



DADOS & INFORMAÇÕES

DO TURISMO NO BRASIL

Ano 1 ▫ 1ª Edição ▫ Fevereiro de 2021



O turista internacional no Brasil

Dimensionando o turismo receptivo brasileiro



**DADOS E
INFORMAÇÕES**
SUBSECRETARIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA

MINISTÉRIO DO
TURISMO



**PÁTRIA AMADA
BRASIL**
GOVERNO FEDERAL

Edição: O Turista internacional no Brasil

Análise dos resultados da pesquisa de demanda do mercado de turismo receptivo internacional no Brasil em 2019.





Ano 1 ▫ 1ª Edição

Bem-vindos à primeira edição da revista **Dados & Informações do turismo no Brasil**.

Uma produção da Coordenação-Geral de Dados e Informações da

Subsecretaria de Gestão Estratégica da

Secretaria Executiva do Ministério do Turismo.

NOTAS DA EDIÇÃO

A primeira edição da revista **Dados & Informações do turismo no Brasil** é um movimento em direção a novas formas de disponibilizar e debater números sobre diferentes aspectos da política de turismo. A disseminação de estatísticas relevantes em uma linguagem acessível é um preceito fundamental da Coordenação-Geral de Dados e Informações e realizar tal intento com o saudável debate tem o potencial de alcançar um número cada vez maior de usuários.

A escolha pelo tema do turismo receptivo internacional é estratégica em razão do contrato celebrado com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), que forneceu insumo fundamental com o perfil do turista internacional. É importante ressaltar também que os dados que estão disponibilizados na presente edição representam o quadro mais recente anteriormente ao crescimento do número de casos de COVID-19 e a declaração de pandemia no mundo e no Brasil.

A pandemia de COVID-19 resultou em um número alarmante de mortes, de internações e apresentou desafios na medida que exigiu novas formas de convivência em sociedade a partir do distanciamento social e, em momentos mais críticos, o isolamento. Nesse contexto, diferentes países ao redor do mundo fecharam suas fronteiras ou limitaram o ingresso de indivíduos de acordo com a sua nacionalidade.

Passados alguns meses de pandemia e paralisação do setor de turismo, iniciou-se a campanha de vacinação a partir da oferta de diferentes vacinas produzidas e autorizadas. Para que seja possível implementar uma política eficaz de retomada do turismo, é fundamental que seja baseada em dados e informações confiáveis e que retratem a realidade. Somente com esse retrato fiel é possível formular ações que possuam sempre o alcance máximo. Nesse sentido, os dados referentes ao ano de 2019 permitem compreender o

perfil do turista internacional em momento anterior à pandemia de COVID-19 e, a partir disso, traçar ações estratégicas para recuperar o patamar daquele ano e, caso seja do interesse de gestores e empresários, desenvolver novos produtos e destinos.

Além dos dados referentes ao ano de 2019, é possível encontrar nesta primeira edição a visão de representante da FIPE, bem como a análise de pesquisador do meio acadêmico, pois a discussão entre a academia e demais atores da sociedade civil é fundamental para desenvolver novas formas de interpretar a realidade e desenvolver novos produtos, tendo sempre em mente o turista e a promoção dos destinos e belezas naturais do país.



Recife Antigo - Recife - Pernambuco - Brasil (*)

CONTEÚDO

Apresentação	7
Mensagem do Secretário Executivo	10
Mensagem da Subsecretária de Gestão Estratégica	12
Uma visão do Turismo no Brasil e suas perspectivas - Wilson Abrahão Rabahy	13
O papel dos dados sobre a demanda turística internacional no contexto de retomada pós-COVID - Osiris Marques	15
Resultados - Fichas Sínteses	18
1. Perfil da demanda turística internacional - Síntese Brasil - 2015-2019	19
2. Perfil da demanda turística internacional - Motivos da viagem - 2015-2019	21
3. Perfil da demanda turística internacional - Vias de acesso - 2015-2019	25
4. Perfil da demanda turística internacional - Meios de hospedagem - 2015-2019	29
5. Perfil da demanda turística internacional - Sínteses dos principais países emissores - 2015-2019	35
6. Perfil da demanda turística internacional - Principais Unidades da Federação visitadas - 2015-2019	63
7. Perfil da demanda turística internacional - Sínteses dos destinos mais visitados - 2015-2019	81
A Retomada e o Turismo Internacional - Dados & Informações	105
Nota de encerramento	108
Referências	109

APRESENTAÇÃO

O Turista Internacional no Brasil: Dimensionando o turismo receptivo

Realizadas desde 1983, as pesquisas sobre demanda turística internacional estão entre as mais antigas e completas séries históricas de dados produzidas pelo Ministério do Turismo e Embratur, em exitosa parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) a partir de 2004.

As apresentações e relatórios sobre o tema, disponíveis em formato digital para o período de 1994 a 2019, são amplamente procurados por cidadãos, gestores e pesquisadores, estando entre os conteúdos mais visitados e baixados do portal de dados e estatísticas do Ministério do Turismo (MTur) <http://dadosefatos.turismo.gov.br>.

A presente publicação apresenta os dados completos da demanda turística internacional no Brasil em 2019, ano que merece destaque, pois configura o último retrato da atividade turística plena antes da pandemia de COVID-19, evento que pode ser considerado um divisor de águas no turismo, dados os impactos diretos da crise sanitária mundial no setor.

Procuramos com este formato inédito de publicação, além de dar continuidade à ampla divulgação dos dados que compõem a série histórica sobre o tema, promover o debate sobre o dimensionamento e a caracterização do perfil do turista internacional no Brasil, contribuindo para traçar cenários e possibilidades de desenvolvimento futuro, considerando os novos desafios trazidos pela pandemia em 2020.

Entendemos que a análise e o debate sobre os dados são fundamentais para a formulação de políticas públicas e reorganização do setor, fomentando a produção de conhecimento e inteligência sobre o tema, o que será fundamental no contexto de retomada das atividades, da economia e do desenvolvimento social desencadeados pelo turismo receptivo. Para tanto, convidamos estudiosos do assunto para participar da publicação, contribuindo para o debate desejado.

Professor da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo e pesquisador da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas e do Sindicato das Empresas Turísticas no Estado de São Paulo,

Wilson Abraão Rabahy, aborda os fatores que influenciam na demanda turística internacional no Brasil, no contexto dos principais fluxos e concentrações do turismo internacional. O autor traça as relações entre as demandas internacional e doméstica, apontando possibilidades de crescimento do turismo receptivo por meio da potencialização do mercado interno, que hoje concentra a economia turística no Brasil. O texto “Uma visão do turismo no Brasil e suas perspectivas” pode ser conferido na página 13 desta revista.

Em “O papel dos dados sobre a demanda turística internacional no contexto de retomada pós-covid” (p.15), Osiris Marques, professor e pesquisador do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense (UFF) e Coordenador do Observatório do Turismo do Rio de Janeiro/UFF, traça um panorama sobre o conteúdo das pesquisas de demanda internacional, apontando as variáveis consideradas determinantes dos fluxos do turismo receptivo e trazendo questões sobre os potenciais impactos da pandemia em tais determinantes, bem como possibilidades de produção de políticas públicas para a induzir a reativação e o crescimento do setor.

Tendo como referência o [Boletim Informativo do Turismo Receptivo Brasileiro](#), documento que primou pela apresentação dos dados da série histórica em formato mais dinâmico e de fácil leitura para todos os públicos, apresentamos em “Resultados” (p.18 a p.103) os dados de 2015 a 2019, incluindo as sínteses que contribuem para o entendimento e a disseminação da informação, possibilitando análises e debates qualificados.

Por fim, traçamos uma “análise” (p.105) sobre possibilidades de retomada e crescimento da demanda internacional, especialmente por meio da formulação de políticas públicas de competência do Ministério do Turismo e da atuação dos empreendedores privados do setor, à luz das questões apontadas pelos estudiosos nas seções anteriores.

“... A análise e o debate sobre os dados são fundamentais para a formulação de políticas públicas e reorganização do setor, fomentando a produção de conhecimento e inteligência sobre o tema, o que será fundamental no contexto de retomada das atividades, da economia e do desenvolvimento social desencadeados pelo turismo receptivo.”





Praca da Liberdade - Belo Horizonte - Minas Gerais - Brasil - Banco de imagens: MTur/Destinos

MENSAGEM DO **SECRETÁRIO EXECUTIVO**



Daniel Nepomuceno

O Brasil é reconhecidamente um país que recebe muito bem quem tem interesse na pujança e beleza natural de diferentes destinos. O brasileiro, com seu largo sorriso e sua amabilidade, cativa e conquista a todos.

Conhecer quem vem ao Brasil para deliciar-se nas praias e nas cachoeiras e para deleitar-se com a diversidade cultural é fundamental. Somente a partir do perfil de quem demonstra interesse em estar aqui será possível ofertar uma experiência cada vez mais marcante e impressionante.

Os resultados contidos nas páginas da presente publicação têm o objetivo de traçar o perfil do turista internacional e das localidades com maior visitação entre outras informações que auxiliam gestores, empresários e comunidades e que representam insumo fundamental para a formulação de políticas públicas.

A pandemia de COVID-19 que assola o mundo afetou diretamente o setor de turismo e a economia gerada com a atividade, especialmente o turismo receptivo internacional, haja vista que os efeitos da pandemia foram observados em níveis e tempos diferentes entre as nações e com a consolidação do cenário de pandemia as fronteiras foram cerradas e

diferentes setores turísticos visualizaram a atividade econômica paralisar totalmente.

A partir do início de campanhas de vacinação em diferentes países é possível observar um cenário futuro de retomada gradual das viagens e com isso a retomada do setor.

E a retomada só é possível com o empenho do trade turístico, dos gestores e da sociedade. Os dados apresentados na publicação representam uma fonte inesgotável para a criação de produtos e destinos específicos considerando os perfis de turistas internacionais para as localidades mais visitadas.

Para os gestores é a oportunidade de promover políticas públicas de turismo cada vez mais direcionadas para a correção de falhas e assim tornar o turismo diverso baseado nas potencialidades das belezas naturais e culturais.

Existe um Brasil para cada turista, uma oportunidade de se maravilhar, de se encantar e descansar. E a construção desses destinos, de razões de encantamento para quem opta pelo país, passa pela construção conjunta, uma parceria fundamental entre o mercado, poder público e sociedade.

Juntos, com o mesmo objetivo, será possível retomar o turismo internacional inicialmente ao nível de 2019 e em seguida planejar o crescimento gradual reposicionando o país em razão da sua beleza e encantos.



Parque Américo Renne Glaninetti - Belo Horizonte - Minas Gerais - Brasil - Pedro Vitela - Banco de imagens iTur/Destinos

MENSAGEM DA **SUBSECRETÁRIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA**



Luana Mara Nunes Boldori

Caminhar em direção ao ponto futuro, perseguir objetivos, almejar um novo rumo exige planejamento, delineamento e ação. E planejamento é construir pontes que conectam o passado, perpassam o presente rumo a novos caminhos.

As páginas a seguir são os tijolos, o material para a edificação da ponte para a retomada do turismo em meio a pandemia que assola diferentes nações ao redor do mundo. Os resultados produzidos em razão do árduo e frutífero trabalho da FIPE, são elementos essenciais para o planejamento de ações e construção de alternativas visando a formulação de políticas públicas de turismo cada vez mais eficazes.

A caminhada em direção a retomada do turismo está apenas no início e conforme o tempo passa é necessário maior esforço dos gestores e empresários do setor. O início das campanhas de vacinação deve vir acompanhada de outras ações por parte do poder público e do setor privado, tendo como foco a adoção de protocolos de biossegurança, a busca por alternativas de destinos alinhados aos desejos e anseios do turista.

Os dados e informações devem ser observados também sob a ótica de reforço da imagem do Brasil, construída ao longo dos últimos anos, com especial atenção às principais motivações de viagem dos turistas no ano de 2019 e nos anos anteriores.

A análise dos dados inseridos em uma série histórica deve tornar-se uma regra na construção de políticas públicas e na atividade de planejamento, pois observar o passado é imprescindível para antecipar possíveis alternativas em um futuro próximo.

A presente publicação é fruto do planejamento da Subsecretaria de Gestão Estratégica para tornar os dados e informações mais palatáveis e acessíveis a toda sociedade, sem distinção de formação ou conhecimento específico sobre a temática de turismo e suas ramificações.

O layout e a linguagem visual refletem o posicionamento desta Subsecretaria em ofertar material dinâmico, agradável e de fácil leitura. A partir da presente publicação, pretende-se dar maior vazão aos grandes temas discutidos pelo Ministério do Turismo e que sejam do interesse do trade e da sociedade, que devem ser sempre o norte a ser perseguido por este Ministério.

Uma visão do Turismo no Brasil e suas perspectivas

Wilson Abrahão Rabahy¹

O turismo constitui-se em uma importante atividade econômica, capaz de gerar renda, emprego, divisas e redistribuir a renda regional. As atividades turísticas preponderam nas regiões mais desenvolvidas, mas, em termos relativos, a renda gerada pelo turismo pode ser mais relevante naquelas menos desenvolvidas, que não apresentam a mesma diversidade de atividades produtivas. Assim sendo, a diminuição de desigualdades regionais de renda é um dos significativos benefícios do turismo. Por se constituir preponderantemente numa atividade do setor de serviços, que utiliza mão-de-obra de forma mais intensiva, o potencial gerador de emprego do turismo também é muito relevante.

O turismo também pode ser uma importante atividade geradora de divisas, particularmente quando o turismo receptivo internacional é expressivo. Não é o caso ainda do Brasil, em que a relação do turismo interno é cerca de nove vezes superior ao do receptivo

internacional e que o País recebe apenas cerca de 0,5% do total de turistas mundiais.

Tal situação é decorrente, de um lado, da força do mercado interno brasileiro e, de outro, de sua localização relativamente distante dos principais emissores mundiais: Europa, Ásia e América do Norte, que respondem por mais de 80% do emissivo mundial. E há ainda, em alguns períodos no tempo, o efeito do real valorizado. Quando isto ocorre, tem-se estímulos para a saída de brasileiros e restrições de custos para a entrada de estrangeiros, particularmente dos situados em países fronteiriços.

Nessas condições o Brasil apresenta potencial e condições especiais para basear o crescimento do turismo a partir da força de seu mercado interno que, além de seus benefícios, gera externalidades para a sustentação do crescimento do turismo internacional. O mercado interno e o externo não se excluem, pelo contrário, podem resultar em benéficas interações em

“ ... a diminuição de desigualdades regionais de renda é um dos significativos benefícios do **turismo**.”



Praia do Forte - Natal - Rio Grande do Norte - Brasil - Frankie Marcones - Banco de imagens MTur/Destinos



Gales de Maragogi - Maragogi - Atagoas - Brasil - Marco Ankosqui - Banco de imagens MTur/Destinos

favor da melhoria das condições do turismo em geral. Para tanto, devem ser estabelecidas estratégias para cada uma das regiões do país, em que preponderam diferentes tipos de segmentos de consumo, inclusive por origem, entre nacionais e estrangeiros.

Devido às restrições de tempo e renda, as mais expressivas parcelas das viagens ocorrem em destinos mais próximos do local de origem, caracterizando o turismo como uma atividade em que preponderam as viagens intrarregionais. Assim, mais de 75% do turismo mundial é realizado dentro da mesma região.

Pelo lado do receptivo mundial, verifica-se também grande concentração do turismo em algumas das mais desenvolvidas regiões do mundo. No entanto, numa perspectiva de longo prazo, são observadas reduções no grau de concentração das principais destinações turísticas. Essa nova perspectiva de diversificação decorre, além dos fatores de renda e de tempo disponíveis, de um processo de saturação dos mercados tradicionais, com progressivo transbordamento de suas fronteiras, em direção a novos destinos e, na margem, para localidades mais distantes, em busca de atrativos únicos e/ou exóticos, característicos de segmentos pioneiros de viajantes, que depois se propagam a outros tipos de consumidores.

Nesse contexto, tem-se espaço para nos médio e longo prazos competir pela absorção da natural redistribuição do fluxo turístico mundial às novas destinações, mesmo que em escalas apenas marginais. O Brasil compõe o grupo de destinos mais distantes dos principais emissores. Esse tipo de destino não é próprio de um público de massa, mas de pioneiros, mais sofisticados, que, gradualmente, vem ampliando sua participação, embora, em números ainda não expressivos.

Nesse cenário, as possibilidades de crescimento do turismo internacional no Brasil dependem principalmente, do desempenho econômico de países da América do Sul (principal região emissora para o Brasil, com cerca de 60% do total), inclusive em termos de taxa de câmbio e preços, e da valorização de atrativos únicos de que dispomos, por meio da melhoria da infraestrutura, dos serviços de apoio ao turismo e da intensificação e maior agressividade nos procedimentos de comercialização e de promoção do turismo brasileiro, ações estas sustentadas pelo fortalecimento do turismo doméstico.

As viagens intrarregionais, mais próximas, são as mais importantes em número de visitantes, mas são as que registram menores gastos per capita e as mais sensíveis às variações de câmbio e preços relativos. As viagens inter-regionais ao Brasil, sendo mais longas, implicam em maiores gastos per capita. Para esse mercado, as ações requeridas são mais complexas, por serem menos sensíveis às variáveis sob controle do destino Brasil, não respondendo, com significância estatística, às variações de câmbio e preços. Seguem uma tendência histórica, com taxas de crescimento quase constantes, passível de variações em função de crises econômicas mundiais ou de suas próprias economias. Contudo, no médio e longo prazo, o Brasil apresenta enormes potencialidades para a conquista de ganhos relativos, dependentes de uma política agressiva de comercialização no exterior e investimentos em melhorias de sua infraestrutura, o que resultará num deslocamento, para cima, no “patamar” de seu receptivo.

“Essa **nova perspectiva** de diversificação decorre, **além** dos fatores de **renda** e de **tempo** disponíveis, de um processo de **saturação dos mercados tradicionais**, com progressivo transbordamento de suas fronteiras, em direção a novos destinos e, **na margem**, para **localidades mais distantes**, em busca de **atrativos únicos** e/ou exóticos, característicos de segmentos pioneiros de viajantes, que depois se propagam a outros tipos de consumidores.”

(1) Wilson Abrahão Rabahy: Professor titular sênior da Universidade de São Paulo (USP) e pesquisador sênior da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE).

O papel dos dados sobre a demanda turística internacional no contexto de retomada pós-COVID

Osiris Marques²

A produção de informações na área do turismo há muito tempo tem sido uma questão sensível na tomada de decisões por parte dos agentes, tanto públicos quanto privados.

