global (1)	10,3%	13,3%	5,9%

Fonte: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas

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

**TABELA 26****INSATISFAÇÃO DOS TURISTAS COM AS COMUNICAÇÕES**

<b>MAIORES EMISSORES</b>	<b>ANO</b>		
	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
Dos turistas menos insatisfeitos:			
Paraguai	9,1%	-	1,9%
Argentina	5,8%	8,8%	4,8%
Dos turistas mais insatisfeitos:			
França	20,0%	25,8%	26,6%
Itália	16,1%	25,6%	20,0%
Espanha	15,8%	15,9%	19,1%
Portugal	8,8%	19,4%	18,0%
Média Global (1)	11,5%	17,3%	9,5%

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

## **SÍNTESE RELATIVA AO PERFIL DOS TURISTAS**

## ARGENTINOS em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>
Turismo	82.0
Negócio	13.3
Congresso/Convenção	3.2
Outros	1.5

<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	66.7
Organizada por agência	33.3

<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>
Pacote	53.6
Pacote Completo	37.0
Tailored Personalizado	9.4

<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	82.7
Inf. Amigos/Parentes	10.0
Outros	4.9
Custo da Viagem	2.4

<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>
Amigos	43.6
Televisão	26.5
Nenhum meio de comunicação	20.4
Folder Agência	8.0
Revista	6.3
Jornal	6.2
Livros	2.2
Rádio	1.6
Internet	1.0
Cinema	0.9

<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>
Florianópolis	25.3
Rio de Janeiro	15.7
Búzios	10.8
Foz do Iguaçu	10.2
Camboriú	8.3
São Paulo	8.1
Torres	6.2
Porto Alegre	5.8
Salvador	5.1
Itapema	2.7

<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Comerciante	14.6
Professor	9.1
Engenheiro	6.4
Advogado	6.1
Médico	5.5
Pensionista	3.8
Funcionário Público	3.6

<b>Turistas Cujas Visitas ao Brasil</b>	<b>%</b>
Não era a primeira	72.5
Era a primeira	27.5

<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Pretendiam voltar ao Brasil	93.9
Estavam indecisos quanto a isto	4.5
Não pretendiam voltar ao Brasil	1.6

<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Hotel	84.9
Casa de Amigos/Parentes	9.5
Apartamento de Aluguel	5.0
Outros	0.6

<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
A sinalização turística	11.1
A limpeza pública	10.4
As comunicações	4.8
Os táxis	4.7
A segurança pública	4.5
As diversões noturnas	3.8
O transporte urbano	2.9
A informação turística	2.9
Os aeroportos	2.8
O comércio	2.4
Os guias de turismo	2.1
Os restaurantes	1.6
A hotelaria	1.1

**Permanência Média** 11 dias

**Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)** 49,28

**Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)** 77,77

**Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)** 43,38

**Renda Média Anual Individual (US\$)** 30.897,80

## CHILE em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>
Turismo	52.8
Negócio	30.5
Congresso/Convenção	16.7

<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	77.7
Organizada por agência	22.2

<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>
Pacote	62.5
Pacote Completo	25.0
Tailored Personalizado	12.5

<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	73.7
Inf. Amigos/Parentes	15.7
Custo da Viagem	10.5

<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>
Nenhum meio de comunicação	41.6
Amigos	22.2
Televisão	22.1
Revista	5.5
Jornal	5.5
Internet	5.5
Folder Agência	2.7
Livros	2.7

<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>
São Paulo	36.1
Rio de Janeiro	25.0
Florianópolis	22.2
Porto Alegre	16.6
Foz do Iguaçu	5.5
Salvador	5.5
Curitiba	5.5
Camboriú	5.5
Brasília	2.7

<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Engenheiro	22.2
Prendas Domésticas	8.3
Professor	8.3
Contador	5.5
Industrial	5.5
Administrador	2.7
Advogado	2.7
Bancário	2.7

<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Não era a primeira	69.4
Era a primeira	30.6

<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Pretendiam voltar ao Brasil	83.3
Estavam indecisos quanto a isto	16.7

<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Hotel	87.6
Apartamento de Aluguel	6.2
Outros	6.2

<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
A limpeza pública	13.9
A sinalização turística	11.1
A segurança pública	8.3
As comunicações	8.3
A informação turística	8.3
Os guias de turismo	5.5
Os táxis	5.5
Os aeroportos	5.5
O comércio	2.7

