

MINISTÉRIO DO
TURISMO



**CARACTERIZAÇÃO E DIMENSIONAMENTO DO TURISMO INTERNACIONAL NO
BRASIL – 2012-2016**

Relatório Descritivo

Execução



Fundação Instituto de
Pesquisas Econômicas

São Paulo - SP

Julho/2017

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. NOTAS METODOLÓGICAS.....	10
2.1. Marco Conceitual	10
2.2. Âmbito de Cobertura Geográfica e Temporal.....	10
2.3. Plano Amostral.....	13
3. CHEGADA DE TURISTAS INTERNACIONAIS.....	15
4. RESULTADOS GERAIS.....	20
4.1. Características da Viagem	20
4.1.1. Motivação da Viagem.....	20
4.1.2. Tipos de Alojamentos Utilizados.....	22
4.1.3. Gasto Médio per capita Diário	23
4.1.4. Permanência Média	25
4.1.5. Destinos mais visitados	26
4.2. Organização da Viagem	29
4.2.1. Fonte de Informação	29
4.2.2. Uso de Internet	29
4.2.3. Uso de Agência de Viagens	30
4.3. Satisfação e Avaliações da Viagem.....	31
4.3.1. Intenção de Retorno ao Brasil	31
4.3.2. Frequência de Visita ao Brasil	31
4.3.3. Nível de Satisfação da Viagem.....	32
4.3.4. Avaliação da Infraestrutura e dos Serviços Turísticos	32
4.4. Perfil Socioeconômico.....	33
4.5. Conhecimento da Marca Brasil.....	35
5. PRINCIPAIS EMISSORES.....	36
5.1. Características da Viagem	36
5.1.1. Motivação da Viagem.....	36
5.1.2. Tipos de Alojamentos Utilizados.....	41
5.1.3. Gasto Médio per capita Diário	42
5.1.4. Permanência Média	44
5.1.5. Relação entre Gasto e Permanência Média.....	45
5.1.6. Destinos mais visitados	47
5.2. Organização da Viagem	48
5.2.1. Fonte de Informação	48
5.2.2. Uso de Agência de Viagens	49
5.3. Frequência de Visita ao Brasil	51
5.4. Nível de Satisfação da Viagem.....	52
5.5. Perfil Socioeconômico.....	53
5.5.1. Idade.....	53
5.5.2. Renda Média Mensal Familiar	54
6. PRINCIPAIS DESTINOS.....	56
6.1. Características da Viagem	56
6.1.1. Principais Países de Residência.....	56
6.1.2. Motivação da Viagem.....	58

6.1.3.	Tipos de Alojamentos Utilizados.....	62
6.1.4.	Composição do Grupo Turístico.....	64
6.1.5.	Gasto Médio per capita diário.....	66
6.1.6.	Permanência Média no Destino.....	67
6.2.	Satisfação e Avaliações.....	68
6.2.1.	Nível de Satisfação da Viagem.....	68
6.2.2.	Avaliação da Infraestrutura e dos Serviços Turísticos.....	70
6.3.	Perfil Socioeconômico.....	85
6.3.1.	Idade.....	85
6.3.2.	Renda Média Mensal Familiar.....	85

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Motivação da viagem, por etapa de pesquisa, 2012 e 2016.....	12
Gráfico 2 – Chegadas de turistas internacionais ao Brasil, 2012-2016.....	15
Gráfico 3 – Distribuição das chegadas de turistas internacionais ao Brasil por via de acesso, 2012-2016.....	16
Gráfico 4 – Principais países emissores de turistas ao Brasil, 2015-2016.....	17
Gráfico 5 – Distribuição das chegadas de turistas internacionais ao Brasil por continente de residência, 2012-2016.....	18
Gráfico 6 – Chegadas de turistas internacionais ao Brasil por Unidade da Federação, 2016.....	19
Gráfico 7 – Chegadas de turistas internacionais ao Brasil por mês, 2012-2016.....	19
Gráfico 8 – Motivo da viagem, 2012-2016.....	21
Gráfico 9 – Motivação da viagem a lazer, 2012-2016.....	21
Gráfico 10 – Tipo de alojamento utilizado, 2012-2016.....	22
Gráfico 11 – Gasto médio per capita diário no Brasil por via de acesso, 2012-2016.....	24
Gráfico 12 – Gasto médio per capita diário no Brasil por motivo de viagem, 2012-2016.....	25
Gráfico 13 – Permanência média no Brasil por via de acesso, 2012-2016.....	26
Gráfico 14 – Permanência média no Brasil por motivação da viagem, 2012-2016.....	26
Gráfico 15 – Principal fonte de informação, 2012-2016.....	29
Gráfico 16 – Serviços utilizados pela internet, 2012-2016.....	30
Gráfico 17 – Uso de agência de viagens, 2012-2016.....	31
Gráfico 18 – Intenção de retorno ao Brasil, 2012-2016.....	31
Gráfico 19 – Frequência de visita ao Brasil, 2012-2016.....	32
Gráfico 20 – Nível de satisfação com a viagem, 2012-2016.....	32
Gráfico 21 – Grupo de idade, 2012-2016.....	34
Gráfico 22 – Grau de instrução, 2012-2016.....	34
Gráfico 23 – Conhecimento da Marca Brasil, 2012-2016.....	35
Gráfico 24 – Viagens a lazer – Europa e América do Norte, 2012-2016.....	36
Gráfico 25 – Viagens a lazer – América do Sul, 2012-2016.....	37
Gráfico 26 – Viagens a negócios, eventos e convenções – Europa e América do Norte, 2012-2016.....	37
Gráfico 27 – Viagens a negócios, eventos e convenções – América do Sul, 2012-2016.....	38
Gráfico 28 – Viagens por outros motivos – Europa e América do Norte, 2012-2016.....	38
Gráfico 29 – Viagens por outros motivos – América do Sul, 2012-2016.....	39
Gráfico 30 – Gasto médio per capita diário – Europa e América do Norte, 2012-2016.....	43
Gráfico 31 – Gasto médio per capita diário – América do Sul, 2012-2016.....	44

Gráfico 32 – Permanência média no Brasil – Europa e América do Norte, 2012-2016	45
Gráfico 33 – Permanência média no Brasil – América do Sul, 2012-2016.....	45
Gráfico 34 – Relação entre permanência média, gasto médio per capita diário e receita bruta por país, 2016.....	46
Gráfico 35 – Turistas que visitaram o Brasil em outras ocasiões Europa e América do Norte, 2012-2016.....	51
Gráfico 36 – Turistas que visitaram o Brasil em outras ocasiões América do Sul, 2012-2016.....	51
Gráfico 37 – Grupo de idade – Europa e América do Norte, 2016.....	53
Gráfico 38 – Grupo de idade – América do Sul, 2016.....	53
Gráfico 39 – Renda média mensal familiar – Europa e América do Norte, 2012-2016.....	54
Gráfico 40 – Renda média mensal familiar – América do Sul, 2012-2016	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Margem de erro máximo admitido por país de residência por classe de participação no receptivo turístico internacional	14
Tabela 2 – Amostra efetiva por ano e via de acesso, 2012-2016	14
Tabela 3 – Tipo de alojamento e motivo da viagem, 2012-2016.....	23
Tabela 4 – Gasto médio per capita diário no Brasil, 2012-2016	24
Tabela 5 – Permanência no Brasil, 2012-2016	25
Tabela 6 – Destinos mais visitados por Lazer, 2012-2016	27
Tabela 7 – Destinos mais visitados por negócios, eventos e convenções, 2012-2016.....	28
Tabela 8 – Destinos mais visitados por Outros motivos, 2012-2016.....	28
Tabela 9 – Avaliação positiva da viagem, 2012-2016	33
Tabela 10 – Renda média mensal familiar, segundo via de acesso e motivo da viagem, 2012-2016.....	35
Tabela 11 – Motivação da viagem, segundo principais continente e país de residência, 2012-2016.....	40
Tabela 12 – Principais alojamentos utilizados, segundo principais continentes e país de residência, 2012-2016.....	42
Tabela 13 – Principais destinos visitados a lazer pelos turistas da América do Sul, 2016.....	47
Tabela 14 – Principais destinos visitados a lazer, pelos turistas do continente europeu, 2016	48
Tabela 15 – Principais destinos visitados a lazer, pelos turistas dos Estados Unidos, 2016	48
Tabela 16 – Principais fontes de informação utilizada, segundo principais continentes e país de residência, 2012-2016.....	49
Tabela 17 – Tipo de uso de agências para realização de viagens ao Brasil, 2012-2016	50
Tabela 18 – Satisfação do turista com a viagem ao Brasil, 2012-2016.....	52

Tabela 19 – Viagens a Lazer, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016.....	58
Tabela 20 – Viagens a negócios, eventos e convenções, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	59
Tabela 21 – Viagens por outros motivos, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	59
Tabela 22 – Viagens por motivação sol e praia, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	60
Tabela 23 – Viagens por motivação natureza, ecoturismo ou aventura, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016.....	61
Tabela 24 – Viagens por motivação cultura, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	61
Tabela 25 – Hospedagem em hotel, flat ou pousada, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	62
Tabela 26 – Hospedagem em casa de amigos e parentes, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	63
Tabela 27 – Hospedagem em em casa alugada, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	63
Tabela 28 – Viagens sem nenhum acompanhante, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	64
Tabela 29 – Viagens em família, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	65
Tabela 30 – Viagens em casal sem filhos, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	65
Tabela 31 – Viagens com amigos, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016.....	66
Tabela 32 – Gasto médio per capita diário, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	67
Tabela 33 – Permanência média no destino, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	68
Tabela 34 – Turistas plenamente satisfeitos com a viagem, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	69
Tabela 35 – Turistas insatisfeitos com a viagem, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016	69
Tabela 36 – Avaliação positiva da viagem – Florianópolis, 2012-2016.....	71
Tabela 37 – Avaliação positiva da viagem – Balneário Camboriú, 2012-2016.....	72
Tabela 38 – Avaliação positiva da viagem – Curitiba, 2012-2016.....	73
Tabela 39 – Avaliação positiva da viagem – Foz do Iguaçu, 2012-2016.....	74
Tabela 40 – Avaliação positiva da viagem – Porto Alegre, 2012-2016	75
Tabela 41 – Avaliação positiva da viagem – Rio de Janeiro, 2012-2016	76
Tabela 42 – Avaliação positiva da viagem – Armação dos Búzios, 2012-2016.....	77
Tabela 43 – Avaliação positiva da viagem – São Paulo, 2012-2016.....	78

Tabela 44 – Avaliação positiva da viagem – Belo Horizonte, 2012-2016.....	79
Tabela 45 – Avaliação positiva da viagem – Salvador, 2012-2016.....	80
Tabela 46 – Avaliação positiva da viagem – Fortaleza, 2012-2016.....	81
Tabela 47 – Avaliação positiva da viagem – Recife, 2012-2016.....	82
Tabela 48 – Avaliação positiva da viagem – Brasília, 2012-2016.....	83
Tabela 49 – Avaliação positiva da viagem – Manaus, 2012-2016.....	84
Tabela 50 – Grupos de idade, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2016.....	85
Tabela 51 – Renda média familiar mensal, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016.....	86

CONVENÇÕES

.. (dois pontos): Indica que não se aplica dado numérico.

- (hífen): Indica que o dado numérico é igual a zero, não resultante de arredondamento.

0 ou 0,0 ou 0,00 (positivo ou negativo): Indica que o dado numérico é igual a zero resultante de arredondamento e com valor inferior a metade da unidade adotada na tabela.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este relatório apresenta a análise dos resultados de cinco anos da pesquisa de demanda do mercado de turismo receptivo internacional no Brasil, realizadas pelo Ministério do Turismo por meio de contratação da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - Fipe. Estão descritos os principais resultados da pesquisa, bem como notas metodológicas sobre os critérios que orientaram a realização do estudo. Ao final são disponibilizadas as fichas de resultados para o total Brasil, para os principais destinos no país e principais mercados emissores. O material constitui-se em importante ferramenta de apoio ao planejamento estratégico do setor público e privado.

Dentre os resultados apresentados no relatório, destacam-se como principais países emissores de turistas ao Brasil a Argentina e os Estados Unidos, segundo o Anuário Estatístico do Ministério do Turismo. Juntos, esses países responderam por cerca de 43,6% das chegadas de turistas internacionais ao país no ano de 2016.

Em relação à principal motivação da viagem, destacam-se as viagens a lazer. No período de 2012 a 2016, aproximadamente 51,2% do total de viagens internacionais ao país foram realizadas por esse motivo, ocorrendo pequenas variações desse percentual ao longo do tempo. As viagens internacionais a negócios atingiram média de 22,3% do total de viagens no período. Já as viagens por outros motivos foram, em todo período, superiores às viagens por motivos de negócios, apresentando média no período de 26,5%¹ dos turistas.

Os visitantes que estiveram no país a lazer foram questionados também a respeito do principal motivo que os trouxe ao Brasil. A resposta sol e praia foi dada por mais de 60% em todos os anos de pesquisa, excetuando 2014, ano da Copa do Mundo, quando o percentual foi de 49,2% dos turistas. Observa-se um interesse considerável também pela natureza ou ecoturismo no país, sendo a segunda principal motivação a lazer em todos os anos de pesquisa aqui analisados, representando em média no período 17,1% das viagens.

Uma das principais informações levantadas pelas pesquisas realizadas é o gasto médio per capita diário dos turistas no Brasil. Observa-se uma oscilação destes gastos entre os anos de 2012 e 2016, causada por questões econômicas diversas, destacando-se flutuações cambiais e os problemas econômicos internacionais. Nesse sentido, os gastos médios per capita diários foram de US\$ 68,94 em 2012 para US\$ 55,52 em 2016, com destacado pico em 2014, ano da Copa do Mundo de Futebol no Brasil, de US\$ 73,12.

Quanto às principais cidades visitadas durante a viagem ao Brasil, o Rio de Janeiro - RJ se destaca entre os turistas a lazer em todos os anos analisados, visitado em média por cerca de 34,0% dos turistas que passaram pelo país entre 2012 e 2016. Verificou-se um aumento de visitas a lazer aos destinos do litoral catarinense, com destaque para Florianópolis - SC que passou a ser a segunda cidade mais visitada a lazer na média do período 2012-2016. Nota-se ao longo do período analisado uma queda proporcional nas visitas a Foz do Iguaçu - PR, no entanto, a cidade está entre as três mais visitadas do país. Também se destacam os destinos do litoral fluminense, a exemplo de Armação dos Búzios - RJ, que em 2016 representou 9,1% dos turistas que viajaram ao país a lazer. Tais questões têm íntima relação com a expansão do número de turistas residentes na Argentina que visitaram o Brasil nos últimos anos.

Entre os turistas a negócios, eventos e convenções, a cidade de São Paulo - SP é o principal destino, atingindo 41,2% dos turistas por esta motivação em 2016. Rio de Janeiro - RJ, com cerca de 26% na

¹ O grupo "outros motivos" de viagem é composto por viagens de visita a amigos e parentes (cerca de 23,2%, em média), estudos ou cursos (1,8%, em média), religião, peregrinação (1% em média), saúde, ou compras pessoais e outros com menos de 1% cada um deles.

média do período, também tem visitação expressiva por esta motivação. Destaca-se também ambas são as cidades mais visitadas por turistas também em viagens por outros motivos.

Buscando-se firmar um comparativo entre as expectativas anteriores e a imagem posterior à viagem, o turista foi questionado a respeito de seu nível de satisfação ao longo de sua permanência no Brasil. A superação das expectativas ocorreu em 37,5% dos casos em 2016, verificando-se uma elevação de aproximadamente 6,9 pontos percentuais entre o ano de 2012 e o de 2016. Além disso, no mesmo período, mais da metade dos turistas tiveram suas expectativas plenamente atendidas.

Para a organização da viagem, observa-se uma redução do uso de agências em viagens internacionais com destino ao Brasil, passando de 27,1% em 2012 para 17,8%, em 2016. Ao mesmo tempo, manteve-se a tendência de crescimento do uso de internet como principal fonte de informação para a organização das viagens, passando de 33,6% em 2012 para 49,2% em 2016.

1. INTRODUÇÃO

O Estudo da Demanda Turística Internacional é realizado desde 1983 com o objetivo de identificar o perfil socioeconômico do turista receptivo internacional, bem como as suas motivações, interesses e comportamento em suas viagens.

Até o ano de 2003 foram implementadas pequenas alterações nesse estudo, envolvendo ajustes em alguns aspectos e variáveis pesquisadas, visando adequar o estudo às transformações que foram ocorrendo no turismo receptivo do país. Contudo, frente ao diagnóstico de que essas modificações não estavam de fato sendo suficientes para capturar e refletir de forma precisa todas as especificidades dos diversos segmentos do turismo receptivo internacional, o Departamento de Estudos e Pesquisas² resolveu implementar substanciais alterações de escopo e de metodologia no referido estudo, de modo a melhorar sua representatividade em relação ao universo pesquisado. Para tanto, foi realizado o replanejamento amostral do estudo, com o intuito de garantir menor erro nas estimativas por segmentos de interesse para as políticas públicas de turismo, e de ampliar os aspectos pesquisados, que contribuíssem para aprofundar o entendimento do comportamento do setor.

Dessa forma, em 2004 iniciaram-se as mudanças planejadas na estrutura do estudo sobre a demanda turística internacional, desde então executado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE³.

Dentre os aprimoramentos introduzidos por meio desse projeto, destacam-se as seguintes reformulações:

- Aumento do número de etapas de coleta de dados (de duas para quatro etapas), com o intuito de captar variações devidas ao movimento sazonal do turismo (alta, média alta, média baixa e baixa temporada de turismo);
- Aumento do número de locais de pesquisa, para ampliar a área de abrangência da coleta de dados e atingir a total representatividade do fluxo internacional aéreo nos principais pontos de entrada e saída de estrangeiros;
- Aumento do número de entrevistas, para minimizar os erros de estimativas e propiciar um maior detalhamento dos resultados para as políticas de turismo, com a segmentação dos grupos de turistas por meio de vários critérios de interesse;
- Implementação de procedimento de ponderação e expansão dos resultados para o universo de referência da pesquisa, de acordo com a amostra estratificada planejada.

Essas reformulações, sem dúvida, proporcionaram um salto qualitativo no conhecimento dos aspectos e informações associadas ao fluxo de turistas internacionais no Brasil, conhecimento esse que certamente contribui para a melhoria do planejamento e para a execução das ações dos setores público e privado, com foco no desenvolvimento da atividade turística.

O relatório apresenta, além das notas metodológicas, os resultados gerais da pesquisa (Capítulo 4), os resultados por principais países emissores de turistas ao Brasil (Capítulo 5) e os resultados para os municípios mais visitados por turistas estrangeiros no Brasil (Capítulo 6). Além do presente relatório descritivo, fichas sínteses de resultados no formato MS Excel e PDF estão disponíveis no site do Ministério do Turismo, por meio do link: <http://www.turismo.gov.br/dadosefatos>.

² Até 2008 o departamento integrava a estrutura do Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur.

³ As mudanças foram iniciadas pelo convênio entre a Embratur e a FIPE, assinado em 2004. A partir de 2005, o estudo sobre a demanda turística internacional tem sido realizado por contrato entre a EMBRATUR e a FIPE (até 2008) e entre o Ministério do Turismo e a FIPE (desde 2009).

2. NOTAS METODOLÓGICAS

2.1. Marco Conceitual

O presente estudo adota definições estatísticas baseadas no Marco Conceitual de Turismo da Organização Mundial de Turismo – OMT, publicado em 2008, em seu manual “Recomendações Internacionais para Estatísticas de Turismo”. As principais definições adotadas são:

- **Visitante Internacional:** qualquer pessoa que viaja ao Brasil - não sendo este país considerado parte de seu entorno habitual -, permanecendo menos de um ano no território brasileiro, por qualquer motivo (negócios, lazer ou outros motivos), não sendo empregada por uma entidade sediada no Brasil;
- **Turista Internacional:** tipo de visitante internacional que permanece no mínimo uma noite no Brasil;
- **Excursionista:** tipo de visitante internacional que não permanece nenhuma noite no Brasil.

As análises apresentadas neste relatório referem-se apenas aos turistas internacionais, excluindo-se os excursionistas.

Ainda de acordo com a mesma metodologia, não são considerados visitantes internacionais para efeito do presente estudo:

- Pessoas que entram no país para residir; moradores de cidades fronteiriças que desenvolvem atividades cotidianas no Brasil; trabalhadores fronteiriços, trabalhadores de temporada e outros trabalhadores de curta duração;
- Diplomatas, membros consulares, militares e pessoas sob sua responsabilidade, forças armadas em manobras militares;
- Refugiados;
- Nômades;
- Tripulação de meios de transporte público;
- Pessoas em trânsito que não realizam o procedimento oficial de entrada no país, como passageiros em conexões aéreas entre diferentes países e passageiros de navios que não desembarcam em território nacional.

2.2. Âmbito de Cobertura Geográfica e Temporal

As pesquisas são realizadas em aeroportos internacionais com voos regulares e nas fronteiras terrestres, junto a postos da Polícia Federal. Os 15 aeroportos pesquisados em 2016 representam cerca de 99% do fluxo turístico internacional aéreo, enquanto que os 10 pontos de fronteiras terrestres representam mais de 90% do fluxo turístico internacional terrestre.⁴

⁴ Até 2003, eram realizados levantamentos em 12 pontos de fronteiras aéreas e terrestres. A partir de 2004, anualmente, foram sendo acrescidos novos pontos de coleta, evoluindo de 17 pontos naquele ano (10 aéreas e 7 terrestres) para 25 pontos em 2016.

Aeroportos Internacionais

1. AM - Manaus - Brigadeiro Eduardo Gomes;
2. BA - Salvador - Deputado Luís Eduardo Magalhães;
3. CE - Fortaleza - Pinto Martins;
4. DF - Brasília - Presidente Juscelino Kubitschek;
5. MG - Confins - Tancredo Neves;
6. PA - Belém - Val de Cans;
7. PE - Recife - Guararapes;
8. PR - Curitiba - Afonso Pena;
9. PR - Foz do Iguaçu - Cataratas;
10. RJ - Rio de Janeiro - Antônio Carlos Jobim (Galeão);
11. RN - São Gonçalo do Amarante - Governador Aluizio Alves;
12. RS - Porto Alegre - Salgado Filho;
13. SC - Florianópolis - Hercílio Luz;
14. SP - Campinas - Viracopos;
15. SP - Guarulhos - Governador André Franco Montoro (Cumbica).

Fronteiras Terrestres

1. MS - Corumbá;
2. MS - Ponta Porã;
3. PR - Foz do Iguaçu - Ponte Internacional da Amizade;
4. PR - Foz do Iguaçu - Ponte Tancredo Neves;
5. RS - Chuí;
6. RS - Jaguarão;
7. RS - Santana do Livramento;
8. RS - São Borja;
9. RS - Uruguaiana;
10. SC - Dionísio Cerqueira.

A ampliação dos pontos de pesquisa ocorrida ao longo dos anos se justifica por notórias diferenças constatadas entre as localidades, particularmente entre os modais de via de acesso (aéreo e terrestre), muito embora a proporção de ingressos dos estrangeiros por país de origem difira por ponto de entrada, independentemente do modo de acesso.

Com o intuito de justificar a necessidade de se realizar a pesquisa em distintos pontos, os gráficos abaixo ilustram as diferenças de resultados em relação ao motivo da viagem e meio de hospedagem

por algumas localidades de pesquisa⁵, selecionadas aqui por sua disparidade de perfis de turistas se comparadas umas às outras.

O volume de entrada e saída de turistas varia ao longo do ano, caracterizando movimentos sazonais bastante específicos. Os dados obtidos ao longo do tempo revelam que na alta estação, particularmente dezembro, janeiro e fevereiro, é maior, em termos relativos, o movimento de turistas em visita ao Brasil por motivo de lazer, provenientes da América do Sul e pelas vias terrestres.

Baseadas no comportamento sazonal do fluxo internacional do turismo no Brasil, as etapas das pesquisas de perfil do turismo receptivo internacional, são as seguintes:

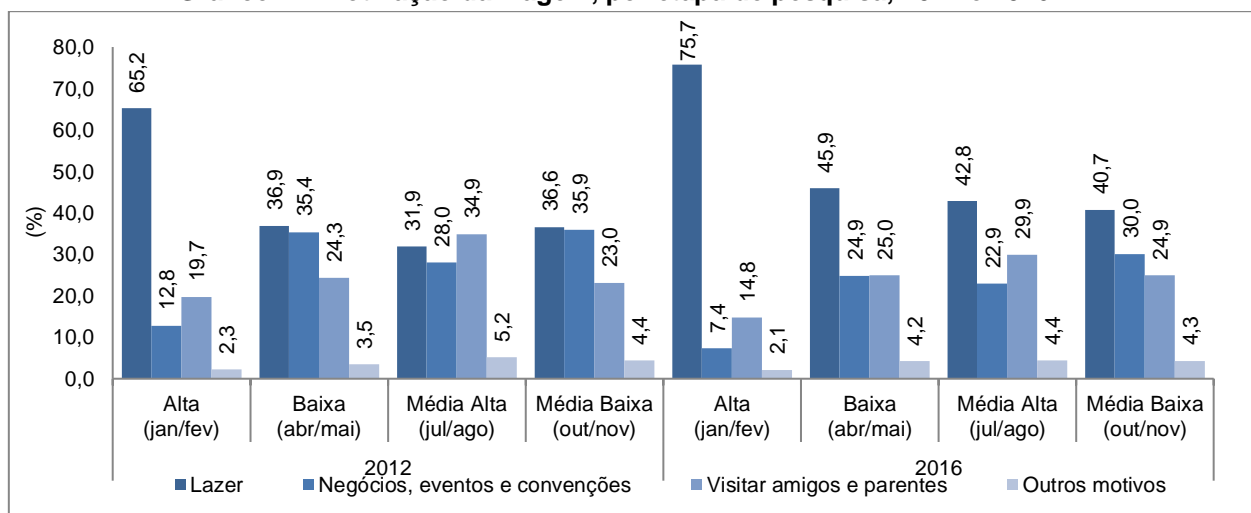
- 1ª etapa – Alta estação de turismo: janeiro/fevereiro;
- 2ª etapa – Baixa estação de turismo: abril/maio;
- 3ª etapa – Média Alta estação de turismo: julho/agosto;
- 4ª etapa – Média Baixa estação de turismo: outubro/novembro.

Além disso, em 2014 e 2016 houve etapas especiais dedicadas respectivamente à Copa do Mundo de Futebol e aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos.

Note-se que nas localidades com ênfase no turismo motivado por negócios ou outros motivos que não os de lazer, as etapas poderão ser consideradas altas em momentos tipicamente considerados de baixa para o lazer. Ou seja, a etapa de janeiro representaria a baixa temporada e as etapas de abril/maio e outubro/novembro a média ou alta temporada. Mas, ainda assim, as viagens a lazer apresentam-se preponderantes em quase todas as etapas da pesquisa de 2016, com exceção da média/alta temporada (julho/agosto).

Em todas as localidades buscou-se garantir a captação de informações sobre os diferentes perfis de motivação de viagem dos turistas, sejam eles dos turistas que visitam a cidade nas altas ou baixas temporadas, sejam essas temporadas definidas pelos motivos de negócios ou de lazer. O Gráfico 1 ilustra as diferenças de resultados em relação ao motivo de viagem, para distintas épocas do ano.

Gráfico 1 – Motivação da viagem, por etapa de pesquisa, 2012 e 2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional – 2012/2016.

⁵ Não confundir a localidade de pesquisa com um município visitado. O perfil dos turistas e as características das viagens realizadas nos principais municípios visitados são apresentados no capítulo 6.

Vê-se que, mesmo considerando um intervalo temporal de cinco anos, entre 2012 e 2016, o gráfico não demonstra alterações substanciais entre as motivações de viagem por etapa. A alta temporada – meses de janeiro e fevereiro – tem, notadamente, a maior quantidade de turistas motivados pelo lazer. De outro lado, o motivo negócios, eventos e convenções tem grande relevância nas demais etapas, mas é menos expressivo na alta estação. As visitas a amigos e parentes são mais frequentes nas três últimas etapas do ano, especialmente na etapa de média alta (julho e agosto).

2.3. Plano Amostral

A partir de 2006, a pesquisa foi realizada por amostragem baseada em critérios proporcionais e de estratificação. Assim, o dimensionamento ocorreu com base em informações geradas de entrada de estrangeiros e na variável de controle gasto médio dos turistas no Brasil, para os estratos de país de residência e vias de acesso. Em um segundo estágio, a amostra foi distribuída proporcionalmente entre os portões de entrada/saída do país.

Para o dimensionamento do tamanho da amostra são levados em consideração os três conjuntos de informações:

- Gastos médios e variâncias obtidas da experiência acumulada pela realização dessa pesquisa anualmente;
- Dados do fluxo de turistas estrangeiros contidos nos registros gerados pela Polícia Federal, Infraero, ANAC e Ministério do Turismo (Anuário Estatístico de Turismo);
- Países definidos como prioritários pelo Ministério do Turismo e Embratur, discriminados por via de acesso.

É importante salientar que o nível de erro da pesquisa por países é uma variável estratégica definida com base em planos de políticas do Governo Federal, sendo possível que países com maiores fluxos possuam margens de erro superiores às de países de menores fluxos, em razão serem considerados prioritários para promoção do destino Brasil.

Assim sendo, o processo de dimensionamento da amostra do turismo receptivo internacional foi determinado com base nas informações do fluxo de turistas estrangeiros no país no ano imediatamente anterior ao da pesquisa e nas estimativas dos seus gastos também do ano anterior. O tamanho da amostra (n_i) para cada grupo de turistas de cada país de residência, de cada via de acesso (aérea e terrestre), é definido segundo a fórmula:

$$n_i = \frac{N_i (cv_i \cdot Z_{\alpha/2})^2}{(cv_i \cdot Z_{\alpha/2})^2 + \varepsilon^2 (N - 1)} \quad (1)$$

Onde: $cv_i = \frac{\sigma_i}{G_i}$ é o coeficiente de variação e $Z_{\alpha/2}$ é o valor da variável Normal Padronizada com probabilidade de $(\alpha/2)$ à sua direita para o nível de confiança de 95% (1,96).

A margem de erro ε foi fixada de forma variável, exigindo-se um maior grau de precisão da estimativa do gasto médio dos turistas dos países prioritários quanto maior fosse a importância do mesmo país em termos do seu fluxo emissivo de turistas para o Brasil.

A tabela a seguir mostra a margem de erro máximo admitida, fixada por país de residência permanente, em relação à participação do país emissor no total de turistas que visitam o Brasil.

Tabela 1 – Margem de erro máximo admitido por país de residência por classe de participação no receptivo turístico internacional

Porcentagem do nº de turistas por país de residência em relação ao total de turistas que visita o Brasil	Margem de Erro Máximo admitido
Até 2,5%	10,0%
Mais de 2,5% até 5%	7,0%
Mais de 5% até 10%	5,0%
Mais de 10% a 15%	4,0%
Mais de 15%	3,0%

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional – 2012-2016.

É essencial para o Ministério do Turismo e para a Embratur que a pesquisa apresente estimativas mais detalhadas de parâmetros básicos que definem o perfil e o comportamento dos turistas de cada um dos países emissores prioritários. Por conta disso, numa segunda etapa do planejamento amostral foram procedidos os devidos ajustes para atender a essa finalidade, contemplando, inclusive, os países de menor participação no fluxo atual. Assim, a amostra originariamente definida por país emissor, em termos dos gastos per capita diários, é devidamente desmembrada, de acordo com as proporções de turistas por motivo da viagem.

Em seguida são realizados ajustes no planejamento amostral para que sejam obtidas estimativas consistentes e de qualidade para os parâmetros de cada país emissor prioritário, segmentadas por três grupos de motivações da viagem dos turistas (lazer, negócios e outros motivos).

Considerando que a variável motivação da viagem não pode ser utilizada como base de estratificação das amostras - pois não é possível fazer a classificação dos turistas por essa variável diretamente a partir dos dados do universo de pesquisa -, a alternativa é simular, com base nos resultados da pesquisa do ano anterior, como seria a distribuição dos turistas de cada país emissor entre os três grupos de motivações de viagem. Busca-se garantir para cada grupo de motivação, de cada país prioritário, amostras suficientes para realizar estimativas adequadas sobre os perfis, características de viagens e gastos dos turistas.