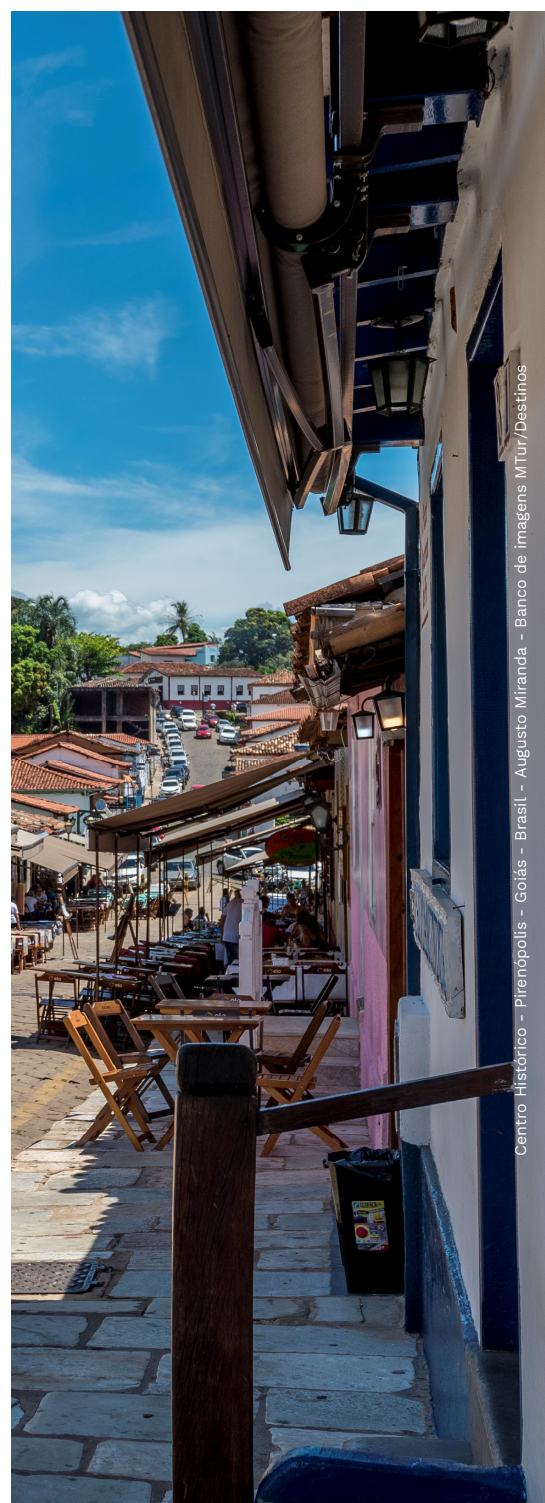
Muitas estatísticas que são disponibilizadas pelos órgãos oficiais carecem de uma série histórica contínua e com metodologias que permitam a comparação entre as séries. No entanto, a pesquisa de demanda turística internacional tem sido uma exceção a este padrão, já que é realizada desde 1983, inicialmente pela Embratur, e a partir de 2005 pelo Ministério do Turismo (MTur). Atualmente, é possível encontrar informações disponíveis na página dos Dados e Fatos do MTur desde 1994.

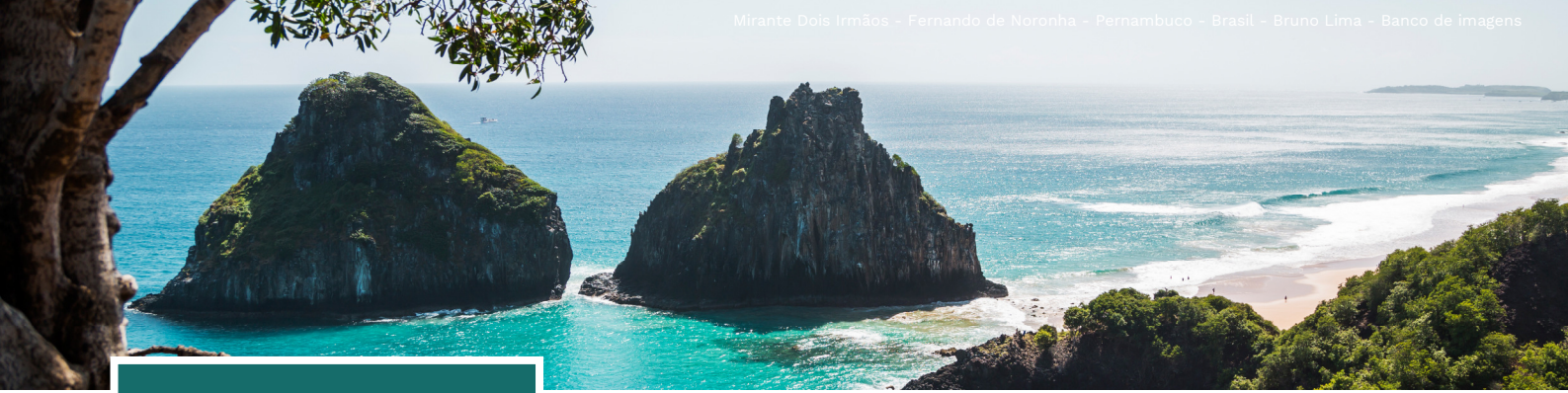
A pesquisa de demanda turística internacional nos abastece com uma série de informações sobre estes visitantes. As características da viagem trazem informações sobre o motivo e a motivação para a viagem, o tipo de meio de alojamento utilizado, com quem o turista está viajando, gasto per capita médio em dólares e a permanência média do turista. Adicionalmente, são apresentadas informações sobre os destinos mais visitados no país, como o turista organizou sua viagem (fontes de informações utilizadas e se utilizou ou não agências de viagem), a frequência de visitação e a intenção de retorno ao país, o perfil socioeconômico (gênero, grupo de idade, grau de instrução, renda média mensal), o grau de satisfação e a avaliação de

diferentes quesitos em rela o   viagem. Todas essas informa es são de extrema relevância para conhecer esse turista e poder fazer previsões futuras sobre sua visita o.

A pandemia do COVID-19, no entanto, irrompida no início do ano de 2020, não apenas cessou o fluxo de turistas internacionais, como poderá representar uma mudança qualitativa neste fluxo. Neste sentido, a gera o de novas informa es referentes aos turistas que passarão a frequentar o Brasil no pós-COVID será de fundamental importância para compreender até que ponto a pandemia irá conceber uma mudança estrutural nas variáveis medidas pela pesquisa de demanda turística internacional. Tais mudanças devem ser acompanhadas de perto para que as estratégias de marketing sejam adequadas e eficientes, e também para compreender, em estudos mais aprofundados, as variáveis que determinam o fluxo turístico internacional para o Brasil.

Em rela o aos estudos da área, muitos têm se dedicado a avaliar os determinantes dos fluxos de turismo internacional, buscando identificar as principais variáveis responsáveis pelo impulsionamento desses fluxos. Dentre os principais fatores que influenciam a demanda turística internacional apontados na literatura especializada podemos destacar: a renda do turista, o preço do turismo, a taxa de câmbio e o custo da viagem/transporte (Johnson & Ashworth, 1990, Crouch, 1995, Li et al, 2005, Ahmed, 2014).





Haverá uma continuidade do perfil do turista internacional que visita o país?

Que medidas podem ser tomadas para reativar o fluxo de turistas internacionais e como fazê-lo crescer?



Que perfil de visitantes internacionais seria desejável receber no país, a partir da visão dos diferentes atores envolvidos na dinâmica do turismo internacional?

Como os gastos com propaganda e marketing poderiam ser direcionados de forma mais efetiva para alcançar os objetivos estratégicos propostos?



“Estas informações ... são insumos fundamentais para análises mais sofisticadas que desvelem as influências que as diversas variáveis de interesse exercem sobre este fluxo.”

Além dessas, as investigações também apontam outras variáveis determinantes no fluxo turístico internacional, tais como: preço dos destinos substituto (Witt & Witt, 1995, Li et al., 2005), gastos com marketing e propaganda (Johnson & Ashworth, 1990, Crouch, 1995, Witt & Witt, 1995) e características da população (Ahmed, 2014).

Vale notar que muitas dessas variáveis estão fora do alcance das ações de influência dos governos, como a renda do turista, as características da população e o preço dos destinos substitutos. Neste sentido, as medidas que poderão ser efetivas para influenciar o fluxo turístico internacional devem ser concentradas naquelas que são passíveis de serem influenciadas pelas autoridades competentes. Dentre elas, vale destacar o gasto com marketing e propaganda e o preço do turismo. Esta última, mesmo sendo determinada pelas forças de mercado, também podem sofrer influência das políticas públicas, tanto diretamente através de políticas de fomento ao setor, como indiretamente através da determinação da carga tributária para tais atividades.

Neste sentido, a produção de informações sobre os turistas internacionais acaba por desempenhar uma dupla função: nos permite conhecer o turista internacional que atualmente visita nosso país e serve como insumo para tomada de decisões estratégicas sobre os tipos de turista internacional que gostaríamos de receber. A disrupção no fluxo internacional causada pela pandemia do COVID-19, nos coloca novos desafios em

relação à atração de turistas internacionais. Algumas perguntas permanecem ainda sem resposta: Haverá uma continuidade do perfil do turista internacional que visita o país? Que medidas podem ser tomadas para reativar o fluxo de turistas internacionais e como fazê-lo crescer? Que perfil de visitantes internacionais seria desejável receber no país, a partir da visão dos diferentes atores envolvidos na dinâmica do turismo internacional? Como os gastos com propaganda e marketing poderiam ser direcionados de forma mais efetiva para alcançar os objetivos estratégicos propostos?

As respostas a estas questões não poderão ser elaboradas sem a produção de informações sobre estes turistas. Por conseguinte, a pesquisa da demanda turística internacional pode e deve ser utilizada para auxiliar na retomada do turismo estrangeiro no pós-pandemia, juntamente com outras informações relevantes sobre o turismo e o turista internacional. Estas informações não apenas descrevem o perfil e outras características dos viajantes e das viagens internacionais, mas também são insumos fundamentais para análises mais sofisticadas que desvelem as influências que as diversas variáveis de interesse exercem sobre este fluxo. Neste processo, o turismo brasileiro pode deixar de ser apenas um receptor dos turistas voluntários que decidem visitar o país e ganhe um maior protagonismo neste cenário, influenciando não apenas a quantidade de visitantes, mas também o perfil desejado dos turistas que nos visitam.

(2) Osiris Marques: Professor e pesquisador do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenador do Observatório do Turismo do Rio de Janeiro/UFF .



RESULTADOS

Fichas Sínteses

As páginas seguintes apresentam tabelas denominadas Fichas Sínteses oriundas da pesquisa de Demanda do Mercado de Turismo Receptivo Internacional no Brasil, realizada pelo Ministério do Turismo por meio de contratação da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE.

As informações apresentadas são o resultado da compilação dos dados da pesquisa para os últimos cinco anos, 2015 a 2019, e estão distribuídas em fichas agregadas por categorias como:

- A Característica da viagem, destacando os principais motivos que levou o turista a viajar, o tipo de alojamento utilizado para hospedagem durante sua estadia, a composição do grupo turístico, o gasto médio per capita dia e a permanência média no Brasil;
- Os Destinos mais visitados durante a viagem categorizados pelos principais motivos da viagem;
- A Organização da viagem, que apresenta dados como por exemplo a fonte de informação utilizada no planejamento da viagem, entre outras;
- Fidelização ao destino;
- O Perfil socioeconômico do turista; e,
- A satisfação em relação à viagem juntamente com a avaliação da viagem que o visitante fez sobre a infraestrutura turística.

As fichas estão divididas, ainda, em 7 blocos, sendo:

1. Perfil da demanda turística internacional - Síntese Brasil - 2015-2019: com informações agregadas para o total de turistas que visitaram o Brasil no período.

2. Perfil da demanda turística internacional - Motivos da viagem - 2015-2019: com informações sobre perfil do turista internacional destacando os três principais motivos que o levaram a realizar a viagem: Lazer; Negócios, eventos e convenções; e Outros Motivos.

3. Perfil da demanda turística internacional - Vias de acesso - 2015-2019: com informações agregadas por portão de acesso utilizado pelo turista internacional em sua viagem ao Brasil. Destacando os dois principais

portões de chegada e onde as pesquisas são realizadas: Aéreo e Terrestre.

4. Perfil da demanda turística internacional - Meios de hospedagem - 2015-2019: com destaque para os principais meios de hospedagem utilizados pelos turistas, sejam eles: Casa de amigos e parentes; Casa alugada; Hotel; e Outros meios de hospedagem.

5. Perfil da demanda turística internacional - Sínteses dos principais países emissores - 2015-2019: com informação desagregada para os 26 principais países emissores de turistas para o Brasil.

6. Perfil da demanda turística internacional - Principais Unidades da Federação visitadas - 2015-2019: com destaque das informações sobre a chegada de turistas internacionais, agregadas para 17 Unidades da Federação.

7. Perfil da demanda turística internacional - Sínteses dos destinos mais visitados - 2015-2019: com dados agregados que destacam para 22 destinos nacionais visitados pelo turista internacional durante sua viagem ao país.

Outras informações sobre a pesquisa, como notas metodológicas e análises podem ser obtidas no Relatório Descritivo 2015-2019, além dos dados das Chegadas de Turistas Internacionais ao Brasil disponíveis no portal Dados e Fatos do Ministério do Turismo: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br>.

Convenções:

- .. Não se aplica dado numérico.
- Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.
- 0,0 Dado numérico igual a zero resultante de arredondamento de um valor originalmente positivo.
- Dado não coletado.

1.

Perfil da demanda turística internacional - Síntese Brasil - 2015-2019

A pesquisa de Demanda Turística Internacional referente ao ano de 2019 realçou que o turista internacional que visitou o país em 2019, viajou a lazer e teve por motivação destinos de sol e praia. Os turistas internacionais optaram por hospedar-se em hotéis, flats ou pousadas, bem como em casa de amigos e parentes.

A média de permanência do turista internacional no país oscilou entre onze e doze noites a depender da motivação da viagem, seja para lazer ou para negócios, eventos e convenções.

A cidade do Rio de Janeiro (RJ) foi o destino mais visitado, seguido das cidades de Florianópolis (SC), Foz do Iguaçu (PR), São Paulo (SP) e Armação de Búzios (RJ), respectivamente, reforçando a tendência de viagem por motivação de sol e praia.

A maior parte dos turistas internacionais no país já haviam estado no Brasil e em quase sua totalidade informaram que a viagem realizada atendeu plenamente ou superou as expectativas e recomendariam o Brasil como destino.

Esse panorama realça o papel do Brasil como um destino acolhedor e voltado para o descanso e lazer de quem busca as maravilhas e preciosidades do país.



Vista Panorâmica Praia de Copacabana - Rio de Janeiro - RJ - Brasil (*)

1.1. Perfil da demanda turística internacional – Síntese Brasil – 2015-2019

Característica da viagem					Organização da viagem							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019	
Motivo da viagem ^(1, 2)	(%)					Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁷⁾	(%)					
Lazer	51,3	56,8	58,8	58,8	54,3	Pacote turístico	--	--	--	--	10,8	
Negócios, eventos e convenções	20,2	18,7	15,6	13,5	15,4	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	71,3	
Outros motivos	28,5	24,5	25,6	27,7	30,3	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	15,1	
Motivação da viagem a lazer ⁽³⁾	(%)					Hospedagem	--	--	--	--	41,8	
Sol e praia	69,4	68,8	72,4	71,7	64,8	Locação de veículos	--	--	--	--	4,5	
Natureza, ecoturismo ou aventura	15,7	16,6	16,3	16,3	18,6	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,9	
Cultura	12,1	9,7	9,0	9,5	13,4	Outros	--	--	--	--	2,7	
Esportes	1,5	1,3	1,5	1,6	2,4	Fidelização ao destino						
Viagem de incentivo	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	Frequência de visita ao Brasil	(%)					
Outros motivos ⁽⁴⁾	1,1	3,5	0,7	0,7	0,5	Primeira vez	29,6	31,6	29,9	31,4	31,0	
Lazer relacionado a grandes eventos	--	2,8	--	--	--	Outras vezes	70,4	68,4	70,1	68,6	69,0	
Outras motivações de lazer	1,1	0,7	0,7	0,7	0,5	Intenção de retorno ao Brasil	(%)					
Tipo de alojamento utilizado	(%)					Sim	95,5	95,0	95,6	95,4	95,4	
Hotel, flat ou pousada	48,0	50,0	47,8	47,3	48,6	Não	4,5	5,0	4,4	4,6	4,6	
Casa de amigos e parentes	27,3	22,5	23,1	24,9	26,1	Perfil socioeconômico						
Casa alugada	13,7	16,7	16,8	15,9	14,5	Gênero	(%)					
Camping ou albergue	5,0	5,4	5,5	4,7	5,5	Masculino	61,2	59,8	58,8	56,4	57,6	
Casa própria	2,8	2,5	2,7	2,7	3,1	Feminino	38,8	40,2	41,2	43,6	42,4	
Resort	1,6	1,5	1,8	1,5	1,1	Grupo de idade	(%)					
Outros	1,6	1,4	2,3	3,0	1,1	18 a 24 anos	10,5	10,4	10,4	10,5	10,5	
Composição do grupo turístico	(%)					25 a 31 anos	19,3	19,8	19,4	19,5	20,9	
Sozinho	36,6	34,1	30,9	31,6	34,8	32 a 40 anos	24,7	24,2	24,1	24,3	24,7	
Família	29,1	31,1	34,5	34,1	29,2	41 a 50 anos	22,6	22,5	22,6	22,8	21,6	
Casal sem filhos	18,2	18,2	18,8	19,5	19,8	51 a 59 anos	13,8	13,6	14,3	13,4	12,8	
Amigos	10,2	10,9	11,1	10,6	11,2	60 anos ou mais	9,1	9,5	9,2	9,5	9,5	
Outros	5,9	5,7	4,7	4,2	5,0	Grau de instrução	(%)					
Gasto médio per capita dia no Brasil	(US\$)					Sem educação formal	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	
Lazer	67,12	61,41	62,45	63,19	52,12	Fundamental	3,2	2,5	2,8	2,7	2,8	
Negócios, eventos e convenções	82,48	82,54	90,10	84,33	77,39	Médio	26,2	26,5	29,4	28,7	26,7	
Outros motivos	38,09	39,92	39,93	38,45	37,62	Superior	46,2	45,8	44,6	45,3	46,4	
Total	56,26	55,52	55,78	53,96	47,65	Pós-graduação	24,2	25,1	23,0	23,2	24,0	
Permanência média no Brasil	(pernoites)					Renda média mensal	(US\$)					
Lazer	11,6	11,4	11,5	11,0	11,2	Familiar	4.071,98	3.683,55	3.626,19	3.633,33	3.307,68	
Negócios, eventos e convenções	14,7	14,0	13,1	13,3	12,8	Individual	2.941,29	2.394,34	2.323,59	2.389,03	2.192,47	
Outros motivos	25,4	26,1	26,9	25,8	25,8	Grau de satisfação em relação à viagem						
Total	16,0	15,3	15,4	15,1	15,7	Nível de satisfação com a viagem	(%)					
Destinos mais visitados						Superou	35,3	37,5	39,9	38,5	38,4	
Lazer	(%)					Atendeu plenamente	51,2	50,2	48,4	49,2	48,5	
Rio de Janeiro - RJ	32,6	32,2	27,0	29,7	33,3	Atendeu em parte	11,6	10,6	10,2	10,8	11,6	
Florianópolis - SC	18,8	17,9	19,6	17,1	17,0	Decepcionou	1,9	1,7	1,5	1,5	1,5	
Foz do Iguaçu - PR	13,5	13,2	12,5	12,9	16,2	Recomendaria o Brasil	(%)					
São Paulo - SP	9,7	9,1	7,8	7,9	9,4	Sim	--	--	--	--	94,60	
Armação dos Búzios - RJ	9,1	8,1	7,5	8,2	8,0	Não	--	--	--	--	1,80	
Negócios, eventos e convenções	(%)					Talvez	--	--	--	--	3,60	
São Paulo - SP	45,1	41,2	44,4	48,7	49,2	Avaliação da viagem ⁽⁸⁾						
Rio de Janeiro - RJ	24,5	30,1	23,6	19,7	19,1	Infraestrutura	Avaliação positiva (%)				(nota)	
Curitiba - PR	4,2	4,0	4,1	4,5	4,8	Limpeza pública	80,4	81,7	82,7	81,3	7,3	
Porto Alegre - RS	3,6	3,5	4,2	3,4	3,4	Segurança pública	82,2	82,5	81,5	82,4	7,6	
Brasília - DF	2,7	2,5	3,3	2,7	3,2	Serviço de táxi	90,7	90,1	90,0	90,7	8,0	
Outros motivos	(%)					Transporte público	79,9	81,6	82,8	82,6	7,5	
São Paulo - SP	26,5	28,9	26,7	28,3	32,5	Telecomunicações	65,4	69,6	70,9	74,0	7,2	
Rio de Janeiro - RJ	21,5	23,4	21,4	18,4	19,3	Sinalização turística	79,1	80,6	83,3	83,5	7,6	
Curitiba - PR	4,8	4,9	5,0	5,1	5,0	Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%)				(nota)	
Belo Horizonte - MG	5,4	4,9	4,6	4,7	4,8	Aeroporto	86,5	89,9	92,0	91,9	8,2	
Salvador - BA	4,5	4,3	4,5	4,2	4,1	Rodovias	71,1	72,0	72,9	71,7	6,8	
Organização da viagem						Restaurante	94,7	95,0	95,5	95,8	8,2	
Fonte de informação ^(5,6)	(%)					Alojamento	95,6	95,7	96,4	96,7	8,5	
Internet	44,0	49,2	54,0	55,7	57,6	Diversão noturna	91,2	91,8	91,4	91,7	8,0	
Amigos e parentes	29,5	27,1	27,9	26,4	44,8	Serviços turísticos	positiva (%)					(nota)
Viagem corporativa	14,8	12,7	9,8	8,7	12,8	Guias de turismo	89,6	90,6	91,2	91,6	8,2	
Agência de viagens	6,1	5,7	5,0	5,9	9,9	Informação turística	88,9	88,4	89,0	88,9	7,9	
Guias, brochuras e outras publicações	3,1	3,0	1,7	1,8	5,2	Hospitalidade	97,7	98,0	98,1	97,9	9,0	
Feiras, eventos e congressos	1,4	1,1	1,1	0,8	1,3	Gastronomia	95,7	95,4	95,7	95,9	8,4	
Escritórios brasileiros de turismo	0,1	0,1	0,0	0,1	0,3	Preços	69,4	77,2	73,8	77,1	6,9	
Outros	1,0	1,1	0,5	0,6	1,6							
Utilização de agência de viagem	(%)											
Pacote	6,7	7,5	7,8	9,3	--							
Serviços avulsos	12,0	10,3	10,9	11,1	--							
Não utilizou	81,3	82,2	81,3	79,6	--							

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIEP, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

- Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.
 (2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.
 (3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".
 (4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".
 (5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.
 (6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".
 (7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.
 (8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

2.