**Permanência Média** 9 dias

**Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)** 59,87

**Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)** 99,20

**Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)** 54,13

**Renda Média Anual Individual (US\$)** 37.441,67

## PARAGUAIOS em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>		
Turismo	94.2	<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Congresso/Convenção	2.0	Não era a primeira	92.1
Negócio	1.9	Era a primeira	7.8
Outros	1.9		
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	88.5	Pretendiam voltar ao Brasil	100.0
Organizada por agência	11.5		
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Pacote	33.3	Hotel	84.6
Pacote Completo	66.7	Casa de Amigos/Parentes	7.7
		Outros	7.7
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	81.2	A sinalização turística	5.7
Inf. Amigos/Parentes	14.6	A limpeza pública	3.8
Custo da Viagem	2.1	A segurança pública	3.8
Outros	2.1	Os táxis	3.8
		As comunicações	1.9
		A hotelaria	1.9
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Permanência Média</b>	12 dias
Amigos	40.3	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	46,20
Nenhum meio de comunicação	17.3	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)</b>	73,20
Televisão	11.5	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)</b>	43,02
Folder Agência	9.6	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	28.704,08
Revista	3.8		
Jornal	3.8		
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>		
Camboriú	38.4		
Rio de Janeiro	19.2		
Florianópolis	13.4		
Porto Alegre	9.6		
São Paulo	7.6		
Salvador	3.8		
Curitiba	3.8		
Gramado	3.8		
Foz do Iguaçu	1.9		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Comerciante	21.1		
Contador	9.6		
Estudante	7.6		
Professor	7.6		
Advogado	5.7		
Bancário	3.8		
Funcionário Público	3.8		
Médico	3.8		
Prendas Domésticas	3.8		



## URUGUAIOS em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	Engenheiro	4.5
Turismo	74.2	<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Negócio	21.2	Não era a primeira	84.8
Congresso/Convenção	2.3	Era a primeira	15.2
Outros	2.3	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	Pretendiam voltar ao Brasil	98.5
Não organizada por agência	72.7	Estavam indecisos quanto a isto	1.5
Organizada por agência	27.3	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	Hotel	96.1
Pacote	61.8	Casa de Amigos/Parentes	3.9
Pacote Completo	35.2	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Tailored Personalizado	3.0	A segurança pública	6.8
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	A sinalização turística	6.8
Atrativos Turísticos	84.4	As comunicações	5.3
Inf. Amigos/Parentes	14.6	Os táxis	4.5
Outros	1.0	Os aeroportos	3.7
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	Os aeroportos	3.7
Amigos	32.5	A limpeza pública	2.2
Televisão	25.7	O transporte urbano	2.2
Nenhum meio de comunicação	24.2	A informação turística	2.2
Revista	13.6	A hotelaria	1.5
Folder Agência	12.8	Os restaurantes	1.5
Jornal	3.7	As diversões noturnas	0.7
Rádio	1.5	Os guias de turismo	0.7
Internet	1.5	<b>Permanência Média</b>	8 dias
Livros	0.7	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	65,91
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)</b>	88,59
Porto Alegre	32.5	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)</b>	60,18
Florianópolis	21.2	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	26.485,48
Salvador	7.5		
São Paulo	7.5		
Camboriú	7.5		
Foz do Iguaçu	6.8		
Rio de Janeiro	5.3		
Curitiba	3.7		
Torres	3.7		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Comerciante	12.1		
Professor	10.6		
Estudante	6.8		
Bancário	5.3		
Empresário	4.5		