Para fins de ilustração, é apresentado na tabela a seguir o tamanho da amostra efetiva por ano e por via de acesso entre os anos de 2012 e 2016.

Tabela 2 – Amostra efetiva por ano e via de acesso, 2012-2016

Ano	Aéreo	Terrestre	Total
2012	25.278	5.761	31.039
2013	26.861	5.891	32.752
2014	36.557	7.523	44.080
2015	28.698	5.302	34.000
2016	32.024	5.610	37.634

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional – 2012-2016.

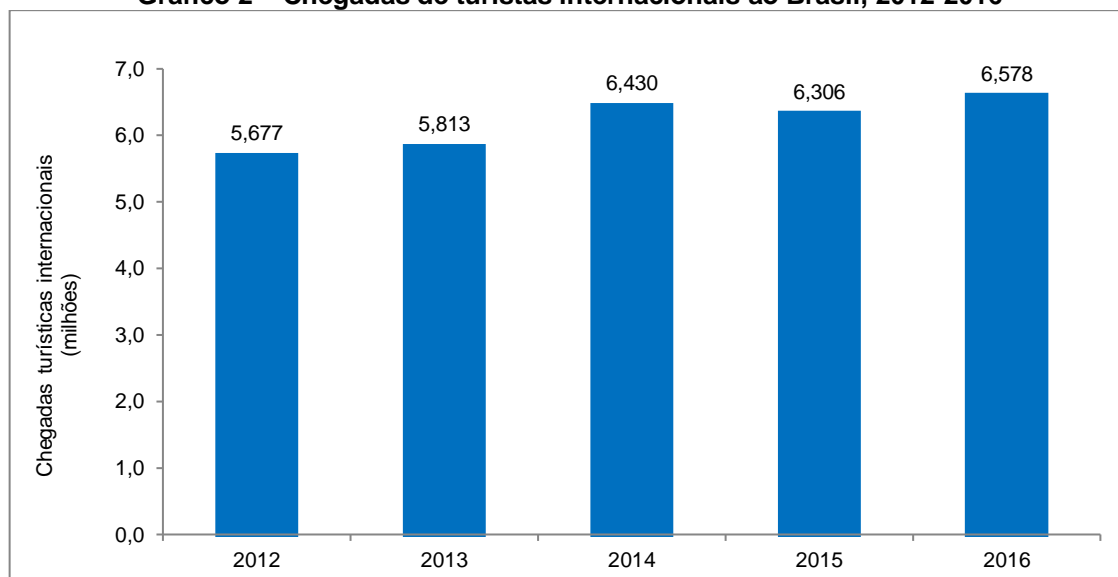
3. CHEGADA DE TURISTAS INTERNACIONAIS

Este capítulo apresenta uma síntese dos dados do Anuário Estatístico do Turismo – 2017, ano base 2016, elaborado pelo Ministério do Turismo. Apesar da estimativa do fluxo de turistas no Brasil ser uma atividade distinta da pesquisa que investiga as características das viagens ocorridas no país e de seus realizadores, a relação entre as duas é evidente. Por conta disso, antes de serem apresentados os resultados da pesquisa, é relevante tratar das principais informações sobre a chegadas de turistas ao Brasil no período recente.

Em 2016 o Brasil recebeu 6.578.074 chegadas de turistas internacionais. Trata-se do maior valor já registrado no país. Este número significa um crescimento de 4,3% em relação a 2015 (aproximadamente 272,2 mil chegadas a mais).

Em 2012, ano inicial das séries tratadas neste relatório, foram 5.676.843 chegadas. Desde então somente não houve crescimento interanual em 2015 (queda de 1,9% em relação a 2014), que se justifica pela realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil em 2014 e o fluxo mais elevado de visitantes internacionais atraído ao país.

Gráfico 2 – Chegadas de turistas internacionais ao Brasil, 2012-2016

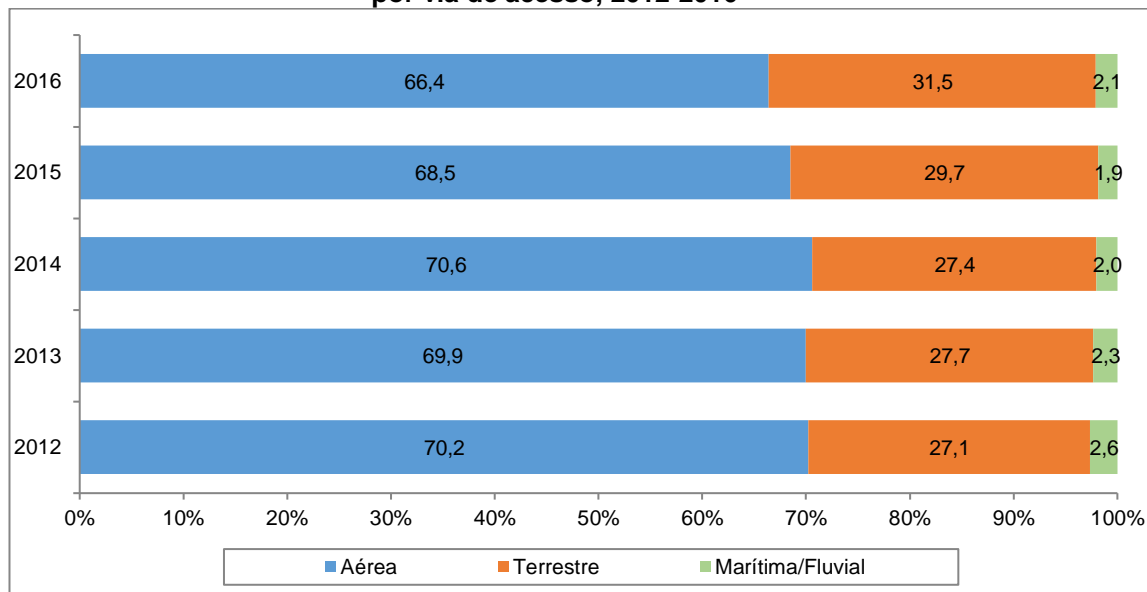


Fonte: MTur – Anuário Estatístico de Turismo – 2017, volume 44, ano base 2016.

A via de acesso aérea é notadamente a mais importante para a chegada dos turistas internacionais ao Brasil. Em 2016, os aeroportos brasileiros foram o meio de acesso de 66,4% das chegadas turísticas. Em segundo lugar ficaram as vias terrestres, com 31,5% das chegadas. As vias fluviais (1,5% do total) e marítimas (0,6%) têm participação pouco significativa no total.

A participação das vias terrestres em relação ao total mostrou aumento de 3,6 pontos percentuais em relação à média do período 2012-2015. Por sua vez, na comparação com o mesmo período, a via aérea apresentou decréscimo de 3,4 pontos percentuais.

Gráfico 3 – Distribuição das chegadas de turistas internacionais ao Brasil por via de acesso, 2012-2016



Fonte: MTur – Anuário Estatístico de Turismo – 2017, volume 44, ano base 2016.

A Argentina é historicamente o principal emissor de turistas ao Brasil, e em 2016 não foi diferente: foram 2.294.900 chegadas de turistas residentes na Argentina, o que equivale dizer que a cada três chegadas de turistas ao Brasil em 2016, uma delas foi feita por um residente na Argentina. Houve crescimento de 1,9% em relação a 2015.

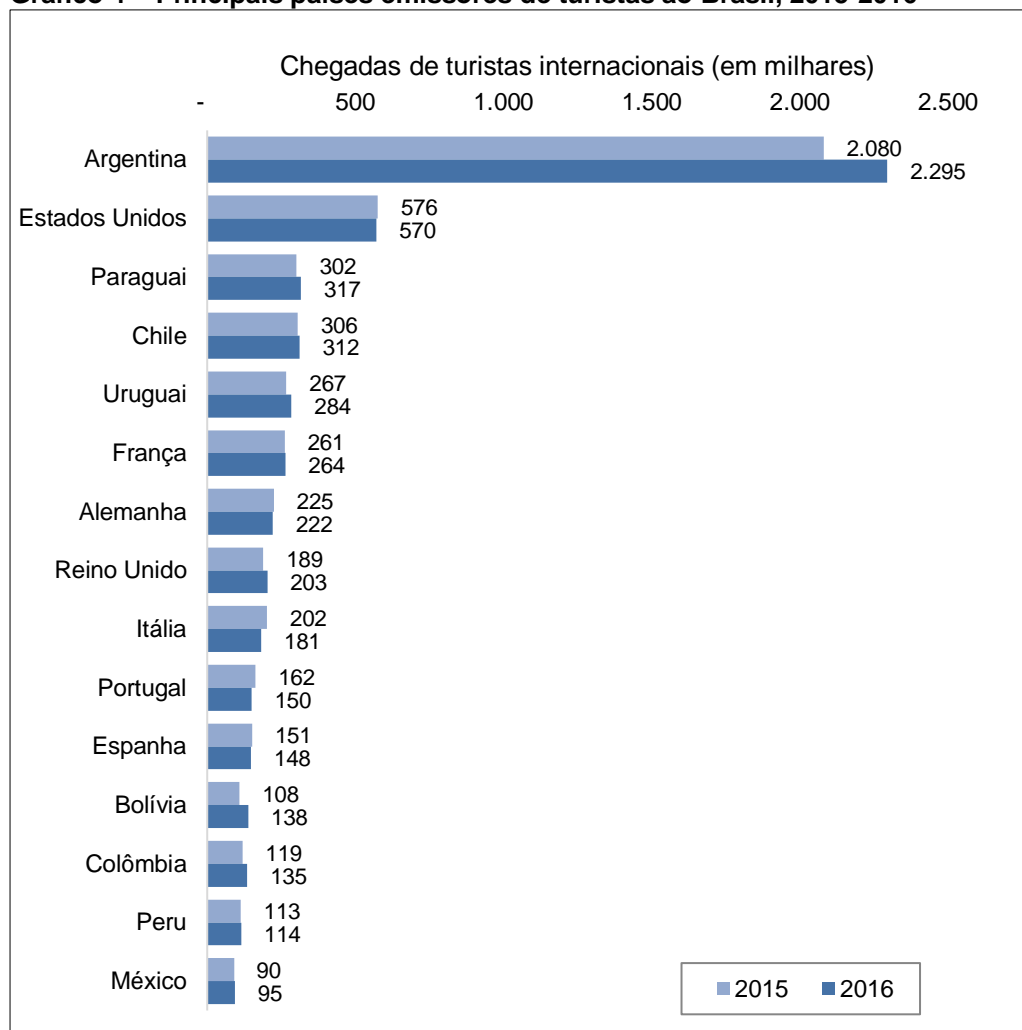
Os Estados Unidos foram o segundo principal emissor, com 8,7% do total, mais de 570 mil chegadas. Em relação a 2015 houve um pequeno decréscimo de 0,5% em sua participação.

As três posições seguintes são ocupadas por países da América do Sul: Paraguai com 316.714 chegadas, 4,8% do total; Chile com 311.813 chegadas, 4,7% do total; e Uruguai, com 284.113 chegadas, 4,3% do total.

Em seguida destacaram-se seis países europeus que juntos somam 1,17 milhão de chegadas, ou 18,9% do total. São eles, em ordem decrescente: França, Alemanha, Reino Unido, Itália, Portugal e Espanha.

Somente estes 11 países somam 75,2% das chegadas turísticas internacionais que ocorreram no Brasil em 2016.

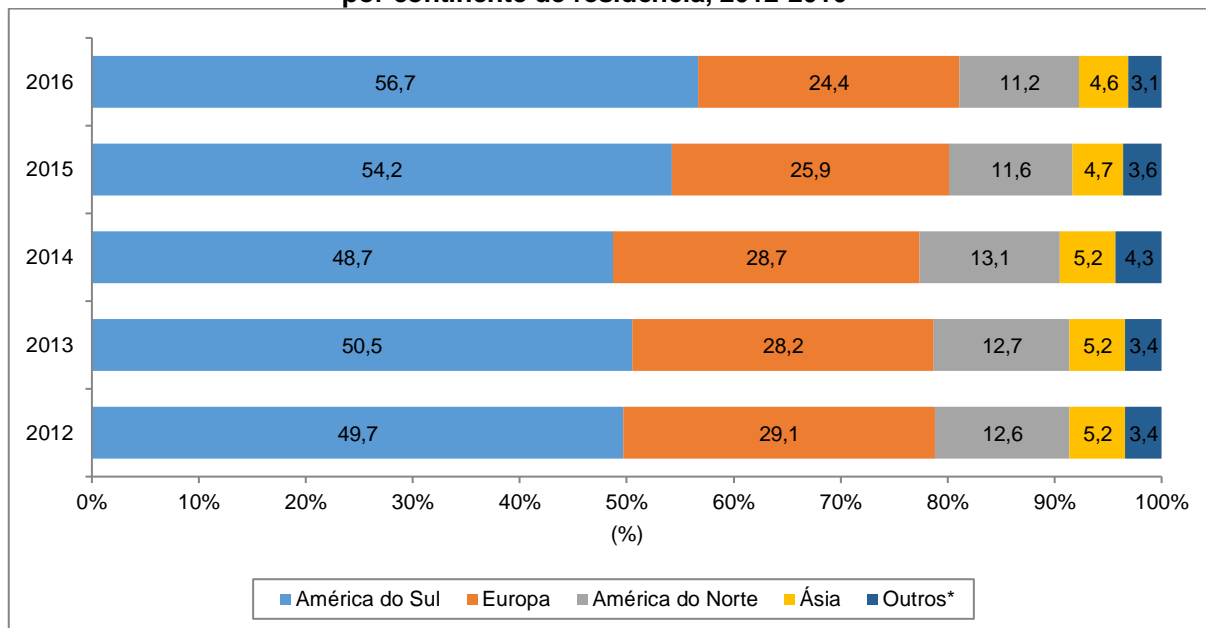
Gráfico 4 – Principais países emissores de turistas ao Brasil, 2015-2016



Fonte: MTur – Anuário Estatístico de Turismo – 2017, volume 44, ano base 2016.

Em termos de continentes, a América do Sul respondeu em 2016 por 56,7% do total. Com exceção de 2014, observa-se uma tendência de aumento desta participação. Por sua vez, tem-se registrado queda na participação da Europa, o segundo principal continente emissor, que em 2016 respondeu por 24,4% do total. A América do Norte ocupou a terceira posição com 11,2%, situação relativamente estável em comparação com os anos anteriores. Os demais continentes responderam por apenas 7,7% do fluxo de chegadas em 2016, com destaque para Ásia (4,6%).

Gráfico 5 – Distribuição das chegadas de turistas internacionais ao Brasil por continente de residência, 2012-2016

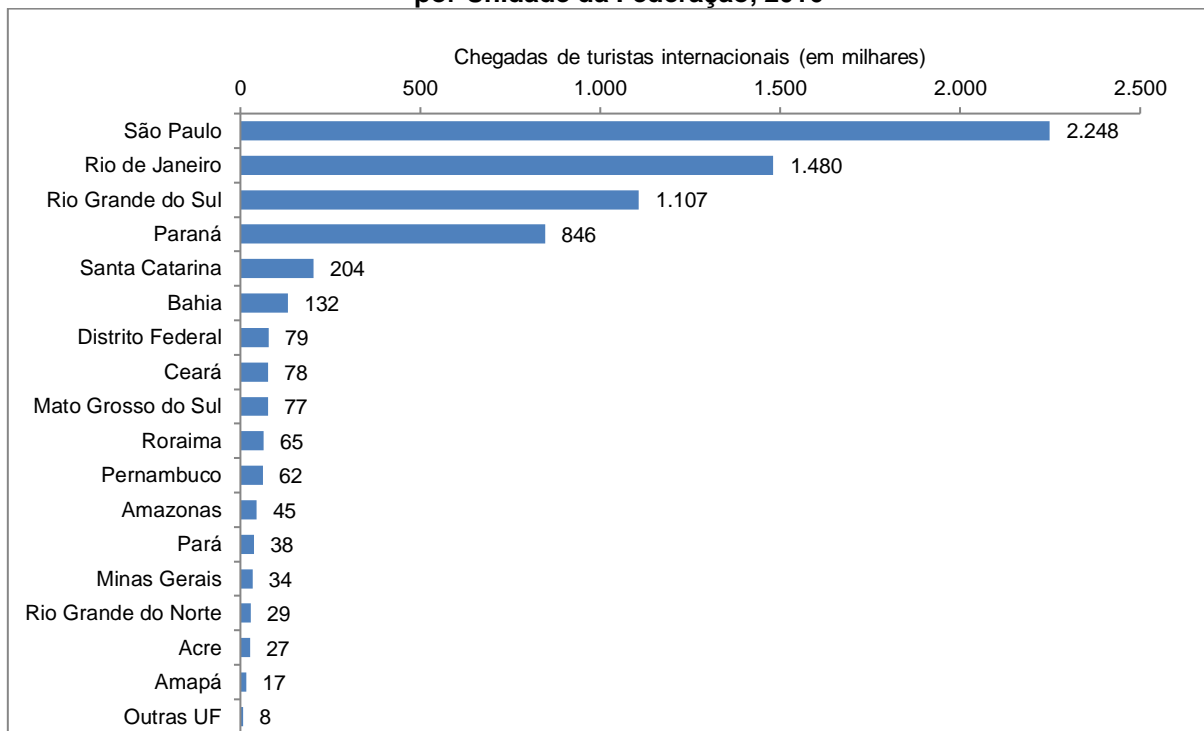


Fonte: MTur – Anuário Estatístico de Turismo – 2017, volume 44, ano base 2016.

*: África, Oceania, América Central e Caribe, Países não especificados.

O estado de São Paulo é o principal portão de entrada e saída de turistas internacionais ao país. Em 2016, 34,2% das chegadas ocorreram neste estado, sendo praticamente todas pela via aérea. O Rio de Janeiro ocupou a segunda posição, com 22,5%. Os três estados da Região Sul do país assumem as posições seguintes, respondendo juntos por 32,8% do total (Rio Grande do Sul com 16,8%, Paraná com 12,9% e Santa Catarina com 3,1%). Destaca-se que nestas UF a principal via de acesso é a terrestre. No Rio Grande do Sul foram 87,5% das chegadas por esta via, no Paraná foram 95,3% e em Santa Catarina foram 55,8%.

Gráfico 6 – Chegadas de turistas internacionais ao Brasil por Unidade da Federação, 2016

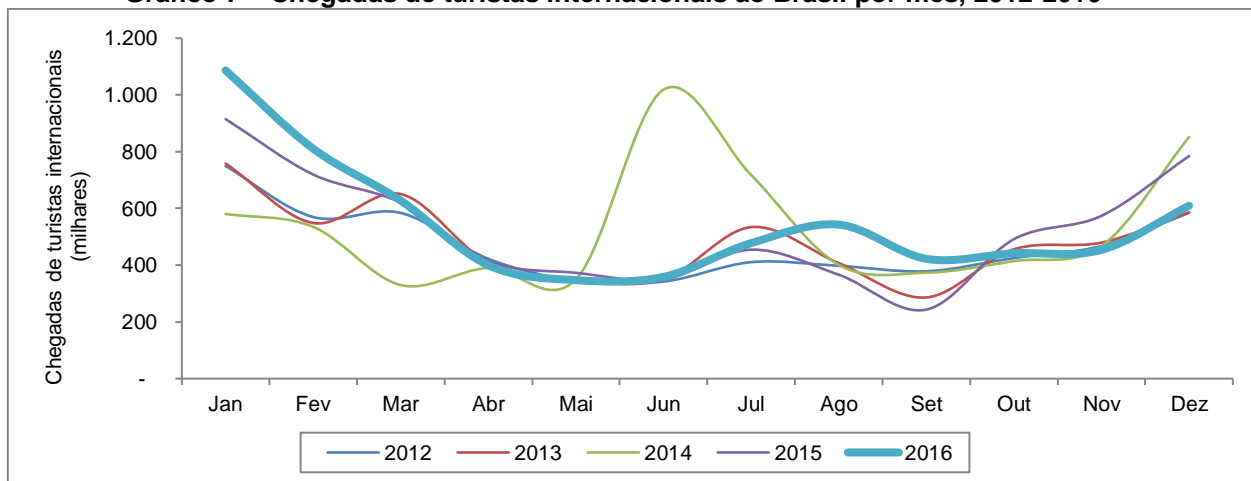


Fonte: MTur – Anuário Estatístico de Turismo – 2017, volume 44, ano base 2016.

A maioria das chegadas turísticas internacionais de 2016 ocorreram nos meses do verão. No primeiro trimestre do ano foram realizadas 38,4% das chegadas – somente em janeiro foram 16,5%. O menor volume de chegadas ocorreu no segundo trimestre, com 16,8%. O segundo semestre ficou com 44,8% do total, com distribuição muito próxima entre o terceiro e o quarto trimestre.

Destaca-se que 55,2% das chegadas por via terrestre ocorreram no primeiro trimestre, sendo 30,0% em janeiro. Na via aérea o fluxo foi mais distribuído ao longo do ano; o primeiro trimestre, por exemplo, responde por 30,3% do total e os restantes não têm participações muito distintas entre si (20,1% no segundo, 25,8% no terceiro e 23,9% no quarto).

Gráfico 7 – Chegadas de turistas internacionais ao Brasil por mês, 2012-2016



Fonte: MTur – Anuário Estatístico de Turismo – 2017, volume 44, ano base 2016.

4. RESULTADOS GERAIS

4.1. Características da Viagem

4.1.1. Motivação da Viagem

A motivação da viagem constitui uma das principais informações de caracterização dos fluxos turísticos. A maior parte das viagens de turistas internacionais ao Brasil tem o lazer como principal motivo da viagem. Entre 2012 e 2016, pouco mais da metade (52,1%) do total de viagens internacionais ao país foram motivadas por lazer, chegando ao pico de participação dos visitantes a lazer observado em 2016 (56,8%).

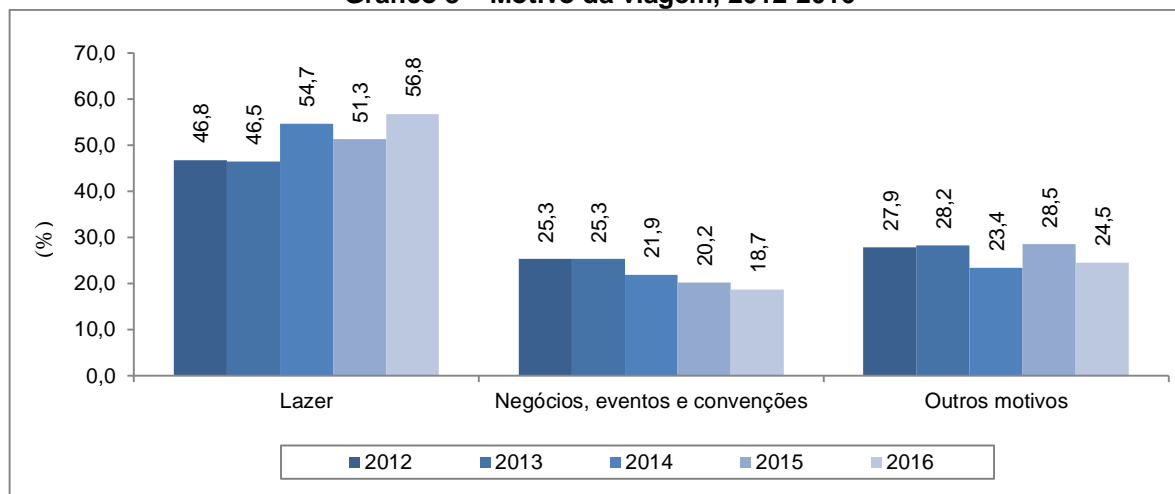
No período analisado, conforme gráfico 8, observaram-se altas principalmente nos anos de 2014 (51,3%) e 2016 (56,8%), devido sobretudo à realização da Copa do Mundo 2014 e dos Jogos Rio 2016, no qual incluíram as Olimpíadas e Paralimpíadas. Durante a realização destes eventos, tanto em 2014 quanto em 2016, foram identificados os viajantes que vieram ao Brasil motivados principalmente pela realização dos jogos. Além dos jogos, ressalta-se que o ano de 2015 também apresentou um percentual alto (51,3%), principalmente considerando-se a média dos anos anteriores, de 46,6% entre 2012 e 2013 e de 49,1% entre 2011 e 2015.

As viagens a negócios, eventos e convenções tiveram uma representatividade menor que as de lazer no fluxo de turistas ao Brasil, chegando a 18,7% em 2016. Nota-se uma tendência de declínio do número de turistas que visitam o Brasil a negócios, eventos e convenções, o que representa uma queda de 6,6 pontos percentuais entre 2012 e 2016.

As viagens por outros motivos realizadas no período de 2012 a 2016 tiveram participação média superior à das viagens por negócios, atingindo 24,5% em 2016. Observam-se quedas nos anos de realização dos megaeventos esportivos no Brasil, chegando a 23,4% em 2014 e 24,5% em 2016. Se considerarmos as viagens realizadas ao Brasil por outros motivos nos outros anos do período analisado (ou seja, 2012, 2013 e 2015), a média sobe para 28,2%, enquanto a média de 2014 e 2016 cai para 24,0%, representando uma queda de 4,2 pontos percentuais. Dentre as viagens por “outros motivos”, no ano de 2015 a visita a amigos e parentes apresentou o maior percentual do período 2012-2016, com 25,2%, sendo que em 2014 este percentual ficou na casa dos 20,1% e em 2016 foi de 21,1%.

A classificação dos turistas por “motivação” constitui um importante critério de segmentação em razão das diferenças fundamentais nas causas que os levam a visitar o Brasil. Para os turistas que viajam a lazer, a seleção dos destinos é fruto de sua decisão pessoal e, portanto, são relativamente flexíveis. Já nas viagens a negócios, há menor possibilidade de escolha do destino visitado, vinculado ao fato gerador da viagem. Do ponto de vista das estratégias, políticas e ações de atração dos turistas, trata-se de dois grupos inteiramente diferenciados e que devem ser analisados separadamente.

Gráfico 8 – Motivo da viagem, 2012-2016

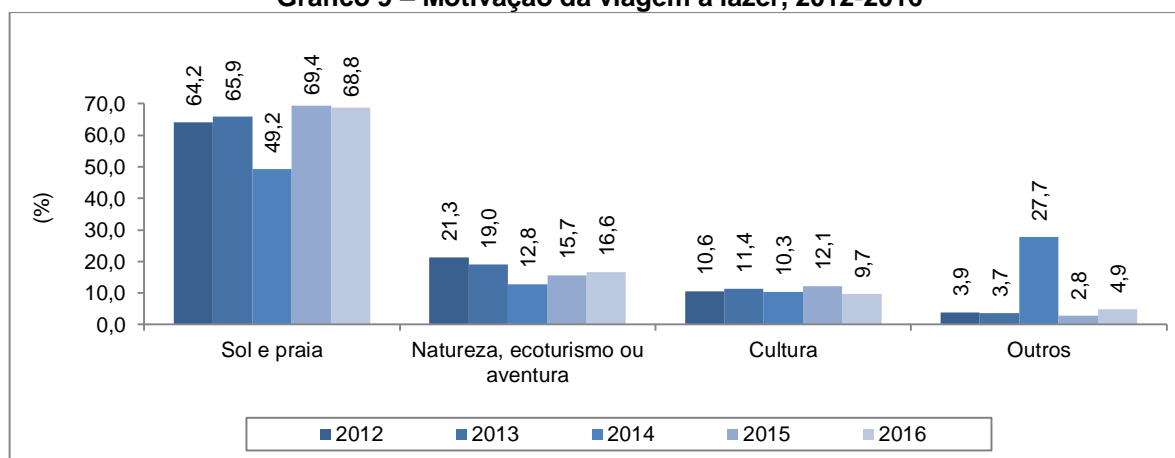


Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Ainda em relação às motivações das viagens, é importante destacar o detalhamento dos motivos das viagens a lazer. Sol e praia são os principais fatores motivacionais dos turistas internacionais a lazer no Brasil, representando mais de 60% do fluxo de viagens em quase todos os anos analisados, exceto 2014⁶. Além disso, nota-se que o segmento teve um crescimento de 4,6 pontos percentuais de 2012 para 2016.

Por sua vez, a motivação “natureza, ecoturismo ou aventura” respondeu por 16,6% das viagens a lazer em 2016, o que significa uma queda de 4,7 pontos percentuais em relação a 2012. Como pode ser observado no gráfico 9, as viagens motivadas por cultura apresentaram crescimento entre 2012 e 2015, seguido de uma queda em 2016, chegando a 9,7% do fluxo, menor marca no período analisado. Já a motivação “outros” destacou-se em 2014 (27,7%), devido a Copa do Mundo de Futebol que ocorreu no Brasil, enquanto nos outros anos apresentou variação de percentual baixa, com a menor marca em 2015 (2,8%) e a maior em 2016 (4,9%). Entre os itens que compõe a opção “outros”, em 2016 o lazer relacionado aos Jogos Rio 2016 foi responsável por 2,8% do total de 4,9%, seguido de esportes (1,3%).

Gráfico 9 – Motivação da viagem a lazer, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

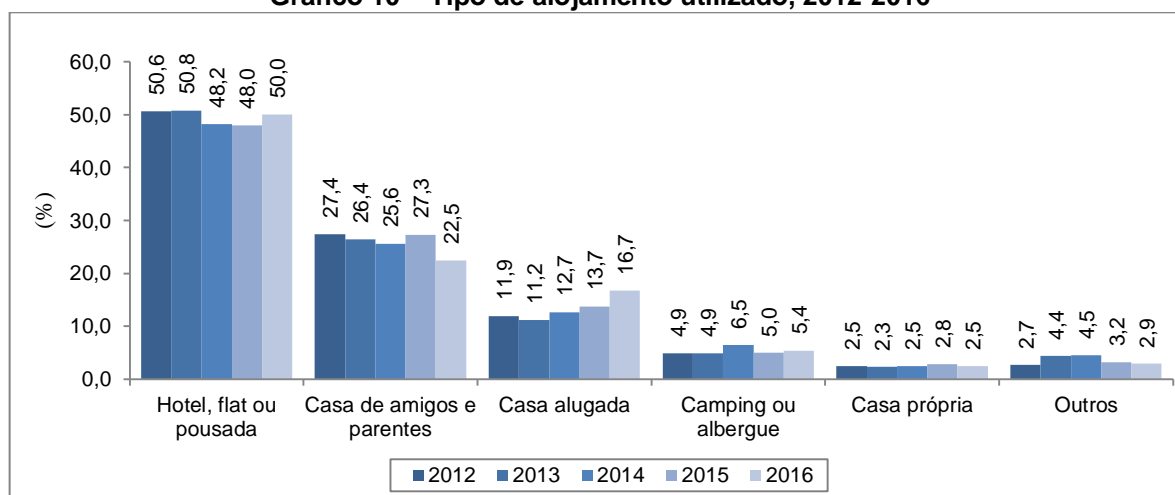
⁶ Em 2014, notou-se um declínio deste segmento, representando 49,2%, justificado pela Copa do Mundo, principal motivo de viagem para cerca de 25% do total de turistas a lazer do ano.

4.1.2. Tipos de Alojamentos Utilizados

Hotéis, flats e pousadas são as principais formas de alojamento dos turistas internacionais no Brasil, utilizadas em cerca de metade das viagens, chegando a 50,0%, em 2016. Esta proporção se manteve relativamente estável ao longo do período analisado (média de 49,5%).

Casa de amigos e parentes é o segundo tipo de alojamento mais utilizado pelos turistas, mostrando uma média próxima a 25,8% no período 2012-2016, apesar da queda de 4,9 pontos percentuais na comparação entre 2016 e 2012. De acordo com o gráfico 10, a hospedagem em casa alugada, no ano de 2016, apresentou crescimento de 3,0 pontos percentuais em relação a 2015, atingindo 16,7%, e de 4,8 pontos percentuais quando comparado a 2012. O uso de camping e albergue aparece em quarto lugar como opção de alojamento, com 5,4% em 2016, valor próximo à média do período 2012-2016 (5,3%). Entre 2012 e 2016, casa própria apresentou percentuais próximos a 2,5%.