Perfil da demanda turística internacional - Motivos da viagem - 2015-2019

Os dados coletados na Pesquisa permitem também realizar análises acerca dos motivos de viagem dos turistas internacionais, especialmente, do motivo de viagem lazer, negócios e outros.

Com relação ao motivo lazer é interessante observar o comportamento do turista internacional que optou por hospedar-se em hotel, flat ou pousada ou em casa alugada, tendo ficado em média por 11,2 pernoites e selecionou as cidades do Rio de Janeiro (RJ) e Florianópolis (SC).

Já aqueles que viajaram por motivo negócios optou por hotel, flat ou pousada e passou 12,8 pernoites, em média, no país. Para esse motivo há uma frequência maior pelas cidades de São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ).

O motivo outros indica que o turista internacional se hospedou em casa de amigos e parentes e ficou em média 25,8 pernoites com a prevalência das cidades de São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ).



Praia da Joaquina - Florianópolis - Santa Catarina - Brasil - Caio Vilela - Banco de imagens MTur/Destinos

2.1. Perfil da demanda turística internacional - Motivo da viagem: Lazer - 2015-2019

Característica da viagem						Perfil socioeconômico					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Tipo de alojamento utilizado ^(1, 2)						Grupo de idade					
	(%)						(%)				
Hotel, flat ou pousada	53,6	54,5	52,9	55,0	57,3	18 a 24 anos	11,0	10,9	10,5	10,6	10,8
Casa de amigos e parentes	9,5	6,9	6,6	6,2	7,2	25 a 31 anos	20,3	20,6	20,0	20,1	21,9
Casa alugada	23,2	25,9	26,2	25,2	23,0	32 a 40 anos	23,9	23,8	24,1	24,2	24,2
Camping ou albergue	8,4	8,4	8,4	7,1	8,9	41 a 50 anos	22,7	22,8	23,2	23,7	21,7
Casa própria	1,3	1,3	1,3	1,1	1,3	51 a 59 anos	13,6	12,9	13,9	12,7	12,6
Resort	2,7	2,4	2,8	2,3	1,8	60 anos ou mais	8,5	9,0	8,3	8,7	8,8
Outros	1,3	0,6	1,8	3,1	0,5	Grau de instrução					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
	(US\$)						(%)				
US\$	67,12	61,41	62,45	63,19	52,12	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Permanência média no Brasil						Fundamental					
	(pernoites)						(%)				
Pernoites	11,6	11,4	11,5	11,0	11,2	2,2	2,0	2,2	2,3	2,3	2,3
Destinos mais visitados						Médio					
Rio de Janeiro - RJ	32,6	32,2	27,0	29,7	33,3	29,7	30,5	34,0	32,0	29,4	29,4
Florianópolis - SC	18,8	17,9	19,6	17,1	17,0	Superior					
Foz do Iguaçu - PR	13,5	13,2	12,5	12,9	16,2	Pós-graduação					
São Paulo - SP	9,7	9,1	7,8	7,9	9,4	Renda média mensal					
Armação dos Búzios - RJ	9,1	8,1	7,5	8,2	8,0	(US\$)					
Salvador - BA	5,9	4,9	5,8	5,5	5,6	Familiar					
Bombinhas - SC	7,6	5,5	6,2	6,4	4,8	Individual					
Angra dos Reis - RJ	4,5	4,0	3,4	3,2	4,0	3.525,83	3.084,47	3.063,17	3.054,20	2.663,38	2.663,38
Balneário Camboriú - SC	4,1	4,1	4,3	4,4	3,6	Individual					
Parati - RJ	3,7	3,4	2,5	2,6	3,1	2.451,30	1.959,09	1.930,63	1.962,05	1.721,66	1.721,66
Ipojuca - PE	0,8	1,6	2,2	2,2	3,0	Grau de satisfação em relação à viagem					
Natal - RN	1,5	2,2	2,7	2,6	2,4	Recomendaria o Brasil					
Cairu - BA	1,8	1,7	2,1	1,8	2,1	(%)					
Fortaleza - CE	1,7	1,9	1,9	2,0	2,0	Sim					
Itapema - SC	2,0	3,2	3,7	3,4	1,9	Não					
Organização da viagem						Talvez					
Utilização de agência de viagem						(%)					
Pacote	11,5	11,9	12,1	14,7	--	Nível de satisfação com a viagem					
Serviços avulsos	9,0	8,1	8,4	7,9	--	(%)					
Não utilizou	79,5	80,0	79,5	77,4	--	Superou					
Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽³⁾						(%)					
Pacote turístico	--	--	--	--	20,7	Atendeu plenamente					
Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	55,9	(%)					
Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	14,2	Atendeu em parte					
Hospedagem	--	--	--	--	51,6	(%)					
Locação de veículos	--	--	--	--	4,3	Decepcionou					
Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	4,7	(%)					
Outros	--	--	--	--	4,0	Avaliação da viagem ⁽⁴⁾					
Fidelização ao destino						(%)					
Frequência de visita ao Brasil						(%)					
Primeira vez	34,9	36,5	33,5	34,6	34,3	Infraestrutura					
Outras vezes	65,1	63,5	66,5	65,4	65,7	(%)					
Intenção de retorno ao Brasil						(%)					
Sim	96,9	96,2	96,4	96,5	--	Avaliação positiva (%)					
Não	3,1	3,8	3,6	3,5	--	(média)					
Perfil socioeconômico						(%)					
Gênero						(%)					
Masculino	60,6	57,9	58,0	56,0	56,5	Limpeza pública					
Feminino	39,4	42,1	42,0	44,0	43,5	(%)					
						Segurança pública					
						(%)					
						Serviço de táxi					
						(%)					
						Transporte público					
						(%)					
						Telecomunicações					
						(%)					
						Sinalização turística					
						(%)					
						Infraestrutura turística					
						(%)					
						Aeroporto					
						(%)					
						Rodovias					
						(%)					
						Restaurante					
						(%)					
						Alojamento					
						(%)					
						Diversão noturna					
						(%)					
						Serviços turísticos					
						(%)					
						Guias de turismo					
						(%)					
						Informação turística					
						(%)					
						Hospitalidade					
						(%)					
						Gastronomia					
						(%)					
						Preços					
						(%)					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(4) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

2.2. Perfil da demanda turística internacional - Motivo da viagem: Negócios, eventos e convenções - 2015-2019

Característica da viagem						Perfil socioeconômico					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Tipo de alojamento utilizado ^(1, 2) (%)						Grupo de idade (%)					
Hotel, flat ou pousada	81,8	80,4	82,6	81,9	81,8	18 a 24 anos	3,7	5,2	3,8	3,7	4,1
Casa de amigos e parentes	7,3	7,3	7,5	8,4	8,5	25 a 31 anos	16,7	17,2	16,6	16,2	17,5
Casa alugada	3,8	4,8	3,0	2,5	4,0	32 a 40 anos	30,4	28,2	28,2	28,5	30
Camping ou albergue	1,3	1,2	1,2	1,1	0,7	41 a 50 anos	27,2	25,9	27,2	26,3	26,7
Casa própria	2,2	1,9	2,1	2,5	2,7	51 a 59 anos	15,2	15,4	16,7	16,4	13,9
Resort	0,7	0,5	0,8	0,6	0,4	60 anos ou mais	6,8	8,1	7,5	8,9	7,8
Outros	2,9	3,9	2,8	3,0	1,9	Grau de instrução (%)					
Gasto médio per capita dia no Brasil (US\$)						Sem educação formal	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
US\$	82,48	82,54	90,10	84,33	77,39	Fundamental	1,8	0,9	1,4	1,0	1,4
Permanência média no Brasil (pernoites)						Médio	11,5	11,3	10,8	11,2	11,5
Pernoites	14,7	14,0	13,1	13,3	12,8	Superior	44,0	42,8	42,6	43,1	44,4
Destinos mais visitados						Pós-graduação	42,5	44,9	45,1	44,6	42,6
São Paulo - SP	45,1	41,2	44,4	48,7	49,2	Renda média mensal (US\$)					
Rio de Janeiro - RJ	24,5	30,1	23,6	19,7	19,1	Familiar	5.462,43	5.212,64	5.283,27	5.364,13	4.797,25
Curitiba - PR	4,2	4,0	4,1	4,5	4,8	Individual	4.217,02	3.845,72	3.915,70	4.095,02	3.687,57
Porto Alegre - RS	3,6	3,5	4,2	3,4	3,4	Grau de satisfação em relação à viagem					
Brasília - DF	2,7	2,5	3,3	2,7	3,2	Recomendaria o Brasil (%)					
Foz do Iguaçu - PR	2,9	2,7	2,3	2,3	3,1	Sim	--	--	--	--	90,7
Belo Horizonte - MG	3,3	3,3	3,1	3,1	2,9	Não	--	--	--	--	3,3
Campinas - SP	3,1	2,8	3,3	3,9	2,8	Talvez	--	--	--	--	6
Florianópolis - SC	1,5	2,3	1,8	2,4	2,3	Nível de satisfação com a viagem (%)					
Salvador - BA	2,1	2,7	2,7	2,0	2,1	Superou	22,7	25,1	25,2	25,4	29,8
Fortaleza - CE	2,1	1,7	1,7	1,6	1,6	Atendeu plenamente	60,1	60,3	61,1	60,5	57
Recife - PE	1,6	1,3	1,6	1,8	1,4	Atendeu em parte	15,3	13,2	12,4	12,6	11,9
Manaus - AM	1,7	1,5	1,3	1,4	1,4	Decepcionou	1,9	1,4	1,3	1,5	1,3
Santos - SP	1,3	1,1	1,2	0,9	1,3	Avaliação da viagem ⁽⁴⁾					
Guarulhos - SP	0,6	0,7	0,8	0,9	1,1	Infraestrutura Avaliação positiva (%) (média)					
Organização da viagem						Limpeza pública	79,4	80,3	80,2	81,2	7,2
Utilização de agência de viagem (%)						Segurança pública	79,4	79,9	78,6	80,2	7,1
Pacote	3,0	2,8	3,0	3,5	--	Serviço de táxi	92,4	92,0	92,5	92,8	8,0
Serviços avulsos	16,8	14,2	16,7	17,0	--	Transporte público	80,4	80,6	81,4	82,8	7,4
Não utilizou	80,2	83,0	80,3	79,5	--	Telecomunicações	66,2	71,3	71,8	75,2	7,2
Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽³⁾ (%)						Sinalização turística	77,6	77,7	79,9	79,9	7,2
Pacote turístico	--	--	--	--	3,6	Infraestrutura turística Avaliação positiva (%) (média)					
Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	82,2	Aeroporto	86,4	89,5	91,2	90,9	7,9
Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	14,4	Rodovias	66,6	69,4	70,5	71,2	6,8
Hospedagem	--	--	--	--	56,4	Restaurante	95,7	95,7	96,9	96,9	8,3
Locação de veículos	--	--	--	--	4,4	Alojamento	94,0	94,7	95,4	95,9	8,2
Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	0,9	Diversão noturna	92,4	93,7	94,1	93,5	8,0
Outros	--	--	--	--	1,9	Serviços turísticos Avaliação positiva (%) (média)					
Fidelização ao destino						Guias de turismo	87,6	88,9	89,3	89,1	7,9
Frequência de visita ao Brasil (%)						Informação turística	86,4	84,6	86,0	85,8	7,6
Primeira vez	28,2	31,7	30,4	30,1	29,5	Hospitalidade	98,2	98,4	98,8	98,1	8,9
Outras vezes	71,8	68,3	69,6	69,9	70,5	Gastronomia	96,5	96,1	96,8	96,6	8,4
Intenção de retorno ao Brasil (%)						Preços	71,1	75,2	74,2	78,6	7,1
Sim	91,5	90,1	92,0	90,6	--	Perfil socioeconômico					
Não	8,5	9,9	8,0	9,4	--	Gênero (%)					
Perfil socioeconômico						Masculino	79,0	78,5	77,8	76,5	78,0
Gênero (%)						Feminino	21,0	21,5	22,2	23,5	22,0

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(4) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

2.3. Perfil da demanda turística internacional - Motivo da viagem: Outros motivos - 2015-2019

Característica da viagem						Perfil socioeconômico					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Tipo de alojamento utilizado ^(1, 2)						Grupo de idade					
	(%)						(%)				
Hotel, flat ou pousada	14,2	16,1	15,1	14,2	16,4	18 a 24 anos	14,3	13,3	14,4	13,6	13,4
Casa de amigos e parentes	73,4	70,2	70,2	72,5	69,0	25 a 31 anos	19,5	20,0	19,8	19,8	20,9
Casa alugada	3,5	4,5	3,9	2,7	4,7	32 a 40 anos	22,2	22,0	21,7	22,5	22,9
Camping ou albergue	1,5	1,6	1,5	1,4	1,9	41 a 50 anos	19,3	19,2	18,3	19,0	18,8
Casa própria	5,7	5,8	6,3	6,1	6,6	51 a 59 anos	13,4	13,7	13,7	13,5	12,6
Resort	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	60 anos ou mais	11,3	11,8	12,1	11,6	11,4
Outros	1,6	1,6	2,9	3,0	1,2	Grau de instrução					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
	(US\$)						(%)				
US\$	38,09	39,92	39,93	38,45	37,62	Fundamental	6,0	4,9	5,1	4,2	4,3
Permanência média no Brasil						Médio					
	(pernoites)						(%)				
Pernoites	25,4	26,1	26,9	25,8	25,8	Superior	39,8	41,9	40,4	40,9	41,3
Destinos mais visitados						Pós-graduação					
	(%)						(US\$)				
São Paulo - SP	26,5	28,9	26,7	28,3	32,5	Familiar	4.124,14	3.978,27	3.942,66	4.059,10	3.746,73
Rio de Janeiro - RJ	21,5	23,4	21,4	18,4	19,3	Individual	2.948,76	2.425,55	2.343,81	2.533,86	2.339,82
Curitiba - PR	4,8	4,9	5,0	5,1	5	Grau de satisfação em relação à viagem					
Belo Horizonte - MG	5,4	4,9	4,6	4,7	4,8	Recomendaria o Brasil					
Salvador - BA	4,5	4,3	4,5	4,2	4,1		(%)				
Brasília - DF	4,3	3,4	3,5	3,5	3,8	Sim	--	--	--	--	90,3
Foz do Iguaçu - PR	6,3	5,2	5,2	4,1	3,6	Não	--	--	--	--	3,4
Florianópolis - SC	4,1	4,1	4,5	4,2	3,6	Talvez	--	--	--	--	6,3
Fortaleza - CE	2,6	2,8	3,1	3,1	3,2	Nível de satisfação com a viagem					
Porto Alegre - RS	3,5	3,3	4,1	2,9	2,7		(%)				
Recife - PE	2,7	2,6	3,4	3,1	2,6	Superou	27,9	27,1	28,2	28,2	30,1
Goiânia - GO	2,7	2,7	2,5	2,9	2,4	Atendeu plenamente	51,9	53,5	52,5	52,0	50
Campinas - SP	2,2	2,6	1,8	2,3	2,2	Atendeu em parte	16,6	15,6	15,9	16,9	17,2
Vitória - ES	2,1	1,9	2,0	1,9	1,9	Decepcionou	3,6	3,8	3,4	2,9	2,7
Manaus - AM	1,2	1,5	1,5	1,7	1,6	Avaliação da viagem ⁽⁴⁾					
Organização da viagem						Infraestrutura					
Utilização de agência de viagem						Avaliação positiva (%)					
	(%)						(média)				
Pacote	0,7	1,0	0,9	0,7	--	Limpeza pública	68,1	66,9	69,2	67,3	6,6
Serviços avulsos	14,0	12,4	13,1	15,0	--	Segurança pública	67,1	64,6	62,7	64,0	6,5
Não utilizou	85,3	86,6	86,0	84,3	--	Serviço de táxi	87,0	86,2	84,6	87,2	7,7
Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽³⁾						Transporte público					
	(%)						(%)				
Pacote turístico	--	--	--	--	2,0	Telecomunicações	67,2	68,3	69,1	68,6	6,6
Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	85,3	Sinalização turística	60,8	64,9	66,0	68,5	6,9
Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	16,6	Infraestrutura turística					
Hospedagem	--	--	--	--	20,1		(%)				
Locação de veículos	--	--	--	--	4,9		(média)				
Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,6	Aeroporto	88,7	90,6	92,0	91,7	8,1
Outros	--	--	--	--	1,6	Rodovias	59,8	61,2	59,4	58,3	6,2
Fidelização ao destino						Restaurante					
Frequência de visita ao Brasil						Avaliação positiva (%)					
	(%)						(média)				
Primeira vez	21,0	19,9	21,2	25,2	25,9	Alojamento	93,5	94,3	94,8	96,5	8,3
Outras vezes	79,0	80,1	78,8	74,8	74,1	Diversão noturna	88,0	88,4	88,0	88,1	7,7
Intenção de retorno ao Brasil						Serviços turísticos					
	(%)						(%)				
Sim	95,9	96,1	95,9	95,4	--	Guias de turismo	80,1	83,7	83,7	83,4	7,2
Não	4,1	3,9	4,1	4,6	--	Informação turística	80,1	80,5	80,4	80,7	7,1
Perfil socioeconômico						Hospitalidade					
Gênero						Avaliação positiva (%)					
	(%)						(média)				
Masculino	49,5	50,0	49,3	47,5	49,2	Hospitalidade	96,8	96,7	97,2	96,7	8,9
Feminino	50,5	50,0	50,7	52,5	50,8	Gastronomia	96,5	96,3	96,3	96,6	8,5
						Preços	60,2	62,2	61,8	66,4	6,5

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(4) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

3.

Perfil da demanda turística internacional - Vias de acesso - 2015-2019

Os dados obtidos a partir da pesquisa realizada pela FIPE ao longo de 2019 permite compreender também as vias de acesso dos turistas internacionais, seja por meio de aéreo ou terrestre.

Tomando por base os dados referentes à via aérea, é possível destacar que o turista internacional, ao longo de 2019, viajou por motivo de lazer e hospedou-se em hotel, flat ou pousada. O turista que ingressou no país por via aérea escolheu a cidade do Rio de Janeiro (RJ), seguida de Armação de Búzios (RJ).

Já os turistas que optaram por ingressar no Brasil por via terrestre possuíam por motivo de viagem o lazer, hospedando-se em hotel, flat ou pousada e as cidades mais visitadas por motivo de lazer são Florianópolis (SC) e Foz do Iguaçu (PR).