## AMERICANOS em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>		
Turismo	55.9	<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Negócio	38.4	Era a primeira	51.4
Congresso/Convenção	3.7	Não era a primeira	48.6
Outros	1.8		
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	70.6	Pretendiam voltar ao Brasil	78.0
Organizada por agência	29.3	Estavam indecisos quanto a isto	20.7
		Não pretendiam voltar ao Brasil	1.3
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Pacote	59.6	Hotel	81.0
Pacote Completo	21.3	Casa de Amigos/Parentes	17.1
Tailored Personalizado	19.1	Apartamento de Aluguel	1.9
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	52.2	A limpeza pública	17.1
Inf. Amigos/Parentes	45.5	A segurança pública	13.4
Outros	1.6	A sinalização turística	12.5
Custo da Viagem	0.5	As comunicações	12.1
		O transporte urbano	7.8
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	A informação turística	6.5
Amigos	36.5	Os táxis	6.5
Televisão	32.5	Os guias de turismo	5.3
Nenhum meio de comunicação	15.3	Os aeroportos	5.3
Folder Agência	9.3	O comércio	3.7
Revista	8.4	Os restaurantes	2.8
Internet	4.6	As diversões noturnas	1.8
Livros	4.3	A hotelaria	1.2
Jornal	2.8		
Cinema	0.9	<b>Permanência Média</b>	12 dias
		<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	107,16
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)</b>	136,37
Rio de Janeiro	52.1	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)</b>	98,78
São Paulo	31.8	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	58.448,51
Recife	9.0		
Salvador	8.1		
Manaus	7.1		
Brasília	6.5		
Belo Horizonte	6.2		
Porto Alegre	5.9		
Curitiba	5.6		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Engenheiro	15.9		
Administrador	7.8		
Comerciante	4.6		
Professor	4.0		
Empresário	3.7		

## ALEMÃES em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>		
Turismo	77.9	<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Negócio	19.7	Não era a primeira	52.3
Outros	2.3	Era a primeira	47.7
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	80.2	Pretendiam voltar ao Brasil	76.8
Organizada por agência	19.8	Estavam indecisos quanto a isto	22.1
		Não pretendiam voltar ao Brasil	1.1
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Pacote	82.4	Hotel	63.0
Pacote completo	17.6	Casa de Amigos/Parentes	32.8
		Apartamento de Aluguel	2.8
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	Outros	1.4
Inf. Amigos/Parentes	52.2	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	44.8	A limpeza pública	32.5
Outros	3.0	As comunicações	15.1
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	A segurança pública	13.9
Amigos	53.4	A sinalização turística	12.7
Televisão	23.1	O transporte urbano	11.6
Nenhum meio de comunicação	16.2	A informação turística	10.4
Revista	9.3	Os táxis	10.4
Folder Agência	8.1	O comércio	9.3
Jornal	4.6	Os restaurantes	6.9
Livros	4.6	Os aeroportos	6.9
Rádio	2.3	As diversões noturnas	4.6
Cinema	1.1	Os guias de turismo	1.1
Internet	1.1	<b>Permanência Média</b>	21 dias
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	75,88
Rio de Janeiro	45.3	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)</b>	98,22
Salvador	25.5	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)</b>	72,22
São Paulo	23.2	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	44.748,15
Recife	19.7		
Foz do Iguaçu	13.9		
Fortaleza	8.1		
Manaus	6.9		
Porto Alegre	3.4		
Belo Horizonte	3.4		
Florianópolis	3.4		
Belém	3.4		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Engenheiro	17.4		
Administrador	5.8		
Comerciante	5.8		
Vendedor	5.8		

## ESPANHÓIS em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	Advogado	5.8
Turismo	60.3	Empresário	5.8
Negócio	29.4	Comerciante	4.4
Congresso/Convenção	7.4	<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Outros	2.9	Era a primeira	61.8
		Não era a primeira	38.2
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	69.1	Pretendiam voltar ao Brasil	77.9
Organizada por agência	30.9	Estavam indecisos quanto a isto	14.7
		Não pretendiam voltar ao Brasil	7.4
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Pacote	52,6	Hotel	90.0
Pacote completo	36,8	Casa de Amigos/Parentes	10.0
Tailored Personalizado	10,5		
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	55.0	A segurança pública	20.5
Inf. Amigos/Parentes	45.0	As comunicações	19.1
		A limpeza pública	17.6
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	A sinalização turística	14.7
Amigos	38.2	O transporte urbano	10.2
Televisão	36.0	Os aeroportos	10.2
Nenhum meio de comunicação	16.1	A informação turística	8.8
Folder Agência	13.2	Os táxis	8.8
Livros	5.8	O comércio	5.8
Jornal	4.4	A hotelaria	4.4
Revista	2.9	As diversões noturnas	4.4
Internet	2.9	Os guias de turismo	4.4
Rádio	1.4	Os restaurantes	1.4
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Permanência Média</b>	17 dias
Rio de Janeiro	50.0	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	97,23
Salvador	29.4	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)</b>	124,14
São Paulo	23.5	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)</b>	88,39
Foz do Iguaçu	13.2	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	37.812,50
Porto Alegre	10.2		
Belo Horizonte	10.2		
Recife	8.8		
Fortaleza	7.3		
Búzios	7.3		
Manaus	4.4		
Guarujá	4.4		
Brasília	2.9		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Engenheiro	11.7		
Professor	8.8		
Administrador	5.8		