Gráfico 10 – Tipo de alojamento utilizado, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Os resultados dos três principais tipos de hospedagem mostram-se bastante distintos quando segmentados por motivação da viagem. Nota-se que a utilização de hotel, flat ou pousada é bem mais frequente entre os turistas que viajam a negócios, eventos ou convenções, somando 80,4% desse grupo, em 2016. Casa de amigos e parentes é o meio de hospedagem mais utilizado pelos turistas em viagens por outros motivos, com 70,2% em 2016. Hotéis, flats ou pousadas foram os tipos mais frequentes também entre os turistas a lazer, com 54,5%. Para esta motivação, destaca-se também o uso de casas alugadas, que atingiu 25,9% das viagens com motivação de lazer em 2016. Já o percentual de casa de amigos ou parentes, em 2016, representou apenas 6,9% dos turistas a lazer.

Tabela 3 – Tipo de alojamento e motivo da viagem, 2012-2016

Tipo de alojamento	Motivo da Viagem	Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Hotel, flat ou pousada	Lazer	53,6	54,8	49,7	53,6	54,5
	Negócios, eventos e convenções	84,9	84,6	81,3	81,8	80,4
	Outros motivos	14,8	14,2	13,9	14,2	16,1
Casa de amigos e parentes	Lazer	10,4	10,8	12,7	9,5	6,9
	Negócios, eventos e convenções	7,2	6,8	7,2	7,3	7,3
	Outros motivos	74,5	69,8	73,1	73,4	70,2
Casa alugada	Lazer	21,9	20,0	19,8	23,2	25,9
	Negócios, eventos e convenções	2,6	3,7	4,4	3,8	4,8
	Outros motivos	3,0	3,0	3,9	3,5	4,5
Casa própria	Lazer	1,7	1,6	1,6	1,3	1,3
	Negócios, eventos e convenções	1,5	1,5	1,7	2,2	1,9
	Outros motivos	4,9	4,3	5,4	5,7	5,8
Camping ou albergue	Lazer	9,1	9,1	10,6	8,4	8,4
	Negócios, eventos e convenções	1,0	0,9	1,4	1,3	1,2
	Outros motivos	1,3	1,6	1,5	1,5	1,6
Outros	Lazer	3,3	3,7	5,6	4,0	3,0
	Negócios, eventos e convenções	2,8	2,5	4,0	3,6	4,4
	Outros motivos	1,5	7,1	2,2	1,7	1,8

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

4.1.3. Gasto Médio per capita Diário

No período analisado, o ano de 2014 registra a maior média de gasto per capita diário, com US\$ 73,12, a uma taxa de câmbio anual média de R\$/US\$ 2,35, podendo esta realidade ser explicada pela Copa do Mundo. Exceto 2014, o ano de 2012 registra a maior média de gastos diários, com US\$ 68,94, a uma taxa câmbio anual média de R\$/US\$ 1,95, justificando um maior gasto em dólares para se obter determinado serviço precificado em um Real valorizado. De outro lado, em 2016 o gasto médio per capita dia foi de US\$ 55,52, o menor do período 2012-2016, com taxa de câmbio média de R\$/US\$ 3,48, a maior do período. Ou seja, houve uma queda do gasto médio per capita diário medido em dólares em meio a uma conjuntura cambial que exigia um menor volume de recursos em dólares para adquirir produtos e serviços precificados em moeda nacional desvalorizada.

Observando-se os valores em Reais, obtidos por meio da simples multiplicação entre o gasto médio em dólares e a taxa de câmbio média anual entre reais e dólares, verifica-se crescimento de ano a ano desde 2012, resultando numa variação total de 43,7% entre 2016 e 2012. Contudo, a inflação no período⁷ é de 39,5%, o que significa que o aumento real do gasto no período foi de 4,2%.

⁷ Inflação calculada a partir da série histórica do IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo), do IBGE, comparando-se a evolução do índice entre janeiro de 2012 e dezembro de 2016.

Tabela 4 – Gasto médio per capita diário no Brasil, 2012-2016

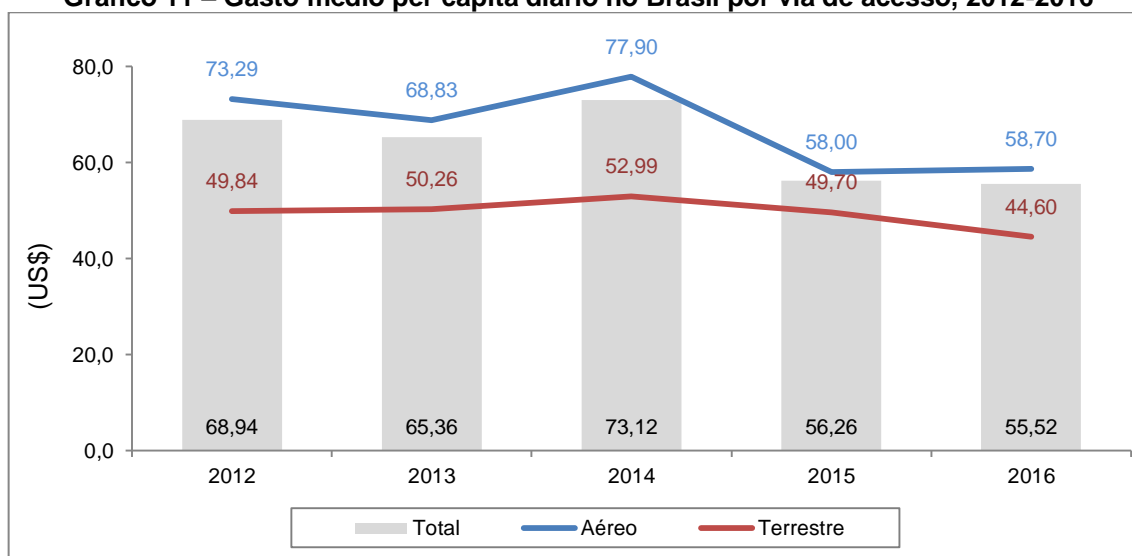
Ano	US\$	Taxa de câmbio R\$/US\$*	R\$ ⁸
2012	68,94	1,95	134,43
2013	65,36	2,16	141,18
2014	73,12	2,35	171,83
2015	56,26	3,33	187,35
2016	55,52	3,48	193,21

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

*Banco Central do Brasil - <http://www.bcb.gov.br/>, taxa média cambial anual - R\$/US\$.

A análise segmentada do gasto médio por motivo da viagem e via de acesso dos turistas revela dados importantes que ajudam a melhor caracterizar os diferentes perfis de turistas que visitam o país. Observando-se o gráfico 14, o primeiro aspecto que chama a atenção é a diferença de gastos entre os turistas das vias aérea e terrestre. Na comparação entre os dois gastos, considerando as médias do período analisado, observa-se que os gastos médios per capita diários dos turistas que chegam ao país por via aérea é de aproximadamente 17,87 dólares a mais por dia em comparação com os turistas da via terrestre. Em 2016, o gasto médio per capita diário dos turistas da via aérea apresentou-se na casa dos US\$ 58,70, ante US\$ 44,60 dos turistas da via terrestre.

Gráfico 11 – Gasto médio per capita diário no Brasil por via de acesso, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016

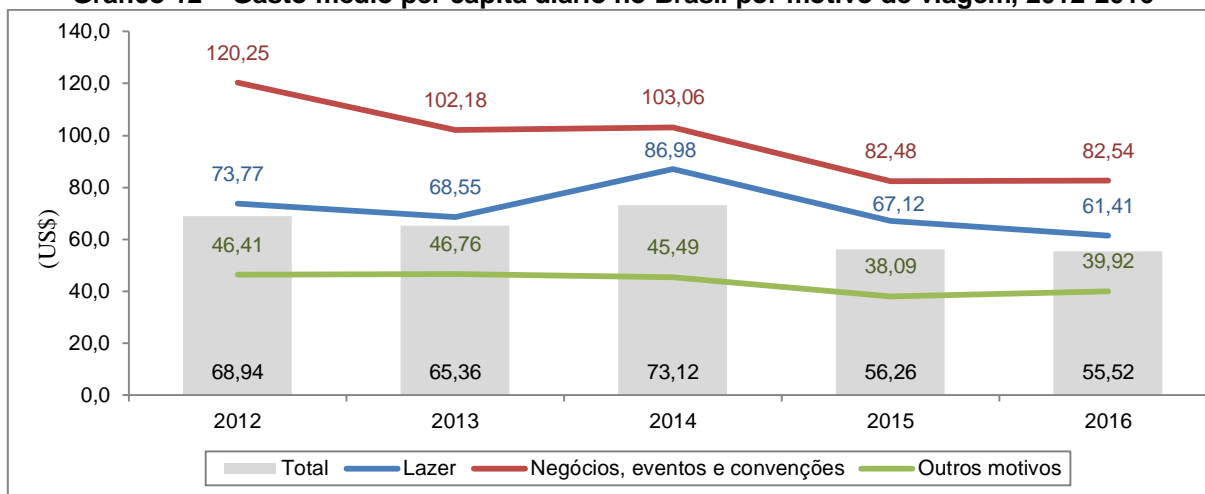
Outro aspecto interessante são as diferenças de gastos observadas entre os turistas quando segmentados por motivo da viagem. Os turistas a negócios, eventos e convenções apresentam um gasto médio per capita diário maior que os turistas em viagem a lazer e por outros motivos (US\$ 82,54; US\$ 61,41 e US\$ 39,92, respectivamente, em 2016). Tal situação ocorre por diversas razões, mas pode ter a influência de um padrão de qualidade mais elevado usualmente, exigido em viagens internacionais a negócios, eventos e convenções; uma menor flexibilização de datas, o que muitas vezes leva ao pagamento de tarifas mais caras de hotéis e passagens aéreas; o uso de táxis e carros

⁸ Resultado da multiplicação simples entre o gasto médio per capita diário no Brasil em dólares pela taxa média cambial anual.

alugados como formas de transporte interno, em detrimento de opções mais baratas, como o transporte público; dentre outras razões.

Em 2016, o gasto médio per capita diário dos turistas de lazer registrou o decréscimo de 8,5% em relação ao ano anterior. Os turistas de outros motivos apresentaram gastos médios per capita diário em 2016 similares aos de 2015, com queda de em 1,3% em relação ao ano anterior. Os turistas a negócios apresentaram gastos praticamente estáveis (aumento 0,1%).

Gráfico 12 – Gasto médio per capita diário no Brasil por motivo de viagem, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016

4.1.4. Permanência Média

O número médio de pernoites que o turista realiza em sua estada no Brasil apresenta pequena redução entre os anos de 2012 e 2016, com uma queda de 1,2 pernoites entre 2012 e 2016 e uma média em torno de 16,6 pernoites para o período.

A distribuição de frequência da permanência apresenta valores significativos de turistas permanecendo cerca de uma semana. Os turistas que visitam o país por outros motivos, a exemplo das visitas a amigos e parentes, de motivos de saúde e cursos, são os responsáveis pelas maiores permanências, contribuindo de forma expressiva para o aumento da média de estadia no país.

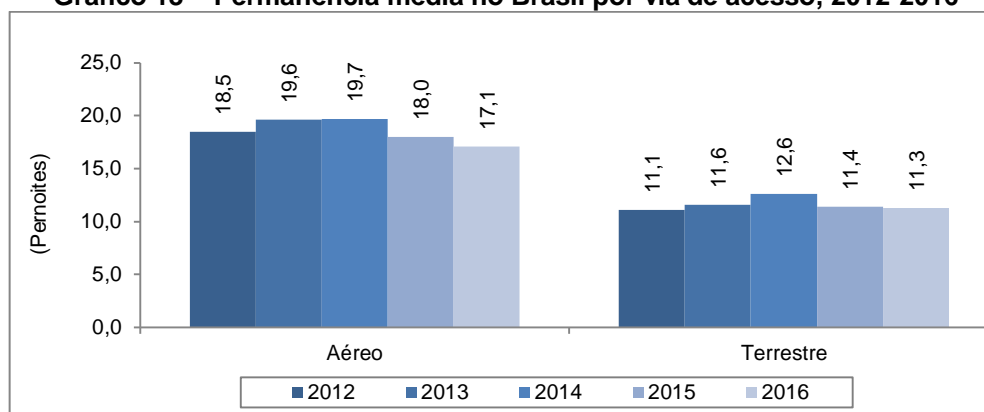
Tabela 5 – Permanência no Brasil, 2012-2016

Classe de permanência	Anos (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
1 dia	2,9	2,1	1,8	2,3	1,9
2 a 3 dias	10,2	8,7	8,2	7,5	7,5
4 a 7 dias	26,4	26,5	25,4	25,7	26,1
8 a 11 dias	17,7	18,3	19,0	22,0	23,4
12 a 15 dias	15,5	16,4	16,4	16,9	17,7
16 a 30 dias	17,5	17,8	18,1	16,9	15,9
Mais de 30 dias	9,8	10,3	11,1	8,7	7,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Média (em pernoites)	16,5	17,3	17,7	16,0	15,3

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Segmentando este resultado por via de acesso, nota-se em 2016 uma permanência média maior entre os turistas que chegaram por via aérea, 17,1 pernoites, contra 11,3 dos que vieram por via terrestre.

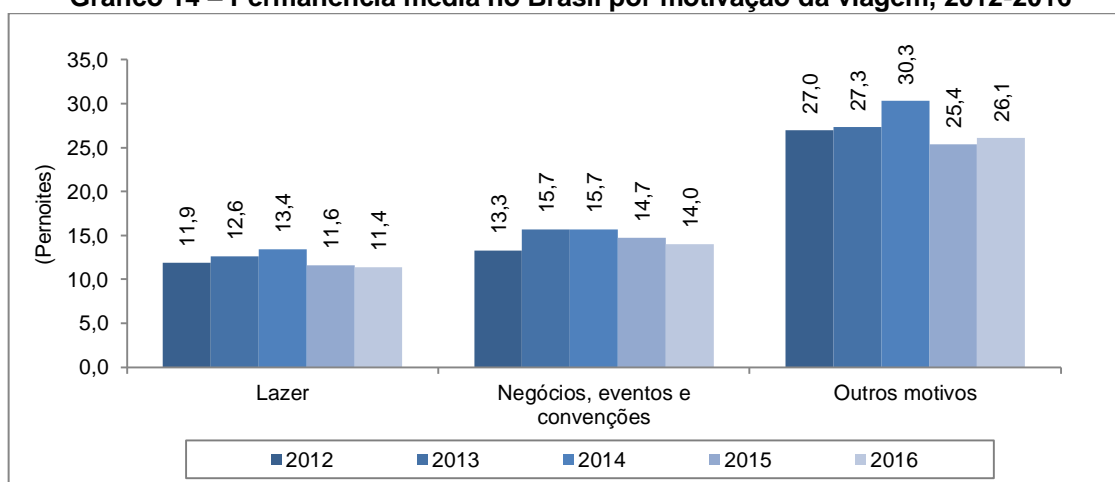
Gráfico 13 – Permanência média no Brasil por via de acesso, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Já os resultados separados por motivação da viagem mostram que as permanências médias dos turistas a lazer (11,4 pernoites em 2016) e dos turistas a negócios, eventos ou convenções (14,0 pernoites) são significativamente inferiores à dos turistas em viagem por outros motivos (26,1 pernoites). Tal questão pode ser explicada, dentre outras maneiras, pelo fato dos viajantes que visitam amigos e parentes (item preponderante no grupo por outros motivos) geralmente permanecerem por períodos maiores nas localidades, com gastos per capita diário menores, na medida em que geralmente se hospedam em casa de parentes e amigos.

Gráfico 14 – Permanência média no Brasil por motivação da viagem, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

4.1.5. Destinos mais visitados

A grande maioria dos destinos turísticos se especializa em atender determinados segmentos de turistas. Em outras palavras, as características de certas localidades podem ser propícias para atrair um determinado tipo de turista, como, por exemplo, turistas de negócios, mas podem não possuir aspectos que atraiam turistas a lazer.

Desta forma, analisar tais resultados de forma agregada pode distorcer a realidade por agrupar indevidamente segmentos de turistas com perfis bastante distintos. Além disso, pode deixar de revelar informações essenciais para que os agentes públicos e privados de cada uma das cidades receptoras possam atuar de maneira mais eficiente a fim de fomentar a atração de turistas internacionais. Devido a estes fatores, as análises referentes aos destinos visitados serão apresentadas com base nos resultados segmentados pelos três principais grupos de motivação da viagem (lazer; negócios, eventos e convenções; outros motivos).

Vale ainda destacar que um mesmo turista pode visitar mais de uma cidade, fazendo com que os resultados aqui apresentados somem um total superior a 100%, em cada motivação. Conforme se observa na Tabela 5, para os turistas a lazer, os valores 166,2% (registrado em 2012) e 158,3% (em 2016) indicam que, em média, esses turistas visitaram 1,66 e 1,58 cidades, respectivamente, durante a estada no Brasil. Como se nota, essa média aumentou entre os anos de 2012 e 2014. No entanto, observam-se quedas nos anos seguintes, chegando a 1,58 cidades em 2016.

Quando se analisa o resultado do total de cidades visitadas entre os diferentes motivos, pode-se notar que os turistas que visitam o país por lazer e por outros motivos visitam em média mais cidades (média no período analisado de 1,72 cidades por lazer e 1,78 cidades por outros motivos) do que os turistas que realizam suas viagens por negócios (média de 1,45 cidades).

Tabela 6 – Destinos mais visitados por Lazer, 2012-2016

Destinos	Anos (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Rio de Janeiro - RJ	29,6	30,2	45,2	32,6	32,2
Florianópolis - SC	18,1	18,7	14,6	18,8	17,9
Foz do Iguaçu - PR	17,3	17,0	12,4	13,5	13,2
São Paulo - SP	10,5	10,7	19,4	9,7	9,1
Armação dos Búzios - RJ	7,9	8,3	7,5	9,1	8,1
Bombinhas - SC	4,8	6,1	3,8	7,6	5,5
Salvador - BA	6,2	5,7	7,3	5,9	4,9
Balneário Camboriú - SC	5,0	5,2	4,9	4,1	4,1
Angra dos Reis - RJ	4,7	4,2	4,3	4,5	4,0
Parati - RJ	3,5	3,8	3,7	3,7	3,4
Outros	58,6	63,3	73,3	56,8	55,9
Total	166,2	173,2	196,4	166,3	158,3

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Nota: os destinos estão classificados de acordo com o resultado do último ano da pesquisa.

Dentre os destinos mais visitados pelos turistas internacionais a lazer no Brasil em 2016, o Rio de Janeiro se destaca como principal destino, tendo recebido 32,2% dos turistas, enquanto Florianópolis ocupou o segundo lugar com 17,9% deste segmento, Foz do Iguaçu teve 13,2% e São Paulo teve 9,1%.

Merece destaque a importante participação do litoral fluminense e catarinense entre os principais destinos de lazer. Além das capitais estaduais, destacam-se os municípios de Armação dos Búzios, Angra dos Reis e Parati (8,1%, 4,0% e 3,4%, em 2016), no Estado do Rio de Janeiro, e, em Santa Catarina, os municípios de Bombinhas e Balneário Camboriú (5,5% e 4,1%, em 2016).

Entre os turistas a negócios, eventos e convenções, a cidade de São Paulo manteve o posto de destino mais visitado em 2016, com 41,2% deste público, seguida do Rio de Janeiro (30,1%). Atualmente, além destes dois destinos, nenhum outro município tem representatividade superior a 5% neste segmento turístico, indicando uma grande concentração nas duas capitais citadas.

Tabela 7 – Destinos mais visitados por negócios, eventos e convenções, 2012-2016

Destinos	Anos (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
São Paulo - SP	48,3	47,6	44,3	45,1	41,2
Rio de Janeiro - RJ	23,9	24,4	27,5	24,5	30,1
Curitiba - PR	4,4	4,7	4,1	4,2	4,0
Porto Alegre - RS	4,1	4,7	4,4	3,6	3,5
Belo Horizonte - MG	3,5	3,6	4,5	3,3	3,3
Campinas - SP	3,5	3,8	3,4	3,1	2,8
Foz do Iguaçu - PR	2,9	2,9	2,8	2,9	2,7
Salvador - BA	2,8	2,6	3,9	2,1	2,7
Brasília - DF	3,8	2,7	3,1	2,7	2,5
Florianópolis - SC	1,6	1,5	1,7	1,5	2,3
Outros	46,9	47,3	51,8	49,2	44,2
Total	145,7	145,8	151,5	142,2	139,3

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Nota: os destinos estão classificados de acordo com o resultado do último ano da pesquisa.

São Paulo e Rio de Janeiro também são as cidades mais visitadas por turistas em viagens por outros motivos no Brasil. São Paulo tem a maior média de participação no período 2012-2016, com 28,2% e, em 2016, ocupa a primeira posição com 28,9%. A média de participação do Rio de Janeiro é um pouco menor (24,4%). A principal justificativa para tal classificação dos destinos neste tipo de viagem é o tamanho da população desses municípios, aspecto determinante na realização de visitas a amigos e parentes, que, por sua vez, é o principal componente desse segmento, como já mencionado.

Tabela 8 – Destinos mais visitados por Outros motivos, 2012-2016

Destinos	Anos (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
São Paulo - SP	28,5	28,4	28,6	26,5	28,9
Rio de Janeiro - RJ	20,6	29,7	27,0	21,5	23,4
Foz do Iguaçu - PR	5,8	5,9	4,7	6,3	5,2
Belo Horizonte - MG	5,5	5,6	5,4	5,4	4,9
Curitiba - PR	5,3	5,2	5,4	4,8	4,9
Salvador - BA	5,3	5,1	6,0	4,5	4,3
Florianópolis - SC	4,0	4,0	4,1	4,1	4,1
Brasília - DF	3,6	3,5	3,6	4,3	3,4
Porto Alegre - RS	3,7	4,0	4,1	3,5	3,3
Fortaleza - CE	3,2	2,9	3,5	2,6	2,8
Outros	89,1	85,6	93,6	91,1	89,5
Total	174,6	179,9	186,0	174,6	174,7

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

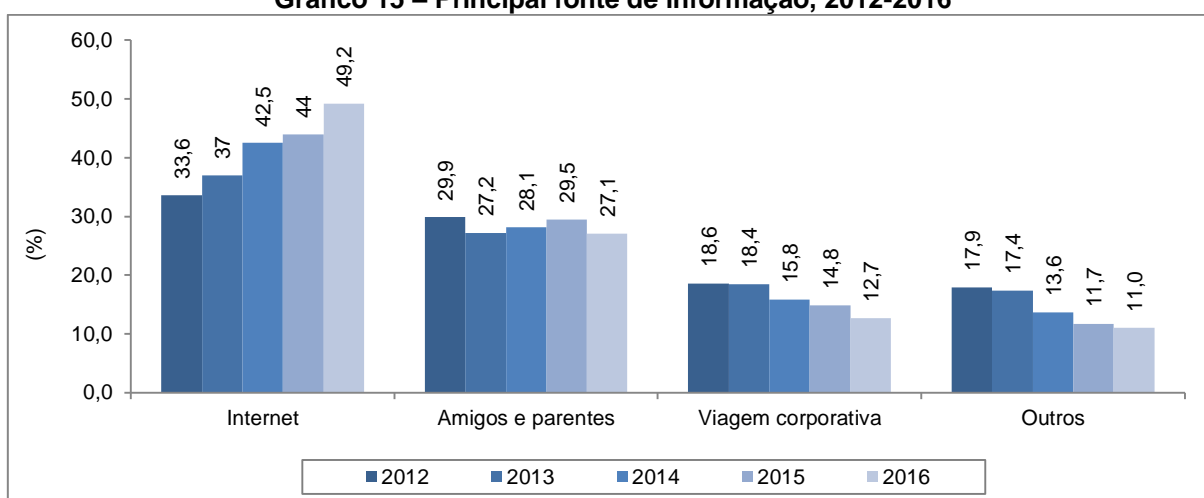
Nota: os destinos estão classificados de acordo com o resultado do último ano da pesquisa.

4.2. Organização da Viagem

4.2.1. Fonte de Informação

Com o passar dos anos, a internet vem se destacando como principal fonte de informação para a organização da viagem ao Brasil. Em 2012, o uso da internet já ocupava a primeira posição, correspondendo a 33,6%, enquanto as informações dadas por amigos e parentes atingiam 29,9%. Ao longo do período analisado neste relatório (2012-2016), a fonte de informação amigos e parentes oscilou 2,8 pontos percentuais para baixo, enquanto o uso de internet aumentou 15,6 pontos percentuais. Como resultado, tem-se que a internet, em 2016, detém 22,1 pontos percentuais a mais de participação do que os amigos e parentes (49,2% contra 27,1%).

Gráfico 15 – Principal fonte de informação, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

As informações obtidas pelo turista em seu local de trabalho, referente a viagens corporativas, compõem a terceira principal fonte de informação utilizada pelos turistas que visitam o país, com participação média de cerca de 16,1% no período. As agências de viagens são a quarta fonte de informação mais relevante, com média de 7,3% de participação no período, embora registre substancial decréscimo ao longo dos anos, passando de 9,9% em 2012 para 5,7% em 2016.

4.2.2. Uso de Internet⁹

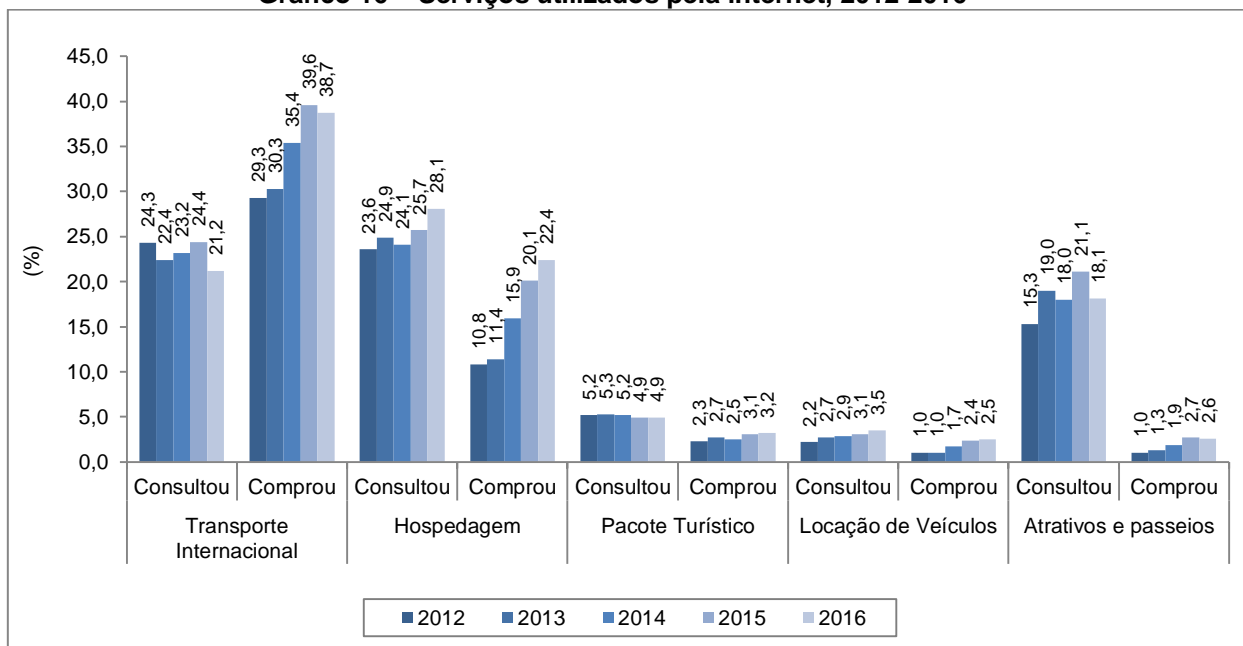
A internet se tornou uma das principais fontes de informação dos turistas internacionais na preparação de suas viagens ao país. O principal uso, segundo dados de 2016, se dá para transporte internacional

⁹ As ações de consulta e compra são consideradas independentes entre si. O fato do entrevistado ter comprado um serviço não significa, neste caso, que ele também o tenha consultado. Por exemplo, o entrevistado pode já conhecer um hotel e entrar no website somente para fazer a reserva (compra). Neste caso, não teria ocorrido a consulta para obter informações preliminares sobre o serviço, isto é, não houve a consulta. Exemplos similares podem ser acrescentados, como para o transporte internacional, a consulta de opções e horários com uma agência de viagens ou com a própria empresa aérea pelo telefone, e a compra em si pela internet. Claro que o processo de compra de um serviço pela internet envolverá uma busca pelo serviço desejado, mas a opção de consulta foi deixada como independente da compra para poder abarcar casos como este dos exemplos.

(21,2% dos turistas consultaram a internet para este tipo de serviço e 38,7% efetivamente compraram este serviço pela internet), hospedagem (28,1% consultaram e 22,4% compraram), atrativos e passeios (18,1% consultaram, mas apenas 2,6% compraram).

Como canal para efetivação de compras, a internet tem relevância destacada na compra do transporte internacional, mas nota-se o aumento da importância para a compra de hospedagem.

Gráfico 16 – Serviços utilizados pela internet, 2012-2016



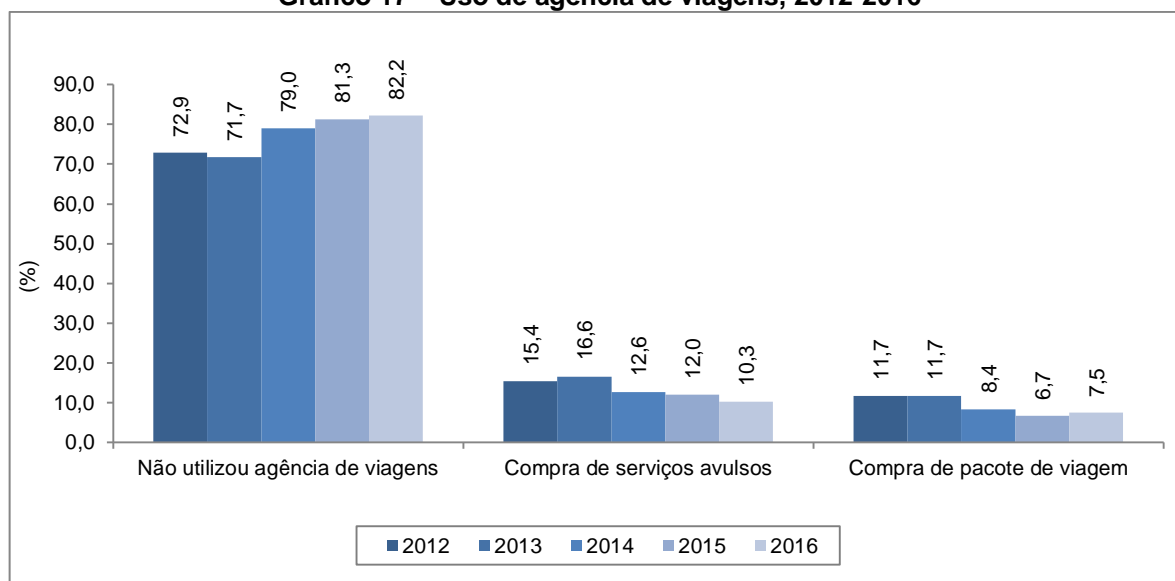
Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

4.2.3. Uso de Agência de Viagens

No período analisado, pode-se notar a tendência de redução do uso de serviços de agências de viagens pelos turistas internacionais que visitam o Brasil. Tal tendência pode estar relacionada ao aumento do uso de internet para a compra dos serviços turísticos. A internet facilita o acesso às informações e estimula a concorrência por se tratar de um ambiente com baixos custos de busca pelo melhor preço. Além disto a internet possibilita que o turista, mesmo sem o suporte das agências de viagens, faça escolhas, verifique a qualidade do produto ou serviço com base em um histórico de reputações, uma vez que conta com uma comunidade de clientes anteriores lhe fornecendo informações e sem o viés de um vendedor que pode ter interesse em não passar a informação completa e perfeita sobre o produto que está vendendo.

Entre 2012 e 2016, houve um aumento de 9,3 pontos percentuais entre os turistas que não utilizaram agências de viagens, chegando a 82,2% do total. A compra de serviços avulsos entre os turistas que utilizaram agências diminuiu 5,1 pontos percentuais e a compra de pacotes de viagens diminuiu 4,2 pontos percentuais.