Praia Azeda e Azedinha - Armação dos Búzios - Rio de Janeiro - Brasil - Thiago Freitas - Banco de imagens MTur/Destinos

3.1. Perfil da demanda turística internacional - Via de acesso: Aéreo - 2015-2019

Característica da viagem						Perfil socioeconômico							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019		
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Gênero						(%)
Lazer	38,8	43,3	44,0	44,9	41,1		Masculino	59,2	59,7	58,1	55,6	57,2	
Negócios, eventos e convenções	26,5	25,6	22,5	18,9	20,4		Feminino	40,8	40,3	41,9	44,4	42,8	
Outros motivos	34,7	31,1	33,5	36,2	38,5		Grupo de idade						(%)
Tipo de alojamento utilizado						(%)	18 a 24 anos	10,2	9,8	10,5	10,3	10,2	
Hotel, flat ou pousada	52,2	54,5	53,4	51,5	51,0		25 a 31 anos	20,9	20,8	20,3	20,3	21,0	
Casa de amigos e parentes	32,0	27,8	29,2	31,2	31,5		32 a 40 anos	25,1	24,0	24,0	23,8	24,6	
Casa alugada	5,0	7,5	5,3	4,8	8,1		41 a 50 anos	20,9	20,9	20,2	21,0	20,5	
Camping ou albergue	3,9	3,7	3,6	3,3	3,2		51 a 59 anos	13,3	13,8	14,1	13,9	13,0	
Casa própria	3,3	3,0	3,4	3,5	3,9		60 anos ou mais	9,6	10,7	10,9	10,7	10,7	
Resort	1,9	1,9	2,3	2,0	1,4		Grau de instrução						(%)
Outros	1,7	1,6	2,8	3,7	0,9		Sem educação formal	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	Fundamental	2,3	1,8	2,1	2,1	2,4	
Lazer	78,08	73,80	71,89	69,09	58,40		Médio	22,3	22,3	24,3	24,7	24,3	
Negócios, eventos e convenções	83,79	83,12	90,53	84,86	77,91		Superior	45,9	46,3	45,1	45,5	45,8	
Outros motivos	38,86	40,49	40,34	39,11	38,35		Pós-graduação	29,4	29,4	28,4	27,6	27,5	
Total	58,00	58,70	57,53	54,20	49,14		Renda média mensal						(US\$)
Permanência média no Brasil						(dias)	Familiar	4.550,33	4.233,05	4.169,05	4.075,92	3.742,47	
Lazer	11,9	11,6	11,7	11,1	11,3		Individual	3.321,12	2.796,53	2.699,89	2.709,19	2.497,22	
Negócios, eventos e convenções	14,8	14,2	13,4	13,4	13,0		Grau de satisfação em relação à viagem						(%)
Outros motivos	27,2	27,2	28,8	26,8	26,7		Recomendaria o Brasil						(%)
Total	18,0	17,1	17,7	17,0	17,5		Sim	--	--	--	--	92,8	
Destinos mais visitados						(%)	Não	--	--	--	--	2,4	
Lazer						(%)	Talvez	--	--	--	--	4,8	
Rio de Janeiro - RJ	51,4	50,7	44,8	45,9	49,2		Nível de satisfação com a viagem						(%)
Armação dos Búzios - RJ	16,4	14,5	14,3	14,5	13,7		Superou	30,7	32,6	33,7	34,4	35,1	
São Paulo - SP	13,1	11,9	10,4	10,4	11,3		Atendeu plenamente	52,7	52,6	52,1	50,8	49,2	
Salvador - BA	9,9	8,0	9,8	8,7	8,5		Atendeu em parte	14,2	12,6	12,1	12,9	13,8	
Florianópolis - SC	5,7	6,2	6,0	7,0	7,2		Decepcionou	2,4	2,2	2,1	1,9	1,9	
Negócios, eventos e convenções						(%)	Avaliação da viagem ⁽⁴⁾						(%)
São Paulo - SP	46,2	41,6	44,9	49,6	51,0		Infraestrutura						Avaliação positiva (%) (média)
Rio de Janeiro - RJ	25,2	31,0	24,5	20,2	20,1		Limpeza pública	75,7	76,6	76,6	75,8	6,8	
Curitiba - PR	4,0	4,0	4,0	4,5	4,8		Segurança pública	77,7	77,8	75,2	77,0	7,1	
Brasília - DF	2,9	2,5	3,4	4,0	3,4		Serviço de táxi	90,7	90,2	89,8	90,6	8,0	
Porto Alegre - RS	3,7	3,6	3,9	3,2	3,3		Transporte público	78,4	79,7	80,3	79,8	7,3	
Outros motivos						(%)	Telecomunicações	63,7	68,6	69,9	72,0	7,1	
São Paulo - SP	28,5	29,6	27,5	29,0	34,0		Sinalização turística	75,2	77,2	79,3	79,5	7,2	
Rio de Janeiro - RJ	24,0	25,2	23,7	19,5	20,6		Infraestrutura turística						Avaliação positiva (%) (média)
Belo Horizonte - MG	6,2	5,4	5,3	5,2	5,2		Aeroporto	86,5	89,9	92,0	91,9	8,2	
Curitiba - PR	4,6	4,4	5,0	4,9	4,5		Rodovias	66,2	69,3	69,6	68,7	6,6	
Salvador - BA	5,1	4,5	5,2	4,4	4,4		Restaurante	94,5	94,6	95,1	95,3	8,1	
Organização da viagem						(%)	Alojamento	94,6	95,0	95,8	96,2	8,3	
Utilização de agência de viagem						(%)	Diversão noturna	91,1	91,7	91,1	91,0	7,9	
Pacote	8,9	10,1	11,4	13,0	--		Serviços turísticos						Avaliação positiva (%) (média)
Serviços avulsos	15,7	13,7	15,3	15,8	--		Guias de turismo	88,2	90,4	90,9	91,1	8,1	
Não utilizou	75,4	76,2	73,3	71,2	--		Informação turística	86,8	86,8	87,5	87,5	7,7	
Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽³⁾						(%)	Hospitalidade	97,4	97,6	97,7	97,5	8,9	
Pacote turístico	--	--	--	--	12,3		Gastronomia	95,7	95,4	95,5	95,8	8,3	
Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	82,5		Preços	67,0	72,5	69,7	73,7	6,8	
Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	15,5								
Hospedagem	--	--	--	--	42,3								
Locação de veículos	--	--	--	--	5,4								
Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,0								
Outros	--	--	--	--	3,2								
Fidelização ao destino						(%)							
Frequência de visita ao Brasil						(%)							
Primeira vez	32,3	33,5	31,9	33,7	33,0								
Outras vezes	67,7	66,5	68,1	66,3	67,0								
Intenção de retorno ao Brasil						(%)							
Sim	94,5	94,0	94,6	94,4	--								
Não	5,5	6,0	5,4	5,6	--								

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(4) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

3.2. Perfil da demanda turística internacional - Via de acesso: Terrestre - 2015-2019

Característica da viagem						Perfil socioeconômico							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019		
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Gênero						(%)
Lazer	84,2	89,7	87,3	88,7	86,4		Masculino	66,3	60,1	60,2	58,2	58,5	
Negócios, eventos e convenções	3,4	2,2	2,1	1,7	3,1		Feminino	33,7	39,9	39,8	41,8	41,5	
Outros motivos	12,4	8,1	10,6	9,6	10,5		Grupo de idade						(%)
Tipo de alojamento utilizado						(%)	18 a 24 anos	11,2	11,5	10,4	10,8	11,2	
Hotel, flat ou pousada	37,1	39,0	36,9	38,2	42,8		25 a 31 anos	15,4	17,4	17,8	17,9	20,8	
Casa de amigos e parentes	14,9	9,5	11,3	11,2	12,9		32 a 40 anos	23,7	24,7	24,5	25,3	24,9	
Casa alugada	36,4	39,3	39,2	40,0	30,2		41 a 50 anos	27,1	26,5	27,2	26,6	24,1	
Camping ou albergue	8,0	9,3	9,2	7,7	11,1		51 a 59 anos	15,2	13,1	14,5	12,4	12,2	
Casa própria	1,4	1,4	1,3	0,9	1,3		60 anos ou mais	7,4	6,8	5,6	7,0	6,8	
Resort	0,6	0,5	0,7	0,4	0,5		Grau de instrução						(%)
Outros	1,6	1,0	1,4	1,6	1,2		Sem educação formal	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	Fundamental	5,5	4,0	4,2	3,9	3,8	
Lazer	53,29	46,02	52,09	56,15	44,19		Médio	35,8	36,5	39,3	37,2	32,8	
Negócios, eventos e convenções	47,32	51,15	(3)	(3)	55,61		Superior	46,9	44,4	43,6	44,8	47,9	
Outros motivos	25,63	28,41	32,64	26,35	22,29		Pós-graduação	11,5	14,9	12,7	14,0	15,4	
Total	49,70	44,60	50,44	53,19	41,99		Renda média mensal						(US\$)
Permanência média no Brasil						(dias)	Familiar	2.948,22	2.458,73	2.592,94	2.701,80	2.271,64	
Lazer	11,3	11,2	11,1	10,8	11,0		Individual	2.051,34	1.517,64	1.623,60	1.716,21	1.462,02	
Negócios, eventos e convenções	12,4	8,5	(3)	(3)	7,1		Grau de satisfação em relação à viagem						(%)
Outros motivos	12,0	14,1	12,5	15,7	15,4		Recomendaria o Brasil						(%)
Total	11,4	11,3	11,2	11,1	11,2		Sim	--	--	--	--	98,9	
Destinos mais visitados						(%)	Não	--	--	--	--	0,5	
Lazer						(%)	Talvez	--	--	--	--	0,6	
Florianópolis - SC	33,5	30,9	32,8	28,1	28,4		Nível de satisfação com a viagem						(%)
Foz do Iguaçu - PR	18,2	19,3	17,9	20,0	27,0		Superou	46,7	49,1	51,8	47,4	46,6	
Rio de Janeiro - RJ	11,3	11,7	9,7	12,2	14,9		Atendeu plenamente	47,6	44,6	41,1	45,8	46,6	
Bombinhas - SC	15,7	11,1	11,6	12,4	9,5		Atendeu em parte	5,1	5,9	6,4	6,4	6,2	
São Paulo - SP	5,8	6,0	5,2	7,6	7,2		Decepcionou	0,6	0,4	0,7	0,5	0,6	
Negócios, eventos e convenções						(%)	Avaliação da viagem ⁽⁴⁾						(%)
Foz do Iguaçu - PR	24,6	15,6	14,3	14,0	25,0		Infraestrutura						Avaliação positiva (%) (média)
São Paulo - SP	26,0	32,7	35,1	26,6	21,5		Limpeza pública	92,8	94,1	94,3	92,9	8,5	
Florianópolis - SC	3,8	3,7	3,9	7,1	9,5		Segurança pública	93,7	93,8	93,5	94,0	8,7	
Balneário Camboriú - SC	2,5	4,7	2,7	6,3	4,9		Serviço de táxi	90,4	89,8	91,6	91,7	8,4	
Curitiba - PR	8,1	5,5	5,5	5,8	4,6		Transporte público	88,1	90,5	90,8	92,1	8,1	
Outros motivos						(%)	Telecomunicações	70,4	72,3	72,9	78,5	7,7	
São Paulo - SP	14,2	23,2	21,5	22,1	18,5		Sinalização turística	87,7	87,5	89,8	91,2	8,3	
Foz do Iguaçu - PR	25,2	21,0	19,0	17,9	12,8		Infraestrutura turística						Avaliação positiva (%) (média)
Curitiba - PR	6,0	8,9	5,1	6,9	10,0		Aeroporto	--	--	--	--	--	
Rio de Janeiro - RJ	6,5	7,7	7,3	8,9	8,2		Rodovias	83,7	78,2	78,9	78,0	7,3	
Campo Grande - MS	1,0	3,8	2,8	5,2	5,0		Restaurante	95,3	96,0	96,4	96,7	8,5	
Organização da viagem						(%)	Alojamento	97,6	97,1	97,4	97,5	8,8	
Utilização de agência de viagem						(%)	Diversão noturna	91,7	92,5	92,3	93,7	8,4	
Pacote	0,8	1,2	0,9	1,2	--		Serviços turísticos						Avaliação positiva (%) (média)
Serviços avulsos	2,3	2,0	2,4	1,1	--		Guias de turismo	94,5	91,9	92,3	93,6	8,7	
Não utilizou	96,9	96,8	96,7	97,7	--		Informação turística	93,8	92,3	92,1	92,5	8,4	
Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽³⁾						(%)	Hospitalidade	98,6	99,1	98,9	98,9	9,3	
Pacote turístico	--	--	--	--	4,4		Gastronomia	95,6	95,4	96,2	96,2	8,5	
Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	24,5		Preços	75,8	88,9	81,5	84,3	7,2	
Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	13,3								
Hospedagem	--	--	--	--	39,9								
Locação de veículos	--	--	--	--	0,8								
Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,2								
Outros	--	--	--	--	0,8								
Fidelização ao destino						(%)							
Frequência de visita ao Brasil						(%)							
Primeira vez	22,2	27,2	26,0	26,4	26,2								
Outras vezes	77,8	72,8	74,0	73,6	73,8								
Intenção de retorno ao Brasil						(%)							
Sim	98,0	97,3	97,5	97,7	--								
Não	2,0	2,7	2,5	2,3	--								

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

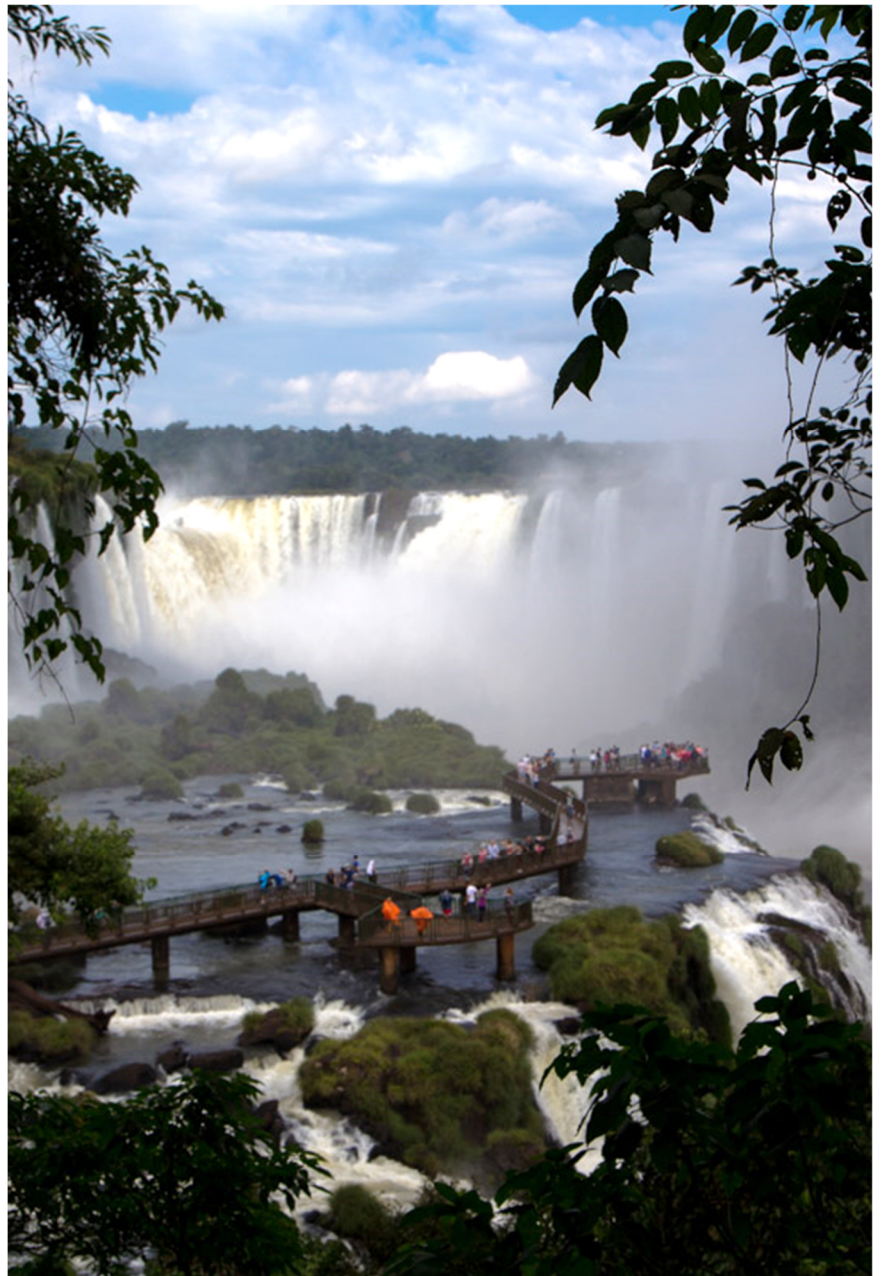
Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(4) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

Parque Nacional de Foz do Iguaçu - Paraná - Brasil (*)



4.

Perfil da demanda turística internacional - Meios de hospedagem - 2015-2019

A pesquisa de Demanda Turística Internacional referente ao ano de 2019 demonstrou os perfis dos turistas segundo a opção por hospedagem durante a sua estadia no país. A partir dos dados coletados e dos resultados obtidos é possível observar que o turista que opta por se hospedar em hotel vem ao país motivado pelo lazer, permanecendo em média por 09 pernoites. Para esses turistas, os destinos escolhidos são, segundo a motivação: Rio de Janeiro (RJ) para aqueles que buscam lazer; São Paulo (SP) para aqueles que estiveram no país para negócios, eventos e convenções. São Paulo (SP) também foi a cidade escolhida para aqueles estiverem no país por outros motivos.

O turista internacional que se hospedou em casas alugadas buscou essencialmente lazer e permaneceu em

média 12 pernoites, tendo por Florianópolis (SC), a cidade mais visitada.

É possível observar nos resultados apresentados que o turista que escolheu pernoitar em casa de amigos e parentes teve outras motivações. Entre elas, incluem-se motivos de saúde, religião, peregrinação ou mesmo o hábito de visitar amigos e parentes. Para estes, São Paulo (SP) foi a cidade mais visitada com uma média de 26 pernoites.

A pesquisa permitiu também verificar o perfil do turista que opta por hospedagem em outros estabelecimentos. Para estes, o principal motivo de viagem é lazer e o local mais visitado é a cidade do Rio de Janeiro (RJ).