## FRANCESES em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	Estudante	4.4
Turismo	62.3	<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Negócio	33.3	Era a primeira	51.1
Congresso/Convenção	2.2	Não era a primeira	48.9
Outros	2.2	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	Pretendiam voltar ao Brasil	93.3
Não organizada por agência	77.8	Estavam indecisos quanto a isto	6.7
Organizada por agência	22.2	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	Hotel	64.7
Pacote	50,0	Casa de Amigos/Parentes	32.3
Pacote completo	40,0	Apartamento de Aluguel	3.0
Tailored Personalizado	10,0	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	As comunicações	26.6
Atrativos Turísticos	64.3	A limpeza pública	24.4
Inf. Amigos/Parentes	35.7	A segurança pública	17.7
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	A sinalização turística	17.7
Amigos	42.2	A informação turística	13.3
Televisão	33.3	Os aeroportos	13.3
Nenhum meio de comunicação	22.2	Os táxis	8.8
Folder Agência	6.6	O transporte urbano	4.4
Revista	4.4	As diversões noturnas	4.4
Jornal	4.4	Os guias de turismo	4.4
Livros	4.4	A hotelaria	2.2
Cinema	2.2	Os restaurantes	2.2
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	O comércio	2.2
Rio de Janeiro	53.3	<b>Permanência Média</b>	9 dias
Salvador	28.8	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	77,18
São Paulo	28.8	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)</b>	131,68
Brasília	15.5	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)</b>	67,12
Foz do Iguaçu	15.5	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	44.014,39
Manaus	13.3		
Recife	13.3		
Ouro Preto	6.6		
Fortaleza	6.6		
São Luís	6.6		
Porto Alegre	4.4		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Engenheiro	15.5		
Professor	6.6		
Advogado	4.8		
Bancário	4.8		
Comerciante	4.4		

## INGLESES em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	Economista	3.6
Turismo	65.6	Jornalista	3.6
Negócio	29.0	<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Congresso/Convenção	5.4	Não era a primeira	50.9
		Era a primeira	49.1
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	80.0	Pretendiam voltar ao Brasil	74.6
Organizada por agência	20.0	Estavam indecisos quanto a isto	14.5
		Não pretendiam voltar ao Brasil	10.9
<b>Tipo de serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Pacote	63,6	Hotel	68,9
Pacote Completo	36,4	Casa de Amigos/Parentes	31,1
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
Inf. Amigos/Parentes	51.4	A limpeza pública	21.8
Atrativos Turísticos	45.7	A segurança pública	14.5
Outros	2.9	O transporte urbano	14.5
<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>	As comunicações	10.9
Amigos	47.2	A informação turística	10.9
Televisão	29,0	Os táxis	10.9
Nenhum meio de comunicação	16.3	A sinalização turística	9.0
Revista	9.0	Os restaurantes	5.4
Folder Agência	9.0	A hotelaria	3.6
Livros	5.4	O comércio	3.6
Jornal	3.6	Os guias de turismo	3.6
Cinema	3.6	Os aeroportos	3.6
Internet	3.6	As diversões noturnas	1.8
Rádio	1.8	<b>Permanência Média</b>	18 dias
<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	84,22
Rio de Janeiro	58.1	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)</b>	146,01
São Paulo	25.4	<b>Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)</b>	73,52
Foz do Iguaçu	14.5	<b>Renda Média Anual Individual (US\$)</b>	46.861,43
Salvador	12.7		
Brasília	9.0		
Manaus	7.2		
Recife	7.2		
Curitiba	5.4		
Fortaleza	5.4		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>		
Engenheiro	21.8		
Contador	5.4		
Professor	5.4		
Administrador	3.6		
Bancário	3.6		

## ITALIANOS em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>
Turismo	63.1
Negócio	35.4
Congresso/Convenção	1.5

<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	89.2
Organizada por agência	10.8