Gráfico 17 – Uso de agência de viagens, 2012-2016



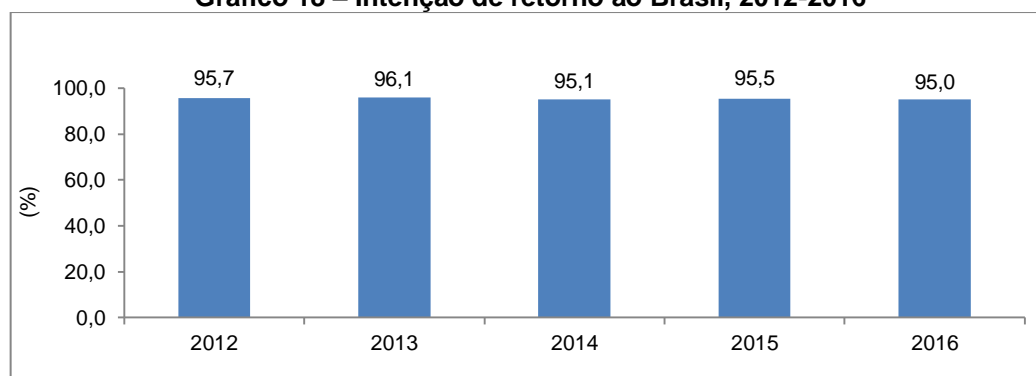
Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

4.3. Satisfação e Avaliações da Viagem

4.3.1. Intenção de Retorno ao Brasil

Os indicadores da intenção de retorno ao Brasil apresentaram resultados positivos bem expressivos em todos os anos analisados. Quase a totalidade dos turistas estrangeiros regressaria ao Brasil (95,5%, em média, 2012-2016).

Gráfico 18 – Intenção de retorno ao Brasil, 2012-2016

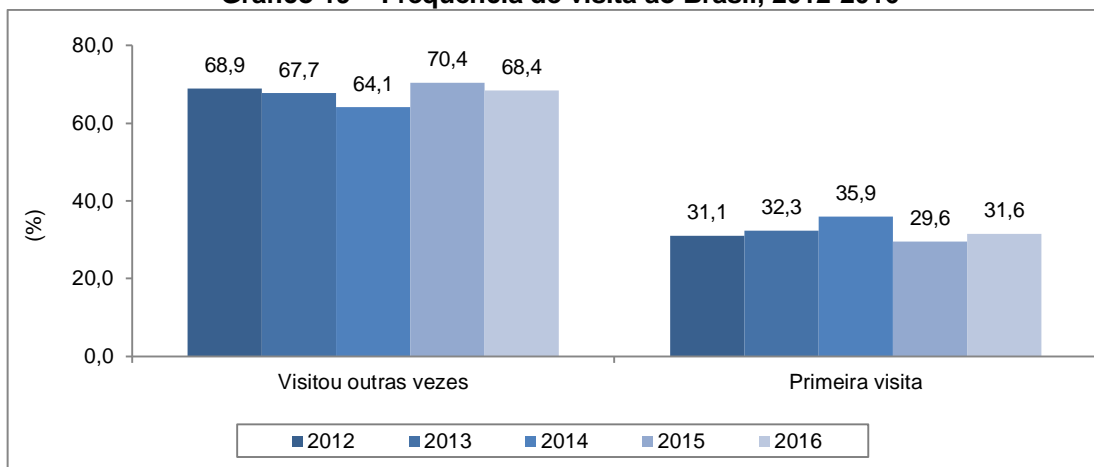


Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

4.3.2. Frequência de Visita ao Brasil

O indicador de frequência de visitas ao Brasil mostra que as intenções de retorno dos turistas sustentam-se na experiência concreta dos mesmos, comprovada pelo elevado índice de retorno efetivo ao país. Neste sentido, verifica-se que, em média no período 2012-2016, mais de dois terços dos turistas que visitam o país já haviam viajado ao Brasil anteriormente (67,9%).

Gráfico 19 – Frequência de visita ao Brasil, 2012-2016

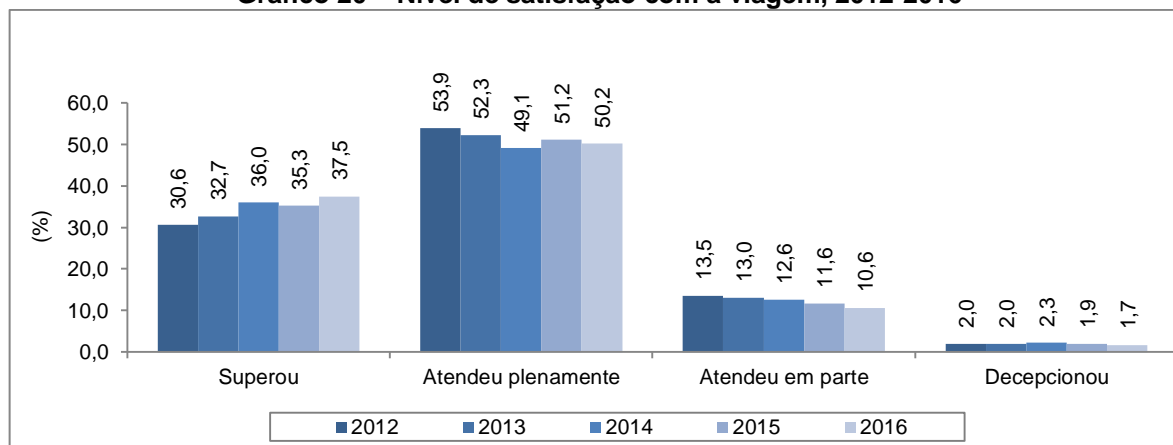


Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

4.3.3. Nível de Satisfação da Viagem

O grau de satisfação manifestado pelos turistas residentes no exterior em relação às suas viagens ao Brasil também atingiu um nível elevado. Em 2016, 50,2% dos turistas tiveram suas expectativas plenamente atendidas, enquanto que 37,5% tiveram suas expectativas superadas. Na média do período, a superação das expectativas ocorreu em 34,4% dos casos, e, se somado com as expectativas plenamente atendidas, totaliza-se no referido período algo em torno de 85,8%. A proporção de turistas que teve as suas expectativas totalmente frustradas foi em média de 2,0% no período analisado. Em 2016, o índice apresentou uma pequena queda em relação aos anos anteriores, chegando a 1,7%.

Gráfico 20 – Nível de satisfação com a viagem, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

4.3.4. Avaliação da Infraestrutura e dos Serviços Turísticos

Quase todos os itens avaliados registram aumento da percepção positiva entre 2012 e 2016. Os preços, apesar de terem atualmente a segunda pior avaliação (77,2% de avaliações positivas, ou seja, considerados bom ou muito bom), registram aumento de 21,1 pontos percentuais no índice de avaliações positivas na comparação com 2012 – possivelmente em função da depreciação do Real no período, que aumenta o poder de compra no Brasil do turista residente no exterior. Em segundo lugar aparecem os aeroportos, com crescimento de 16,9 pontos percentuais no período. Os aeroportos foram

os itens que mais evoluíram no período: eram o 13º entre 16 itens avaliados em 2012, mas em 2016 assumiram a oitava posição.

Dentre os itens avaliados pelos turistas internacionais no país, tem-se como aspectos de destaque em 2016 a hospitalidade do povo, que é considerada boa ou muito boa por quase a totalidade dos turistas (98,0%), seguida por alojamento (95,7%, ganho de duas posições desde 2012), gastronomia (95,4%) e restaurantes (95,0%).

O item telecomunicações, com 69,6% em 2016, manteve a última posição no que se refere às avaliações positivas - ainda que tenha apresentado aumento de 4,2 pontos percentuais entre 2015 e 2016.

Outros itens com menor incidência de avaliação positiva são, de maneira geral, de responsabilidade do setor público ou nos quais o setor público ainda tem expressiva participação: rodovias (72,0%), sinalização turística (80,6%), transporte público (81,6%), limpeza pública (81,7%) e segurança pública (82,5%).

Tabela 9 – Avaliação positiva da viagem, 2012-2016

Item avaliado	Anos (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	97,7	97,6	97,2	97,7	98,0
Alojamento	93,2	93,5	92,4	95,6	95,7
Gastronomia	95,5	95,1	94,4	95,7	95,4
Restaurante	94,5	94,6	93,6	94,7	95,0
Diversão noturna	90,8	90,7	91,5	91,2	91,8
Guias de turismo	88,8	89,5	89,6	89,6	90,6
Serviço de táxi	88,8	89,1	89,4	90,7	90,1
Aeroporto	73,0	72,9	74,3	86,5	89,9
Informação turística	85,4	85,6	87,3	88,9	88,4
Segurança pública	82,9	81,9	82,2	82,2	82,5
Limpeza pública	80,5	79,2	79,9	80,4	81,7
Transporte público	78,5	76,3	79,4	79,9	81,6
Sinalização turística	76,5	75,3	76,9	79,1	80,6
Preços	56,1	58,2	56,4	69,4	77,2
Rodovias	70,0	70,6	69,9	71,1	72,0
Telecomunicações	67,7	64,8	62,6	65,4	69,6

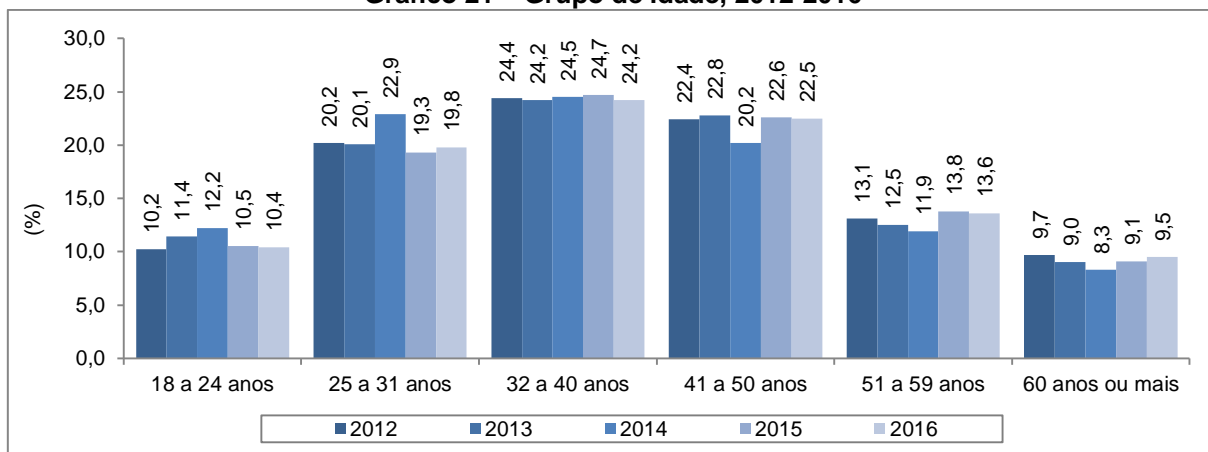
Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2006-2015.

4.4. Perfil Socioeconômico

Para completar as análises gerais dos resultados da pesquisa, apresenta-se o perfil dos turistas internacionais entrevistados que visitaram o país, com suas informações socioeconômicas.

Em relação à idade, em 2016 as três classes de maior incidência – 25 a 31 anos, 32 a 40 e 41 a 50 anos - concentram quase dois terços dos turistas entrevistados.

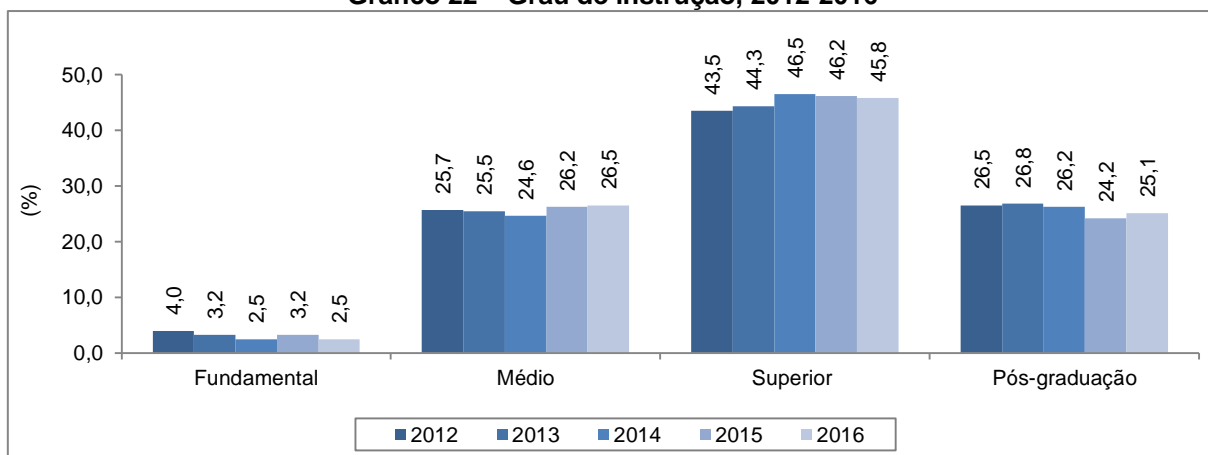
Gráfico 21 – Grupo de idade, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Quanto ao nível educacional, é nítida a maior incidência de turistas internacionais entrevistados com formação superior ou pós-graduação, totalizando 70,9% do fluxo no ano de 2016.

Gráfico 22 – Grau de instrução, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Já o poder aquisitivo dos turistas pode ser melhor avaliado fazendo-se a distinção por alguns critérios de segmentação. A via de acesso do turista consegue diferenciar claramente dois padrões distintos: o de mais alta renda média familiar mensal, constituído pelos viajantes que chegam ao Brasil pela via aérea (média de US\$ 4,9 mil dentro da série de 2012 a 2016) e o de renda relativamente menor, dos viajantes que ingressam por vias terrestres (média de US\$ 2,7 mil no mesmo período). A diferença entre os gastos desses dois segmentos de turistas, já apresentados nesse relatório, se justifica parcialmente pela discrepância de suas rendas.

Por motivação da viagem, evidenciou-se que os turistas a negócios, eventos e convenções possuem maior renda média familiar mensal entre os três grupos (média de US\$ 5,9 mil entre os anos de 2012 e 2016).

Tabela 10 – Renda média mensal familiar, segundo via de acesso e motivo da viagem, 2012-2016

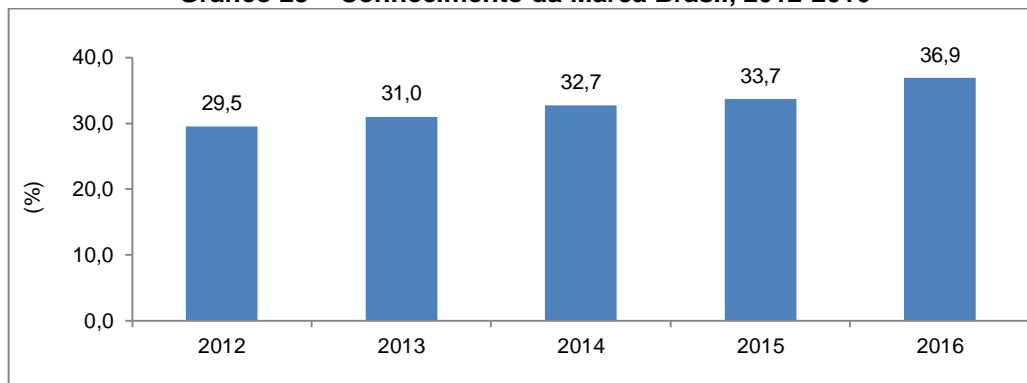
Segmentação		Renda média mensal familiar (US\$)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Via de acesso	Aéreo	5.346,68	5.105,46	5.434,45	4.550,33	4.233,05
	Terrestre	2.648,37	2.798,81	2.767,72	2.948,22	2.458,73
Motivo da viagem	Lazer	3.615,89	3.674,50	3.982,91	3.525,83	3.084,47
	Negócios, eventos e convenções	6.486,98	6.070,29	6.430,70	5.462,43	5.212,64
	Outros motivos	4.585,08	4.334,72	4.796,81	4.124,14	3.978,27
Total		4.639,74	4.491,74	4.697,34	4.071,98	3.683,55

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

4.5. Conhecimento da Marca Brasil

A partir de 2007, a pesquisa mediu o conhecimento do turista internacional sobre a Marca Brasil, símbolo do plano de marketing do governo federal brasileiro para a promoção do turismo. Ao que apresenta um crescimento consistente do conhecimento da Marca Brasil entre os turistas que visitaram o país a partir do ano de 2012, atingindo 33,9% em 2016.

Gráfico 23 – Conhecimento da Marca Brasil, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

5. PRINCIPAIS EMISSORES

Neste capítulo estão descritos os resultados de destaque referente aos principais países emissores de turistas ao Brasil, que representam cerca de 75% do fluxo receptivo brasileiro de 2016. Os países foram divididos em dois grupos, segundo o continente a que pertencem e o perfil dos visitantes.

- Europa e América do Norte - Alemanha, Espanha, França, Itália, Portugal, Reino Unido e Estados Unidos;
- América do Sul - Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai.

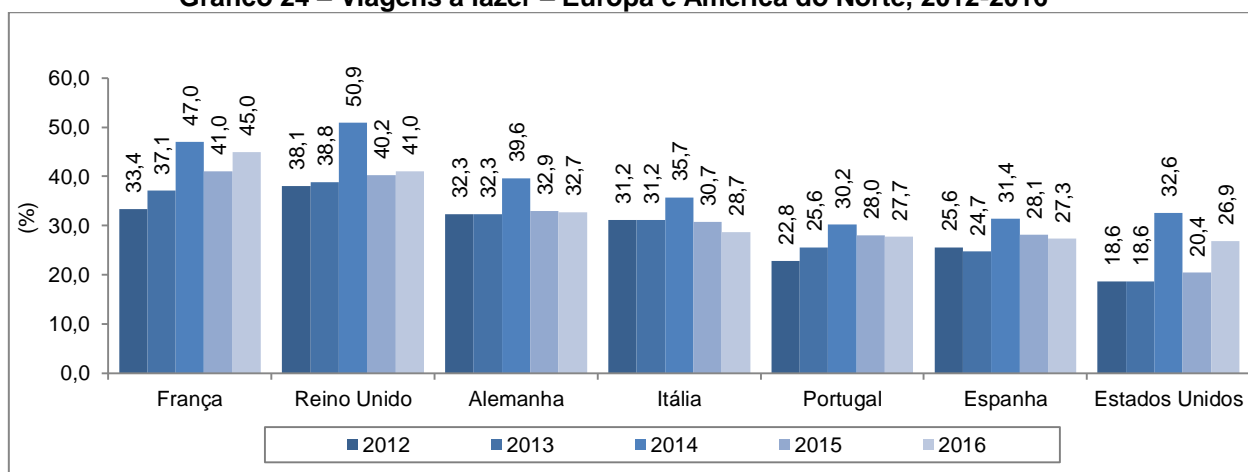
5.1. Características da Viagem

5.1.1. Motivação da Viagem

O lazer é destacadamente a motivação de maior relevância entre turistas dos principais países emissores do continente sul-americano que visitam o Brasil. Em todos os anos do período analisado neste relatório, mais de 70% dos visitantes são residentes na Argentina, no Uruguai e no Chile e cerca de 50% dos visitantes paraguaios vieram ao Brasil por este motivo. Entre os principais emissores europeus analisados, o motivo lazer variou de 27,3% (Espanha) a 45,0% (França), em 2016. Por sua vez, os turistas residentes nos Estados Unidos apresentaram o menor índice de viagens a lazer entre os onze países emissores analisados no presente trabalho, apesar do aumento de 6,5 pontos percentuais entre 2015 e 2016.

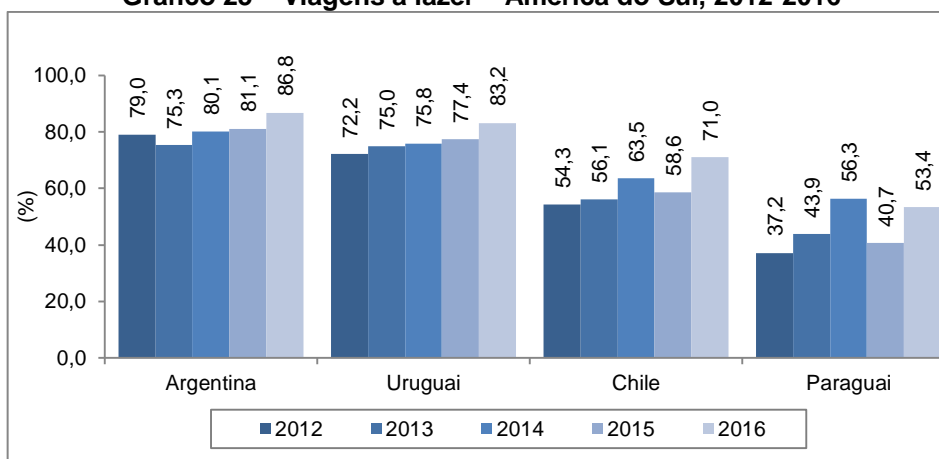
Na comparação entre os anos de 2012 e 2016, quase todos os países apresentaram crescimento do motivo lazer em suas viagens ao Brasil, com exceção da Itália que apresentou queda de 2,5 pontos percentuais. As maiores elevações de participação do lazer entre as viagens dos países da América do Sul foram observadas para os visitantes do Chile, Paraguai e Uruguai, representando aumentos de 16,2, 16,7 e 11,0 pontos percentuais, respectivamente. Entre os países europeus, destacou-se a França, com aumento de 11,6 pontos percentuais e Portugal, com aumento de 4,9 pontos percentuais, na comparação entre os anos. Os Estados Unidos também apresentaram aumento considerável, indo de 20,4% das viagens em 2012 para 26,9% em 2016.

Gráfico 24 – Viagens a lazer – Europa e América do Norte, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Gráfico 25 – Viagens a lazer – América do Sul, 2012-2016

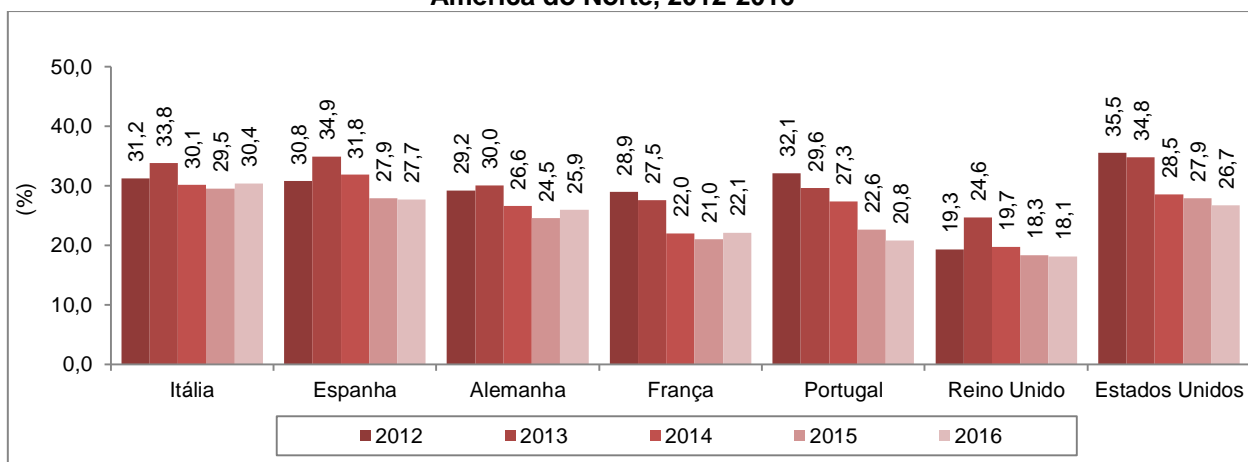


Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Enquanto a análise do período de 2012 a 2016 permite observar uma tendência de elevação na proporção de turistas viajando a lazer, no que se refere às viagens a negócios, eventos e convenções, observou-se uma queda mais consistente e generalizada. No continente sul-americano, Chile, Uruguai e Argentina, tiveram quedas consideráveis nas viagens a negócios na comparação do ano de 2012 com o de 2016, enquanto na Europa as maiores quedas puderam ser observadas entre os turistas italianos e franceses, representando 11,3 e 6,8 pontos percentuais, respectivamente. Os Estados Unidos também apresentaram queda expressiva de 8,8 pontos percentuais na comparação entre os anos.

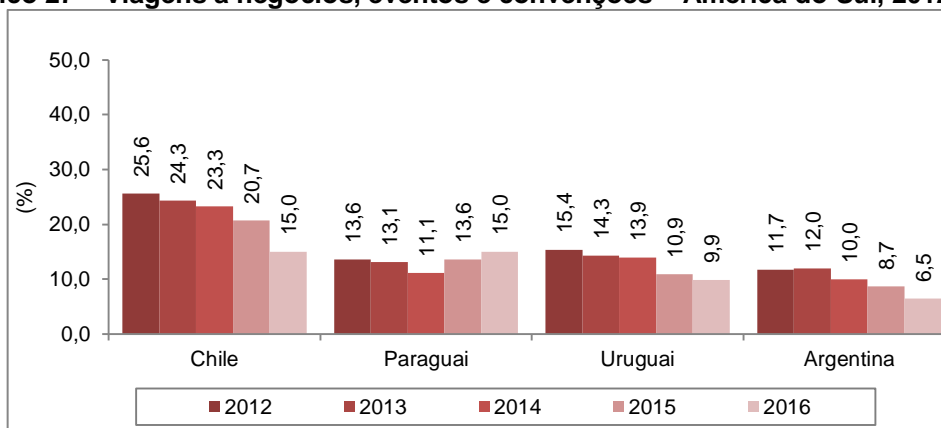
Em 2016, 26,7% dos turistas estadunidenses recebidos no Brasil vieram ao país por motivos de negócios, eventos ou convenções. Entre os europeus, a média foi de 24,5%, sendo o Reino Unido com o menor percentual (18,1%) e a Itália com o maior percentual (30,4%). Entre os sul-americanos, 15,0% dos chilenos e dos paraguaios vieram ao Brasil motivados por negócios. Na comparação com o ano anterior, no entanto, observou-se queda de 5,7 pontos percentuais para as viagens a negócios dos chilenos e aumento de 1,4 pontos percentuais das viagens realizadas pelos paraguaios.

Gráfico 26 – Viagens a negócios, eventos e convenções – Europa e América do Norte, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Gráfico 27 – Viagens a negócios, eventos e convenções – América do Sul, 2012-2016



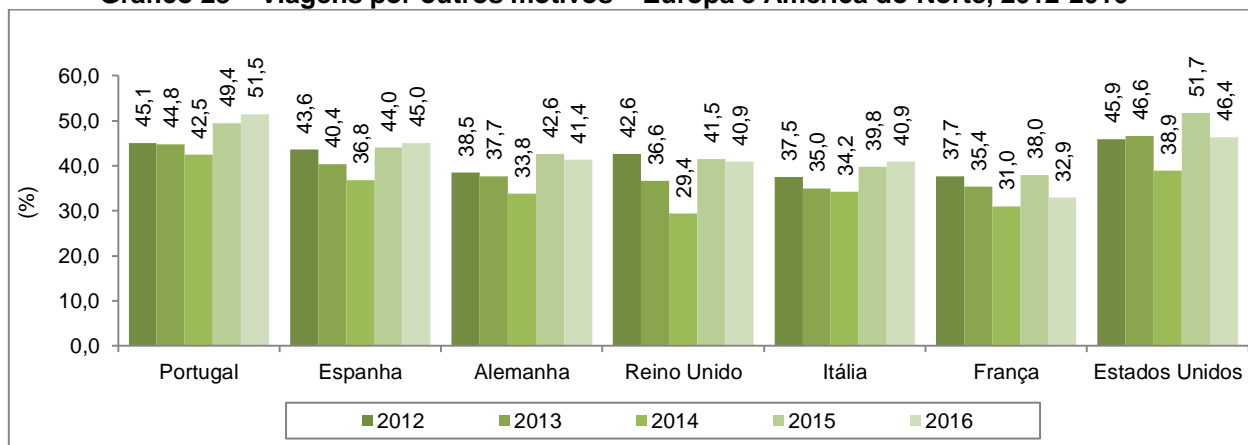
Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Considerando-se as viagens por outros motivos, observa-se uma tendência de aumento na participação de visitantes que vieram ao Brasil por este motivo entre os europeus, uma tendência de queda de participação entre os países sul-americanos e de estabilidade para os estadunidenses. Entre 2012 e 2016, observou-se elevação das viagens realizadas por outros motivos principalmente para os visitantes de Portugal, Itália e Alemanha, no continente europeu, e queda do motivo outros principalmente para os visitantes vindos do Paraguai, do Chile e do Uruguai.

No que se referem aos países sul-americanos, as viagens por outros motivos, em quase todo o período analisado, são caracterizadas como principal motivo da viagem apenas para o mercado paraguaio, com algumas variações de fluxo no período. O Paraguai acompanhou uma queda do fluxo de turistas que vieram ao país por outros motivos, entre 2012 e 2014, seguidos de uma retomada em 2015 (45,7%), e uma nova queda em 2016 (31,6%).

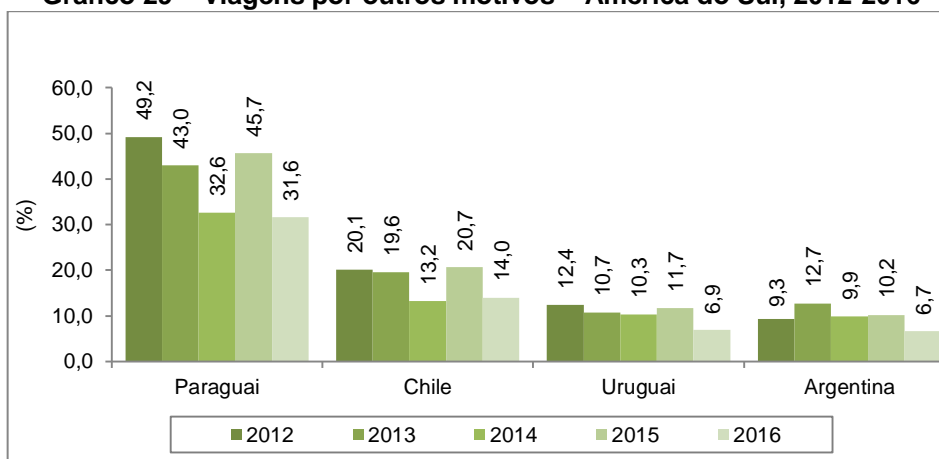
Entre os países europeus analisados e os Estados Unidos, as viagens motivadas por outros motivos se destacam no período analisado para todos os países, com médias durante o período 2012-2016 que chegam a 46,7% para os turistas vindos de Portugal e 42,0% para os turistas vindos da Espanha. Na comparação entre os anos de 2012 e 2016, houve aumento de percentual para a maioria dos países analisados, com exceção da França (queda de 4,8 pontos percentuais) e do Reino Unido (queda de 1,7 pontos percentuais). Os Estados Unidos, por outro lado, apresentaram fluxo com média de 45,9% no período 2012-2016, com valor mais destoante apenas no ano de 2014, que apresentou 38,9%.

Gráfico 28 – Viagens por outros motivos – Europa e América do Norte, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Gráfico 29 – Viagens por outros motivos – América do Sul, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Dentre as viagens a lazer, cabe destacar também as motivações específicas que trazem os turistas ao Brasil. Especialmente entre os turistas da América do Sul, os atrativos de sol e praia são os mais procurados, com participação na série histórica analisada sempre superior a 50%, chegando a 87,5%. Entre os residentes da Argentina, nota-se uma elevação da participação entre 2012 e 2016, indo de 78,9% para 87,3%, tendo apenas no ano de 2014 (ano da Copa do Mundo) uma oscilação para baixo, com 68,2%. Para os uruguaios e chilenos, as viagens a lazer realizadas por sol e praia sofreram pouca variação no período analisado, com exceção também de 2014, que apresentou quedas para ambos os países. Os paraguaios, por sua vez, apresentaram aumento entre 2012 e 2013, seguido de queda de 8,3 pontos percentuais entre 2014 e 2016.

Entre os turistas oriundos de países da Europa, apenas Portugal apresentou o sol e a praia como principal motivação para visitar o Brasil, com participação de 66,0% de sua amostra, o que representa aumento de 5,7 pontos percentuais entre 2012 e 2016. Para o restante dos países europeus, no entanto, as viagens a lazer motivadas por sol e praia apresentam queda durante o período analisado, chegando a cair até 21,3 pontos percentuais entre os italianos e 11,6 pontos percentuais entre os turistas do Reino Unido, na comparação entre 2012 e 2016.