Museu do Ipiranga - São Paulo - SP - Brasil - Rogério Cassimiro - Banco de imagens MTur/Destinos

4.2. Perfil da demanda turística internacional - Meio de hospedagem: Casa alugada - 2015-2019

Característica da viagem						Perfil socioeconômico							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019		
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Gênero						(%)
Lazer	87,1	88,1	91,3	93,2	85,8		Masculino	64,0	57,9	59,4	58,8	58,4	
Negócios, eventos e convenções	5,7	5,4	2,8	2,1	4,2		Feminino	36,0	42,1	40,6	41,2	41,6	
<i>Negócios ou trabalho</i>	5,2	5,1	2,4	1,9	3,4		Grupo de idade						(%)
<i>Congressos, feiras ou convenções</i>	0,5	0,3	0,4	0,2	0,8		18 a 24 anos	9,1	10,4	7,9	8,1	10,9	
Outros motivos	7,2	6,5	5,9	4,7	10,0		25 a 31 anos	14,1	16,4	13,9	14,3	20,0	
<i>Visitar amigos e parentes</i>	4,3	3,6	3,5	2,5	6,0		32 a 40 anos	23,9	26,0	25,4	25,1	24,9	
<i>Estudo ou cursos</i>	2,6	2,5	2,1	1,8	2,8		41 a 50 anos	30,2	28,2	30,1	31,3	24,6	
<i>Motivos de saúde</i>	0,1	0,2	0,1	0,2	0,4		51 a 59 anos	16,6	12,9	16,8	14,0	12,9	
<i>Religião ou peregrinação</i>	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2		60 anos ou mais	6,1	6,1	5,9	7,2	6,7	
<i>Compras pessoais</i>	0,1	0,0	-	0,0	0,1		Grau de instrução						(%)
<i>Outros</i>	0,0	0,0	0,1	0,1	0,5		Sem educação formal	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	Fundamental	2,4	1,9	2,6	3,4	2,5	
Lazer	55,68	49,14	52,00	53,49	43,77		Médio	33,2	32,4	39,0	37,0	29,1	
Negócios, eventos e convenções	47,25	45,66	50,20	51,56	41,74		Superior	51,0	48,8	45,5	46,8	50,6	
Outros motivos	35,95	35,59	38,76	37,45	35,85		Pós-graduação	13,2	16,8	12,8	12,7	17,7	
Total	50,23	46,08	49,47	50,93	41,85		Renda média mensal						(US\$)
Permanência média no Brasil						(pernoites)	Familiar	3.374,13	2.861,83	2.795,33	2.886,44	2.602,93	
Lazer	12,4	12,8	12,5	12,0	11,9		Individual	2.350,73	1.745,84	1.701,07	1.799,20	1.646,14	
Negócios, eventos e convenções	64,4	51,6	56,1	70,3	46,2		Grau de satisfação em relação à viagem						(%)
Outros motivos	54,5	57,2	56,8	50,9	38,8		Recomendaria o Brasil						(%)
Total	17,5	16,9	15,7	14,6	15,3		Sim	--	--	--	--	98,0	
Destinos mais visitados						Destinos mais visitados	Não	--	--	--	--	0,8	
Lazer	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Lazer	Talvez	--	--	--	--	1,2	
Florianópolis - SC	36,0	32,1	37,2	33,6	30,6	Florianópolis - SC	Nível de satisfação com a viagem						(%)
Rio de Janeiro - RJ	13,7	18,7	7,8	9,5	21,5	Rio de Janeiro - RJ	Superou	45,0	48,8	55,1	48,7	48,0	
Bombinhas - SC	20,0	13,8	15,8	16,7	11,5	Bombinhas - SC	Atendeu plenamente	47,1	43,5	38,4	44,5	43,7	
Foz do Iguaçu - PR	1,7	4,5	2,6	3,1	6,6	Foz do Iguaçu - PR	Atendeu em parte	7,0	7,0	5,8	6,2	7,5	
Balneário Camboriú - SC	7,4	7,2	8,2	9,7	6,6	Balneário Camboriú - SC	Decepcionou	0,9	0,7	0,7	0,6	0,8	
Negócios, eventos e convenções						(%)	Avaliação da viagem ⁽⁴⁾						(%)
São Paulo - SP	35,0	28,2	33,1	36,3	42,0	São Paulo - SP	Infraestrutura	Avaliação positiva (%)		(média)			
Rio de Janeiro - RJ	34,3	61,6	32,7	31,8	30,5	Rio de Janeiro - RJ	Limpeza pública	88,2	90,1	91,9	91,6	8,0	
Curitiba - PR	10,1	2,0	3,6	6,4	6,3	Curitiba - PR	Segurança pública	91,4	90,9	92,3	93,6	8,4	
Porto Alegre - RS	1,7	2,6	3,4	4,5	4,1	Porto Alegre - RS	Serviço de táxi	90,8	88,7	89,2	88,8	8,1	
Florianópolis - SC	4,0	3,3	4,5	3,1	4,1	Florianópolis - SC	Transporte público	82,5	85,4	84,9	87,9	7,9	
Outros motivos						(%)	Telecomunicações	61,9	68,5	70,0	74,8	7,4	
São Paulo - SP	24,5	27,5	32,3	25,3	38,2	São Paulo - SP	Sinalização turística	85,7	85,0	89,5	90,0	8,1	
Rio de Janeiro - RJ	42,8	49,1	37,7	32,9	37,8	Rio de Janeiro - RJ	Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%)		(média)			
Florianópolis - SC	13,1	9,6	17,2	12,0	8,9	Florianópolis - SC	Aeroporto	85,2	90,8	91,8	92,5	8,3	
Salvador - BA	8,8	8,4	10,2	9,7	7,5	Salvador - BA	Rodovias	77,6	72,1	73,1	69,0	6,7	
Foz do Iguaçu - PR	6,1	7,4	8,5	10,5	6,1	Foz do Iguaçu - PR	Restaurante	94,6	95,6	96,1	96,1	8,3	
Organização da viagem						(%)	Alojamento	97,4	97,1	97,7	97,8	8,7	
Utilização de agência de viagem						(%)	Diversão noturna	88,8	93,0	90,1	92,6	8,2	
Pacote	0,3	0,5	0,4	0,4	--	Pacote	Serviços turísticos	Avaliação positiva (%)		(média)			
Serviços avulsos	4,1	4,1	3,3	3,2	--	Serviços avulsos	Guias de turismo	92,0	90,7	92,6	91,8	8,3	
Não utilizou	95,6	95,4	96,3	96,4	--	Não utilizou	Informação turística	92,6	92,3	91,7	91,6	8,2	
Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽³⁾						(%)	Hospitalidade	97,9	99,2	99,1	98,9	9,2	
Pacote turístico	--	--	--	--	1,8	Pacote turístico	Gastronomia	94,6	94,5	96,3	95,7	8,3	
Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	71,7	Transporte internacional aéreo ou terrestre	Preços	71,4	88,1	81,8	83,4	7,0	
Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	17,2	Transporte aéreo no Brasil							
Hospedagem	--	--	--	--	68,0	Hospedagem							
Locação de veículos	--	--	--	--	7,4	Locação de veículos							
Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,6	Atrativos, passeios ou guias de turismo							
Outros	--	--	--	--	3,3	Outros							
Fidelização ao destino						(%)							
Frequência de visita ao Brasil						(%)							
Primeira vez	19,1	27,2	20,4	19,6	23,7	Primeira vez							
Outras vezes	80,9	72,8	79,6	80,4	76,3	Outras vezes							
Intenção de retorno ao Brasil						(%)							
Sim	97,8	96,6	97,7	98,5	--	Sim							
Não	2,2	3,4	2,3	1,5	--	Não							

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(4) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

4.3. Perfil da demanda turística internacional - Meio de hospedagem: Hotel - 2015-2019

Característica da viagem						Perfil socioeconômico							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019		
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Gênero						(%)
Lazer	57,3	62,0	65,0	68,4	63,9		Masculino	66,8	65,1	63,8	60,6	62,0	
Negócios, eventos e convenções	34,3	30,1	26,9	23,3	25,9		Feminino	33,2	34,9	36,2	39,4	38,0	
<i>Negócios ou trabalho</i>	29,9	26,4	23,0	20,4	21,2		Grupo de idade						(%)
<i>Congressos, feiras ou convenções</i>	4,4	3,7	3,9	2,9	4,7		18 a 24 anos	6,3	6,9	6,9	7,4	7,2	
Outros motivos	8,4	7,9	8,1	8,3	10,2		25 a 31 anos	18,9	18,6	18,3	18,9	19,2	
<i>Visitar amigos e parentes</i>	5,5	5,0	5,1	4,8	5,2		32 a 40 anos	26,9	25,5	25,7	25,6	26,2	
<i>Estudo ou cursos</i>	1,4	1,2	1,5	1,4	2,2		41 a 50 anos	24,3	24,1	24,2	23,8	24,0	
<i>Motivos de saúde</i>	0,5	0,4	0,4	0,3	0,6		51 a 59 anos	14,6	15,0	15,3	14,6	13,6	
<i>Religião ou peregrinação</i>	0,4	0,4	0,2	0,3	0,7		60 anos ou mais	9,0	9,9	9,6	9,7	9,8	
<i>Compras pessoais</i>	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3		Grau de instrução						(%)
<i>Outros</i>	0,4	0,7	0,7	1,3	1,2		Sem educação formal	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	Fundamental	1,7	1,5	2,0	1,7	2,0	
Lazer	87,06	79,17	78,81	77,56	62,75		Médio	21,3	23,3	25,2	24,5	23,2	
Negócios, eventos e convenções	112,85	113,98	124,38	114,88	111,97		Superior	48,4	46,4	46,1	47,4	48,2	
Outros motivos	80,78	95,86	90,05	82,80	79,82		Pós-graduação	28,5	28,8	26,6	26,3	26,5	
Total	93,48	89,41	89,32	84,56	74,27		Renda média mensal						(US\$)
Permanência média no Brasil						(pernoites)	Familiar	4.425,04	3.929,02	3.839,45	3.755,00	3.395,87	
Lazer	9,3	9,0	9,2	8,9	9,0		Individual	3.243,52	2.711,04	2.610,23	2.600,70	2.350,88	
Negócios, eventos e convenções	10,0	9,7	9,0	8,7	8,3		Grau de satisfação em relação à viagem						(%)
Outros motivos	12,9	11,9	12,6	10,9	11,8		Recomendaria o Brasil						(%)
Total	9,8	9,4	9,4	9,0	9,2		Sim	--	--	--	--	95,9	
Destinos mais visitados						Destinos mais visitados	Não	--	--	--	--	1,4	
Lazer	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Lazer	Talvez	--	--	--	--	2,7	
Rio de Janeiro - RJ	35,5	34,6	32,0	35,6	37,1	Rio de Janeiro - RJ	Nível de satisfação com a viagem						(%)
Foz do Iguaçu - PR	16,2	14,1	14,0	14,2	16,4	Foz do Iguaçu - PR	Superou	35,3	37,7	39,3	40,1	39,6	
Florianópolis - SC	13,6	12,7	13,2	11,6	12,3	Florianópolis - SC	Atendeu plenamente	53,2	51,8	50,7	49,7	49,2	
Armação dos Búzios - RJ	13,9	12,4	11,7	11,7	10,8	Armação dos Búzios - RJ	Atendeu em parte	10,3	9,6	8,8	9,1	9,9	
São Paulo - SP	8,7	8,1	6,9	7,3	7,3	São Paulo - SP	Decepcionou	1,2	0,9	1,2	1,1	1,3	
Negócios, eventos e convenções						(%)	Avaliação da viagem ⁽⁴⁾						(%)
São Paulo - SP	47,0	44,1	46,8	50,4	51,5	São Paulo - SP	Infraestrutura						Avaliação positiva (%)
Rio de Janeiro - RJ	23,9	26,8	23,5	19,4	18,7	Rio de Janeiro - RJ	Limpeza pública	85,3	86,1	86,3	85,7	7,5	
Curitiba - PR	3,8	4,2	4,0	4,4	4,8	Curitiba - PR	Segurança pública	88,7	88,3	87,9	89,5	7,9	
Brasília - DF	2,3	2,4	3,0	2,7	3,3	Brasília - DF	Serviço de táxi	93,2	93,0	93,1	93,4	8,3	
Porto Alegre - RS	3,8	3,7	4,2	3,2	3,2	Porto Alegre - RS	Transporte público	88,6	89,4	90,6	91,0	8,1	
Outros motivos						(%)	Telecomunicações	68,7	72,1	73,3	76,6	7,4	
São Paulo - SP	36,4	40,9	36,1	37,0	45,4	São Paulo - SP	Sinalização turística	82,4	83,5	85,8	87,4	7,8	
Rio de Janeiro - RJ	23,8	24,3	22,2	18,1	21,5	Rio de Janeiro - RJ	Infraestrutura turística						Avaliação positiva (%)
Foz do Iguaçu - PR	8,3	8,4	9,6	7,0	6,4	Foz do Iguaçu - PR	Aeroporto	85,8	89,5	92,3	92,0	8,2	
Salvador - BA	5,1	4,0	3,6	5,5	3,5	Salvador - BA	Rodovias	75,2	76,4	78,8	79,3	7,2	
Curitiba - PR	3,9	5,7	4,0	3,4	3,5	Curitiba - PR	Restaurante	95,5	95,4	95,9	96,2	8,3	
Organização da viagem						(%)	Alojamento	95,2	95,6	96,1	96,6	8,4	
Utilização de agência de viagem						(%)	Diversão noturna	93,7	93,5	93,3	93,8	8,2	
Pacote	11,5	12,9	14,0	17,3	--	Pacote	Serviços turísticos						Avaliação positiva (%)
Serviços avulsos	13,7	11,9	13,2	12,5	--	Serviços avulsos	Guias de turismo	91,6	91,9	92,6	93,5	8,5	
Não utilizou	74,8	75,2	72,8	70,2	--	Não utilizou	Informação turística	90,5	89,9	90,5	90,7	8,1	
Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽³⁾						(%)	Hospitalidade	98,2	98,3	98,3	98,2	9,0	
Pacote turístico	--	--	--	--	18,1	Pacote turístico	Gastronomia	95,7	95,6	95,4	95,6	8,3	
Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	64,6	Transporte internacional aéreo ou terrestre	Preços	74,7	81,0	77,1	81,1	7,1	
Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	13,3	Transporte aéreo no Brasil							
Hospedagem	--	--	--	--	57,1	Hospedagem							
Locação de veículos	--	--	--	--	4,1	Locação de veículos							
Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,6	Atrativos, passeios ou guias de turismo							
Outros	--	--	--	--	3,4	Outros							
Fidelização ao destino						(%)	Frequência de visita ao Brasil						(%)
Primeira vez	35,0	35,5	34,2	36,2	33,8	Primeira vez							
Outras vezes	65,0	64,5	65,8	63,8	66,2	Outras vezes							
Intenção de retorno ao Brasil						(%)	Sim	94,5	94,1	94,5	94,4	--	
Sim	94,5	94,1	94,5	94,4	--	Sim							
Não	5,5	5,9	5,5	5,6	--	Não							

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(4) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

Vila Madalena - São Paulo - SP - Brasil - Rogério Cassimiro - Banco de imagens MTur/Destinos



5.

Perfil da demanda turística internacional - Sínteses dos principais países emissores - 2015-2019

A pesquisa de Demanda Turística Internacional referente ao ano de 2019 possui dados sensíveis para a promoção de políticas públicas de turismo, especificamente para as ações de promoção do destino Brasil. Tais informações permitem compreender o comportamento destes turistas e suas preferências.

Em 2019 foi possível coletar dados sobre os turistas que vieram ao Brasil de diversos países que contemplam quase todos os continentes e assim formular ações de promoções segmentadas. A título de exemplo é possível comprovar que o turista residente na Argentina viaja por motivo de lazer, diferentemente do turista residente na China, que viaja por motivo de negócios, eventos e convenções.

O resultado da pesquisa permite visualizar também que o turista colombiano busca viajar não só por sol e praia, mas também por motivação cultural. Outro destaque interessante é a composição do grupo turístico, mais especificamente, do turista residente na Dinamarca, que viaja sozinho, ou em casal, e que não possui filhos.

Tais detalhes podem auxiliar na construção de campanhas por parte do Governo Federal, mas também para os empresários do setor que podem preparar pacotes de viagens e atrações tendo em vista os desejos e anseios dos turistas.



Praia do Forte - Mata de São João - Bahia - Brasil - Gleidson Santos - Banco de imagens MTur/Destinos

5.1. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Alemanha - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	32,9	32,7	32,6	32,4	33,0	Utilização de agência de viagem					
Negócios, eventos e convenções	24,5	25,9	20,9	16,5	16,1	Pacote	3,1	3,4	3,4	4,4	--
Outros motivos	42,6	41,4	46,5	51,1	50,9	Serviços avulsos	14,6	12,2	14,3	10,4	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁷⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	35,8	29,2	30,9	24,9	22,5	Pacote turístico	--	--	--	--	6,8
Natureza, ecoturismo ou aventura	33,2	44,3	46,6	45,1	44,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	83,7
Cultura	26,1	18,3	18,2	25,5	28,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	20,9
Esportes	3,7	3,3	3,3	4,1	4,4	Hospedagem	--	--	--	--	37,6
Diversão noturna	1,2	1,3	0,7	0,1	--	Locação de veículos	--	--	--	--	5,4
Viagem de incentivo	0,0	--	0,3	--	0,1	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,9
Outros	1,2	4,9	0,7	0,4	0,1	Outros	--	--	--	--	2,7
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	3,6	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,2	1,3	0,7	0,4	0,1	Frequência de visita ao Brasil			(%)		
Tipo de alojamento utilizado						Intenção de retorno ao Brasil					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	42,3	41,9	37,5	33,6	34,8	Primeira vez	42,6	42,2	41,9	41,9	44,5
Casa de amigos e parentes	37,5	34,8	40,3	44,8	41,6	Outras vezes	57,4	57,8	58,1	58,1	55,5
Casa alugada	3,8	6,5	4,1	2,7	8,1	Perfil socioeconômico					
Camping ou albergue	10,4	10,5	10,1	9,6	9,9	Gênero			(%)		
Casa própria	3,2	3,4	4,4	5,2	4,4	Masculino	59,6	59,8	56,2	51,3	56,8
Resort	0,6	0,3	0,6	0,3	0,3	Feminino	40,4	40,2	43,8	48,7	43,2
Outros	2,2	2,6	3,0	3,8	0,9	Grupo de idade					
Composição do grupo turístico						Intenção de retorno ao Brasil					
			(%)						(%)		
Família	12,3	10,1	12,5	16,3	14,1	Sim	94,1	92,2	93,8	93,6	--
Sozinho	52,0	50,9	50,8	49,7	50,2	Não	5,9	7,8	6,2	6,4	--
Casal sem filhos	16,2	17,8	18,2	18,4	20,8	Perfil socioeconômico					
Amigos	12,6	13,4	12,3	11,2	10,4	Gênero			(%)		
Outros	6,9	7,8	6,2	4,4	4,5	Masculino	59,6	59,8	56,2	51,3	56,8
Gasto médio per capita dia no Brasil						Grupo de idade					
			(US\$)						(%)		
Lazer	68,49	60,59	61,21	60,97	55,17	18 a 24 anos	16,0	17,4	15,4	14,9	15,3
Negócios, eventos e convenções	88,53	83,14	74,39	76,39	57,37	25 a 31 anos	23,3	24,6	23,6	24,9	26,2
Outros motivos	35,21	37,21	37,59	33,82	34,35	32 a 40 anos	24,0	19,1	20,8	19,2	22,2
Total	50,18	50,60	48,15	44,06	41,89	41 a 50 anos	18,6	17,6	18,7	16,0	15,2
Permanência média no Brasil						51 a 59 anos					
			(pernoites)						(%)		
Lazer	16,8	16,2	16,0	16,2	15,8	51 a 59 anos	11,5	12,5	12,5	15,7	13,2
Negócios, eventos e convenções	13,6	15,2	16,9	15,6	16,5	60 anos ou mais	6,6	8,8	9,0	9,3	7,9
Outros motivos	30,0	27,0	29,3	29,1	26,4	Grau de instrução					
Total	22,3	20,8	22,5	22,9	21,5				(%)		
Destinos mais visitados						Sem educação formal					
			(%)						(%)		
Lazer			(%)			Fundamental	3,1	2,3	3,4	2,4	2,6
Rio de Janeiro - RJ	69,0	57,1	54,9	52,4	58,7	Médio	22,4	23,3	25,2	25,5	21,1
Foz do Iguaçu - PR	39,3	39,7	40,2	42,8	44,0	Superior	44,8	44,9	39,9	41,5	44,3
São Paulo - SP	22,6	18,2	20,1	21,4	23,3	Pós-graduação	29,5	29,2	31,3	30,6	31,8
Angra dos Reis - RJ	12,9	8,0	7,9	11,4	13,2	Renda média mensal					
Parati - RJ	14,9	8,8	6,1	11,5	13,1				(US\$)		
Negócios, eventos e convenções						Familiar					
			(%)						(US\$)		
São Paulo - SP	44,3	35,4	41,4	43,6	46,5	4.777,35	4.287,94	4.426,60	4.632,70	4.339,04	
Rio de Janeiro - RJ	16,8	26,4	18,9	21,2	16,9	Individual	3.382,58	2.679,59	2.862,40	2.937,64	2.895,12
Curitiba - PR	7,7	7,6	5,2	7,0	8,3	Grau de satisfação em relação à viagem					
Campinas - SP	7,0	3,8	4,9	6,4	8,3				(%)		
Porto Alegre - RS	5,3	3,0	5,3	4,9	8,1	Recomendaria o Brasil			(%)		
Outros motivos						Nível de satisfação com a viagem					
			(%)						(%)		
São Paulo - SP	29,6	29,1	25,4	25,8	35,7	Superou	27,0	24,9	27,3	28,6	28,1
Rio de Janeiro - RJ	29,7	34,2	30,8	23,7	26,6	Atendeu plenamente	56,0	57,3	55,7	54,8	53,0
Florianópolis - SC	8,4	6,9	8,4	6,8	7,5	Atendeu em parte	14,6	14,2	14,7	14,8	16,3
Foz do Iguaçu - PR	9,8	11,1	6,0	5,5	6,8	Decepcionou	2,4	3,6	2,3	1,8	2,6
Curitiba - PR	8,1	6,6	5,6	5,1	6,2	Avaliação da viagem⁽⁸⁾					
Média de destinos visitados						Infraestrutura					
			(%)						(%)		
Lazer	2,9	2,5	2,5	2,9	2,8				(%)		
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,4	1,6	1,6	1,7	Avaliação positiva (%)			(média)		
Outros motivos	2,3	2,3	2,4	2,1	2,2	Limpeza pública	69,8	71,9	70,8	72,3	6,4
Organização da viagem						Segurança pública					
			(%)						(%)		
Fonte de informação ^(5, 6)			(%)			Serviço de táxi	89,7	86,7	88,4	91,2	7,7
Internet	43,0	42,8	45,7	48,3	58,3	Transporte público	70,1	70,3	69,3	72,0	6,8
Amigos e parentes	26,3	28,3	31,6	31,2	49,3	Telecomunicações	66,5	73,5	73,9	72,3	7,1
Viagem corporativa	17,3	17,1	12,9	9,3	13,5	Sinalização turística	69,0	71,7	74,0	71,9	6,6
Agência de viagens	3,3	3,4	3,3	3,6	8,3	Infraestrutura turística					
Guias, brochuras e outras publicações	7,7	6,5	4,1	5,9	16,9				(%)		
Feiras, eventos e congressos	0,7	1,2	1,0	0,4	0,7	Avaliação positiva (%)			(média)		
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	0,1	0,1	0,2	0,4	Aeroporto	86,5	89,9	93,1	91,7	8,0
Outros	1,5	0,6	1,3	1,1	1,1	Rodovias	55,0	57,3	57,1	49,8	5,7