<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>
Pacote	57,1
Pacote Completo	42,9

<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	48.8
Inf. Amigos/Parentes	48.8
Custo da Viagem	2.4

<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>
Amigos	49.2
Televisão	32.2
Nenhum meio de comunicação	16.9
Revista	9.2
Jornal	6.1
Rádio	1.5
Livros	1.5

<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>
Salvador	35.3
Rio de Janeiro	29.2
São Paulo	23.0
Recife	21.5
Fortaleza	16.9
Foz do Iguaçu	7.6
Porto Alegre	7.6
Belo Horizonte	6.1
Florianópolis	4.6

<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Comerciante	12.3
Técnico de nível médio	9.2
Engenheiro	6.1
Mecânico	4.6
Pensionista	4.6
Vendedor	4.6

<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Não era a primeira	64.6
Era a primeira	35.4

<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Pretendiam voltar ao Brasil	86.2
Estavam indecisos quanto a isto	10.8
Não pretendiam voltar ao Brasil	3.0

<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Hotel	55.8
Casa de Amigos/Parentes	23.2
Apartamento de Aluguel	18.6
Outros	2.4

<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
A limpeza pública	29.2
A sinalização turística	21.5
As comunicações	20.0
A informação turística	15.3
A segurança pública	13.8
O transporte urbano	12.3
Os restaurantes	7.6
O comércio	7.6
Os táxis	7.6
A hotelaria	6.1
Os guias de turismo	4.6
Os aeroportos	3.0

**Permanência Média** 22 dias

**Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)** 65,29

**Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)** 111,67

**Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)** 61,24

**Renda Média Anual Individual (US\$)** 34.251,67

## PORTUGUESES em visita ao Brasil

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>
Turismo	80.7
Negócio	14.5
Congresso/Convenção	2.4
Outros	2.4

<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	66.2
Organizada por agência	33.7

<b>Tipo de Serviço Utilizado na Agência</b>	<b>%</b>
Pacote	51,9
Pacote Completo	11,1
Tailored Personalizado	37,0

<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	56.7
Inf. Amigos/Parentes	40.3
Outros	3.0

<b>O que Influenciou a Decisão da Visita</b>	<b>%</b>
Amigos	44.5
Televisão	40.9
Nenhum meio de comunicação	13.2
Revista	6.0
Folder Agência	6.0
Jornal	1.2
Cinema	1.2
Livros	1.2

<b>Cidades Mais Visitadas</b>	<b>%</b>
Rio de Janeiro	33.7
São Paulo	32.5
Recife	26.5
Fortaleza	19.2
Salvador	18.0
Maceió	8.4
Porto Alegre	7.2
Manaus	4.8
Belém	4.8
Foz do Iguaçu	3.6

<b>Profissões</b>	<b>%</b>
Comerciante	10.8
Empresário	9.6
Engenheiro	7.2
Prendas Domésticas	7.2
Bancário	4.8
Administrador	3.6

<b>Turistas Cuja Visita ao Brasil</b>	<b>%</b>
Não era a primeira	63.9
Era a primeira	36.1

<b>Turistas Que</b>	<b>%</b>
Pretendiam voltar ao Brasil	81.9
Estavam indecisos quanto a isto	14.5
Não pretendiam voltar ao Brasil	3.6

<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Hotel	75.7
Casa de Amigos/Parentes	24.3

<b>Turistas que Acharam Ruim</b>	<b>%</b>
A limpeza pública	34.9
A sinalização turística	21.6
A segurança pública	20.4
Os aeroportos	19.2
As comunicações	18.0
A informação turística	13.2
O transporte urbano	8.4
O comércio	7.2
Os táxis	7.2
As diversões noturnas	6.0
A hotelaria	3.6
Os restaurantes	3.6
Os guias de turismo	1.2

**Permanência Média** 18 dias

**Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)** 88,41

**Gasto Médio Per Capita Dia Quem Veio por Agência (US\$)** 110,10

**Gasto Médio Per Capita Dia Quem Não Veio por Agência (US\$)** 80,61

**Renda Média Anual Individual (US\$)** 34.529,73



### **III - TURISMO EMISSIVO**

#### **A - Perfil do Turista Brasileiro que Viajou ao Exterior em 1998**

- A maioria (71,3%) viajou a turismo, sendo os "atrativos turísticos" o principal fator decisório para sua viagem.
- Menos de 50% (44,7% dos casos) organizou sua viagem sem o auxílio das agências.
- Cerca de 66,4% já haviam viajado pelo Brasil nos últimos doze meses que precederam à data de realização da pesquisa.
- Mais da metade (52,1%) visitou os Estados Unidos.
- A permanência média no exterior foi de 15,00 dias.
- Gastaram, em média, por pessoa, por dia, US\$ 83,09.
- A maioria hospedou-se em hotéis (77,9% do total de entrevistados).