As viagens a lazer motivadas por natureza, ecoturismo ou aventura tiveram grande destaque entre os turistas europeus, à exceção de Portugal e Itália, que mostram índices mais baixos neste tipo de turismo. Para os turistas provenientes da Alemanha e da Espanha, natureza, ecoturismo ou aventura foi a principal motivação das viagens a lazer em 2016, representando 44,3% e 41,2% de seus turistas, respectivamente. Ambos mercados apresentaram aumento de participação das viagens motivadas por natureza ou aventura entre 2012 e 2016, com aumentos de 7,3 pontos percentuais para Alemanha e de 7,5 pontos percentuais para a Espanha. Entre os países da América do Sul, a Argentina apresentou queda de 8,6 pontos percentuais entre 2012 e 2016, chegando a uma participação de apenas 7,3% para este tipo de viagem. O Paraguai em 2016 apresentou índice de participação elevação da participação neste tipo de viagem, com aumento de 12,8 pontos percentuais na comparação entre 2016 e 2014. Os Estados Unidos elevaram sua participação nas viagens a lazer motivadas por natureza e aventura, com aumento de 7,0 pontos percentuais em relação a 2012.

O turismo cultural apresentou menor relevância entre os residentes da América do Sul, e, ao longo da série histórica, sua participação média é inferior a 10% na maioria dos casos. Porém, entre viajantes dos Estados Unidos e Europa, este motivo mostra-se mais relevante, sendo que a Itália e o Reino Unido apresentaram em 2016 porcentagens de 34,4% e de 28,0%, respectivamente. Para a Itália, observa-

se um aumento considerável de 22,5 pontos percentuais entre 2012 e 2016. Por outro lado, observam-se quedas consideráveis no interesse desse tipo de viagem para outros países, com destaque para os Estados Unidos, a França e a Espanha, que apresentaram quedas de 12,9, 11,0 e 9,3 pontos percentuais, respectivamente, na comparação entre 2012 e 2016.

Tabela 11 – Motivação da viagem, segundo principais continente e país de residência, 2012-2016

Motivação	Continente	País de Residência	Anos (%)					
			2012	2013	2014	2015	2016	
Sol e praia	Europa	França	38,0	37,3	28,5	42,6	37,4	
		Espanha	38,8	39,1	35,6	38,1	36,2	
		Itália	54,0	47,9	38,3	46,5	32,7	
		Reino Unido	42,9	34,9	25,4	35,5	31,3	
		Alemanha	34,3	31,8	25,9	35,8	29,2	
		Portugal	60,3	61,3	54,8	64,6	66,0	
	América do Norte	Estados Unidos	39,2	37,2	20,0	34,8	30,0	
	América do Sul	Argentina	78,9	83,3	68,2	87,5	87,3	
		Uruguai	80,6	80,8	71,4	80,4	79,1	
		Chile	70,9	70,0	51,7	73,6	71,3	
		Paraguai	71,3	80,0	74,6	68,8	66,3	
	Natureza, ecoturismo ou aventura	Europa	Alemanha	37,0	39,2	27,9	33,2	44,3
			Espanha	33,7	32,8	23,0	38,2	41,2
França			25,9	27,7	21,0	25,3	32,7	
Reino Unido			23,8	28,1	14,1	23,0	28,6	
Itália			29,2	26,0	20,3	25,4	23,9	
Portugal			15,1	16,9	13,7	14,3	15,8	
América do Norte		Estados Unidos	22,9	28,5	13,4	30,6	29,9	
América do Sul		Paraguai	20,0	10,2	9,4	17,9	22,2	
		Chile	17,4	16,5	11,8	10,7	15,0	
		Uruguai	12,3	13,8	8,0	12,0	14,4	
	Argentina	15,9	11,9	5,9	7,0	7,3		
Cultura	Europa	Itália	11,9	18,7	27,0	26,0	34,4	
		Reino Unido	28,8	33,2	21,9	37,3	28,0	
		Alemanha	22,5	24,5	17,8	26,1	18,3	
		França	29,3	26,8	23,5	27,3	18,3	
		Portugal	20,6	17,2	13,0	18,7	14,5	
		Espanha	22,3	20,7	19,3	17,3	13,0	
	América do Norte	Estados Unidos	30,2	25,6	14,6	27,4	17,3	
	América do Sul	Chile	8,4	9,0	8,8	12,8	10,3	
		Paraguai	3,6	2,4	5,3	5,0	8,3	
		Uruguai	4,8	4,1	5,7	6,0	5,3	
Argentina		2,8	3,6	3,5	4,4	3,8		

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

5.1.2. Tipos de Alojamentos Utilizados

Hospedagem em hotel, flat ou pousada teve grande aceitação entre os países latino-americanos, chegando a uma média de 65,5% dos turistas chilenos e de 63,9% entre os turistas uruguaios, durante o período 2012-2016. Entre os países europeus, hotel, flat e pousada apresentou percentuais significativos principalmente para França, Alemanha e Itália, com percentuais superiores a 40% dos turistas em 2016 e as médias mais elevadas no período 2012-2016. Apesar das médias significativas, observa-se uma tendência de queda para todos os países europeus e os Estados Unidos, com destaque para a Espanha e para Portugal, que apresentaram quedas de 9,0 e 6,8 pontos percentuais, respectivamente.

Casa de amigos e parentes manteve sua importância como opção de alojamento principalmente entre os países europeus e os Estados Unidos, apesar das quedas observadas para quase todos os emissores. Se considerarmos a diferença entre 2015 e 2016, as principais baixas foram sentidas pela França e pelos Estados Unidos, que caíram 4,8 e 4,7 pontos percentuais, respectivamente. No entanto, esse tipo de alojamento ainda é o principal para países como Portugal (50,4% em 2016), Espanha (41,8% em 2016) e Reino Unido (36,7% em 2016). Em relação aos países sul-americanos, casa de amigos e parentes possui representatividade alta apenas para o Paraguai, representando 31,8% em 2016, apesar da queda de 15,7 pontos percentuais em relação a 2012. Os outros três países analisados também apresentaram queda na utilização de casa de amigos e parentes, sendo que na comparação com 2012 o Chile caiu 7,2 pontos percentuais, a Argentina caiu 4,6 pontos percentuais e o Uruguai teve queda de 6,9 pontos percentuais.

As tendências de queda observadas na utilização de hotéis, flats ou pousadas ou de casa de amigos e parentes tiveram como contraponto o crescimento do uso dos demais meios de hospedagem, com destaque para as casas alugadas. É interessante destacar o aumento da utilização de casas alugadas em 2016 para quase todos os países emissores analisados. Entre os europeus observaram-se aumentos consideráveis na comparação com 2012 principalmente para o Reino Unido (6,2 pontos percentuais), França (3,8 pontos percentuais), Alemanha (3,6 pontos percentuais) e Espanha (3,5 pontos percentuais). Convém destacar que boa parte deste aumento ocorreu entre 2015 e 2016, caracterizando um aspecto recente na utilização de casas alugadas no Brasil. Entre os países sul-americanos este tipo de alojamento tem importância ainda maior, chegando a 33,0% dos turistas da Argentina e a 15,8% das amostras do Paraguai e do Uruguai. A única exceção às elevações observadas se dá com o Uruguai, que teve uma queda de 4,4 pontos percentuais em relação a 2015.

Tabela 12 – Principais alojamentos utilizados, segundo principais continentes e país de residência, 2012-2016

Motivação	Continente	País de Residência	Anos (%)					
			2012	2013	2014	2015	2016	
Hotel, flat ou pousada	Europa	França	47,0	46,5	43,9	42,8	43,7	
		Alemanha	47,7	44,1	41,9	42,3	41,9	
		Itália	44,9	47,5	44,4	43,5	41,1	
		Espanha	46,5	46,3	41,5	39,3	37,5	
		Reino Unido	38,0	41,9	42,3	40,2	36,4	
		Portugal	39,6	37,9	37,6	33,4	32,8	
	América do Norte	Estados Unidos	45,1	46,1	43,3	40,0	40,7	
	América do Sul	Uruguai	58,6	60,6	64,2	62,5	73,4	
		Chile	64,6	66,1	63,2	65,1	68,4	
		Argentina	53,0	52,9	46,8	49,3	52,4	
		Paraguai	32,0	33,5	32,7	35,3	43,7	
	Casa de amigos e parentes	Europa	Portugal	46,7	46,3	45,5	50,3	50,4
			Espanha	40,2	39,7	38,9	43,4	41,8
Reino Unido			43,1	36,2	31,6	37,5	36,7	
Itália			38,6	34,1	34,0	38,6	36,6	
Alemanha			35,0	34,8	35,8	37,5	34,8	
França		35,5	35,0	33,4	37,1	32,3		
América do Norte		Estados Unidos	43,4	42,1	39,2	46,3	41,6	
América do Sul		Paraguai	47,5	43,6	36,3	43,4	31,8	
		Chile	21,7	17,1	17,1	20,3	14,5	
		Argentina	11,5	13,8	13,6	12,3	6,9	
	Uruguai	13,4	11,9	13,7	11,4	6,5		
Casa alugada	Europa	França	6,1	5,8	9,3	5,8	9,9	
		Reino Unido	2,2	2,8	6,4	2,6	8,4	
		Itália	5,4	5,7	9,2	7,9	8,3	
		Espanha	4,4	4,8	7,1	5,0	7,9	
		Alemanha	2,9	4,0	5,5	3,8	6,5	
		Portugal	3,3	4,7	6,0	5,7	4,3	
	América do Norte	Estados Unidos	2,5	3,3	6,6	3,6	6,5	
	América do Sul	Argentina	27,7	23,9	25,1	29,5	33,0	
		Paraguai	11,3	14,0	20,4	11,8	15,8	
Uruguai		20,5	22,1	15,6	20,2	15,8		
		Chile	3,7	4,2	6,0	4,1	7,5	

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

5.1.3. Gasto Médio per capita Diário

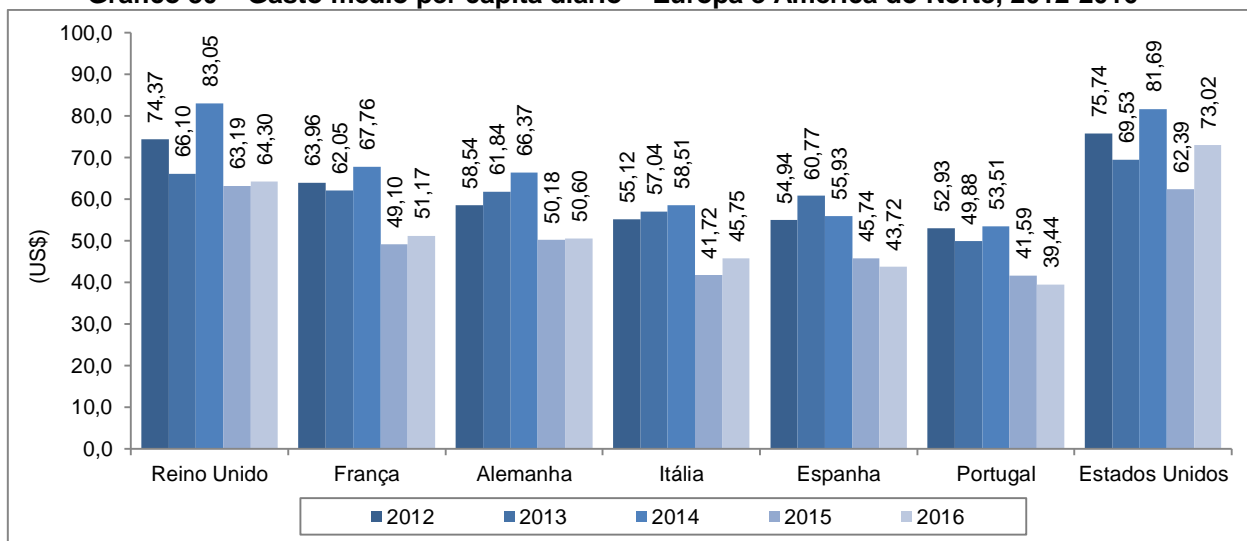
Os países emissores analisados neste relatório tiveram em sua maioria uma queda dos gastos (em US\$) no Brasil no período entre 2012 e 2016. A exceção fica por conta do Uruguai, que apresentou crescimento em 2016 na comparação com 2012.

É destacado, no entanto, o crescimento relativo do gasto médio per capita diário dos turistas dos países sul-americanos analisados, os quais, atualmente, estão próximos dos gastos dos turistas europeus,

sendo que os gastos dos chilenos e uruguaios inclusive ultrapassaram os gastos dos europeus e norte-americanos, representando US\$ 64,89 e US\$ 67,80 em 2016, respectivamente. Paraguai, Argentina e Chile apresentaram quedas representativas na comparação entre 2012 e 2016, com quedas de 9,7%, 16,1% e 11,5%, respectivamente. Os turistas provenientes dos Estados Unidos registraram em 2016 o maior gasto médio per capita diário entre os países analisados (US\$ 73,03), seguido do Uruguai (US\$ 67,80) e do Chile (US\$ 64,89). Em relação ao ano anterior, observa-se que os Estados Unidos apresentaram elevação de 17,0%, mas ainda não alcançaram o valor gasto por seus turistas em 2012 (US\$ 75,74 em 2012 contra US\$ 73,02 em 2016).

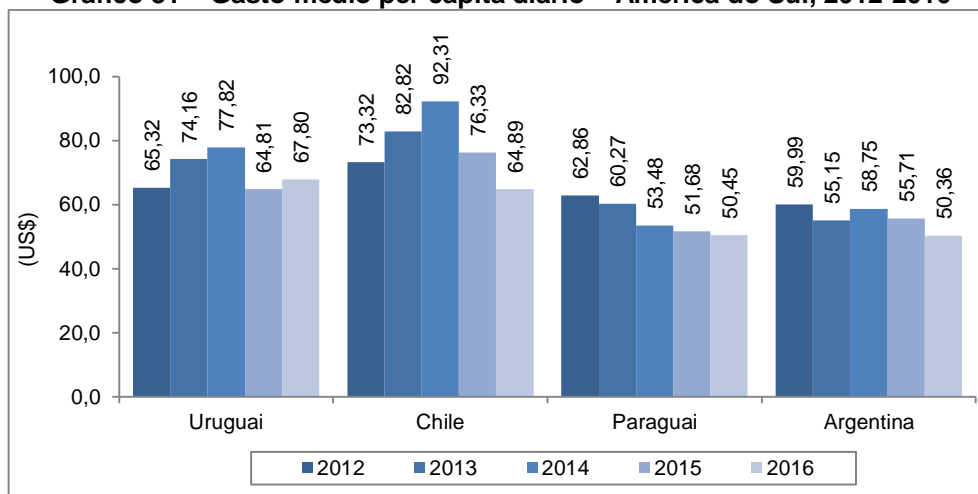
Deve-se destacar as quedas elevadas de gastos dos países europeus, principalmente no confronto entre dados de 2012 e 2016. As quedas ultrapassam os 20% no caso de Portugal (queda de 25,5%), Espanha (queda de 20,4%) e França (queda de 20,0%), mas também são altos para os outros países analisados, a saber, Itália (queda de 17,0%), Alemanha (queda de 13,6%) e Reino Unido (queda de 13,5%). No entanto, em relação a 2015, os gastos tiveram poucas variações, com algumas pequenas altas, como é o caso da Itália (9,6% de aumento), da França (4,2% de aumento) e do Reino Unido (1,7% de aumento). Por outro lado, em relação ao ano anterior, em 2016 os países sul-americanos apresentaram quedas mais elevadas, chegando a 15,0% entre os chilenos e a 9,6% entre os argentinos.

Gráfico 30 – Gasto médio per capita diário – Europa e América do Norte, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Gráfico 31 – Gasto médio per capita diário – América do Sul, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

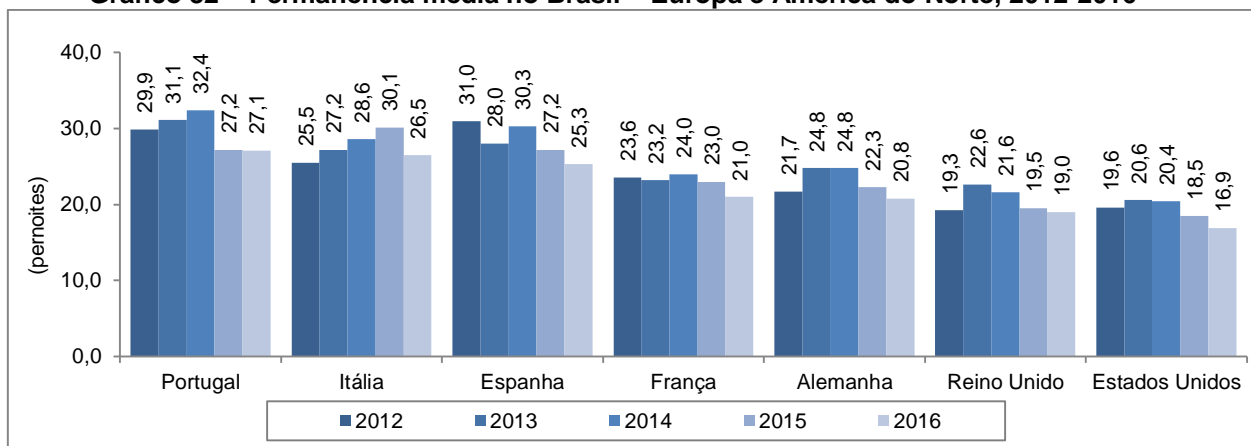
5.1.4. Permanência Média

Em média, os turistas residentes nos países da América do Sul permaneceram menos tempo no Brasil que os turistas provenientes dos Estados Unidos e da Europa. A distância, o custo e o tempo de deslocamento justificam essa diferenciação.

A variação ao longo dos anos da média de pernoites dos residentes da América do Sul não demonstrou tendências destacáveis, variando pouco ao longo da série histórica. A permanência média dos argentinos no período analisado foi de 11,1 pernoites, de 10,3 entre os chilenos, de 8,2 entre os uruguaios e de 8,1 entre os paraguaios. Nota-se uma leve tendência de crescimento entre os quatro países sul-americanos no período entre 2012 e 2016.

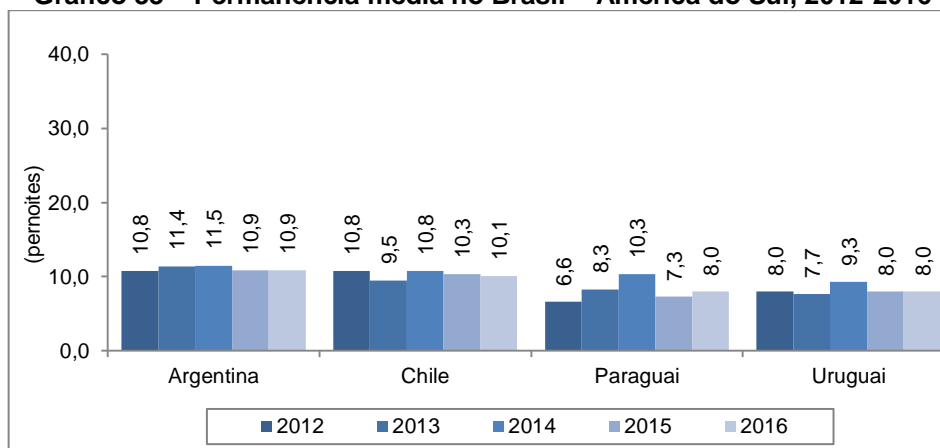
Em 2016, em todos os países europeus analisados e os Estados Unidos, a média foi superior a 19,2 pernoites (Estados Unidos). Residentes de Portugal, Itália e Espanha são os que costumam permanecer mais tempo (respectivamente 27,1, 26,5, e 25,3 pernoites, em média, no ano de 2016). Entre os visitantes destes países também podem ser observados altos índices do motivo de viagem de visita a amigos e parentes, justificando as permanências maiores. Observa-se, no entanto, uma tendência de queda na permanência para todos os destinos europeus e os Estados Unidos, principalmente a partir de 2014 para a maioria dos países.

Gráfico 32 – Permanência média no Brasil – Europa e América do Norte, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Gráfico 33 – Permanência média no Brasil – América do Sul, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

5.1.5. Relação entre Gasto e Permanência Média

Ao serem comparados diretamente os dados sobre gastos e permanência, algumas informações importantes podem ser observadas. O Gráfico 45 apresenta dados sobre três variáveis relevantes, quais sejam:

- Permanência média, no eixo X ou horizontal;
- Gasto médio per capita diário, no eixo Y ou vertical;
- Receita bruta gerada por cada mercado, representada no gráfico pelo tamanho dos círculos no centro do gráfico, é calculada multiplicando-se a permanência média pelo gasto médio per capita diário - que resulta no gasto médio per capita total. Em seguida, este número é multiplicado pelo número de turistas de cada país no Brasil em 2016, segundo o Anuário Estatístico do Ministério do Turismo.

Para melhor compreensão do Gráfico 52, é importante observar que quanto mais próximo da parte inferior esquerda do gráfico, menores são a permanência média e o gasto médio per capita diário, e quanto mais próximo da parte superior direita do gráfico, maiores são a permanência média e o gasto

médio per capita diário. Em relação aos círculos do gráfico, quanto maior seu tamanho, maior é a receita bruta gerada pelos turistas de cada país.

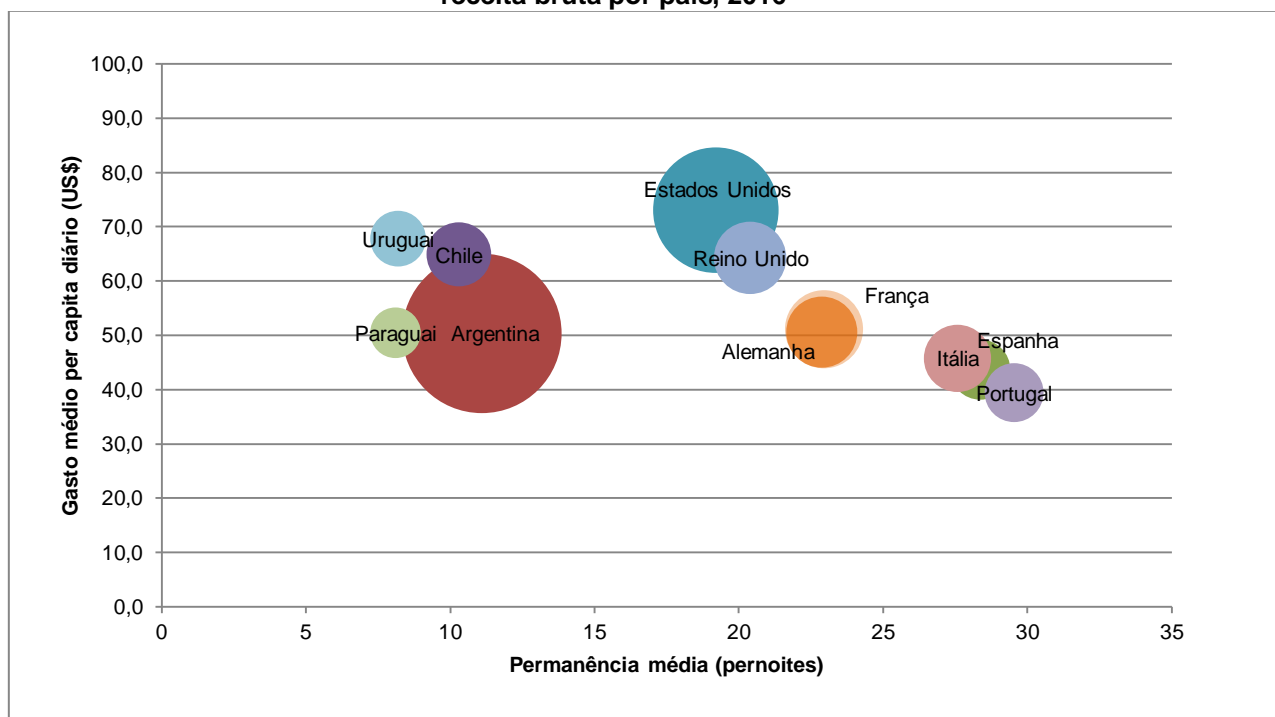
Uma primeira observação que se faz é sobre a permanência média, na qual turistas oriundos de países sul-americanos registraram valores significativamente inferiores aos dos demais países selecionados para análise. Como já citado no presente documento, tal fato se deve à maior proximidade destes países para com o Brasil, o que facilita a frequência de visitas ao país e gera menor número de pernoites.

Em relação ao gasto médio per capita diário, o Uruguai e o Chile apresentam os maiores valores dentre os países da América do Sul analisados, com reduzido uso de casa de amigos e parentes e alto uso de hotéis, fator que muito influencia o valor de seus gastos no Brasil. Entre os demais países observados, Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha e França estão entre os que apresentam maiores gastos per capita dia no Brasil.

A Argentina gera a maior receita bruta, devido ao grande volume de turistas que envia ao Brasil. Próximo a ela estão os Estados Unidos, que, embora emitam aproximadamente um quarto dos turistas que a Argentina envia ao Brasil, apresenta gasto per capita médio quase 45% maior. O terceiro maior país em termos de receita bruta é a França graças ao volume maior de turistas em relação aos outros países europeus. Próximo a ela está o Reino Unido, que se destaca pelo gasto per capita diário maior.

Os menores valores de receita bruta são gerados pelos turistas residentes no Paraguai e no Uruguai. O caso do Uruguai é bastante representativo do que ocorre: apesar do expressivo volume de turistas emitido ao Brasil (é o quinto maior emissor), é o penúltimo entre os onze países aqui analisados em termos de receita bruta gerada pelos turistas, superando apenas o Paraguai. Tal resultado está relacionado às baixas médias de permanência registradas por seus turistas, que, apesar de virem em grande volume ao Brasil, e apresentarem um gasto per capita alto (tem o segundo maior gasto per capita), não geram no agregado uma receita bruta destacável na comparação com os demais mercados analisados.

Gráfico 34 – Relação entre permanência média, gasto médio per capita diário e receita bruta por país, 2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

5.1.6. Destinos mais visitados

O município do Rio de Janeiro destaca-se entre os cinco destinos mais visitados em viagens a lazer pelos turistas de 11 dos principais países emissores, despontando em primeiro lugar para 8 deles em 2016. Os percentuais mais altos desta cidade no último ano da série são registrados entre os turistas do Reino Unido (85,3%), dos Estados Unidos (72,1%) e da França (65,1%).

Os destinos de Santa Catarina são destaque como destinos turísticos principalmente para os turistas oriundos dos países sul-americanos. Florianópolis, em Santa Catarina, é também um destino de lazer com grande relevância, principalmente entre os viajantes do Uruguai, que envia 27,6% de seus visitantes a lazer para o local, mas também entre visitantes da Argentina (24,5%) e do Paraguai (14,6%). Bombinhas se destaca para os turistas argentinos, enquanto Balneário Camboriú e Itapema se destacam para os turistas paraguaios. Convém destacar ainda entre os turistas sul-americanos que os destinos do Nordeste não estão em evidência para este público, sendo que apenas Salvador consta entre os destinos mais visitados do Chile.

O município de Foz do Iguaçu, no Paraná, também aparece em destaque, estando entre os cinco primeiros destinos para os turistas provenientes de 9 dos 11 países analisados, à exceção do Chile e Portugal.

Por fim, vale ressaltar que São Paulo aparece como destino de lazer para todos os turistas vindos da Europa e Estados Unidos, com posição de destaque entre os destinos mais visitados em cada um dos países analisados.

Tabela 13 – Principais destinos visitados a lazer pelos turistas da América do Sul, 2016

Argentina		Chile	
	%		%
Florianópolis - SC	24,5	Rio de Janeiro - RJ	55,8
Rio de Janeiro - RJ	15,9	Armação dos Búzios - RJ	26,4
Armação dos Búzios - RJ	9,5	São Paulo - SP	9,7
Bombinhas - SC	9,2	Florianópolis - SC	6,2
Foz do Iguaçu - PR	6,5	Salvador - BA	5,6
Paraguai		Uruguai	
	%		%
Balneário Camboriú - SC	16,8	Florianópolis - SC	27,6
Florianópolis - SC	14,6	Rio de Janeiro - RJ	12,9
Rio de Janeiro - RJ	10,6	Armação dos Búzios - RJ	8,0
Foz do Iguaçu - PR	10,0	Rio Grande - RS	7,7
Itapema - SC	7,7	Foz do Iguaçu - PR	6,8

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Tabela 14 – Principais destinos visitados a lazer, pelos turistas do continente europeu, 2016

Alemanha	%	Itália	%	França	%
Rio de Janeiro - RJ	57,1	Rio de Janeiro - RJ	53,7	Rio de Janeiro - RJ	65,1
Foz do Iguaçu - PR	39,7	Foz do Iguaçu - PR	19,4	Foz do Iguaçu - PR	22,9
São Paulo - SP	18,2	São Paulo - SP	14,7	Parati - RJ	20,9
Salvador - BA	9,0	Florianópolis - SC	10,7	São Paulo - SP	19,2
Florianópolis - SC	8,8	Parati - RJ	9,8	Angra dos Reis - RJ	17,2
Espanha	%	Portugal	%	Reino Unido	%
Rio de Janeiro - RJ	48,0	Rio de Janeiro - RJ	42,4	Rio de Janeiro - RJ	85,3
Foz do Iguaçu - PR	38,1	Salvador - BA	12,4	Foz do Iguaçu - PR	35,5
São Paulo - SP	22,7	São Paulo - SP	10,1	São Paulo - SP	24,3
Salvador - BA	14,1	Mata de São João - BA	9,0	Parati - RJ	17,9
Curitiba - PR	11,2	Fortaleza - CE	8,7	Angra dos Reis - RJ	14,1

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Tabela 15 – Principais destinos visitados a lazer, pelos turistas dos Estados Unidos, 2016

Estados Unidos	%
Rio de Janeiro - RJ	72,1
São Paulo - SP	19,3
Foz do Iguaçu - PR	15,8
Manaus - AM	7,2
Florianópolis - SC	5,8

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

5.2. Organização da Viagem

5.2.1. Fonte de Informação

Ao longo dos anos, é possível notar alterações na escolha da fonte de informação para organizar a viagem. A preponderância de informações prestadas por amigos ou parentes gradualmente está sendo substituída pelo uso da internet em quase todos os países analisados. Em 2016, apenas Paraguai e Portugal mantiveram informações de amigos e parentes acima do uso da internet.

A internet é a principal fonte de informação para todos os demais emissores de turistas ao país, apresentando crescimento durante o período analisado, em especial para o Uruguai, Argentina e Chile, com aumentos de aproximadamente 27,7, 20,9 e 20,5 pontos percentuais, respectivamente.

As informações obtidas por organização de viagens corporativas correspondem à terceira principal fonte de informação para os turistas dos Estados Unidos, com uma porcentagem de 20,5% contra 40,9% de informações pela internet e 28,6% de informação vinda de amigos e parentes, resultado que pode ser diretamente relacionado à maior proporção de viagens a negócios dos turistas oriundos deste país. Há ainda que se notar que esta fonte de informações vem apresentando queda desde 2014 para quase todos os países analisados, à exceção da Itália, que teve um aumento de 1,5 pontos percentuais no período.