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.2. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Argentina - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	81,1	86,8	86,1	86,0	83,4	Pacote	9,0	10,3	10,4	12,9	--
Negócios, eventos e convenções	8,7	6,5	5,2	5,2	6,9	Serviços avulsos	8,0	7,5	8,0	7,7	--
Outros motivos	10,2	6,7	8,7	8,8	9,7	Não utilizou	83,0	82,2	81,6	79,4	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁷⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	87,5	87,3	86,6	86,0	82,0	Pacote turístico	--	--	--	--	18,8
Natureza, ecoturismo ou aventura	7,0	7,3	8,3	8,7	11,1	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	61,0
Cultura	4,4	3,8	4,0	4,1	4,8	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	11,8
Esportes	0,5	0,4	0,7	0,8	1,3	Hospedagem	--	--	--	--	54,3
Diversão noturna	0,3	0,1	0,2	0,1	--	Locação de veículos	--	--	--	--	5,5
Viagem de incentivo	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,1
Outros	0,5	1,2	0,4	0,4	0,6	Outros	--	--	--	--	4,7
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,9	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,5	0,3	0,4	0,4	0,6	Frequência de visita ao Brasil			(%)		
Tipo de alojamento utilizado						Primeira vez					
			(%)				17,1	20,9	21,5	23,0	18,2
Hotel, flat ou pousada	49,3	52,4	49,5	51,1	56,2	Outras vezes	82,9	79,1	78,5	77,0	81,8
Casa de amigos e parentes	12,3	6,9	8,4	8,5	10,1	Intenção de retorno ao Brasil					
Casa alugada	29,5	33,0	32,4	30,8	25,4				(%)		
Camping ou albergue	3,8	3,2	4,5	3,7	4,5	Sim	98,3	98,0	98,0	97,9	--
Casa própria	1,2	1,0	1,1	0,9	1,0	Não	1,7	2,0	2,0	2,1	--
Resort	3,1	2,9	3,1	2,7	2,2	Perfil socioeconômico					
Outros	0,8	0,6	1,0	2,3	0,6	Gênero			(%)		
Composição do grupo turístico						Masculino					
			(%)				62,9	57,7	58,3	55,2	55,8
Família	49,8	54,1	53,8	50,9	44,3	Feminino	37,1	42,3	41,7	44,8	44,2
Sozinho	15,5	11,8	12,3	13,1	15,7	Grupo de idade					
Casal sem filhos	21,5	21,5	21,5	22,6	25,2				(%)		
Amigos	10,9	10,8	11,0	11,8	12,5	18 a 24 anos	8,9	8,5	8,3	9,0	9,4
Outros	2,3	1,8	1,4	1,6	2,3	25 a 31 anos	16,4	16,4	17,2	17,5	18,9
Gasto médio per capita dia no Brasil						32 a 40 anos					
			(US\$)				25,2	25,5	25,0	25,4	24,8
Lazer	57,90	51,13	56,87	57,98	42,03	41 a 50 anos	25,5	26,9	26,6	26,4	24,4
Negócios, eventos e convenções	78,63	84,63	111,27	66,39	71,84	51 a 59 anos	15,3	14,2	14,9	13,4	13,4
Outros motivos	32,80	30,81	33,29	33,63	26,01	60 anos ou mais	8,7	8,5	8,0	8,3	9,1
Total	55,71	50,36	55,38	56,14	41,06	Grau de instrução					
Permanência média no Brasil						Sem educação formal					
			(pernoites)				0,0	0,1	0,1	0,1	0,0
Lazer	10,7	10,8	10,9	10,5	10,7	Fundamental	2,6	2,0	2,2	3,0	2,0
Negócios, eventos e convenções	7,8	6,7	5,9	8,9	6,2	Médio	34,0	36,0	38,5	36,2	33,8
Outros motivos	15,3	16,0	17,2	14,2	15,7	Superior	50,4	48,2	46,3	47,5	50,2
Total	10,9	10,9	11,2	10,7	10,8	Pós-Graduação	13,0	13,7	12,9	13,2	14,0
Destinos mais visitados						Renda média mensal					
			(%)						(US\$)		
Lazer						Familiar	3.086,40	2.515,51	2.710,91	2.559,10	1.880,21
Rio de Janeiro - RJ	16,0	15,9	15,1	19,5	23,0	Individual	2.189,69	1.608,71	1.735,48	1.643,31	1.216,08
Florianópolis - SC	24,9	24,5	24,9	20,4	20,4	Grau de satisfação em relação à viagem					
Armação dos Búzios - RJ	11,1	9,5	8,6	9,5	10,2				(%)		
Foz do Iguaçu - PR	6,3	6,5	7,1	7,7	8,6	Recomendaria o Brasil					
Bombinhas - SC	13,2	9,2	9,4	9,6	6,8	Sim	--	--	--	--	98,8
Negócios, eventos e convenções						Não					
			(%)				--	--	--	--	0,4
São Paulo - SP	47,1	45,8	44,6	47,9	49,9	Talvez	--	--	--	--	0,8
Rio de Janeiro - RJ	14,7	16,5	16,2	10,9	10,3	Nível de satisfação com a viagem					
Porto Alegre - RS	5,1	4,3	4,1	3,6	4,6				(%)		
Foz do Iguaçu - PR	4,4	0,9	1,8	1,1	4,3	Superou	47,3	49,4	52,7	49,1	48,1
Curitiba - PR	4,7	3,4	2,3	5,7	4,1	Atendeu plenamente	46,6	44,2	41,0	43,2	44,5
Outros motivos						Atendeu em parte	5,5	5,9	5,5	7,0	6,8
São Paulo - SP	20,4	25,4	17,4	23,1	25,4	Decepcionou	0,6	0,5	0,8	0,7	0,6
Rio de Janeiro - RJ	11,6	14,0	15,1	11,6	11,9	Avaliação da viagem⁽⁸⁾					
Foz do Iguaçu - PR	6,5	6,5	7,4	7,5	6,0						
Brasília - DF	5,9	3,4	2,9	3,4	5,5	Infraestrutura			Avaliação positiva (%)		(média)
Curitiba - PR	2,5	5,3	3,7	4,0	4,8	Limpeza pública	89,0	90,2	90,4	88,4	7,9
Média de destinos visitados						Segurança pública					
							92,9	92,7	91,6	92,5	8,4
Lazer	1,4	1,3	1,4	1,4	1,4	Serviço de táxi	91,8	92,8	92,2	91,9	8,3
Negócios, eventos e convenções	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	Transporte público	87,8	89,0	89,2	90,0	8,1
Outros motivos	1,4	1,4	1,5	1,4	1,5	Telecomunicações	67,5	69,7	71,8	77,2	7,5
Organização da viagem						Sinalização turística					
			(%)				86,6	86,0	89,0	89,7	8,0
Fonte de informação ^(5, 6)						Infraestrutura turística					
Internet	54,7	59,1	64,0	64,9	67,8				Avaliação positiva (%)		(média)
Amigos e parentes	29,6	26,8	25,7	23,3	44,1	Aeroporto	89,3	91,3	92,5	93,5	8,4
Viagem corporativa	6,4	4,8	3,5	3,7	6,0	Rodovias	80,6	75,5	76,7	75,4	6,8
Agência de viagens	6,7	6,5	5,3	6,6	11,3	Restaurante	95,7	96,0	96,3	96,5	8,3
Guias, brochuras e outras publicações	1,4	2,0	0,8	0,7	1,9	Alojamento	97,7	97,1	97,3	97,5	8,7
Feiras, eventos e congressos	0,8	0,5	0,6	0,4	0,7	Diversão noturna	91,0	91,4	91,0	92,0	8,1
Escritórios brasileiros de turismo	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	Serviços turísticos					
Outros	0,3	0,3	0,1	0,4	0,7				Avaliação positiva (%)		(média)
						Guias de turismo					
						92,8					
						92,4					
						98,4					
						96,1					
						72,7					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.3. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Áustria - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem ^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	35,1	41,3	39,5	40,4	30,5	Pacote turístico	3,9	5,3	2,4	5,3	--
Negócios, eventos e convenções	25,5	24,0	22,3	10,4	16,9	Serviços avulsos	14,5	9,3	17,6	11,3	--
Outros motivos	39,4	34,7	38,2	49,2	52,6	Não utilizou	81,6	85,4	80,0	83,4	--
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	36,4	33,7	22,9	29,9	21,1	Pacote turístico	--	--	--	--	7,4
Natureza, ecoturismo ou aventura	27,4	33,3	51,9	37,0	16,5	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	79,7
Cultura	21,6	28,6	21,2	27,7	53,2	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	16,2
Esportes	11,8	3,8	4,0	5,4	9,2	Hospedagem	--	--	--	--	32,5
Diversão noturna	-	-	-	-	--	Locação de veículos	--	--	--	--	2,4
Viagem de incentivo	2,8	-	-	-	-	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,6
Outros	-	0,6	-	-	-	Outros	--	--	--	--	2,3
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,6	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	--	-	-	-	-				(%)		
Tipo de alojamento utilizado						Frequência de visita ao Brasil					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	41,0	43,0	44,7	35,1	34,0	Primeira vez	48,3	47,1	39,3	42,3	47,2
Casa de amigos e parentes	39,0	31,2	36,6	40,0	44,4	Outras vezes	51,7	52,9	60,7	57,7	52,8
Casa alugada	4,3	5,6	4,1	1,6	5,5	Intenção de retorno ao Brasil					
Camping ou albergue	12,7	12,3	7,4	10,6	12,6				(%)		
Casa própria	2,4	6,0	4,9	4,0	3,5	Sim	92,6	92,1	91,7	95,7	--
Resort	0,6	-	0,1	-	-	Não	7,4	7,9	8,3	4,3	--
Outros	-	1,9	2,2	8,7	-	Perfil socioeconômico					
Composição do grupo turístico						Gênero					
			(%)						(%)		
Família	8,9	16,9	15,3	17,3	10,6	Masculino	55,7	61,1	58,1	53,9	50,7
Sozinho	58,9	40,5	44,7	46,5	55,1	Feminino	44,3	38,9	41,9	46,1	49,3
Casal sem filhos	17,3	20,2	23,8	20,4	21,1	Grupo de idade					
Amigos	7,5	9,6	12,6	13,0	9,0				(%)		
Outros	7,4	12,8	3,6	2,8	4,2	18 a 24 anos	9,8	19,6	11,1	17,5	20,4
Gasto médio per capita dia no Brasil						25 a 31 anos					
			(US\$)						(%)		
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	32 a 40 anos	21,2	25,2	20,8	21,8	18,1
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	41 a 50 anos	15,5	15,1	15,2	16,0	15,0
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	51 a 59 anos	18,0	10,9	12,6	9,9	11,4
Total	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	60 anos ou mais	5,0	4,7	8,2	4,7	9,3
Permanência média no Brasil						Grau de instrução					
			(pernoites)						(%)		
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sem educação formal	-	-	-	-	-
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Fundamental	5,2	2,7	2,8	0,2	4,4
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Médio	26,8	25,6	24,3	27,3	28,7
Total	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superior	37,2	48,1	35,9	48,5	45,3
Destinos mais visitados						Pós-graduação					
			(%)						(US\$)		
Lazer			(%)			Familiar	4.153,05	3.873,27	4.160,98	4.146,68	3.137,38
Rio de Janeiro - RJ	65,1	67,6	65,8	62,3	78,9	Individual	2.829,60	2.498,81	2.661,48	2.521,45	2.215,33
Foz do Iguaçu - PR	40,5	38,0	44,6	39,6	53,1	Grau de satisfação em relação à viagem					
São Paulo - SP	15,9	28,0	14,8	32,9	47,9				(%)		
Angra dos Reis - RJ	11,9	10,3	15,4	18,1	24,5	Recomendaria o Brasil			(%)		
Florianópolis - SC	-	4,0	13,9	14,9	10,5	Sim	--	--	--	--	90,8
Negócios, eventos e convenções						Não					
			(%)						(%)		
São Paulo - SP	40,3	30,7	28,3	9,3	37,4	Talvez	--	--	--	--	7,2
Rio de Janeiro - RJ	31,1	41,4	39,1	13,7	18,0	Nível de satisfação com a viagem					
Fortaleza - CE	-	6,5	4,8	9,3	8,6				(%)		
Porto Alegre - RS	3,6	3,7	9,6	-	8,6	Superou	22,8	27,7	18,4	33,5	20,1
Aracati - CE	-	-	-	-	8,6	Atendeu plenamente	59,8	55,6	63,2	54,1	62,1
Outros motivos						Atendeu em parte					
			(%)						(%)		
São Paulo - SP	32,9	26,6	24,9	20,3	32,8	Decepcionou	4,6	1,5	1,2	1,6	2,0
Rio de Janeiro - RJ	34,4	11,3	27,4	17,9	20,9	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Curitiba - PR	2,3	2,2	9,5	6,1	12,6				(%)		
Foz do Iguaçu - PR	4,8	5,1	8,6	2,8	12,6	Infraestrutura			(%)		
Florianópolis - SC	2,3	9,9	4,7	18,1	5,5	Limpeza pública	64,8	72,6	72,8	77,0	6,0
Média de destinos visitados						Segurança pública					
			(%)						(%)		
Lazer	2,7	2,5	3,2	3,3	3,0	Serviço de táxi	93,0	90,3	91,5	94,3	8,4
Negócios, eventos e convenções	1,7	1,8	1,3	1,3	1,7	Transporte público	76,7	69,6	68,5	66,1	6,9
Outros motivos	1,9	2,2	2,7	1,8	2,3	Telecomunicações	66,5	72,5	70,2	72,9	6,5
Organização da viagem						Sinalização turística					
			(%)						(%)		
Fonte de informação ^(6, 7)						Infraestrutura turística					
			(%)						(%)		
Internet	45,3	53,8	39,2	52,6	60,9	Aeroporto	83,4	80,7	95,3	91,3	8,0
Amigos e parentes	24,2	21,0	32,0	30,9	52,2	Rodovias	54,8	54,9	58,1	48,5	5,3
Viagem corporativa	17,6	11,7	10,3	4,9	10,5	Restaurante	93,9	92,4	90,6	97,7	7,7
Agência de viagens	4,5	4,5	8,1	4,7	15,8	Alojamento	95,0	98,1	94,2	95,6	8,0
Guias, brochuras e outras publicações	7,0	7,0	6,8	4,5	7,4	Diversão noturna	89,5	89,3	84,3	91,2	7,9
Feiras, eventos e congressos	-	1,0	2,3	-	-	Serviços turísticos					
Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	-	3,9				(%)		
Outros	1,4	1,0	1,3	2,4	2,7	Guias de turismo	89,1	92,9	89,4	86,8	7,5
						Informação turística					
									(%)		
						Informação turística	85,9	91,0	81,7	85,5	6,6
						Hospitalidade	97,1	96,6	98,4	98,4	9,0
						Gastronomia	98,1	94,2	93,9	99,8	8,3
						Preços	71,3	73,9	69,0	79,4	6,3