#### **B - Variáveis significativas com respeito aos resultados de 1998**

Na tabela 26 estão sintetizadas as principais mudanças ocorridas no perfil dos residentes no Brasil que viajaram ao exterior, em 1998, com respeito aos anos anteriores (1996 e 1997):

- aumento do percentual de viagens de turismo, acompanhado de decréscimo 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 1998

<b>Motivo da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Turistas que nos últimos doze meses</b>	<b>%</b>
Turismo	71.3	Haviam viajado pelo Brasil	66.4
Negócio	19.7	Não Haviam viajado pelo Brasil	33.6
Congresso/Convenção	5.2		
Outros	3.8		
<b>Forma de Organização da Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Meio de Hospedagem Utilizado</b>	<b>%</b>
Não organizada por agência	55.3	Hotel	77.9
Organizada por agência	44.7	Casa de Amigos/Parentes	18.2
		Apartamento de Aluguel	2.2
		Outros	1.7
<b>Fator Decisório da Visita</b>	<b>%</b>	<b>Países Mais Visitados</b>	<b>%</b>
Atrativos Turísticos	71.5	Estados Unidos	52.1
Inf. Amigos/Parentes	19.2	França	12.4
Custo da Viagem	5.4	Argentina	10.2
Outros	3.9	Itália	10.1
		Espanha	8.3
		Inglaterra	6.5
		Portugal	6.3
		Alemanha	5.0
		Uruguai	4.2
		Canadá	3.7
		México	3.6
		Chile	2.9
<b>Residência Permanente do Turista</b>	<b>%</b>	<b>Permanência Média</b>	15 dias
Rio de Janeiro	26.8		
São Paulo	26.8		
Rio Grande do Sul	12.3		
Pernambuco	4.9		
Bahia	4.2		
Minas Gerais	3.9		
Santa Catarina	3.3		
Paraná	3.2		
<b>Profissões</b>	<b>%</b>	<b>Gasto Médio Per Capita Dia (US\$)</b>	83,09
Engenheiro	10.0		
Professor	9.2		
Comerciante	9.1		
Médico	5.2	<b>Renda Média Mensal</b>	
Advogado	4.9	<b>(Individual - R\$)</b>	3.993,53
Administrador	4.3		
Funcionário Público	4.3		
Pensionista	3.8		
Empresário	3.5		
Estudante	3.1		

**TABELA 26****PERFIL DO TURISTA BRASILEIRO QUE VIAJOU AO EXTERIOR****Principais mudanças: 1995/97**

<b>MAIORES EMISSORES</b>	<b>ANO</b>		
	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
<b>MOTIVO DA VIAGEM</b>			
Turismo	62,9%	68,4%	71,3%
Negócio	26,7%	23,0%	19,7%
<b>FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM</b>			
Não Organizada por Agência	54,7%	52,8%	55,3%
Organizada por Agência	45,3%	47,2%	44,7%
<b>HOSPEDAGEM UTILIZADA NO EXTERIOR</b>			
Hotel	75,8%	76,0%	77,9%
Casa de Amigo / Parente	17,9%	16,8%	18,2%
<b>PERMANÊNCIA MÉDIA (dias)</b>	16,92	15,18	15,00
<b>GASTO MÉDIO PER CAPITA DIA (US\$)</b>	90,67	89,37	83,09
<b>PAÍSES MAIS VISITADOS</b>			
Estados Unidos	56,3%	54,2%	52,1%
França	9,9%	12,8%	12,4%
Argentina	9,5%	9,5%	10,2%
Itália	6,9%	10,4%	10,1%
Espanha	5,0%	9,6%	8,3%
Inglaterra	4,8%	6,2%	6,5%
Portugal	4,2%	5,2%	6,3%

FONTE: Departamento de Estudos e Pesquisas Mercadológicas