Tabela 16 – Principais fontes de informação utilizada, segundo principais continentes e país de residência, 2012-2016

Fonte de Informação	Continente	País	Anos (%)				
			2012	2013	2014	2015	2016
Amigos e parentes	Europa	Portugal	38,2	38,2	39,1	41,1	41,1
		Espanha	31,4	32,6	33,1	34,9	31,6
		Alemanha	26,9	23,3	27,0	26,3	28,3
		Itália	32,2	25,7	30,5	30,4	28,1
		França	29,9	26,7	27,4	30,8	27,8
	Reino Unido	23,4	20,6	22,5	26,9	23,8	
	América do Norte	Estados Unidos	28,5	25,3	29,0	30,9	28,6
	América do Sul	Paraguai	64,7	60,3	56,1	53,7	44,4
		Argentina	30,0	30,3	30,3	29,6	26,8
		Chile	26,3	19,3	18,6	24,8	22,5
Uruguai		34,0	27,8	26,9	22,7	17,2	
Internet	Europa	Reino Unido	38,5	40,8	47,2	43,7	53,2
		França	29,7	35,1	39,5	39,7	43,3
		Alemanha	34,9	37,0	37,7	43,0	42,8
		Itália	30,6	32,5	37,1	37,9	38,7
		Espanha	31,0	30,6	35,7	34,5	37,2
	Portugal	25,0	26,6	28,2	29,5	33,9	
	América do Norte	Estados Unidos	30,3	31,0	35,9	35,8	40,9
	América do Sul	Uruguai	38,4	49,1	53,5	59,0	66,1
		Argentina	38,6	41,8	50,1	54,7	59,1
		Chile	39,6	46,0	50,9	50,8	58,3
Paraguai		14,5	15,3	19,9	27,3	35,4	
Viagens Corporativa	Europa	Itália	22,9	24,5	21,1	23,8	24,4
		Espanha	22,7	25,2	21,5	21,3	20,5
		Alemanha	19,6	20,5	18,6	17,3	17,1
		Portugal	21,1	21,5	21,0	16,6	14,2
		França	18,5	17,1	14,4	13,4	13,6
	Reino Unido	14,9	17,9	13,1	12,5	11,0	
	América do Norte	Estados Unidos	28,2	29,4	23,6	22,7	20,5
	América do Sul	Paraguai	10,6	10,0	10,8	10,4	9,3
		Chile	14,5	15,5	15,2	13,4	8,4
		Uruguai	12,9	9,6	8,7	6,5	6,3
Argentina		10,3	9,2	7,1	6,4	4,8	

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

5.2.2. Uso de Agência de Viagens

Observou-se ao longo dos anos uma redução no uso de agências para realização de viagens ao Brasil. O número de turistas que não utilizam agências subiu 9,3 pontos percentuais, saindo de uma média de 72,9% em 2012 para 82,2% em 2016. Na América do Sul as médias de turistas viajando sem a utilização de agências de viagens subiram 6,7 pontos percentuais passando de 76,4% em 2012 para 83,1% em 2016. Entre europeus e norte-americanos, a média de não utilização de agências de viagens passou de 71,0% em 2012 para 81,6% em 2016.

Os países com maior porcentagem de utilização de agências de viagens para aquisição de pacotes ou serviços avulsos em 2016 foram Portugal (30,8%), Uruguai (25,3%) e Chile (23,2%). Nota-se que entre todos os países analisados, a maioria dos turistas não utilizou agências no ano de 2016, sendo alguns países de destacaram com médias maiores 85%, como a França (87,7%), o Paraguai (86,2%) e os Estados Unidos (85,8%).

A compra de pacote turístico apresentou queda em 2016 para quase todos os países analisados, na comparação com 2012, com exceção do Uruguai, que teve aumento de 1,6 pontos percentuais e do Paraguai, que manteve o mesmo percentual apresentado em 2012.

A porcentagem de compra de serviços avulsos também apresentou decréscimo entre os países europeus de 7,8 pontos percentuais, indo de 23,1% em 2012 para 15,3% em 2016. Para os turistas norte-americanos, a queda foi ainda mais acentuada, chegando a 9,9 pontos percentuais no período. Entre os turistas da América do Sul, de modo geral a compra de serviços não apresentou variações significativas, com elevação de 0,4 pontos percentuais entre as médias de 2012 e 2016.

Tabela 17 – Tipo de uso de agências para realização de viagens ao Brasil, 2012-2016

Tipo de uso	Continente	País	Anos (%)				
			2012	2013	2014	2015	2016
Pacote	Europa	Portugal	8,0	7,1	7,9	7,2	6,5
		Reino Unido	7,7	7,1	6,8	6,2	5,3
		Alemanha	5,1	4,9	4,3	3,1	3,4
		Espanha	7,1	5,1	4,4	2,2	2,9
		França	6,3	5,5	6,0	3,3	2,9
		Itália	4,5	5,4	4,2	1,9	1,7
	América do Norte	Estados Unidos	4,1	5,3	4,7	2,8	2,8
	América do Sul	Chile	25,0	23,2	16,7	14,5	16,1
		Uruguai	12,1	11,2	7,9	9,4	13,7
		Argentina	21,3	19,5	10,7	9,0	10,3
Paraguai		6,3	10,0	7,8	3,4	6,3	
Serviços avulsos	Europa	Portugal	30,8	32,4	25,0	23,0	24,3
		Itália	26,8	27,2	23,4	21,5	17,8
		Espanha	25,7	26,1	17,6	17,0	16,1
		Alemanha	18,8	18,6	15,9	14,6	12,2
		Reino Unido	19,6	20,5	14,9	14,5	12,1
		França	17,1	15,0	11,2	10,6	9,4
	América do Norte	Estados Unidos	21,3	19,2	15,4	14,0	11,4
	América do Sul	Chile	9,0	14,1	11,2	9,3	11,6
		Argentina	6,8	9,7	7,2	8,0	7,5
		Uruguai	7,9	8,7	9,3	7,9	7,1
Paraguai		6,0	6,3	4,4	4,9	4,9	
Não utilizou	Europa	França	76,6	79,5	82,8	86,1	87,7
		Alemanha	76,1	76,5	79,8	82,3	84,4
		Reino Unido	72,7	72,4	78,3	79,3	82,6
		Espanha	67,2	68,8	78,0	80,8	81,0
		Itália	68,7	67,4	72,4	76,6	80,5
		Portugal	61,2	60,5	67,1	69,8	69,2
	América do Norte	Estados Unidos	74,6	75,5	79,9	83,2	85,8
	América do Sul	Paraguai	87,7	83,7	87,8	91,7	88,8
		Argentina	71,9	70,8	82,1	83,0	82,2
		Chile	66,0	62,7	72,2	76,2	82,2
Uruguai		80,0	80,1	82,8	82,7	79,2	

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

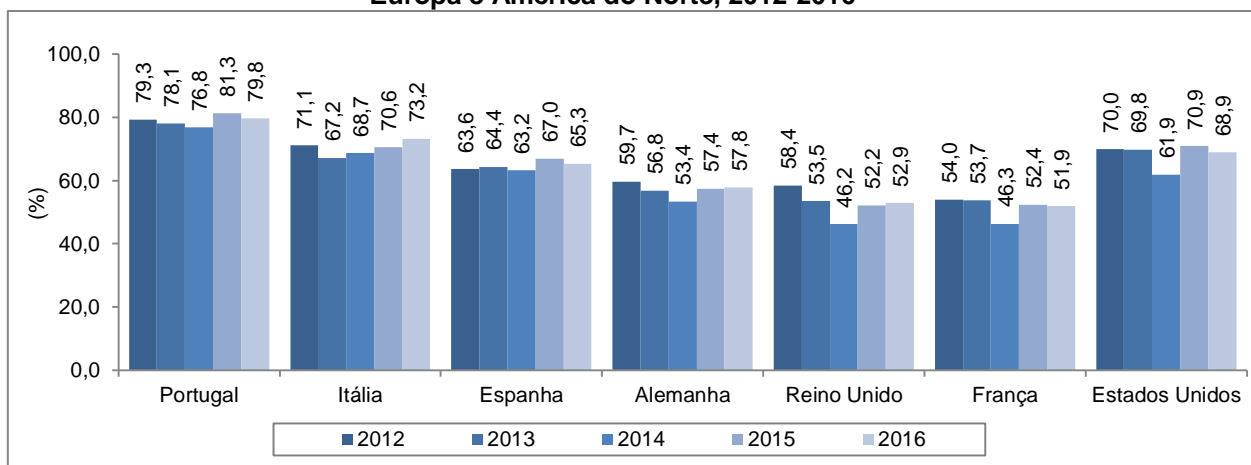
5.3. Frequência de Visita ao Brasil

A grande maioria dos turistas residentes nos países sul-americanos analisados já visitou o Brasil em outras ocasiões. Os maiores índices são encontrados entre os visitantes provenientes de Paraguai (91,0%), Uruguai (86,0%) e Argentina (79,1%), três países com os quais o Brasil faz fronteira. Entre os viajantes do Chile, a reincidência é um pouco menor, atingindo 58,3% em 2016.

Os turistas dos Estados Unidos apresentaram em 2016 taxa de retorno ao Brasil de 68,9% - valor superior ao do Chile, mas inferior ao de alguns europeus.

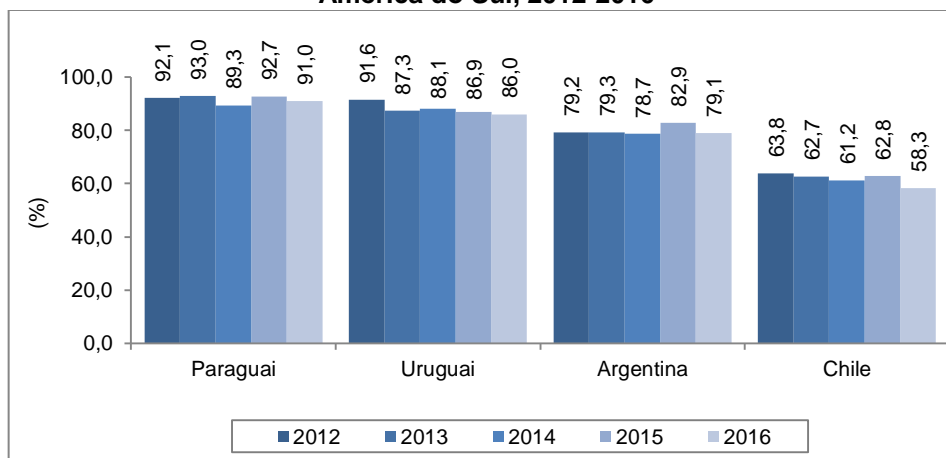
Em geral, a taxa de repetição da visita ao Brasil entre os residentes na Europa é inferior, dada a maior distância entre os continentes. Contudo, nota-se que a taxa de retorno entre os turistas de Portugal (79,8% em 2016) é muito próxima a dos argentinos. Os menores índices de visitas anteriores ao Brasil, em 2016, podem ser observados entre turistas residentes da França (51,9%) e do Reino Unido (52,9%).

**Gráfico 35 – Turistas que visitaram o Brasil em outras ocasiões
Europa e América do Norte, 2012-2016**



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

**Gráfico 36 – Turistas que visitaram o Brasil em outras ocasiões
América do Sul, 2012-2016**



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

5.4. Nível de Satisfação da Viagem

A maioria dos turistas que visitaram o Brasil terminou a viagem satisfeita. Em geral, mais de 90% dos residentes na Argentina e no Paraguai declararam essa opinião favorável sobre a permanência no país, enquanto os outros países revelaram entre 75,3% e 89,5% de seus turistas plenamente satisfeitos com a viagem – porcentagens que incluem os turistas com expectativas superadas e aqueles com as expectativas totalmente satisfeitas.

Os índices de turistas parcialmente satisfeitos com a viagem foram maiores na Europa e nos Estados Unidos, situando-se entre 12,3% e 19,6%, no período compreendido entre 2012 e 2016.

As porcentagens de decepção com a viagem são baixas, sempre inferiores a 5% das respostas, mas também se mostraram maiores entre os turistas da Europa e dos Estados Unidos, situando-se entre 1,9% e 4,4%, no período analisado.

Tabela 18 – Satisfação do turista com a viagem ao Brasil, 2012-2016

Satisfação	Continentes	País	Anos (%)				
			2012	2013	2014	2015	2016
Superou/ Atendeu	Europa	França	81,8	83,0	83,7	82,2	85,8
		Reino Unido	78,6	81,8	81,8	80,7	83,6
		Alemanha	81,2	80,6	83,5	83,0	82,2
		Espanha	75,1	78,4	75,7	78,6	81,4
		Itália	74,5	76,5	75,7	75,5	78,9
		Portugal	77,2	75,8	77,0	76,5	75,3
	América do Norte	Estados Unidos	79,1	78,2	80,9	78,4	81,7
	América do Sul	Argentina	93,1	93,5	92,1	93,9	93,6
		Paraguai	92,7	92,2	92,4	90,6	91,8
		Chile	86,7	88,1	88,4	90,2	89,5
Uruguai		94,1	90,9	91,6	90,5	89,2	
Atendeu em parte	Europa	Portugal	19,5	19,9	18,9	19,9	19,6
		Itália	21,9	19,8	20,4	20,7	16,7
		Espanha	21,0	17,5	20,5	17,5	15,0
		Alemanha	16,9	17,2	14,1	14,6	14,2
		Reino Unido	19,0	15,4	15,4	16,1	13,8
		França	16,4	14,5	13,4	14,1	12,3
	América do Norte	Estados Unidos	17,8	18,2	15,3	18,5	15,4
	América do Sul	Uruguai	5,3	8,6	7,3	8,8	9,8
		Chile	12,1	11,0	9,9	8,7	9,5
		Paraguai	6,6	6,7	6,5	9,0	7,6
Argentina		6,2	5,8	6,7	5,5	5,9	
Decepcionou	Europa	Portugal	3,3	4,3	4,1	3,6	5,1
		Itália	3,6	3,7	3,9	3,8	4,4
		Alemanha	1,9	2,2	2,4	2,4	3,6
		Espanha	3,9	4,1	3,8	3,9	3,6
		Reino Unido	2,4	2,8	2,8	3,2	2,6
		França	1,8	2,5	2,9	3,7	1,9
	América do Norte	Estados Unidos	3,1	3,6	3,8	3,1	2,9
	América do Sul	Chile	1,2	0,9	1,7	1,1	1,0
		Uruguai	0,6	0,5	1,1	0,7	1,0
		Paraguai	0,7	1,1	1,1	0,4	0,6
Argentina		0,7	0,7	1,1	0,6	0,5	

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

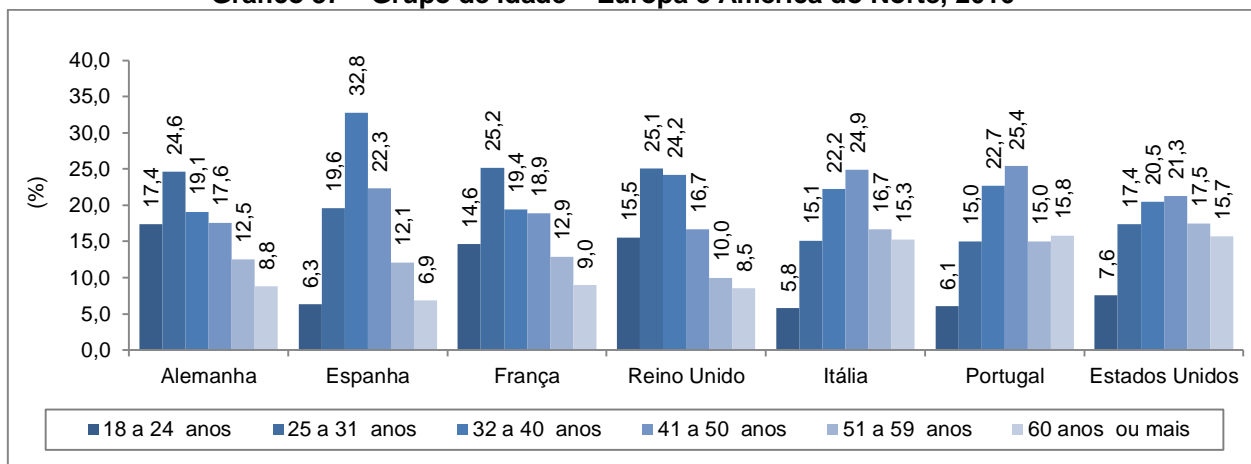
5.5. Perfil Socioeconômico

5.5.1. Idade

A idade dos turistas entrevistados que visitam o Brasil, tanto daqueles provenientes do continente americano, quanto dos oriundos da Europa, pouco se altera ao longo do período analisado. Por conta disso, os dados apresentados a seguir refletem a configuração de 2016, muito parecida com a dos demais anos.

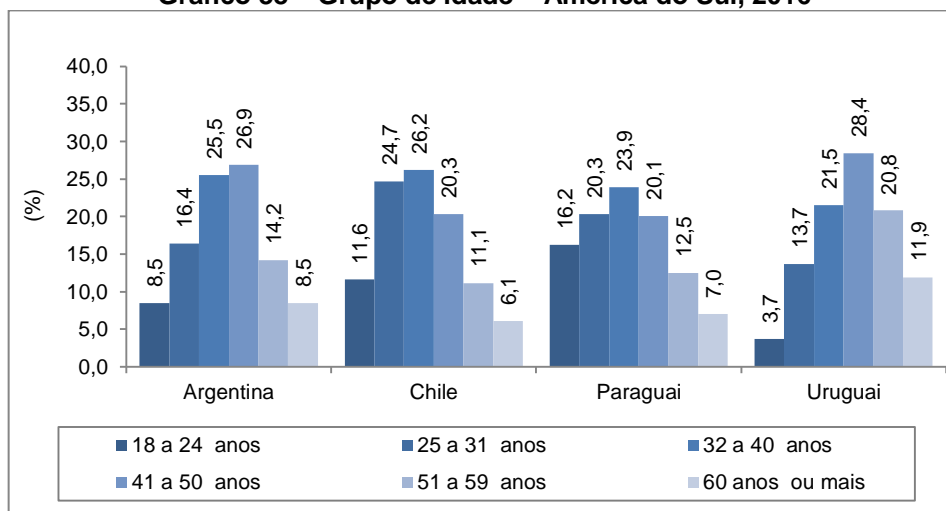
Entre os turistas do Uruguai, Argentina, Portugal e Itália predominaram os viajantes que possuem entre 41 e 50 anos. Já os viajantes que possuem entre 32 e 40 anos são os mais frequentes entre os residentes na Espanha e Chile.

Gráfico 37 – Grupo de idade – Europa e América do Norte, 2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2016.

Gráfico 38 – Grupo de idade – América do Sul, 2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2016.

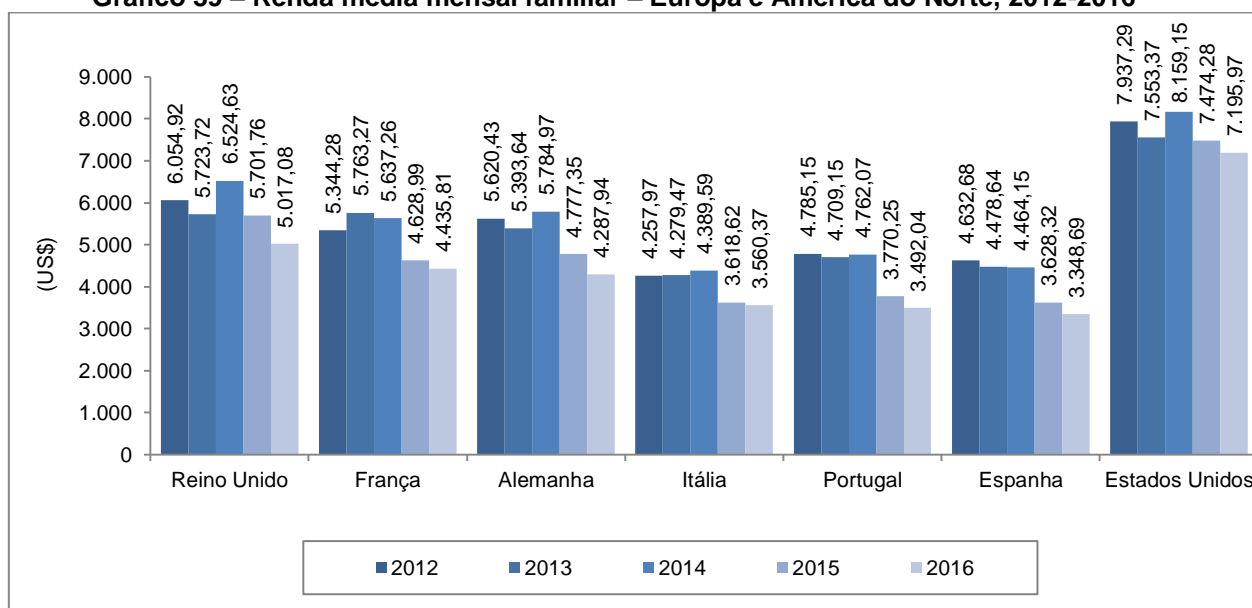
5.5.2. Renda Média Mensal Familiar

Os turistas provenientes dos Estados Unidos são detentores das maiores rendas, apresentando, em 2016, uma renda média mensal familiar de US\$ 7.195,97, valor 93,6% superior à dos visitantes do Chile, que na América do Sul possuem a maior renda média mensal familiar (US\$ 3.716,56). Os turistas residentes na Argentina apresentaram a menor média de renda mensal familiar de 2016 (US\$ 2.515,51).

Os turistas da Europa com maior renda familiar em 2016 foram os residentes do Reino Unido, com uma renda média familiar mensal de US\$ 5.017,08. Os turistas da França e da Alemanha também apresentaram rendas elevadas, acima de US\$ 4.200,00. No outro extremo, estão os turistas provenientes da Espanha, que, em 2016, registraram a menor renda média mensal familiar dentre os países europeus (US\$ 3.348,69).

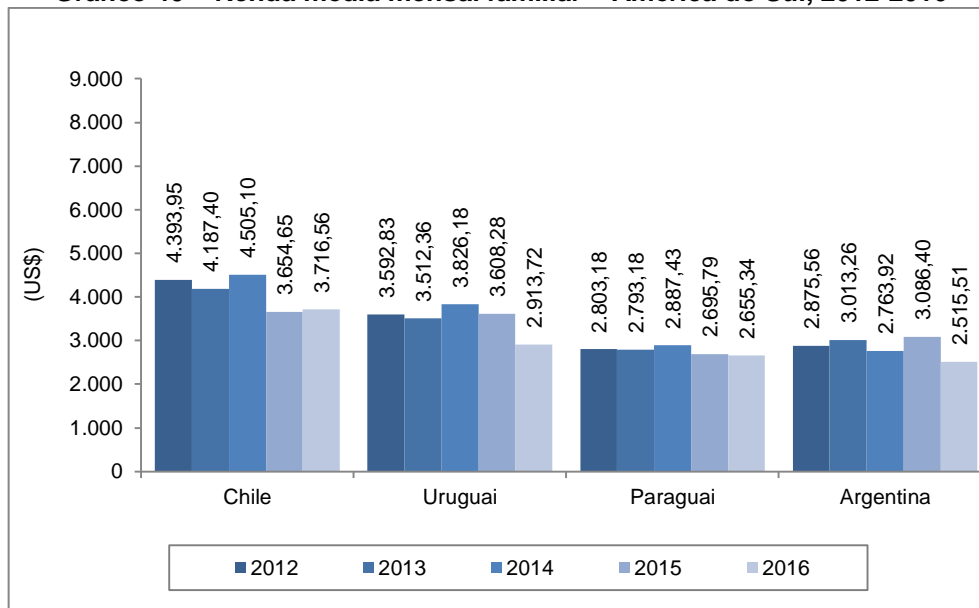
Observou-se queda na renda média mensal familiar para quase todos os países analisados em 2016, com exceção do Chile, que apresentou pequeno crescimento de 1,7% em relação ao ano anterior. As maiores quedas, no entanto, ocorreram entre os turistas do Reino Unido (12,0%), Uruguai (19,2%) e Argentina (18,5%).

Gráfico 39 – Renda média mensal familiar – Europa e América do Norte, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2013-2016.

Gráfico 40 – Renda média mensal familiar – América do Sul, 2012-2016



Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

6. PRINCIPAIS DESTINOS

A seguir serão apresentados resultados relativos à demanda turística internacional de quatorze destinos brasileiros que tradicionalmente estão entre os mais visitados. Os resultados serão apresentados e analisados de forma agrupada por região do país:

- Armação dos Búzios – RJ;
- Balneário Camboriú – SC;
- Belo Horizonte – MG;
- Brasília – DF;
- Curitiba – PR;
- Florianópolis – SC;
- Fortaleza – CE;
- Foz do Iguaçu – PR;
- Manaus – AM;
- Porto Alegre – RS;
- Recife – PE;
- Rio de Janeiro – RJ;
- Salvador – BA;
- São Paulo – SP.

6.1. Características da Viagem

6.1.1. Principais Países de Residência

Os turistas da Argentina estão entre os cinco principais emissores de turistas em todos os destinos brasileiros analisados neste relatório, segundo os dados de 2016. Além disso, entre os destinos da Região Sul do país, a Argentina figura em primeiro lugar no volume de turistas, representando mais da metade das visitas em Florianópolis - SC (73,1%) e Balneário Camboriú - SC (63,5%), e 27,5% das visitas em Foz do Iguaçu - PR. Este país ainda representa grande parte dos turistas de Armação dos Búzios - RJ (67,9%).

Além da relevante participação dos argentinos, é importante observar o predomínio dos turistas oriundos de países sul-americanos em alguns dos principais destinos do país, chegando a algo em torno de 90% em Armação dos Búzios - RJ, Balneário Camboriú - SC e em Florianópolis - SC, em 2016. Nota-se também a preponderância de turistas desse país na Região Nordeste, sendo 28,5% em Fortaleza - CE, 37,4% em Salvador - BA e 23,1% em Recife - PE.

Os turistas dos Estados Unidos, segundo maior país emissor de turistas ao Brasil, também apresentam grande participação no volume total de visitantes das regiões. Observa-se a preponderância de turistas deste país em Belo Horizonte - MG (18,5%) e São Paulo - SP (12,3%) na Região Sudeste, além de Manaus - AM (25,1%) na Região Norte e em Brasília - DF (19,3%) na Região Centro-Oeste.

Quadro 1 - Principais países de Residência – Região Sudeste, 2016

Região Sudeste	Armação dos Búzios - RJ	%	Belo Horizonte - MG	%	Rio de Janeiro - RJ	%	São Paulo - SP	%
	Argentina	67,9	Estados Unidos	18,5	Argentina	17,7	Estados Unidos	12,3
	Chile	18,7	Argentina	10,2	Estados Unidos	14,2	Argentina	12,2
	Uruguai	6,8	Itália	7,7	Chile	7,8	Bolívia	5,8
	Alemanha	1,0	Alemanha	5,6	França	6,7	Chile	5,3
	Peru	0,9	Reino Unido	5,3	Reino Unido	6,2	Paraguai	4,7

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2016.

Quadro 2 - Principais países de Residência – Região Sul, 2016

Região Sul	Balneário Camboriú - SC	%	Curitiba - PR	%	Florianópolis - SC	%	Foz do Iguaçu - PR	%	Porto Alegre - RS	%
	Argentina	63,5	Argentina	12,2	Argentina	73,1	Argentina	27,5	Argentina	16,8
	Paraguai	19,1	Estados Unidos	11,6	Uruguai	9,5	Paraguai	12,3	Estados Unidos	15,8
	Chile	7,8	Paraguai	10,9	Paraguai	3,8	Uruguai	6,3	Uruguai	8,6
	Uruguai	2,6	Alemanha	7,2	Chile	2,3	Peru	5,4	Alemanha	6,0
	Bolívia	1,5	Colômbia	4,8	Estados Unidos	1,3	Alemanha	5,2	França	4,3

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2016.

Quadro 3 - Principais países de Residência – Regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste, 2016

Região Nordeste	Fortaleza - CE	%	Salvador - BA	%	Recife - PE	%	Região Norte	Manaus - AM	%	Região Centro-Oeste	Brasília - DF	%
	Argentina	28,5	Argentina	37,4	Argentina	23,1		Estados Unidos	25,1		Estados Unidos	19,3
	Itália	10,4	Estados Unidos	8,0	Estados Unidos	13,0		Venezuela	17,1		Argentina	11,2
	Estados Unidos	9,3	Chile	7,1	Alemanha	8,8		China	5,4		Colômbia	7,9
	Portugal	8,6	Itália	5,0	Portugal	7,2		Alemanha	4,7		França	5,9
	França	6,7	França	5,0	Itália	5,6		Holanda	4,1		México	4,7

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2016.

6.1.2. Motivação da Viagem

De um modo geral, observou-se nos municípios das cinco regiões analisadas que as destinações litorâneas ou as que se destacam por suas belezas naturais atraem preponderantemente turistas motivados pelo lazer. Já as capitais Curitiba - PR, Porto Alegre - RS, São Paulo - SP, Belo Horizonte - MG e Brasília - DF tendem a atrair principalmente turistas motivados a negócios, eventos e convenções, ou outros motivos (predominando-se visita a amigos e parentes).

Entre os principais destinos do país que se destacaram como principais receptores das viagens a lazer, Armação dos Búzios - RJ, Florianópolis - SC e Balneário Camboriú - SC ultrapassam os 90% de turistas com esta motivação durante os anos do período analisado (2012-2016). Foz do Iguaçu - PR também se destaca como um importante destino a lazer (80,4% em 2016).

As capitais, de maneira geral, mantêm relativa constância de proporção de turistas a lazer na comparação entre os anos de 2012 e 2016. Em praticamente todas as localidades aqui analisadas houve um pico de viagens a lazer no ano de 2014 por conta da Copa do Mundo de Futebol no Brasil.

Tabela 19 – Viagens a Lazer, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Viagens a Lazer / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Armação dos Búzios - RJ	92,9	93,2	93,0	95,3	95,9
	Rio de Janeiro - RJ	56,1	49,8	70,0	64,0	64,1
	São Paulo - SP	13,0	13,3	23,6	12,9	16,3
	Belo Horizonte - MG	10,7	14,8	30,2	9,8	11,5
Região Sul	Balneário Camboriú - SC	92,5	91,5	92,6	90,4	91,9
	Florianópolis - SC	90,6	91,5	91,2	91,1	91,1
	Foz do Iguaçu - PR	79,3	79,4	78,8	71,5	80,4
	Curitiba - PR	11,5	16,7	26,2	14,5	15,3
	Porto Alegre - RS	14,1	21,0	52,1	13,0	21,8
Região Nordeste	Salvador - BA	48,0	51,4	52,5	60,3	59,9
	Fortaleza - CE	41,1	35,0	51,2	37,7	50,6
	Recife - PE	25,3	26,1	53,2	25,9	34,7
Região Norte	Manaus - AM	37,1	37,8	53,6	56,5	48,0
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	13,7	15,0	39,4	13,8	8,9

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

São Paulo apresenta-se como um importante destino de turismo a negócios no país. Embora se observe uma queda percentual em 2016 em relação aos anos anteriores, ainda preponderam na cidade turistas internacionais que visitam a cidade por esse motivo (47,4%).

Tabela 20 – Viagens a negócios, eventos e convenções, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Viagens a negócios, eventos e convenções / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	São Paulo - SP	55,7	57,6	48,5	51,6	47,4
	Belo Horizonte - MG	28,9	31,9	28,9	28,0	33,3
	Rio de Janeiro - RJ	24,4	21,8	16,3	18,2	20,2
	Armação dos Búzios - RJ	2,6	1,7	2,6	0,5	0,9
Região Sul	Porto Alegre - RS	40,3	40,5	23,1	34,8	34,3
	Curitiba - PR	35,3	36,4	29,0	32,1	32,5
	Foz do Iguaçu - PR	6,7	7,4	10,0	7,6	6,2
	Florianópolis - SC	2,5	1,9	2,8	1,9	3,1
	Balneário Camboriú - SC	3,3	1,4	3,0	3,2	2,2
Região Nordeste	Recife - PE	23,5	33,6	19,2	22,2	14,7
	Fortaleza - CE	23,6	23,9	17,6	22,7	13,7
	Salvador - BA	18,2	14,7	18,0	11,3	13,1
Região Norte	Manaus - AM	39,1	38,2	24,9	24,0	24,0
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	48,8	38,0	27,5	27,1	29,3

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

De maneira geral, os outros motivos de viagem vêm apresentando aumento de incidência em todos os destinos analisados entre 2012 e 2016, especialmente entre as capitais. Destacam-se em 2016 Brasília - DF (61,8%), Belo Horizonte - MG (55,2%), Curitiba - PR (52,2%), Recife - PE (50,6%) e Porto Alegre - RS (43,9%). A maior oscilação no período é observada em Brasília - DF, com aumento de 24,3 pontos percentuais de 2012 a 2016.