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.4. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Bélgica - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019		
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Utilização de agência de viagem						(%)
Lazer	33,5	33,7	29,6	26,5	39,1		Pacote	2,5	2,7	2,6	4,8	--	
Negócios, eventos e convenções	21,7	24,2	19,0	16,4	13,0		Serviços avulsos	17,2	17,2	17,9	19,1	--	
Outros motivos	44,8	42,1	51,4	57,1	47,9		Não utilizou	80,3	80,1	79,5	76,1	--	
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						(%)	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁵⁾						(%)
Sol e praia	38,4	22,0	28,3	33,3	24,6		Adquirido turístico	--	--	--	--	5,8	
Natureza, ecoturismo ou aventura	42,5	52,3	42,9	41,2	37,6		Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	89,4	
Cultura	16,5	21,1	28,8	10,3	33,8		Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	33,1	
Esportes	-	-	-	11,1	4,0		Hospedagem	--	--	--	--	42,2	
Diversão noturna	-	-	-	1,4	--		Locação de veículos	--	--	--	--	8,8	
Viagem de incentivo	1,4	-	-	-	-		Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	5,8	
Outros	1,2	4,6	-	4,1	-		Outros	--	--	--	--	0,9	
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	4,6	--	--	--		Fidelização ao destino						
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,2	0,0	-	4,1	-		Frequência de visita ao Brasil						(%)
Tipo de alojamento utilizado						(%)	Primeira vez	38,3	39,0	37,4	37,3	45,0	
Hotel, flat ou pousada	33,0	40,6	34,8	35,5	32,0		Outras vezes	61,7	61,0	62,6	62,7	55,0	
Casa de amigos e parentes	46,1	35,9	48,4	45,4	38,3		Intenção de retorno ao Brasil						(%)
Casa alugada	5,3	6,0	1,9	2,8	9,3		Sim	94,7	91,0	94,9	95,6	--	
Camping ou albergue	9,0	10,4	9,4	7,1	13,5		Não	5,3	9,0	5,1	4,4	--	
Casa própria	5,3	3,7	3,6	5,4	6,1		Perfil socioeconômico						
Resort	-	1,6	0,5	0,8	0,3		Gênero						(%)
Outros	1,3	1,8	1,4	3,0	0,5		Masculino	58,7	58,8	55,8	56,0	58,8	
Composição do grupo turístico						(%)	Feminino	41,3	41,2	44,2	44,0	41,2	
Família	18,7	18,6	18,1	23,2	18,3		Grupo de idade						(%)
Sozinho	44,3	49,6	46,5	50,8	42,5		18 a 24 anos	12,8	14,9	19,5	8,9	13,8	
Casal sem filhos	23,1	17,3	15,4	14,6	20,6		25 a 31 anos	25,7	22,5	22,9	26,6	29,1	
Amigos	7,3	9,1	14,2	8,8	15,1		32 a 40 anos	25,2	20,2	19,1	27,7	21,9	
Outros	6,6	5,4	5,8	2,6	3,5		41 a 50 anos	17,2	19,0	14,9	16,6	17,3	
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	51 a 59 anos	13,5	17,9	14,1	10,0	9,6	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		60 anos ou mais	5,6	5,5	9,5	10,2	8,3	
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Grau de instrução						(%)
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Sem educação formal	-	-	1,3	0,5	0,4	
Total	44,97	54,58	54,08	58,58	53,46		Fundamental	6,5	5,1	3,3	3,1	3	
Permanência média no Brasil						(pernoites)	Médio	23,4	26,6	27,2	23,7	26,9	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Superior	32,7	38,7	36,3	46,2	43,6	
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Pós-graduação	37,4	29,6	31,9	26,5	26,1	
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Renda média mensal						(US\$)
Total	24,3	20,5	26,9	20,9	22,0		Familiar	4.842,16	4.109,79	4.109,75	4.493,33	4.083,00	
Destinos mais visitados						(%)	Individual	3.072,60	2.460,56	2.596,07	2.871,80	2.613,13	
Lazer						(%)	Grau de satisfação em relação à viagem						
Rio de Janeiro - RJ	65,3	64,3	72,7	59,3	58,8		Recomendaria o Brasil						(%)
Foz do Iguaçu - PR	29,5	40,4	41,7	27,2	47,8		Sim	--	--	--	--	94,8	
São Paulo - SP	33,8	28,4	21,7	20,0	34,2		Não	--	--	--	--	1,3	
Salvador - BA	13,8	10,0	22,5	14,6	16,3		Talvez	--	--	--	--	3,9	
Angra dos Reis - RJ	12,7	17,5	27,9	6,5	14,4		Nível de satisfação com a viagem						(%)
Negócios, eventos e convenções						(%)	Superou	21,8	21,7	23,8	30,6	31,5	
São Paulo - SP	41,5	35,7	28,7	47,3	44,0		Atendeu plenamente	58,5	55,3	57,2	55,4	50,8	
Rio de Janeiro - RJ	30,1	38,5	36,8	14,3	20,3		Atendeu em parte	15,6	17,2	16,1	11,1	15,3	
Curitiba - PR	5,4	5,0	-	2,7	8,3		Decepcionou	4,1	5,8	2,9	2,9	2,4	
Brasília - DF	5,7	5,4	3,1	5,3	6,3		Avaliação da viagem ⁽⁹⁾						
Campinas - SP	5,3	9,3	2,8	6,7	6,3		Infraestrutura						Avaliação positiva (%)
Outros motivos						(%)	Limpeza pública	69,4	77,4	70,9	69,7	6,6	
São Paulo - SP	23,5	26,6	21,3	21,0	26,6		Segurança pública	68,1	74,5	67,3	70,8	7,0	
Rio de Janeiro - RJ	27,9	28,0	19,8	28,4	25,4		Serviço de táxi	90,1	91,6	88,7	88,0	8,0	
Goiania - GO	11,8	14,6	8,8	20,1	9,6		Transporte público	61,7	67,7	66,0	72,8	6,6	
Uberlândia - MG	3,2	0,7	4,6	3,8	8,2		Telecomunicações	62,5	67,6	68,8	66,8	7,1	
Salvador - BA	7,0	8,5	7,0	8,0	7,4		Sinalização turística	63,9	74,7	70,6	65,6	6,6	
Média de destinos visitados							Infraestrutura turística						Avaliação positiva (%)
Lazer	3,6	2,9	3,8	2,4	3,3		Aeroporto	84,6	86,9	92,1	94,2	8,1	
Negócios, eventos e convenções	1,4	1,5	1,7	1,9	1,3		Rodovias	56,3	57,6	58,3	57,0	5,8	
Outros motivos	2,1	2,2	2,4	2,3	2,3		Restaurante	91,4	93,2	93,7	94,4	7,9	
Organização da viagem							Alojamento	96,4	92,2	96,5	98,6	8,1	
Fonte de informação ^(6, 7)						(%)	Diversão noturna	87,2	86,9	86,1	83,8	8,0	
Internet	35,3	40,5	38,6	39,4	61,5		Serviços turísticos						Avaliação positiva (%)
Amigos e parentes	34,5	32,1	35,5	42,5	51,4		Guias de turismo	82,0	88,5	86,9	86,3	8,0	
Viagem corporativa	15,9	14,6	15,0	10,1	8,5		Informação turística	78,1	86,7	83,2	84,8	7,5	
Agência de viagens	4,6	4,2	4,2	4,0	8,9		Hospitalidade	95,0	93,8	95,6	97,6	8,9	
Guias, brochuras e outras publicações	4,8	7,1	2,8	2,2	19,4		Gastronomia	96,5	95,6	95,2	92,8	8,2	
Feiras, eventos e congressos	4,2	0,8	3,1	0,5	0,9		Preços	69,3	73,8	64,4	73,6	6,9	
Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	-	0,9								
Outros	0,7	0,7	0,8	1,3	2,5								

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.5. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Bolívia - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	21,8	35,2	30,1	34,3	30,8	Pacote	3,3	3,2	1,7	2,5	--
Negócios, eventos e convenções	23,8	19,6	19,8	12,9	14,8	Serviços avulsos	16,1	11,1	12,5	7,4	--
Outros motivos	54,4	45,2	50,1	52,8	54,4	Não utilizou	80,6	85,7	85,8	90,1	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	42,2	52,6	50,5	41,5	41,1	Adquireturístico	--	--	--	--	4,2
Natureza, ecoturismo ou aventura	29,6	23,5	22,2	32,6	29,6	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	68,9
Cultura	22,1	17,1	15,3	24,7	24,0	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	10,3
Esportes	1,8	1,4	9,1	0,6	5,3	Hospedagem	--	--	--	--	30,4
Diversão noturna	2,6	1,1	1,1	0,6	--	Locação de veículos	--	--	--	--	0,3
Viagem de incentivo	1,1	1,0	1,5	--	--	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,4
Outros	3,2	4,4	1,4	0,6	--	Outros	--	--	--	--	1,0
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	2,4	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	3,2	2,0	1,4	0,6	--	Frequência de visita ao Brasil					
			(%)						(%)		
Primeira vez	25,0	26,4	28,8	28,3	27,0	Intenção de retorno ao Brasil					
Outras vezes	75,0	73,6	71,2	71,7	73,0	Sim					
Tipo de alojamento utilizado						Não					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	43,5	47,5	44,9	41,5	46,6	Sim	93,8	94,9	95,2	93,8	--
Casa de amigos e parentes	49,1	42,4	44,1	45,7	40,0	Não	6,2	5,1	4,8	6,2	--
Casa alugada	3,2	5,5	3,5	6,0	6,8	Perfil socioeconômico					
Camping ou albergue	1,0	1,2	1,8	1,9	3,3	Gênero					
Casa própria	2,1	1,9	2,2	1,1	2,1	Masculino					
Resort	0,1	0,2	0,2	--	--	Feminino					
Outros	1,0	1,3	3,3	3,8	1,2	Grupo de idade					
Composição do grupo turístico						18 a 24 anos					
			(%)			25 a 31 anos					
Família	27,5	32,9	30,6	37,5	34,5	32 a 40 anos					
Sozinho	45,6	38,2	41,3	38,8	39,5	41 a 50 anos					
Casal sem filhos	10,9	9,8	10,3	11,0	9,5	51 a 59 anos					
Amigos	8,2	12,3	11,5	8,5	12,1	60 anos ou mais					
Outros	7,8	6,8	6,3	4,2	4,4	Grau de instrução					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
			(US\$)			Fundamental					
Lazer	(5)	64,37	64,54	(5)	(5)	Médio					
Negócios, eventos e convenções	83,24	79,67	128,92	(5)	(5)	Superior					
Outros motivos	37,08	33,85	35,23	30,83	31,27	Pós-graduação					
Total	47,17	49,97	49,39	44,87	41,31	Renda média mensal					
Permanência média no Brasil						Familiar					
			(pernoites)			Individual					
Lazer	(5)	10,7	10,1	(5)	(5)	Grau de satisfação em relação à viagem					
Negócios, eventos e convenções	8,4	9,1	7,1	(5)	(5)	Recomendaria o Brasil					
Outros motivos	21,5	17,7	22,2	18,5	19,0	Sim					
Total	15,7	13,2	15,3	13,5	13,8	Não					
Destinos mais visitados						Talvez					
			(%)			Nível de satisfação com a viagem					
São Paulo - SP	42,8	42,9	45,6	39,8	35,0	Superou					
Rio de Janeiro - RJ	19,5	21,6	14,5	18,3	23,8	Atendeu plenamente					
Foz do Iguaçu - PR	16,0	7,0	8,7	8,3	13,0	Atendeu em parte					
Bonito - MS	2,0	9,9	7,5	15,2	11,7	Decepcionou					
Campo Grande - MS	4,7	11,7	13,7	18,1	10,5	Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
Negócios, eventos e convenções						Infraestrutura					
			(%)			Avaliação positiva (%)					
São Paulo - SP	57,0	63,4	69,6	57,3	58,4	Limpeza pública					
Rio de Janeiro - RJ	12,3	8,4	7,5	11,4	9,4	Segurança pública					
Campo Grande - MS	2,8	1,3	5,2	6,0	4,2	Serviço de táxi					
Foz do Iguaçu - PR	--	--	0,3	1,5	3,9	Transporte público					
Belo Horizonte - MG	2,8	2,8	2,0	1,5	3,3	Telecomunicações					
Outros motivos						Sinalização turística					
			(%)			Infraestrutura turística					
São Paulo - SP	47,7	47,4	59,6	53,9	53,8	Avaliação positiva (%)					
Campo Grande - MS	1,6	5,7	3,7	8,6	9,6	Aeroporto					
Rio de Janeiro - RJ	6,9	7,9	6,3	5,9	5,9	Rodovias					
Guarulhos - SP	4,2	6,2	3,2	4,3	3,1	Restaurante					
Barretos - SP	0,2	0,5	0,1	0,4	2,2	Alojamento					
Média de destinos visitados						Diversão noturna					
			(%)			Serviços turísticos					
Lazer	1,4	1,7	1,6	1,6	1,6	Guias de turismo					
Negócios, eventos e convenções	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	Informação turística					
Outros motivos	1,3	1,4	1,4	1,4	1,3	Hospitalidade					
Organização da viagem						Gastronomia					
			(%)			Preços					
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			Preços					
Internet	22,5	32,0	29,8	29,7	37,7	Preços					
Amigos e parentes	52,8	48,8	53,7	57,7	62,2	Preços					
Viagem corporativa	14,2	10,5	8,4	7,5	10,7	Preços					
Agência de viagens	4,6	4,1	2,2	1,7	6,1	Preços					
Guias, brochuras e outras publicações	0,6	0,5	1,1	0,7	1,8	Preços					
Feiras, eventos e congressos	3,2	1,6	3,8	2,1	2,8	Preços					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	0,1	--	0,2	Preços					
Outros	2,1	2,5	0,9	0,6	1,8	Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.6. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Canadá - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	27,0	27,5	18,3	20,7	21,7	Pacote	2,7	4,4	2,3	2,3	--
Negócios, eventos e convenções	22,0	21,8	20,6	14,3	15,3	Serviços avulsos	14,1	12,4	16,7	16,2	--
Outros motivos	51,0	50,7	61,1	65,0	63,0	Não utilizado	83,2	83,2	81,0	81,5	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	39,0	28,5	33,2	35,5	37,5	Transporte turístico	--	--	--	--	3,1
Natureza, ecoturismo ou aventura	28,2	30,2	42,8	34,7	29,2	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	89,6
Cultura	28,4	20,3	20,4	22,8	22,0	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	26,3
Esportes	0,8	3,6	-	6,1	5,1	Hospedagem	--	--	--	--	31,7
Diversão noturna	0,5	0,8	3,6	-	--	Locação de veículos	--	--	--	--	7,2
Viagem de incentivo	1,4	-	-	0,9	0,7	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,1
Outros	2,2	17,4	3,6	-	5,5	Outros	--	--	--	--	1,9
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	16,2	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	2,2	1,2	3,6	-	5,5	Frequência de visita ao Brasil					
			(%)						(%)		
Primeira vez	36,6	36,9	33,3	38,6	35,5	Intenção de retorno ao Brasil					
Outras vezes	63,4	63,1	66,7	61,4	64,5				(%)		
Tipo de alojamento utilizado						Perfil socioeconômico					
			(%)			Gênero					
Hotel, flat ou pousada	37,3	33,6	31,6	25,2	27,5	Masculino					
Casa de amigos e parentes	45,2	45,9	55,2	61,5	56,2	Feminino					
Casa alugada	4,0	8,8	2,9	1,7	5,4	Grupo de idade					
Camping ou albergue	5,0	5,0	2,5	4,5	4,9	18 a 24 anos					
Casa própria	5,2	3,6	4,7	2,8	4,8	25 a 31 anos					
Resort	0,9	0,2	0,5	0,4	0,5	32 a 40 anos					
Outros	2,4	2,9	2,6	3,9	0,7	41 a 50 anos					
Composição do grupo turístico						51 a 59 anos					
			(%)			60 anos ou mais					
Família	14,8	15,7	13,9	15,7	17,4	Grau de instrução					
Sozinho	53,8	55,0	60,3	62,0	55,0	Sem educação formal					
Casal sem filhos	18,6	16,4	18,4	15,6	18,3	Fundamental					
Amigos	7,1	7,7	4,1	4,6	5,1	Médio					
Outros	5,7	5,2	3,3	2,1	4,2	Superior					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Pós-Graduação					
			(US\$)			Renda média mensal					
Lazer	68,36	84,02	(5)	(5)	(5)	Familiar					
Negócios, eventos e convenções	82,12	71,90	(5)	(5)	(5)	Individual					
Outros motivos	36,21	34,97	35,07	38,81	38,72	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	48,38	49,30	44,04	47,29	45,70	Recomendaria o Brasil					
Permanência média no Brasil						Sim					
			(pernoites)			Não					
Lazer	16,5	13,9	(5)	(5)	(5)	Talvez					
Negócios, eventos e convenções	14,1	16,9	(5)	(5)	(5)	Nível de satisfação com a viagem					
Outros motivos	29,0	29,2	29,4	23,1	24,0	Superou					
Total	22,6	22,4	24,8	21,4	20,6	Atendeu plenamente					
Destinos mais visitados						Atendeu em parte					
			(%)			Decepcionou					
Lazer			(%)			Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
Rio de Janeiro - RJ	72,9	74,6	50,9	66,1	57,6	Infraestrutura					
Foz do Iguaçu - PR	30,9	25,3	32,5	36,7	34,6	Avaliação positiva (%)					
São Paulo - SP	32,4	24,1	21,7	32,7	25,0	(média)					
Florianópolis - SC	11,1	4,9	7,7	16,2	15,7	Limpeza pública					
Angra dos Reis - RJ	9,3	4,1	6,6	10,5	8,4	Segurança pública					
Negócios, eventos e convenções						Serviço de táxi					
			(%)			Transporte público					
São Paulo - SP	44,6	32,2	41,5	49,4	51,3	Telecomunicações					
Rio de Janeiro - RJ	28,7	46,5	23,9	19,1	26,5	Sinalização turística					
Belo Horizonte - MG	6,5	4,1	3,8	4,6	7,7	Infraestrutura turística					
Campinas - SP	3,3	2,1	3,0	5,0	5,7	Avaliação positiva (%)					
Salvador - BA	2,0	6,5	8,2	3,0	4,7	(média)					
Outros motivos						Aeroporto					
			(%)			Rodovias					
São Paulo - SP	30,6	30,9	30,0	27,1	30,1	Restaurante					
Rio de Janeiro - RJ	24,7	26,5	25,0	16,8	19,4	Alojamento					
Salvador - BA	3,9	4,9	5,2	6,7	7,8	Diversão noturna					
Recife - PE	2,8	2,8	3,3	5,0	7,5	Serviços turísticos					
Curitiba - PR	4,1	6,8	4,9	6,7	6,0	Avaliação positiva (%)					
Média de destinos visitados						(média)					
			(%)			Guias de turismo					
Lazer	2,7	2,0	2,3	3,2	2,3	Informação turística					
Negócios, eventos e convenções	1,7	1,5	1,6	1,5	1,6	Hospitalidade					
Outros motivos	2,0	1,9	2,0	1,8	1,9	Gastronomia					
Organização da viagem						Preços					
			(%)			Preços					
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			Preços					
Internet	42,9	48,6	50,4	50,2	51,7	Preços					
Amigos e parentes	27,0	25,5	29,9	32,4	53,3	Preços					
Viagem corporativa	15,8	15,4	12,0	9,4	11,3	Preços					
Agência de viagens	4,6	5,8	3,7	2,9	6,7	Preços					
Guias, brochuras e outras publicações	5,5	3,3	1,3	4,0	7,4	Preços					
Feiras, eventos e congressos	2,3	0,6	1,8	0,6	0,9	Preços					
Escritórios brasileiros de turismo	0,3	0,1	-	-	0,3	Preços					
Outros	1,6	0,7	0,9	0,5	1,4	Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.7. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Chile - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem						
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019	
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)						(%)
Lazer	58,6	71,0	67,8	73,3	68,2							
Negócios, eventos e convenções	20,7	15,0	15,7	12,9	14,1							
Outros motivos	20,7	14,0	16,5	13,8	17,7							
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						(%)						(%)
Sol e praia	73,6	71,3	67,6	70,6	68,4							
Natureza, ecoturismo ou aventura	10,7	15,0	15,3	14,8	15,7							
Cultura	12,8	10,3	13,6	12,4	13,5							
Esportes	1,1	1,0	2,1	1,4	1,6							
Diversão noturna	0,7	0,5	0,9	0,2	--							
Viagem de incentivo	--	0,1	0,2	0,2	0,3							
Outros	1,8	2,3	1,2	0,6	0,5							
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	1,6	--	--	--							
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,8	0,7	1,2	0,6	0,5							
Tipo de alojamento utilizado						(%)						(%)
Hotel, flat ou pousada	65,1	68,4	65,4	72,3	69,8							
Casa de amigos e parentes	20,3	14,5	16,3	13,1	15,0							
Casa alugada	4,1	7,5	6,9	4,9	8,1							
Camping ou albergue	4,9	6,4	6,7	4,9	5,0							
Casa própria	1,2	0,5	0,6	0,7	0,5							
Resort	2,2	1,8	1,9	1,2	0,9							
Outros	2,2	0,9	2,2	2,9	0,7							
Composição do grupo turístico						(%)						(%)
Família	29,2	31,8	29,5	35,4	33,7							
Sozinho	30,9	23,6	26,2	22,2	23,6							
Casal sem filhos	22,6	23,9	24,0	26,4	24,1							
Amigos	11,7	15,9	16,2	11,6	13,9							
Outros	5,6	4,8	4,1	4,4	4,7							
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)						(US\$)
Lazer	96,40	72,72	75,71	74,80	61,25							
Negócios, eventos e convenções	107,17	75,50	116,93	91,73	101,17							
Outros motivos	31,76	31,65	38,26	34,59	35,99							
Total	76,33	64,89	69,43	67,75	58,10							
Permanência média no Brasil						(pernoites)						(pernoites)
Lazer	8,6	8,8	8,8	8,1	8,0							
Negócios, eventos e convenções	8,0	11,3	7,2	8,2	7,0							
Outros motivos	18,4	18,0	17,9	17,2	15,1							
Total	10,3	10,1	9,9	9,1	9,0							
Destinos mais visitados						(%)						(%)
Lazer						(%)						(%)
Rio de Janeiro - RJ	51,3	55,8	59,4	57,2	61,7							
Armação dos Búzios - RJ	25,9	26,4	23,9	23,3	23,2							
Florianópolis - SC	11,4	6,2	6,9	11,6	9,5							
São Paulo - SP	9,5	9,7	7,9	6,1	6,8							
Foz do Iguaçu - PR	3,3	4,2	4,1	4,1	5,1							
Negócios, eventos e convenções						(%)						(%)
São Paulo - SP	57,5	47,4	50,3	52,0	56,5							
Rio de Janeiro - RJ	19,0	22,8	17,0	11,4	13,2							
Curitiba - PR	2,4	2,6	5,7	4,8	4,3							
Belo Horizonte - MG	4,7	3,2	3,4	3,6	3,7							
Campinas - SP	2,3	3,3	3,1	4,8	3,5							
Outros motivos						(%)						(%)
São Paulo - SP	42,0	41,7	38,1	33,5	41,4							
Rio de Janeiro - RJ	12,4	12,1	15,3	10,7	17,1							
Barretos - SP	0,3	--	--	0,6	4,8							
Curitiba - PR	8,7	3,3	7,3	4,5	4,1							
Belo Horizonte - MG	4,7	3,9	4,0	3,9	3,9							
Média de destinos visitados												
Lazer	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4							
Negócios, eventos e convenções	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4							
Outros motivos	1,6	1,5	1,6	1,6	1,5							
Organização da viagem						(%)						(%)
Fonte de informação ^(5, 6)						(%)						(%)
Internet	50,8	58,3	60,7	62,7	66,7							
Amigos e parentes	24,8	22,5	21,7	18,5	39,6							
Viagem corporativa	13,4	8,4	8,7	7,5	10,3							
Agência de viagens	9,0	7,3	6,7	9,6	13,7							
Guias, brochuras e outras publicações	0,9	1,0	0,6	0,5	1,7							
Feiras, eventos e congressos	0,5	1,2	1,0	0,9	1,6							
Escritórios brasileiros de turismo	--	0,1	--	0,0	0,4							
Outros	0,6	1,2	0,6	0,3	1,7							
Utilização de agência de viagem						(%)						(%)
Pacote	14,5	16,1	15,4	23,2	--							
Serviços avulsos	9,3	11,6	12,6	13,2	--							
Não utilizou	76,2	72,3	72,0	63,6	--							
Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁷⁾						(%)						(%)
Pacote turístico	--	--	--	--	24,2							
Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	71,8							
Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	8,3							
Hospedagem	--	--	--	--	47,9							
Locação de veículos	--	--	--	--	3,0							
Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,5							
Outros	--	--	--	--	5,3							
Fidelização ao destino						(%)						(%)
Frequência de visita ao Brasil						(%)						(%)
Primeira vez	37,2	41,7	43,4	46,1	44,3							
Outras vezes	62,8	58,3	56,6	53,9	55,7							
Intenção de retorno ao Brasil						(%)						(%)
Sim	96,9	96,7	95,7	95,4	--							
Não	3,1	3,3	4,3	4,6	--							
Perfil socioeconômico						(%)						(%)
Gênero						(%)						(%)
Masculino	60,4	56,7	58,6	55,9	53,4							
Feminino	39,6	43,3	41,4	44,1	46,6							
Grupo de idade						(%)						(%)
18 a 24 anos	10,8	11,6	13,3	10,9	9,9							
25 a 31 anos	23,2	24,7	26,9	26,2	24,8							
32 a 40 anos	27,5	26,2	24,9	26,1	28,9							
41 a 50 anos	20,7	20,3	17,5	18,8	19,7							
51 a 59 anos	11,1	11,1	10,7	10,8	9,5							
60 anos ou mais	6,7	6,1	6,7	7,2	7,2							
Grau de instrução						(%)						(%)
Sem educação formal	--	0,2	--	0,0	--							
Fundamental	1,5	0,9	0,8	1,1	1,2							
Médio	20,9	19,0	21,0	22,0	21,6							
Superior	57,1	55,5	55,9	55,1	56,0							
Pós-Graduação	20,5	24,4	22,3	21,8	21,2							
Renda média mensal						(US\$)						(US\$)
Familiar	3.654,65	3.716,56	3.440,24	3.545,05	3.178,85							
Individual	2.610,51	2.268,64	2.167,35	2.186,13	2.071,07							
Grau de satisfação em relação à viagem						(%)						(%)
Recomendaria o Brasil						(%)						(%)
Sim	--	--	--	--	97,0							
Não	--	--	--	--	0,8							
Talvez	--	--	--	--	2,2							
Nível de satisfação com a viagem						(%)						(%)
Superou	39,3	40,4	42,1	43,6	41,1							
Atendeu plenamente	50,9	49,1	49,4	47,3	48,3							
Atendeu em parte	8,7	9,5	7,2	8,4	9,5							
Decepcionou	1,1	1,0	1,3	0,7	1,1							
Avaliação da viagem ⁽⁸⁾						(%)						(%)
Infraestrutura						(%)						(%)
Limpeza pública	84,1	84,3	83,4	81,9	7,2							
Segurança pública	87,9	87,5	84,8	87,8	7,9							
Serviço de táxi	93,7	90,4	89,5	90,6	8,2							
Transporte público	88,8	89,9	91,1	90,6	8,3							
Telecomunicações	67,3	71,3	73,1	73,7	7,4							
Sinalização turística	80,5	80,3	82,5	85,2	7,8							
Infraestrutura turística						(%)						(%)
Aeroporto	84,7	88,5	91,5	91,2	8,6							
Rodovias	74,4	78,3	77,8	76,4	7,3							
Restaurante	95,9	95,8	96,5	96,6	8,5							
Alojamento	94,2	95,3	96,4	95,2	8,5							
Diversão noturna	94,5	93,6	93,6	95,0	8,5							
Serviços turísticos						(%)						(%)
Guias de turismo	88,8	90,3	92,7	92,8	8,6							
Informação turística	90,3	88,7	87,9	89,5	8,3							
Hospitalidade	98,1	98,5	98,0	97,8	9,2							
Gastronomia	95,3	95,2	95,5	95,2	8,6							
Preços	76,5	79,0	79,1	88,1	7,8							