Tabela 21 – Viagens por outros motivos, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Belo Horizonte - MG	60,4	53,3	40,9	62,2	55,2
	Rio de Janeiro - RJ	19,5	28,4	13,7	17,8	15,7
	São Paulo - SP	31,3	29,1	27,9	35,5	36,3
	Armação dos Búzios - RJ	4,5	5,1	4,4	4,2	3,2
Região Sul	Curitiba - PR	53,2	46,9	44,8	53,4	52,2
	Porto Alegre - RS	45,6	38,5	24,8	52,2	43,9
	Foz do Iguaçu - PR	14,0	13,2	11,2	20,9	13,4
	Florianópolis - SC	6,9	6,6	6,0	7,0	5,8
	Balneário Camboriú - SC	4,2	7,1	4,4	6,4	5,9
Região Nordeste	Recife - PE	51,2	40,3	27,6	51,9	50,6
	Fortaleza - CE	35,3	41,1	31,2	39,6	35,7
	Salvador - BA	33,8	33,9	29,5	28,4	27,0
Região Norte	Manaus - AM	23,8	24,0	21,5	19,5	28,0
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	37,5	47,0	33,1	59,1	61,8

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Ainda em relação às motivações das viagens, destaca-se o detalhamento dos motivos das viagens a lazer. É importante salientar que os resultados não se referem necessariamente às motivações que levaram o turista a visitar as localidades que estão sendo aqui analisadas, mas sim o Brasil como um todo. O turista pode ter visitado mais de uma localidade em sua viagem ao país e, dessa forma, os resultados não representam necessariamente um atributo da localidade – pode haver, por exemplo, incidência de viagens por lazer de sol e praia em Belo Horizonte - MG, município não situado na costa brasileira.

Os turistas a lazer motivados pelo sol e praia foram destaque em Florianópolis - SC e Balneário Camboriú - SC, representando mais de 95% das viagens a lazer a esses destinos em 2016. Destaca-se, também, Armação dos Búzios - RJ, com 82,6% de seus turistas de lazer mostrando-se interessados principalmente por sol e praia. Há também Fortaleza - CE, Recife - PE e Salvador - BA, capitais costeiras da região Nordeste, que apresentaram elevados percentuais de visitas a lazer motivadas por sol e praia em 2016 (89,0%, 86,3% e 75,0% respectivamente).

Tabela 22 – Viagens por motivação sol e praia, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Armação dos Búzios - RJ	84,6	84,6	78,5	81,9	82,6
	Rio de Janeiro - RJ	53,4	52,8	30,2	52,8	48,0
	Belo Horizonte - MG	14,1	15,0	7,7	15,2	32,3
	São Paulo - SP	26,7	24,2	18,0	21,7	24,7
Região Sul	Florianópolis - SC	93,3	94,5	94,0	95,8	96,1
	Balneário Camboriú - SC	92,2	90,3	93,4	95,4	95,2
	Curitiba - PR	33,1	44,3	22,5	13,5	31,4
	Porto Alegre - RS	25,0	26,1	5,7	47,1	21,1
	Foz do Iguaçu - PR	2,7	6,3	5,4	4,5	5,1
Região Nordeste	Fortaleza - CE	68,6	76,8	43,8	77,4	89,0
	Recife - PE	76,3	58,9	23,0	70,5	86,3
	Salvador - BA	60,5	64,2	34,2	69,8	75,0
Região Norte	Manaus - AM	3,7	4,5	7,5	13,9	10,1
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	20,2	12,9	4,1	17,4	27,0

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

O destino com maior incidência de turistas a lazer motivados pela natureza, ecoturismo ou aventura, entre os destinos analisados, foi Foz do Iguaçu - PR, totalizando 85,0% de seus turistas em 2016. Manaus – AM também apresenta elevado percentual de turistas neste segmento, com 71,3% em 2016.

Tabela 23 – Viagens por motivação natureza, ecoturismo ou aventura, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Rio de Janeiro - RJ	21,9	21,9	11,3	18,7	20,5
	São Paulo - SP	18,9	18,8	11,0	21,3	21,9
	Belo Horizonte - MG	38,5	20,7	6,0	24,2	23,5
	Armação dos Búzios - RJ	9,7	9,1	8,1	5,8	8,9
Região Sul	Foz do Iguaçu - PR	89,8	83,9	84,4	86,5	85,0
	Curitiba - PR	38,9	23,1	19,5	38,0	35,6
	Porto Alegre - RS	15,6	21,8	3,9	28,6	38,2
	Florianópolis - SC	4,4	3,2	2,5	2,2	2,8
	Balneário Camboriú - SC	6,1	5,6	3,2	2,8	3,5
Região Nordeste	Salvador - BA	14,9	12,4	8,9	8,3	10,0
	Recife - PE	8,8	13,6	5,9	7,0	5,1
	Fortaleza - CE	11,0	8,2	5,3	11,1	4,4
Região Norte	Manaus - AM	64,5	73,3	27,5	68,3	71,3
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	28,8	23,1	5,6	36,8	25,8

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Cultura apresenta-se como importante atrativo em algumas cidades analisadas. Em São Paulo - SP, a cultura preponderou entre os turistas motivados a lazer em todos os anos da pesquisa, registrando 42,8% em 2016. Tal motivo também se revelou significativo entre os turistas de Belo Horizonte – MG (39,7%), Brasília - DF (38,4%) e Porto Alegre - RS (34,1%).

Apesar da queda significativa de 2015 para 2016 (-8,3%), Salvador - BA mostra-se um importante local de turismo cultural da Região Nordeste, apresentando média percentual de 17,7% no período analisado.

Tabela 24 – Viagens por motivação cultura, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Viagens por motivação cultura / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	São Paulo - SP	44,4	46,9	21,5	46,5	42,8
	Belo Horizonte - MG	39,9	21,3	9,7	43,0	39,7
	Rio de Janeiro - RJ	19,4	21,6	15,2	25,4	18,2
	Armação dos Búzios - RJ	4,3	4,6	7,0	11,0	7,6
Região Sul	Porto Alegre - RS	28,1	19,1	5,4	21,3	34,1
	Curitiba - PR	19,1	30,7	22,2	33,8	25,5
	Foz do Iguaçu - PR	5,6	7,7	7,9	6,8	7,4
	Florianópolis - SC	1,8	1,7	1,7	1,6	1,1
	Balneário Camboriú - SC	0,2	3,1	1,9	0,9	1,0
Região Nordeste	Recife - PE	13,1	21,3	6,7	17,8	8,3
	Salvador - BA	21,6	20,5	12,2	21,3	13,0
	Fortaleza - CE	8,3	5,2	4,9	6,6	3,8
Região Norte	Manaus - AM	15,5	18,4	23,0	13,2	14,0
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	43,5	48,7	9,5	37,8	38,4

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

6.1.3. Tipos de Alojamentos Utilizados

Em 2016, hotel, flat ou pousada representaram os principais meios de hospedagem utilizados para permanência no Brasil em grande parte das cidades em análise. Na Região Sudeste a maior participação relativa se deu em Armação dos Búzios - RJ, onde aproximadamente 89,4% de seus turistas utilizaram estes tipos de hospedagem. Também em São Paulo - SP e Rio de Janeiro - SP, em uma proporção menor, estes foram os meios de hospedagem predominantes, representando 60,1% e 54,3%, respectivamente.

Na Região Sul o predomínio dos hotéis, flats ou pousadas é notável em Foz do Iguaçu - PR, chegando a 67,4% das hospedagens em 2016. Para os demais destinos da região, estes tipos de hospedagem apresentaram percentuais significativos também, ainda que em menor escala (inferiores a 47%).

Nas regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste também recebem um número bastante significativo de turistas internacionais que se hospedaram em hotel, flat ou pousada. Em Fortaleza - CE (51,3%), Salvador - BA (55,9%) e Manaus - AM (58,3%), mais da metade desses turistas se hospedaram nesse tipo de estabelecimentos em 2016.

Tabela 25 – Hospedagem em hotel, flat ou pousada, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Hospedagem em hotel, flat ou pousada / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Armação dos Búzios - RJ	86,6	85,2	83,3	88,6	89,4
	São Paulo - SP	64,2	64,6	61,6	60,4	60,1
	Rio de Janeiro - RJ	54,3	50,3	46,8	54,3	54,3
	Belo Horizonte - MG	35,2	38,2	37,6	33,2	37,1
Região Sul	Foz do Iguaçu - PR	77,6	75,4	71,5	65,8	67,4
	Balneário Camboriú - SC	50,6	45,6	45,5	40,6	45,2
	Florianópolis - SC	37,0	41,6	40,8	39,2	39,1
	Curitiba - PR	42,1	43,2	38,4	39,6	41,6
	Porto Alegre - RS	46,6	54,3	47,6	44,3	46,3
Região Nordeste	Fortaleza - CE	47,1	48,8	44,9	46,6	51,3
	Salvador - BA	47,4	47,4	48,6	50,7	55,9
	Recife - PE	38,4	43,0	48,3	37,1	39,4
Região Norte	Manaus - AM	66,0	50,9	53,0	66,1	58,3
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	54,0	47,2	48,6	26,4	30,9

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Destaca-se na utilização de casas de amigos e parentes o caso de Brasília, onde 59,4% de seus turistas se hospedaram neste tipo de acomodação em 2016, apesar de ser notável a inconstância deste tipo de acomodação no período analisado.

Casa de amigos e parentes também apresentou incidências significativas em Belo Horizonte - MG (51,7%), Curitiba - PR (47,1%), Porto Alegre - RS (39,5%) e Recife - PE (45,0%).

As maiores quedas percentuais por esse tipo de hospedagem no período de 2012 a 2016 foram observadas em Salvador - BA (-8,7%), Rio de Janeiro - RJ (-5,6%) e Recife - PE (-5,2%).

Tabela 26 – Hospedagem em casa de amigos e parentes, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Hospedagem em Casa de amigos e parentes / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Belo Horizonte - MG	55,5	52,4	48,9	55,8	51,7
	São Paulo - SP	30,4	26,9	29,3	31,0	30,9
	Rio de Janeiro - RJ	20,8	20,4	18,1	18,2	15,2
	Armação dos Búzios - RJ	6,7	5,7	5,6	5,0	4,0
Região Sul	Curitiba - PR	47,4	47,2	50,7	50,1	47,1
	Porto Alegre - RS	41,0	35,8	29,8	46,0	39,5
	Foz do Iguaçu - PR	13,4	14,3	11,7	18,6	10,5
	Florianópolis - SC	7,9	8,8	8,2	8,9	6,0
	Balneário Camboriú - SC	5,7	10,5	7,0	12,1	6,5
Região Nordeste	Recife - PE	50,2	43,2	34,5	46,7	45,0
	Salvador - BA	33,4	28,8	28,3	25,6	24,7
	Fortaleza - CE	34,1	36,3	33,0	35,7	29,6
Região Norte	Manaus - AM	20,4	22,0	26,9	14,9	23,1
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	40,8	44,8	37,6	66,2	59,4

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

A substancial utilização de casa alugada em Florianópolis - SC e Balneário Camboriú - SC, superior a 40%, é uma característica ainda exclusiva dos destinos analisados deste estado, que possuem grande oferta desses meios de hospedagem, ocupados, em sua maioria, por turistas residentes em países sul-americanos. Mas entre 2012 e 2016 só não foi registrado crescimento deste tipo de alojamento em Curitiba - PR. No Rio de Janeiro houve a evolução mais destacada, na marca de 7 pontos percentuais.

Tabela 27 – Hospedagem em em casa alugada, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Hospedagem em Casa alugada / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Rio de Janeiro - RJ	8,1	7,3	13,5	9,6	15,1
	Armação dos Búzios - RJ	3,1	3,6	6,5	3,1	4,4
	São Paulo - SP	1,8	2,2	2,4	2,6	3,0
	Belo Horizonte - MG	1,4	1,4	4,9	2,0	3,1
Região Sul	Florianópolis - SC	46,5	42,7	40,4	44,8	46,6
	Balneário Camboriú - SC	39,0	36,6	41,5	39,5	42,8
	Curitiba - PR	3,4	2,3	3,5	2,8	3,1
	Porto Alegre - RS	3,0	3,3	4,2	3,1	5,1
	Foz do Iguaçu - PR	0,3	0,3	0,3	0,2	0,9
Região Nordeste	Fortaleza - CE	6,4	6,9	12,2	6,4	8,7
	Recife - PE	5,3	3,2	7,5	5,9	5,5
	Salvador - BA	3,4	6,4	6,8	4,5	4,3
Região Norte	Manaus - AM	0,6	1,3	2,1	1,1	2,6
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	1,8	3,4	6,4	0,9	2,9

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

6.1.4. Composição do Grupo Turístico

É nítida a maior incidência de turistas internacionais sem nenhum acompanhante nas principais capitais analisadas, representando mais da metade dos turistas que visitaram Brasília (66,9%), Belo Horizonte (65,2%), São Paulo - SP (62,8%), Curitiba - PR (59,0%), Porto Alegre - RS (56,0%) e Recife - PE (51,5%) em 2016. É válido notar que há uma relação entre viagens sem nenhum acompanhante e destinos com forte presença de turismo motivado por negócios, eventos e convenções - casos de São Paulo - SP, Porto Alegre - RS, Curitiba - PR e Brasília - DF, por exemplo.

Tabela 28 – Viagens sem nenhum acompanhante, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Viagens sem acompanhante / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Belo Horizonte - MG	60,7	57,6	53,4	71,2	65,2
	São Paulo - SP	60,8	63,7	58,5	62,1	62,8
	Rio de Janeiro - RJ	39,1	35,9	34,4	36,4	35,2
	Armação dos Búzios - RJ	7,6	9,1	9,1	7,5	6,8
Região Sul	Curitiba - PR	57,4	55,6	56,2	58,6	59,0
	Porto Alegre - RS	58,2	52,5	38,6	56,3	56,0
	Foz do Iguaçu - PR	20,9	17,3	20,4	23,2	25,8
	Florianópolis - SC	9,6	8,0	9,2	9,0	8,3
	Balneário Camboriú - SC	10,1	7,5	7,9	9,3	6,4
Região Nordeste	Recife - PE	50,9	55,2	47,8	54,1	51,5
	Fortaleza - CE	51,6	49,0	41,7	45,7	43,7
	Salvador - BA	43,2	41,5	41,4	39,3	33,4
Região Norte	Manaus - AM	41,1	51,7	43,7	40,5	46,8
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	52,6	51,1	48,6	62,4	66,9

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

As viagens em família são bastante frequentes nas destinações de Santa Catarina, onde há forte presença do turismo motivado pelo lazer e com acesso pelas vias terrestres, totalizando mais de 65% dos turistas de Balneário Camboriú - SC e Florianópolis - SC em 2016, com índices crescentes no período analisado.

Tabela 29 – Viagens em família, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Viagens em família / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Armação dos Búzios - RJ	30,0	27,7	28,7	31,4	33,8
	Rio de Janeiro - RJ	12,8	13,0	13,2	16,3	17,0
	Belo Horizonte - MG	11,9	13,3	16,6	11,7	13,9
	São Paulo - SP	9,2	7,1	10,7	10,3	9,7
Região Sul	Balneário Camboriú - SC	57,4	61,7	60,5	63,9	67,3
	Florianópolis - SC	59,9	63,4	62,7	63,7	66,7
	Foz do Iguaçu - PR	27,7	28,7	30,4	34,4	31,2
	Porto Alegre - RS	14,5	11,4	13,9	15,0	17,6
	Curitiba - PR	15,0	13,4	14,4	14,3	14,7
Região Nordeste	Salvador - BA	17,3	18,7	16,5	20,2	26,2
	Fortaleza - CE	12,7	16,5	18,4	22,3	22,2
	Recife - PE	17,8	14,8	14,6	16,5	18,9
Região Norte	Manaus - AM	14,9	11,4	22,1	23,0	12,7
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	10,1	12,7	15,7	12,0	13,3

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

É interessante observar que, embora Armação dos Búzios - RJ seja bastante semelhante a Balneário Camboriú - SC e Florianópolis - SC no que se refere aos principais países emissores e motivação da viagem, as destinações diferem no tipo de turistas que atraem, já que quase metade dos turistas de Armação dos Búzios - RJ viaja em casais sem filhos (47,5%), enquanto em Florianópolis - SC (14,0%) e Balneário Camboriú - SC (13,0%) este tipo de grupo é menos comum.

Tabela 30 – Viagens em casal sem filhos, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Viagens em casal sem filhos / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Armação dos Búzios - RJ	49,4	47,8	47,5	48,3	47,5
	Rio de Janeiro - RJ	22,8	19,4	16,4	23,7	22,2
	São Paulo - SP	8,6	7,7	7,6	8,3	8,2
	Belo Horizonte - MG	12,7	9,8	9,5	7,3	7,5
Região Sul	Foz do Iguaçu - PR	31,4	32,4	25,6	25,7	24,8
	Florianópolis - SC	16,1	14,8	13,7	15,0	14,0
	Balneário Camboriú - SC	19,6	16,1	18,9	16,7	13,0
	Curitiba - PR	9,7	10,6	12,4	11,3	11,4
	Porto Alegre - RS	7,6	16,5	8,4	9,6	11,3
Região Nordeste	Salvador - BA	21,2	21,6	16,0	23,7	23,9
	Recife - PE	14,5	15,3	12,0	18,0	21,4
	Fortaleza - CE	16,1	15,0	13,6	15,2	20,6
Região Norte	Manaus - AM	13,1	17,2	11,5	15,5	18,6
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	17,8	13,5	9,6	9,2	8,1

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

As viagens com grupos de amigos sempre foram menos preponderantes no período analisado, e apresentaram estabilidade em boa parte das localidades em que ainda possuíam uma relativa incidência, com exceção ao ano de 2014 devido a peculiaridade das viagens da Copa do Mundo de Futebol. Em 2016 destacaram-se Rio de Janeiro - RJ (17,9%), Foz do Iguaçu - PR (16,0%) e Manaus - AM (14,8%).

Tabela 31 – Viagens com amigos, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Viagens com amigos / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Rio de Janeiro - RJ	17,0	22,3	28,8	17,2	17,9
	Armação dos Búzios - RJ	12,2	13,4	13,6	12,1	11,6
	São Paulo - SP	6,3	6,5	9,7	5,6	7,0
	Belo Horizonte - MG	7,0	9,9	11,6	4,3	3,4
Região Sul	Foz do Iguaçu - PR	16,2	17,8	20,2	14,3	16,0
	Balneário Camboriú - SC	10,9	10,9	11,9	8,7	12,5
	Florianópolis - SC	11,7	11,9	12,4	11,6	10,1
	Porto Alegre - RS	8,2	8,3	31,8	7,3	5,8
	Curitiba - PR	5,6	8,0	8,7	7,0	5,7
Região Nordeste	Salvador - BA	10,7	12,6	20,5	13,0	11,7
	Fortaleza - CE	15,1	11,5	19,6	9,1	10,7
	Recife - PE	8,5	5,4	20,4	4,6	3,9
Região Norte	Manaus - AM	19,2	9,6	17,6	12,9	14,8
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	6,4	6,3	16,4	7,0	4,5

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

6.1.5. Gasto Médio per capita diário

Como já destacado na análise do gasto médio per capita diário nos resultados gerais (capítulo 4.1.3), as análises simples dos dados podem ser bastante enganosas por não levarem em consideração a oscilação de câmbio e a inflação ao longo do período analisado. Como nos resultados gerais os cálculos já foram ajustados, faremos aqui apenas uma análise descritiva do ano mais recente (2016) dos destinos visitados.

Em 2016, na Região Sudeste, os maiores gastos per capita diários foram realizados pelos turistas que visitaram a cidade do Rio de Janeiro - RJ (US\$ 79,49). São Paulo - SP (US\$ 69,80) e Armação dos Búzios - RJ (US\$ 67,82) apresentaram valores elevados. Na região Sul, somente Foz do Iguaçu - PR destaca-se em todo o período pelo gasto per capita diário significativamente superior aos demais destinos analisados (US\$ 77,88) em 2016.

Tabela 32 – Gasto médio per capita diário, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Gasto médio per capita diário / Anos (US\$)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Rio de Janeiro - RJ	94,05	86,56	98,50	78,37	79,49
	São Paulo - SP	92,90	94,33	103,54	68,99	69,80
	Armação dos Búzios - RJ	75,99	68,83	68,02	70,49	67,82
	Belo Horizonte - MG	60,22	56,01	62,23	45,11	48,32
Região Sul	Foz do Iguaçu - PR	72,31	82,11	93,93	69,35	77,88
	Florianópolis - SC	58,18	52,90	55,61	50,15	47,98
	Balneário Camboriú - SC	57,95	52,87	54,18	75,71	45,45
	Porto Alegre - RS	52,48	61,31	59,39	42,63	43,67
Região Nordeste	Curitiba - PR	54,08	60,16	60,66	50,45	43,44
	Salvador - BA	64,85	54,84	70,72	54,90	54,57
	Fortaleza - CE	79,41	87,33	78,94	50,45	49,29
Região Norte	Recife - PE	51,47	53,41	78,11	51,34	35,13
	Manaus - AM	81,65	70,25	86,55	72,31	67,54
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	67,34	57,88	75,64	42,54	41,43

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

6.1.6. Permanência Média no Destino

A permanência média apresentada neste capítulo se refere ao tempo que o turista manteve estada no destino (município) em questão, durante sua viagem ao Brasil, informação que difere dos demais capítulos, onde se referia ao tempo de estada total no Brasil.

Dentre as cidades analisadas, na Região Sudeste a maior permanência média de 2016 foi observada em Belo Horizonte - MG (14,7 pernoites). São Paulo - SP (9,5 pernoites) e Rio de Janeiro - RJ (9,3 pernoites) mostraram médias próximas, em um patamar mais baixo. Mais reduzida foi a média de Armação dos Búzios - SP (6,5 pernoites).

Na região Sul, a permanência em Foz do Iguaçu - PR (média aproximada de 3 pernoites) mostra-se sempre inferior à média das demais localidades.

Nas demais regiões, Recife - PE (14,5 pernoites), Fortaleza - CE (12,9 pernoites) e Brasília - DF (12,6 pernoites) foram as cidades que apresentaram as maiores médias de pernoites em 2016.

Tabela 33 – Permanência média no destino, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Permanência média no destino / Anos (dias)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Belo Horizonte - MG	12,0	12,4	14,9	14,5	14,7
	São Paulo - SP	10,5	10,4	9,7	9,7	9,5
	Rio de Janeiro- RJ	9,3	9,3	11,0	8,9	9,3
	Armação dos Búzios - RJ	6,4	7,1	7,8	6,8	6,5
Região Sul	Florianópolis - SC	11,2	11,0	11,1	11,0	10,6
	Curitiba - PR	11,5	9,9	11,5	10,9	10,1
	Porto Alegre - RS	9,8	9,3	11,4	10,5	9,9
	Balneário Camboriú - SC	8,5	9,8	8,8	9,8	9,4
	Foz do Iguaçu - PR	3,1	3,1	3,1	3,2	3,1
Região Nordeste	Recife - PE	13,5	11,8	12,1	13,5	14,5
	Fortaleza - CE	14,5	14,3	15,5	13,8	12,9
	Salvador - BA	10,6	10,3	10,8	9,1	8,6
Região Norte	Manaus - AM	14,2	10,6	9,3	8,7	8,3
Região Centro-Oeste	Belo Horizonte - MG	12,0	12,4	14,9	14,5	14,7

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

6.2. Satisfação e Avaliações

6.2.1. Nível de Satisfação da Viagem

De um modo geral, os turistas de todas as localidades analisadas terminaram suas viagens ao país satisfeitos, com uma média sempre superior a 75% de expectativas plenamente atendidas ou superadas.

Quatro destinos que apresentam alto índice de motivação a lazer (Balneário Camboriú - SC, Armação dos Búzios - RJ, Foz do Iguaçu - PR e Florianópolis - SC) apresentaram os maiores índices de satisfação dos turistas, com mais de 90% cada, em 2016.

Tabela 34 – Turistas plenamente satisfeitos com a viagem, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Satisfação plena com a viagem / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Armação dos Búzios - RJ	91,8	93,6	91,6	91,3	90,3
	São Paulo - SP	79,6	80,0	81,7	83,5	86,7
	Rio de Janeiro - RJ	84,5	84,3	84,8	85,3	86,0
	Belo Horizonte - MG	72,7	73,1	79,4	77,5	83,8
Região Sul	Florianópolis - SC	93,2	93,9	94,9	94,3	93,7
	Balneário Camboriú - SC	92,6	96,2	95,4	92,7	92,0
	Foz do Iguaçu - PR	92,8	93,0	92,7	93,4	92,0
	Curitiba - PR	85,3	83,6	84,9	85,5	88,3
Região Nordeste	Porto Alegre - RS	84,5	80,7	86,0	85,1	84,0
	Salvador - BA	75,3	76,9	76,2	84,2	84,8
	Recife - PE	78,1	78,1	80,7	74,5	82,4
Região Norte	Fortaleza - CE	74,7	73,8	80,0	75,3	75,2
	Manaus - AM	79,0	76,3	77,1	82,0	87,0
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	79,4	80,8	75,9	83,0	79,4

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

O percentual de expectativas frustrada é baixo em todos os destinos analisados. Recife - PE e Brasília - DF apresentaram os valores mais altos, com 5,6% cada.

Tabela 35 – Turistas insatisfeitos com a viagem, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Insatisfação com a viagem / Anos (%)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	Belo Horizonte - MG	4,0	5,1	2,9	2,7	1,9
	Rio de Janeiro - RJ	1,6	1,6	2,4	1,9	1,5
	Armação dos Búzios - RJ	0,8	1,0	1,1	0,9	1,4
	São Paulo - SP	2,5	2,3	2,6	2,2	1,3
Região Sul	Porto Alegre -RS	2,1	3,0	2,6	0,9	2,9
	Curitiba - PR	1,5	1,7	1,6	1,9	2,8
	Foz do Iguaçu - PR	1,0	0,7	0,3	0,6	0,7
	Florianópolis - SC	0,7	0,9	0,3	0,8	0,6
Região Nordeste	Balneário Camboriú - SC	1,1	0,5	0,7	0,8	0,5
	Recife - PE	3,0	0,6	1,4	4,4	5,6
	Fortaleza - CE	3,6	3,7	2,6	2,7	2,5
Região Norte	Salvador - BA	5,3	4,7	5,2	1,8	2,1
	Manaus - AM	1,4	5,3	2,2	1,8	2,5
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	1,2	3,5	4,2	2,1	5,6

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

6.2.2. Avaliação da Infraestrutura e dos Serviços Turísticos

Com base nas avaliações que os turistas fizeram da infraestrutura e dos serviços turísticos das localidades, são descritas a seguir as principais informações de cada uma das localidades analisadas, agrupadas por regiões¹⁰.

No geral, observa-se que os turistas que visitam as localidades analisadas da Região Sul apresentam-se mais satisfeitos com a infraestrutura e serviços públicos utilizados do que os turistas das demais localidades. Porto Alegre - RS, no entanto, possui mais críticas em relação à infraestrutura que as demais localidades da Região Sul. Nessa mesma região do Brasil, as maiores críticas ficam por conta dos serviços de telecomunicações e das rodovias.

A Região Sudeste, em média, também tem preços, telecomunicações e rodovias como os itens com índices mais baixos de avaliação positiva, seguidos pela sinalização turística, limpeza pública e segurança pública.

A Região Nordeste possui mais problemas em relação à infraestrutura pública, segundo a opinião dos turistas residentes no exterior que visitaram a região. Limpeza pública, rodovias, segurança pública e telecomunicações são itens que recorrentemente figuram como piores em avaliações.

Os turistas de Manaus dão menos avaliações positivas para limpeza pública, telecomunicações e rodovias. Em Brasília, destaque negativo para preços, transporte público e rodovias.

De maneira geral, os itens que obtiveram as melhores avaliações em todas as regiões foram hospitalidade, restaurantes, gastronomia e o alojamento.

¹⁰ Nas tabelas desta seção os itens avaliados estão classificados em ordem decrescente da avaliação positiva do ano de 2016. Os dados de avaliação levam em consideração três grupos: infraestrutura, infraestrutura turística e serviços turísticos.

Região Sul

Florianópolis - SC

A hospitalidade, seguida pelo alojamento, são os itens que mais agradaram os turistas internacionais de Florianópolis – SC em 2016. Entre o período analisado (2012-2016), a média percentual é de 98,8% de avaliações positivas para a hospitalidade e de 97,0% para alojamento. Restaurante ficou em terceiro lugar em 2016, agradando 95,3% dos turistas.

A limpeza pública, item que no geral desagrada grande parte dos viajantes estrangeiros que visitam o país, é considerada boa ou muito boa em Florianópolis - SC por 94,4% de seus turistas, em todos os anos analisados.

Telecomunicações é o item pior avaliado (70,5% de avaliações positivas em 2016), seguido por rodovias (75,6% de avaliações positivas em 2016).

Tabela 36 – Avaliação positiva da viagem – Florianópolis, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	98,5	99,0	98,7	98,6	99,4
Alojamento	96,5	97,6	96,0	97,6	97,2
Restaurante	95,3	96,3	94,1	95,2	95,3
Gastronomia	94,9	96,5	95,1	95,3	95,0
Limpeza pública	93,3	95,5	94,8	94,6	94,4
Segurança pública	92,9	95,4	94,7	93,8	94,3
Informação turística	91,0	89,7	92,1	94,3	93,9
Diversão noturna	91,9	93,8	91,3	93,2	91,2
Preços	69,4	71,8	60,9	72,6	90,5
Guias de turismo	93,2	91,6	95,3	93,9	88,5
Serviço de táxi	81,3	81,8	86,1	80,7	87,5
Sinalização turística	86,9	86,7	88,4	85,8	85,7
Transporte público	88,3	84,9	85,3	85,7	85,7
Aeroporto	78,0	86,1	84,9	83,7	84,6
Rodovias	86,3	90,4	83,9	78,4	75,6
Telecomunicações	74,8	74,3	65,1	65,6	70,5

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Balneário Camboriú - SC

Com exceção dos preços e telecomunicações, todos os demais itens são avaliados de forma bastante positiva pelos turistas de Balneário Camboriú - SC. Aspectos relacionados à infraestrutura e serviços públicos, como transporte, limpeza e segurança pública, problemáticos em outras localidades do Brasil, possuem incidência de avaliações positivas superiores a 86%, em todos os anos analisados.

Telecomunicações é o item pior avaliado, passando de 81,0% de avaliações positivas em 2012 para 70,1%, em 2016, com melhora de 6,8% de 2015 para 2016. Outro fator importante de se observar é a queda gradativa na avaliação positiva das rodovias do destino, que passou de 87,7% em 2012 para 74,8% em 2016, tornando-se o segundo item pior avaliado.

O item preços recebeu significativa melhora na avaliação, passando de 64,4% em 2012 para 89,3% em 2016.

Tabela 37 – Avaliação positiva da viagem – Balneário Camboriú, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	99,2	98,7	97,6	98,6	99,5
Alojamento	97,2	97,6	93,4	97,8	99,1
Diversão noturna	98,4	98,5	95,8	95,5	98,2
Restaurante	99,4	97,8	97,6	97,3	97,9
Guias de turismo	95,1	94,9	97,5	97,2	97,1
Gastronomia	97,5	97,4	97,7	97,5	96,9
Segurança pública	98,9	97,9	96,9	95,5	96,6
Limpeza pública	96,7	97,4	95,1	96,5	96,3
Informação turística	95,6	92,3	94,2	93,6	95,1
Preços	64,4	68,9	57,1	72,9	89,3
Sinalização turística	92,2	92,4	92,7	90,7	88,7
Transporte público	89,2	93,0	88,5	86,0	88,2
Serviço de táxi	89,3	92,3	87,1	89,4	87,7
Rodovias	87,7	87,3	84,0	80,2	74,8
Telecomunicações	81,0	72,5	66,8	63,3	70,1

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Curitiba - PR

Com exceção de rodovias, telecomunicações e preços, todos os itens de Curitiba são bem avaliados por mais de 80% dos turistas estrangeiros que a visitaram em todos os anos de pesquisa (apenas o item informações turísticas teve índice de 79,1% em 2012). Restaurante, gastronomia e hospitalidade são os itens melhor avaliados, com avaliação positiva acima de 97% em 2016. Entre os serviços públicos, também é interessante destacar a alta incidência de avaliações positivas da limpeza e do transporte público da cidade, que ultrapassam os 90% em todos os anos de pesquisa.

Tabela 38 – Avaliação positiva da viagem – Curitiba, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Restaurante	97,8	97,0	97,9	97,6	97,8
Gastronomia	95,6	97,3	97,7	98,0	97,2
Hospitalidade	95,8	97,0	96,1	97,0	97,2
Diversão noturna	92,9	92,5	94,7	96,5	96,5
Alojamento	96,0	92,7	95,5	98,0	95,4
Serviço de táxi	92,0	87,7	90,3	95,2	94,3
Limpeza pública	94,8	94,8	95,1	95,2	93,6
Guias de turismo	83,4	86,0	89,7	84,7	92,7
Aeroporto	86,5	85,7	88,6	87,9	92,0
Transporte público	91,2	90,4	91,4	90,8	90,4
Informação turística	79,1	83,6	85,2	87,6	89,0
Sinalização turística	85,3	83,0	81,7	84,5	86,4
Segurança pública	83,7	84,6	84,1	85,4	85,8
Preços	65,3	63,2	62,0	72,6	75,3
Telecomunicações	74,6	69,8	68,6	73,8	73,6
Rodovias	67,1	62,3	70,2	67,5	70,5

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Foz do Iguaçu - PR

Em Foz do Iguaçu - PR quase todos os itens receberam elevado índice de avaliações positivas em 2016, superando 80,0%. A única exceção é aeroporto, com 57,7% de avaliação positiva – resultado bastante inferior ao de 2015 (72,5%). Destacam-se positivamente hospitalidade, restaurantes, segurança pública, alojamento e limpeza pública, com avaliações positivas superiores a 95% em 2016. As rodovias para quem visitou a localidade tiveram 91,0% de aprovação na média percentual entre 2012-2016, índice superior ao observado nas demais cidades analisadas.

A limpeza pública do município recebe avaliação positiva superior a 94% em todos os anos da pesquisa, fato destacável quando se tem em conta que este aspecto é geralmente um dos que têm grandes índices de avaliações negativas, como já citado.

O item preço, tradicionalmente com pior índice de avaliação, apresenta uma melhora gradativa ao longo do tempo, passando de 59,2% de avaliações positivas em 2012 para 85,5% em 2016.

Tabela 39 – Avaliação positiva da viagem – Foz do Iguaçu, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	98,4	97,2	97,9	98,6	98,2
Restaurante	96,2	96,4	92,9	95,2	95,6
Segurança pública	94,7	92,7	94,6	93,6	95,5
Alojamento	95,7	95,3	94,9	95,7	95,4
Limpeza pública	96,4	94,2	96,4	96,6	95,1
Gastronomia	96,8	94,4	93,2	94,2	94,8
Guias de turismo	96,7	94,9	96,7	95,2	94,7
Transporte público	85,6	87,1	89,3	86,8	93,2
Informação turística	93,4	92,3	92,4	92,5	93,0
Rodovias	91,2	90,2	91,7	89,2	92,9
Serviço de táxi	91,7	90,1	92,3	93,2	92,1
Diversão noturna	89,3	87,5	90,0	91,7	89,9
Sinalização turística	91,1	89,1	89,5	89,3	88,4
Preços	59,2	63,4	64,1	81,1	85,5
Telecomunicações	76,0	73,5	72,8	75,9	82,9
Aeroporto	64,9	56,5	76,5	72,5	57,7

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Porto Alegre - RS

A gastronomia, a hospitalidade, os restaurantes, os alojamentos e a diversão noturna de Porto Alegre - RS foram considerados bons ou muito bons por mais de 90% de seus turistas ao longo do período observado.

Se comparado com os demais destinos analisados na Região Sul do país, Porto Alegre - RS tem menos avaliações positivas para itens de infraestrutura pública e serviços turísticos. Segurança pública, rodovias e telecomunicações foram os itens que mais desagradaram os viajantes da cidade em 2016, atingindo respectivamente 58,2%, 65,8% e 68,1% das avaliações positivas no referido ano. Observa-se que segurança pública teve uma queda de 23,1 pontos percentuais nas avaliações positivas entre os turistas internacionais que visitaram o destino, quando comparados os resultados de 2012 e 2016.

Tabela 40 – Avaliação positiva da viagem – Porto Alegre, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Gastronomia	97,7	95,4	95,1	98,4	98,2
Hospitalidade	98,0	97,3	97,0	98,0	98,2
Restaurante	98,7	95,9	95,0	96,0	97,4
Alojamento	93,9	93,8	91,1	93,4	96,1
Diversão noturna	97,4	91,0	92,9	91,5	94,9
Aeroporto	88,9	88,4	87,5	87,7	89,0
Guias de turismo	86,8	90,2	87,2	84,7	88,3
Serviço de táxi	89,7	84,7	90,9	89,9	86,2
Informação turística	82,8	86,2	87,0	81,8	83,5
Transporte público	83,6	78,6	81,6	81,4	78,1
Limpeza pública	84,0	77,9	85,0	72,1	76,5
Preços	63,9	66,2	63,4	74,3	72,5
Sinalização turística	65,2	70,2	73,2	64,6	72,3
Telecomunicações	74,8	68,9	64,2	70,5	68,1
Rodovias	64,4	66,0	69,3	59,6	65,8
Segurança pública	81,3	78,3	83,7	70,2	58,2

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Região Sudeste

Rio de Janeiro - RJ

A hospitalidade, a diversão noturna, os restaurantes e a gastronomia correspondem aos itens melhor avaliados pelos turistas que visitam o Rio de Janeiro - RJ, tendo recebido avaliação positiva superior a 92% em todos os anos analisados. Os alojamentos estão em patamar muito próximo.

O preço é o item que menos agrada aos turistas do Rio de Janeiro - RJ, mas apresenta considerável melhora em sua avaliação positiva, passando de 49,4% em 2012 para 74,4% em 2016. Outro item que exibe aumento destacado na percepção positiva é o aeroporto, com ganho de 15,9 pontos percentuais no período avaliado.

As telecomunicações e as rodovias são outros dois itens que habitualmente recebem menos avaliações positivas, registrando 76,0% e 75,8% em 2016, respectivamente. A segurança pública apresenta tendência de queda na avaliação positiva, atingindo 78,9% em 2016, uma queda de 5,7 pontos percentuais desde 2012.

Tabela 41 – Avaliação positiva da viagem – Rio de Janeiro, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	97,4	97,5	96,6	97,1	97,8
Diversão noturna	95,4	95,3	95,4	96,0	96,4
Alojamento	89,4	90,7	89,6	94,6	94,0
Restaurante	93,4	92,9	92,3	93,0	94,0
Gastronomia	93,9	93,3	92,8	94,1	93,9
Guias de turismo	89,5	90,3	90,7	92,5	92,7
Serviço de táxi	90,1	90,4	90,1	91,8	90,3
Informação turística	86,1	87,0	89,0	91,9	89,6
Aeroporto	72,7	68,4	67,6	76,5	88,6
Transporte público	85,1	81,0	85,2	86,3	87,6
Sinalização turística	79,0	77,9	79,2	82,7	84,6
Limpeza pública	79,3	76,8	78,8	78,2	80,1
Segurança pública	84,6	83,0	82,9	80,0	78,9
Telecomunicações	69,3	66,3	62,6	69,3	76,0
Rodovias	72,1	71,2	70,2	70,2	75,8
Preços	49,4	54,0	52,3	68,3	74,4

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Armação dos Búzios - RJ

Os turistas de Armação dos Búzios - RJ dão destacada avaliação positiva a diversos itens avaliados, sendo que 11 dos 15 itens avaliados na localidade registram média superior a 90% ao longo do período. Dentre eles, limpeza pública esteve abaixo deste patamar em 2016, com 86,2%.

Telecomunicações e preços foram os itens que tiveram pior avaliação em 2016, recebendo apenas 64,9% e 71,4% de avaliações positivas, respectivamente.

Tabela 42 – Avaliação positiva da viagem – Armação dos Búzios, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	98,4	98,2	96,8	97,4	98,2
Segurança pública	98,8	98,6	97,3	98,3	97,9
Restaurante	97,6	95,7	94,5	96,2	96,1
Transporte público	94,6	94,7	92,4	96,2	95,6
Gastronomia	97,0	95,4	92,8	95,3	94,7
Alojamento	96,9	95,3	94,7	95,6	94,6
Serviço de táxi	93,4	91,3	93,0	95,0	94,4
Guias de turismo	92,1	96,1	95,1	95,6	93,8
Diversão noturna	94,8	93,0	92,8	95,2	93,6
Informação turística	92,6	93,3	92,1	93,8	92,7
Limpeza pública	91,2	91,2	92,5	89,7	86,2
Sinalização turística	77,7	78,3	77,1	79,4	81,0
Rodovias	83,0	78,6	75,8	75,1	78,4
Preços	57,9	56,5	45,1	64,4	71,4
Telecomunicações	68,7	60,8	56,0	57,4	64,9

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

São Paulo - SP

Todos os itens de infraestrutura turística e serviços turísticos foram muito bem avaliados pelos turistas que visitam São Paulo - SP em todo o período analisado, destacando-se em 2016 a diversão noturna (98,2%), a hospitalidade (98,0%), a gastronomia (97,5%), os restaurantes (97,3%) e os alojamentos (95,9%).

Todos os itens mostraram melhoria na comparação entre 2012 e 2016. É especialmente destacável o aumento da satisfação dos turistas em relação ao aeroporto de São Paulo - SP ao longo dos anos. Em 2012 a avaliação positiva do item foi de 70,1%, passando para 92,4% em 2016. A avaliação de preço também melhorou, com mais 27,7 pontos percentuais entre 2012 e 2016.

Tabela 43 – Avaliação positiva da viagem – São Paulo, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Diversão noturna	95,7	95,2	95,9	96,7	98,2
Hospitalidade	98,0	98,0	97,5	98,3	98,0
Gastronomia	96,8	96,5	96,3	97,5	97,5
Restaurante	95,8	96,5	96,3	97,0	97,3
Alojamento	91,9	91,8	93,1	94,8	95,9
Aeroporto	70,1	73,2	77,5	93,4	92,4
Serviço de táxi	89,8	91,4	91,3	92,2	92,1
Guias de turismo	86,5	86,3	85,1	86,3	87,3
Informação turística	80,7	79,5	85,2	87,1	83,8
Transporte público	76,4	75,3	79,6	82,6	82,6
Sinalização turística	68,7	67,6	72,1	74,8	76,0
Segurança pública	71,1	68,9	71,7	72,9	73,3
Rodovias	65,4	66,7	69,3	71,3	73,0
Limpeza pública	71,1	70,7	71,1	70,4	71,4
Telecomunicações	64,9	63,3	64,3	66,1	71,3
Preços	40,9	41,6	47,5	63,5	68,6

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Belo Horizonte - MG

Com índices quase sempre superiores a 94% de avaliação positiva em todos os anos, a gastronomia, a hospitalidade, os restaurantes e as diversões noturnas são os itens que os turistas internacionais melhores avaliaram em Belo Horizonte - MG. Também foram bem avaliados os itens alojamento e serviço de táxi.

Os itens que tiveram as menores avaliações positivas médias no período entre 2012 e 2016 foram rodovias (51,2%) e preços (58,1%). Contudo, as rodovias registraram aumento de 15,5 pontos percentuais na avaliação positiva entre estes anos. Com 16,5 pontos de crescimento, a sinalização turística também mostrou melhoria destacável, apesar de somar apenas 72,5% de avaliações positivas em 2016.

Tabela 44 – Avaliação positiva da viagem – Belo Horizonte, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Gastronomia	97,2	97,7	97,2	97,9	98,5
Hospitalidade	98,5	94,6	97,6	97,7	97,5
Restaurante	95,0	94,2	95,5	97,6	97,1
Alojamento	88,2	92,3	94,0	95,3	97,1
Diversão noturna	93,8	97,0	96,2	96,6	94,7
Serviço de táxi	87,4	90,3	88,4	96,0	91,0
Informação turística	77,2	73,3	82,0	79,3	83,2
Guias de turismo	83,2	80,4	88,5	76,2	82,8
Aeroporto	76,6	71,8	69,4	85,8	82,0
Limpeza pública	70,4	69,2	75,6	75,5	76,9
Segurança pública	76,3	69,5	76,8	70,0	73,1
Sinalização turística	56,0	64,7	61,8	67,3	72,5
Telecomunicações	65,5	62,3	61,2	65,6	71,5
Transporte público	60,6	52,7	63,0	62,5	69,3
Preços	47,7	54,8	54,7	64,7	68,5
Rodovias	42,1	47,3	53,5	55,6	57,6

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Região Nordeste

Salvador - BA

Hospitalidade, gastronomia, alojamento e restaurante são os itens com melhor avaliação em Salvador, com médias superiores a 90% desde 2012.

Telecomunicações, aeroporto e limpeza pública foram os itens com menores avaliações positivas em 2016. No caso do aeroporto observa-se uma queda de 8,1 pontos percentuais em comparação com 2012. Por outro lado, a limpeza pública recebeu 19,3 pontos percentuais adicionais de avaliação positiva no mesmo período.

Este último aspecto é justamente um dos mais interessantes das avaliações de Salvador. Há aumentos expressivos na avaliação de diversos itens entre 2012 e 2016. Além da limpeza pública, já citada, e dos preços, que seguem uma tendência geral, destaca-se a melhoria de percepção para rodovias, transporte público, sinalização turística e segurança pública.

Tabela 45 – Avaliação positiva da viagem – Salvador, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	95,5	95,7	97,4	96,5	96,8
Gastronomia	94,3	94,2	95,0	96,8	95,4
Alojamento	89,0	93,6	91,2	96,2	95,0
Restaurante	90,9	89,7	90,5	94,7	93,1
Serviço de táxi	85,9	87,8	88,4	90,0	90,7
Diversão noturna	87,8	89,8	87,4	90,6	90,4
Guias de turismo	88,9	88,9	88,1	87,4	88,3
Informação turística	81,9	83,0	84,3	84,2	82,5
Sinalização turística	62,1	65,4	69,5	75,3	76,2
Preços	53,1	55,7	60,1	68,4	75,6
Rodovias	57,5	56,3	59,9	73,6	75,2
Transporte público	58,0	54,4	63,0	68,1	73,3
Segurança pública	57,7	60,6	63,8	70,7	71,6
Aeroporto	79,6	81,4	69,4	72,5	71,5
Limpeza pública	48,3	47,9	57,3	65,1	67,6
Telecomunicações	64,2	65,8	62,9	68,6	67,4

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Fortaleza - CE

Em geral, no período entre 2012 e 2016, os itens de serviços privados são avaliados como bons ou muito bons pelos turistas de Fortaleza - CE, destacando-se nas primeiras posições a hospitalidade, a gastronomia e os restaurantes, que apresentaram índices médios positivos para mais de 94% dos entrevistados.

Por outro lado, os itens de serviços e infraestrutura pública são os que possuem a pior avaliação do ponto de vista dos turistas que visitam a cidade. Entre eles, a limpeza pública, as rodovias e a segurança pública agradaram menos os turistas em 2016.

Destaca-se a melhor avaliação de transporte público em 2016 (74,0%), que recebeu 14,4 pontos percentuais a mais do que em 2012.

Tabela 46 – Avaliação positiva da viagem – Fortaleza, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	96,7	96,9	97,7	98,0	97,0
Gastronomia	96,9	93,5	94,9	94,7	94,2
Alojamento	91,5	88,8	90,6	93,2	93,7
Restaurante	96,0	92,6	93,7	95,8	93,5
Diversão noturna	93,9	89,5	92,7	93,9	89,8
Serviço de táxi	93,0	85,2	91,3	93,2	89,3
Aeroporto	89,6	80,8	82,9	86,6	83,9
Informação turística	84,0	82,1	84,0	81,1	82,3
Guias de turismo	87,3	80,1	89,4	87,4	80,6
Sinalização turística	72,2	67,8	72,9	70,1	76,0
Preços	56,7	61,6	60,0	69,4	74,6
Transporte público	59,6	44,4	65,1	64,6	74,0
Telecomunicações	65,8	58,6	61,8	68,6	66,2
Segurança pública	63,2	50,6	64,1	57,9	60,8
Rodovias	47,1	43,6	54,2	58,8	52,5
Limpeza pública	55,8	47,5	58,1	50,8	52,4

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Recife - PE

No município de Recife - PE, os itens melhor avaliados em 2016 foram a hospitalidade, os alojamentos e a gastronomia, todos com avaliações positivas superiores a 95%. O aeroporto do município é o sexto item melhor avaliado, considerado bom ou muito bom por 92,2% de seus turistas em 2016.

Destaca-se também a melhora bastante significativa na avaliação de rodovias, guia de turismo e preços durante o período analisado. Rodovias teve um aumento de 16,0 pontos percentuais nas avaliações positivas, guia de turismo de 14,1 e preços de 11,4.

Tabela 47 – Avaliação positiva da viagem – Recife, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	97,8	96,7	97,3	97,1	97,2
Alojamento	86,7	78,0	87,6	89,5	96,2
Gastronomia	98,4	97,0	96,3	98,5	95,8
Guias de turismo	79,8	79,1	85,7	74,9	93,9
Restaurante	94,7	94,0	95,2	95,1	92,2
Aeroporto	92,8	92,6	90,4	91,1	91,8
Serviço de táxi	91,5	90,4	90,2	92,2	90,9
Diversão noturna	90,2	85,3	86,2	93,5	88,0
Informação turística	79,6	77,1	86,7	83,7	83,5
Sinalização turística	61,3	60,6	67,4	70,1	70,0
Preços	57,1	57,7	66,7	65,0	68,5
Transporte público	65,4	54,1	63,3	49,1	62,5
Telecomunicações	66,7	63,7	62,1	59,3	61,4
Segurança pública	60,0	67,7	76,0	59,7	60,6
Limpeza pública	54,1	49,7	57,6	49,5	53,5
Rodovias	35,9	39,3	51,1	44,0	51,9

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Região Centro-Oeste

Brasília - DF

Gastronomia e alojamento foram os itens melhores avaliados em Brasília - DF, considerados bons ou muitos bons por mais de 95% dos turistas que a visitaram em 2016. Restaurante e hospitalidade também têm avaliações elevadas.

O item guias de turismo mostra melhora, com 13,3 pontos percentuais adicionais desde 2012, situando como o quinto item melhor avaliado em 2016.

Preços, transporte público e rodovias são os itens com piores avaliações, embora tenham registrado melhoria na comparação com 2012.

Registra-se a piora das avaliações de segurança pública (menos 7 pontos percentuais) e, principalmente, dos serviços de táxi (menos 14,8 pontos percentuais) desde 2012.

Tabela 48 – Avaliação positiva da viagem – Brasília, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Gastronomia	98,4	96,1	95,3	97,3	96,3
Alojamento	88,4	91,2	91,0	97,7	95,5
Restaurante	96,9	95,4	93,8	97,1	94,4
Hospitalidade	96,6	96,3	96,7	98,6	94,1
Guias de turismo	80,6	75,7	85,1	88,4	93,9
Aeroporto	87,6	74,4	79,1	90,4	92,4
Limpeza pública	86,0	86,7	89,1	84,5	84,2
Diversão noturna	86,4	82,0	82,1	84,3	82,5
Informação turística	77,8	75,7	84,2	82,5	80,6
Segurança pública	86,4	84,0	85,3	80,9	79,4
Sinalização turística	67,9	65,4	72,4	74,2	76,3
Serviço de táxi	90,1	83,8	85,7	81,8	75,3
Telecomunicações	67,6	62,7	66,5	65,6	71,0
Rodovias	61,3	58,5	69,1	63,8	66,3
Transporte público	46,4	41,1	65,3	51,2	63,2
Preços	42,7	39,4	48,3	52,9	59,8

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

Região Norte

Manaus - AM

Em Manaus - AM, hospitalidade, alojamento, guias de turismo e gastronomia apresentaram mais de 95% de avaliações positivas em 2016. O aeroporto foi o quinto item com melhor avaliação, situação destacável por conta do aumento de 42,5 pontos percentuais desde 2012. Cabe destacar que todos os itens melhoraram o desempenho ao longo período analisado. Também vale citar a melhora nos itens preço (30,1 pontos percentuais), transporte público (29,3) e informações turísticas (21,9). Mesmos os itens com piores avaliações em 2016 (limpeza pública, telecomunicações e rodovias) apresentam melhorias significativas no período.

Tabela 49 – Avaliação positiva da viagem – Manaus, 2012-2016

Item avaliado	Anos / Avaliação Positiva (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Hospitalidade	96,2	93,4	89,6	98,6	98,2
Alojamento	85,6	93,4	77,6	89,7	96,7
Guias de turismo	90,1	89,4	88,5	90,6	95,4
Gastronomia	89,2	90,0	84,3	93,1	95,3
Aeroporto	50,8	52,2	74,9	90,4	93,3
Restaurante	91,6	91,6	91,7	91,7	93,0
Serviço de táxi	87,3	86,8	93,0	90,5	91,4
Diversão noturna	85,3	79,4	92,2	91,3	89,3
Informação turística	66,7	73,1	84,9	89,7	88,6
Preços	53,8	64,5	73,0	72,8	83,9
Sinalização turística	60,7	56,5	57,9	79,5	78,1
Segurança pública	72,3	71,5	84,8	77,4	76,5
Transporte público	44,2	53,4	65,7	77,5	73,5
Rodovias	41,0	46,6	60,1	67,8	68,2
Telecomunicações	50,4	52,1	53,4	64,3	65,9
Limpeza pública	56,1	49,6	68,4	67,9	64,4

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2012-2016.

6.3. Perfil Socioeconômico

6.3.1. Idade

Assim como nos resultados gerais, para que se possa delinear o perfil dos turistas que visitam as principais destinações do país, convém destacar apenas os resultados do ano de pesquisa mais recente (2016), já que não há variações relevantes em determinados aspectos, a exemplo da idade dos turistas.

No geral, os turistas de todas as localidades analisadas concentram-se nas idades centrais, entre 25 e 50 anos. Turistas jovens, com idades entre 18 e 24 anos, foram mais frequentes em Brasília - DF (13,5%), Rio de Janeiro (13,2%) e Belo Horizonte - MG (13,1%). Em Florianópolis - SC (30,2%) e Fortaleza - CE (27,3%) predominaram-se turistas entre 41 a 50 anos de idade.

Vale destacar também a incidência relativamente alta de turistas idosos (acima de 60 anos) em Foz do Iguaçu - PR (14,6%) e Salvador - BA (14,2%).

Tabela 50 – Grupos de idade, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2016

Região	Destino Visitado	Classes de idade (%)					
		18 a 24 anos	25 a 31 anos	32 a 40 anos	41 a 50 anos	51 a 59 anos	60 anos ou mais
Região Sudeste	Armação dos Búzios - RJ	9,0	26,2	25,0	17,0	13,3	9,5
	Rio de Janeiro - RJ	13,2	26,9	21,9	17,3	11,2	9,5
	Belo Horizonte - MG	13,1	20,9	23,1	25,6	9,3	8,0
	São Paulo - SP	9,1	19,1	27,1	21,3	13,8	9,6
Região Sul	Florianópolis - SC	9,9	15,4	25,6	30,2	12,7	6,2
	Balneário Camboriú - SC	12,3	16,2	18,9	25,9	14,7	12,0
	Curitiba - PR	9,2	22,6	23,5	20,2	13,4	11,1
	Porto Alegre - RS	10,1	20,5	24,5	20,6	12,7	11,6
	Foz do Iguaçu - PR	11,6	19,4	23,5	18,5	12,4	14,6
Região Nordeste	Fortaleza - CE	7,6	16,6	22,3	27,3	17,0	9,2
	Recife - PE	9,4	18,7	25,2	20,0	15,3	11,4
	Salvador - BA	9,1	16,2	22,4	21,5	16,6	14,2
Região Norte	Manaus - AM	10,5	22,3	23,4	19,0	14,3	10,5
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	13,5	22,8	18,5	19,8	16,2	9,2

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional - 2016.

6.3.2. Renda Média Mensal Familiar

Os turistas de Manaus - AM (US\$ 5.100,49), Porto Alegre - RS (US\$ 4.671,16) e São Paulo - SP (US\$ 4.529,00) foram os que apresentaram as maiores rendas médias familiares mensais entre as localidades analisadas em 2016. As três cidades contam com um volume considerável de turistas de negócios, que apresentam, no geral, rendas médias mais elevadas. O fato de grande parte dos turistas destas localidades serem provenientes dos Estados Unidos também contribui para elevar suas rendas

médias, já que os turistas provenientes deste país possuem renda média mensal mais elevada que os de países da América do Sul e Europa.

Os turistas de Balneário Camboriú - SC (US\$ 2.498,89), Armação dos Búzios - RJ (US\$ 2.584,28) e Florianópolis - SC (US\$ 2.671,07) apresentaram as menores rendas médias relativas quando se considera o ano de 2016. Tais turistas são provenientes, predominantemente, dos países sul-americanos, especialmente da Argentina.

A renda média dos turistas que visitam as três cidades analisadas da Região Nordeste são bastante semelhantes e apresentam-se, em geral, maiores que os dos turistas da Região Sul e menores do que das demais regiões.

Tabela 51 – Renda média familiar mensal, segundo Região e destino visitado no Brasil, 2012-2016

Região	Destino Visitado	Renda média familiar mensal / Anos (US\$)				
		2012	2013	2014	2015	2016
Região Sudeste	São Paulo - SP	5.880,82	5.488,47	5.652,43	4.890,39	4.529,00
	Belo Horizonte - MG	5.673,01	5.032,36	5.924,20	5.019,15	4.475,55
	Rio de Janeiro - RJ	5.203,78	4.792,20	5.024,09	4.474,24	4.258,21
	Armação dos Búzios - RJ	3.480,20	3.194,69	3.081,17	3.017,34	2.584,28
Região Sul	Curitiba - PR	4.895,83	4.334,21	4.743,02	4.387,86	4.080,08
	Porto Alegre - RS	4.787,39	4.618,26	4.011,48	4.452,00	4.671,16
	Florianópolis - SC	3.265,48	3.246,72	3.293,99	3.240,11	2.671,07
	Foz do Iguaçu - PR	2.605,92	3.203,36	3.516,36	3.446,40	2.873,86
	Balneário Camboriú - SC	3.192,95	3.166,71	2.925,21	3.210,35	2.498,89
Região Nordeste	Salvador - BA	4.656,78	4.807,29	5.443,69	3.743,00	3.687,86
	Recife - PE	5.530,39	5.368,48	5.839,04	4.573,89	3.935,24
	Fortaleza - CE	5.641,27	5.451,77	5.333,09	4.399,86	3.979,05
Região Norte	Manaus - AM	7.401,76	5.980,51	6.125,09	5.137,54	5.100,49
Região Centro-Oeste	Brasília - DF	5.867,85	6.313,78	5.876,20	5.064,18	4.474,93

Fonte: MTur/ FIPE - Estudo da Demanda Turística Internacional – 2012-2016.

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Michel Miguel Elias Temer Lulia

Presidente

MINISTÉRIO DO TURISMO

Marx Beltrão

Ministro

SECRETARIA EXECUTIVA

Alberto Alves

Secretário Executivo

José Francisco de Salles Lopes

Diretor de Estudos Econômicos e Pesquisas

Gilce Zelinda Battistuz

Coordenadora-Geral de Informações Gerenciais

Andreza Oliveira Souza

Coordenadora Geral de Estudos e Pesquisas

FICHA TÉCNICA

Equipe Técnica - MTur

Andre Ricardo Santana da Costa

Cristiano Maluf Dib Valério

Daniel Pires Vieira

Ilbert Israel do Nascimento Silva

João Felismario Batista Junior

Pedro Vicente da Silva Neto

EQUIPE TÉCNICA

FIPE

Coordenador Técnico

Wilson Abrahão Rabahy

Coordenador Adjunto

Décio Katsushigue Kadota

Técnicos de Pesquisa

Ana Luísa Guy de Medeiros

Anderson Filipe Rosa

Clarissa Rossetti

Eliane Teixeira dos Santos

Ewerton Monti

Fabricio Scarpeta Matheus

Fernanda Adeu Tucci

Giovana Pereira Langoni

Glauber Eduardo de Oliveira Santos

Hérika Klafke Pritsch

José Augusto Ligabue Ferreira da Silva

Karina Ferrara Barros

Kelly Akemi Kajihara

Larissa Prado de Oliveira

Lilian Cristina Menezes

Luiz Fernando Mocelin Sperancete

Luiz Renato Ignarra

Mariana Luiza Fiocco Machini

Paola Pardini Gaeta

Paula Fernanda do Valle

Rodrigo Campos Shiratsu

Silvia Maria Ligabue Abrahão Rabahy

Sonia Miuki Goto

Tatiana Saade Repetto

Tayná Porto dos Santos

Thaís Azevedo dos Santos

Thalita Campos Lima

Thomás Carlos Romero

Viviane Tartaroti

Processamento e Análise de Dados

Moisés Diniz Vassallo

Leopoldo Zortéa

Rodrigo Beiro

Analistas Críticos de Dados

Amanda Barbara de Arruda Silva

Ana Carolina Bueno da Silva

Ayrton César Vasconcelos

Fabiane Yukari China

Ingrid Mondoni Martins

Karoline Costa Ferreira

Karoline Derchain de Avila

Luane Vacchi

Marcos Leonidio Neves Vieira

Marina Cerqueira Marinho

Mayara Carolina da Costa Gomes

Nara Nami Venarusso

Nayara Pagliai

Olegário de Azeredo Filho

Patricia Mayumi Endo

Rafael Montenegro

Raul Diogo Nogueira de Almeida

Rodrigo Campos O. Correa

Sara Rafael Inácio

Saulo Stanguini Sarto

Tamiris Fernandes

Tayná Porto dos Santos

Thaís Nobre

Thiago Kotaki May

Tiago Augusto Carleti

Victor Gouvea e Silva

Secretaria Executiva

Marlei Aparecida Suman

Marli Gonzalez Carneiro

Jussara Novaes

Valeria Berger Rodrigues

Colaboradores e agradecimentos

Amazonas - AM

Amazonastur - Empresa Estadual de Turismo do Amazonas

Luciana Vieira

Francisco Alves de Santos

Bahia - BA

Secretaria de Estado do Turismo da Bahia

Marcelo Carvalho

Fernando César Ferrero

Luiz Fernando Macedo Costa

Aldenair Pulgas

Ceará - CE

Secretaria de Estado do Turismo do Ceará

José Valdo Mesquita Aires Filho

Mato Grosso do Sul - MS

Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul

Ivone Hermenegildo

Demar Ferreira

Ronan Xavier Machado

Minas Gerais - MG

Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais

Silvana Nascimento

Rafael Oliveira

Raul Morais

Pará - PA

Secretaria de Estado de Turismo do Pará

Admilson Alcântara da Silva

João Gabriel Pinheiro Huffner

Clelia Rosely Coroa

Paraná - PR

Secretaria do Esporte e do Turismo do Paraná

Paraná Turismo

Deise Bezerra

Paraná - PR

Paraná Turismo – Foz do Iguaçu

Valéria Mariotti

Pernambuco - PE

Secretaria de Estado do Turismo do Pernambuco

Ione Dantas de Paula

Sara Oliveira

Rio Grande do Norte - RN

Secretaria de Estado de Turismo do Rio Grande do Norte

Ana Paula Vieira

Carmem Vera

Thiago Lopes

Rio Grande do Sul - RS

Secretaria de Estado do Turismo, Esporte e Lazer - Rio Grande do Sul

Maximilianus Pinent

Abdon Barretto Filho

Márcia Merllo

Rafael Salton

Siena Montebianco

Santa Catarina - SC

Santur - Santa Catarina Turismo

Jucimar José Lazari

Maria Tereza Buchele

Aloísio Luiz dos Reis

Empresa Brasileira de Infraestrutura

Aeroportuária - INFRAERO

Diretoria Comercial - Brasília

Superintendências Regionais da INFRAERO, áreas de comunicação social e operações dos aeroportos: AM, BA, CE, MG, PA, PE, RJ, RN, SC.

Concessionárias

GRU Airport

RIOgaleão

Aeroportos Brasil Viracopos

BH Airport

Inframerica

Departamento de Polícia Federal

Superintendências Regionais, chefias de aeroportos e de fronteiras terrestres: AM, BA, CE, DF, MG, MS, PA, PE, PR, RJ, RN, RS, SC, SP.

Secretaria da Receita Federal

Superintendências Regionais, delegacias de imigração, chefias de alfândega e bagagem acompanhada de aeroportos e fronteiras terrestres: AM, BA, CE, DF, MG, MS, PA, PE, PR, RJ, RN, RS, SC, SP.

Ministério do Turismo - MTur
Diretoria de Estudos Econômicos e Pesquisas - DEPES
Setor Comercial Norte - Quadra 06
Bloco A - 11º andar - Sala 1108
Shopping ID - Edifício Venâncio 3000
70716-900 - Brasília - DF
Tel.: 55 (61) 2023-8247 / 8241
E-mail: depes@turismo.gov.br
Internet: <http://www.turismo.gov.br>