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.8. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: China - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019		
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Utilização de agência de viagem						(%)
Lazer	16,2	23,4	19,5	18,5	18,2		Pacote	20,1	14,3	11,9	8,9	--	
Negócios, eventos e convenções	71,1	68,7	68,3	69,6	64,8		Serviços avulsos	18,4	10,2	11,1	11,6	--	
Outros motivos	12,7	7,9	12,2	11,9	17,0		Não utilizou	61,5	75,5	77,0	79,5	--	
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						(%)	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁵⁾						(%)
Sol e praia	10,7	10,7	32,8	13,2	11,5		Adquireturístico	--	--	--	--	7,9	
Natureza, ecoturismo ou aventura	65,4	65,2	49,1	71,2	53,6		Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	79,2	
Cultura	17,4	15,8	14,3	8,5	24,4		Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	13,4	
Esportes	5,8	3,5	2,3	6,0	10,5		Hospedagem	--	--	--	--	46,2	
Diversão noturna	0,7	-	-	-	-		Locação de veículos	--	--	--	--	3,1	
Viagem de incentivo	-	-	0,8	1,1	-		Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	0,4	
Outros	0,7	4,8	0,7	-	-		Outros	--	--	--	--	1,0	
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	4,3	--	--	--		Fidelização ao destino						
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,7	0,5	0,7	-	-		Frequência de visita ao Brasil						(%)
Tipo de alojamento utilizado						(%)	Primeira vez	62,3	60,7	58,2	58,4	51,9	
Hotel, flat ou pousada	71,2	67,1	68,9	57,9	57,9		Outras vezes	37,7	39,3	41,8	41,6	48,1	
Casa de amigos e parentes	9,2	10,4	14,3	16,1	17,6		Intenção de retorno ao Brasil						(%)
Casa alugada	8,5	7,2	2,9	8,8	8,4		Sim	82,0	78,0	67,4	76,2	--	
Camping ou albergue	3,2	6,2	3,0	6,1	5,7		Não	18,0	22,0	32,6	23,8	--	
Casa própria	3,8	2,1	3,2	3,2	4,5		Perfil socioeconômico						
Resort	2,2	-	2,4	1,6	0,1		Gênero						(%)
Outros	1,9	7,0	5,3	6,3	5,8		Masculino	76,1	74,7	71,5	76,2	78,5	
Composição do grupo turístico						(%)	Feminino	23,9	25,3	28,5	23,8	21,5	
Família	5,4	6,2	7,2	3,7	5,0		Grupo de idade						(%)
Sozinho	38,3	39,6	35,5	39,5	45,5		18 a 24 anos	4,4	6,7	4,1	10,6	6,2	
Casal sem filhos	6,1	4,7	4,8	9,7	4,3		25 a 31 anos	30,2	33,8	32,5	33,3	32,5	
Amigos	12,1	10,3	11,5	6,7	8,9		32 a 40 anos	34,9	32,8	36,6	33,9	39,6	
Outros	38,1	39,2	41,0	40,4	36,3		41 a 50 anos	20,4	16,5	15,9	15,4	14,5	
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	51 a 59 anos	7,0	4,6	5,6	4,5	4,6	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		60 anos ou mais	3,1	5,6	5,3	2,3	2,6	
Negócios, eventos e convenções	83,49	68,68	97,40	66,97	60,72		Grau de instrução						(%)
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Sem educação formal	-	0,1	0,2	-	-	
Total	83,15	68,27	88,12	65,29	57,92		Fundamental	6,3	3,2	3,2	2,3	3,1	
Permanência média no Brasil						(pernoites)	Médio	14,5	6,3	8,1	13,8	13	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Superior	55,0	62,1	58,2	60,6	55,8	
Negócios, eventos e convenções	23,0	39,7	23,4	31,0	38,8		Pós-graduação	24,2	28,3	30,3	23,3	28,1	
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Renda média mensal						(US\$)
Total	21,5	34,4	23,2	30,0	36,9		Familiar	3.624,60	3.817,32	4.287,08	4.223,25	4.241,66	
Destinos mais visitados						(%)	Individual	2.401,05	2.298,66	2.520,36	2.812,69	2.623,15	
Lazer						(%)	Grau de satisfação em relação à viagem						
Foz do Iguaçu - PR	56,5	68,1	51,2	51,6	63,1		Recomendaria o Brasil						(%)
São Paulo - SP	54,5	60,2	68,4	60,4	50,0		Sim	--	--	--	--	71,5	
Rio de Janeiro - RJ	80,9	78,4	75,0	55,8	44,3		Não	--	--	--	--	15,1	
Manaus - AM	27,2	53,6	30,2	6,2	16,5		Talvez	--	--	--	--	13,4	
Curitiba - PR	-	2,4	1,5	-	9,7		Nível de satisfação com a viagem						(%)
Negócios, eventos e convenções						(%)	Superou	32,6	33,8	37,8	28,5	26,8	
São Paulo - SP	70,1	57,0	63,9	70,4	63,9		Atendeu plenamente	33,8	48,8	48,0	54,5	55,9	
Rio de Janeiro - RJ	31,9	37,9	30,3	23,7	25,4		Atendeu em parte	20,6	16,5	12,3	15,8	15,1	
Porto Alegre - RS	2,4	5,9	4,3	2,3	6,3		Decepcionou	13,0	0,9	1,9	1,2	2,2	
Manaus - AM	4,7	3,2	2,7	4,5	5,6		Avaliação da viagem ⁽⁹⁾						
Foz do Iguaçu - PR	5,9	6,2	6,4	3,8	4,0		Infraestrutura						Avaliação positiva (%)
Outros motivos						(%)	Limpeza pública	77,0	80,4	79,3	82,2	7,4	
São Paulo - SP	38,4	43,1	52,8	44,0	48,5		Segurança pública	45,5	57,5	55,6	58,2	6,4	
Rio de Janeiro - RJ	28,3	33,3	26,0	27,9	24,8		Serviço de táxi	87,5	90,9	89,3	90,9	7,7	
Curitiba - PR	2,6	7,3	5,3	6,3	6,8		Transporte público	74,8	72,9	87,5	80,4	7,1	
São José do Rio Preto - SP	-	-	-	-	6,8		Telecomunicações	37,0	44,4	47,4	45,4	5,9	
Santos - SP	-	1,5	0,8	-	5,7		Sinalização turística	70,4	74,1	73,2	72,8	6,7	
Média de destinos visitados						(%)	Infraestrutura turística						Avaliação positiva (%)
Lazer	2,3	3,4	2,5	2,2	2,5		Aeroporto	86,2	86,9	89,4	89,7	7,6	
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,7	1,7	1,5	1,6		Rodovias	50,9	49,0	53,1	57,9	6,3	
Outros motivos	1,6	1,9	1,7	1,9	2,1		Restaurante	90,5	94,4	93,7	94,3	8,0	
Organização da viagem							Alojamento	84,5	86,8	85,9	89,8	7,9	
Fonte de informação ^(6, 7)						(%)	Diversão noturna	85,9	89,0	84,5	86,8	7,4	
Internet	27,7	44,9	37,6	41,2	57,6		Serviços turísticos						Avaliação positiva (%)
Amigos e parentes	13,2	9,9	15,8	12,3	25,6		Guias de turismo	84,5	87,4	86,3	84,7	7,5	
Viagem corporativa	40,4	35,8	36,4	37,6	28,4		Informação turística	83,0	79,9	84,5	77,8	7,6	
Agência de viagens	8,3	6,6	6,2	3,0	5,3		Hospitalidade	97,4	98,0	96,1	97,7	8,5	
Guias, brochuras e outras publicações	2,2	1,8	1,6	4,3	3,6		Gastronomia	87,0	89,1	86,3	87,8	7,6	
Feiras, eventos e congressos	7,2	0,5	1,8	1,3	1,0		Preços	53,6	59,6	49,3	60,2	6,5	
Escritórios brasileiros de turismo	-	-	0,4	-	1,2								
Outros	1,0	0,5	0,2	0,3	0,8								

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.9. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Colômbia - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019		
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Utilização de agência de viagem						(%)
Lazer	34,3	33,8	37,8	41,7	41,0		Pacote	3,0	3,3	3,0	5,2	--	
Negócios, eventos e convenções	37,0	38,6	30,6	25,2	26,3		Serviços avulsos	12,5	10,2	13,7	11,2	--	
Outros motivos	28,7	27,6	31,6	33,1	32,7		Não utilizou	84,5	86,5	83,3	83,6	--	
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						(%)	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁷⁾						(%)
Sol e praia	42,7	41,7	39,0	50,6	38,2		Pacote turístico	--	--	--	--	6,7	
Natureza, ecoturismo ou aventura	19,1	24,8	27,4	23,5	24,4		Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	77,8	
Cultura	28,7	21,8	24,3	21,0	32,9		Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	15,7	
Esportes	6,6	3,3	7,1	3,9	4,1		Hospedagem	--	--	--	--	49,0	
Diversão noturna	1,8	1,9	1,5	0,5	--		Locação de veículos	--	--	--	--	1,3	
Viagem de incentivo	--	0,2	--	0,5	0,3		Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,3	
Outros	2,9	8,2	2,2	0,5	0,1		Outros	--	--	--	--	1,8	
Lazer relacionado a grandes eventos	--	6,3	--	--	--		Fidelização ao destino						
Outras motivações de lazer	2,9	1,9	2,2	0,5	0,1		Frequência de visita ao Brasil						(%)
Tipo de alojamento utilizado						(%)	Primeira vez	53,3	54,5	56,3	62,0	55,0	
Hotel, flat ou pousada	54,8	54,4	50,3	49,2	51,6		Outras vezes	46,7	45,5	43,7	38,0	45,0	
Casa de amigos e parentes	30,9	26,7	32,4	31,6	31,2		Intenção de retorno ao Brasil						(%)
Casa alugada	5,0	6,9	6,0	6,0	9,0		Sim	95,3	94,9	95,4	94,0	--	
Camping ou albergue	5,0	7,0	5,5	6,5	5,7		Não	4,7	5,1	4,6	6,0	--	
Casa própria	0,6	1,1	0,3	0,2	0,2		Perfil socioeconômico						
Resort	0,1	0,4	0,1	0,2	--		Gênero						(%)
Outros	3,6	3,5	5,4	6,4	2,3		Masculino	60,4	60,8	59,4	53,1	60,4	
Composição do grupo turístico						(%)	Feminino	39,6	39,2	40,6	46,9	39,6	
Família	11,9	11,4	12,5	15,7	14,4		Grupo de idade						(%)
Sozinho	52,4	50,2	55,7	48,4	49,1		18 a 24 anos	19,1	16,3	19,0	20,7	16,9	
Casal sem filhos	11,1	11,8	13,1	13,7	14,9		25 a 31 anos	23,3	27,5	26,7	25,0	25,9	
Amigos	13,1	11,8	11,4	15,1	10,9		32 a 40 anos	26,7	26,5	24,9	24,9	24,9	
Outros	11,5	14,8	7,3	7,1	10,7		41 a 50 anos	16,4	15,7	15,4	14,5	17,7	
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	51 a 59 anos	8,4	9,1	7,0	8,5	8,7	
Lazer	50,89	48,17	44,57	47,64	39,66		60 anos ou mais	6,1	4,9	7,0	6,4	5,9	
Negócios, eventos e convenções	68,27	77,52	73,53	57,82	59,80		Grau de instrução						(%)
Outros motivos	22,28	23,75	21,75	19,56	19,95		Sem educação formal	--	--	0,1	--	0,2	
Total	40,81	41,06	37,31	33,96	32,92		Fundamental	1,3	0,9	1,2	1,6	1,3	
Permanência média no Brasil						(pernoites)	Médio	21,3	16,2	22,8	23,7	22,7	
Lazer	16,5	13,1	19,0	15,0	17,5		Superior	40,8	43,2	40,6	41,8	43,1	
Negócios, eventos e convenções	15,4	9,8	15,6	15,2	16,1		Pós-Graduação	36,6	39,7	35,3	32,9	32,7	
Outros motivos	37,3	35,3	43,3	40,6	38,3		Renda média mensal						(US\$)
Total	22,2	17,8	25,6	22,8	23,6		Familiar	3.250,64	2.953,62	2.585,41	2.598,56	2.680,45	
Destinos mais visitados							Individual	2.356,26	1.958,63	1.761,49	1.719,23	1.708,18	
Lazer						(%)	Grau de satisfação em relação à viagem						
Rio de Janeiro - RJ	58,6	57,9	54,3	62,9	59,4		Recomendaria o Brasil						(%)
São Paulo - SP	30,6	27,3	26,4	24,3	29,0		Sim	--	--	--	--	97,7	
Foz do Iguaçu - PR	17,4	20,7	20,3	15,7	24,8		Não	--	--	--	--	0,9	
Curitiba - PR	0,8	5,4	13,0	5,4	9,5		Talvez	--	--	--	--	1,4	
Armação dos Búzios - RJ	1,6	3,1	3,2	4,7	5,3		Nível de satisfação com a viagem						(%)
Negócios, eventos e convenções						(%)	Superou	36,5	41,0	43,4	45,5	45,6	
São Paulo - SP	56,6	45,2	42,1	54,3	52,6		Atendeu plenamente	51,8	48,5	47,3	45,4	45,0	
Rio de Janeiro - RJ	23,2	27,2	28,6	21,9	19,0		Atendeu em parte	10,6	9,4	7,5	8,1	8,2	
Curitiba - PR	4,1	4,5	4,8	1,9	7,8		Decepcionou	1,1	1,1	1,8	1,0	1,2	
Belo Horizonte - MG	2,8	4,1	2,0	2,2	6,0		Avaliação da viagem ⁽⁸⁾						
Porto Alegre - RS	4,6	3,5	3,3	1,4	2,7		Infraestrutura	Avaliação positiva (%)				(média)	
Outros motivos						(%)	Limpeza pública	85,8	84,9	86,0	83,7	7,6	
São Paulo - SP	33,8	38,7	28,2	35,4	35,8		Segurança pública	89,5	86,7	85,2	87,6	8,0	
Rio de Janeiro - RJ	34,8	28,4	27,0	27,0	26,9		Serviço de táxi	84,6	83,3	85,3	86,2	7,9	
Belo Horizonte - MG	4,7	6,9	6,0	4,9	6,7		Transporte público	86,6	89,1	86,6	91,4	8,2	
Florianópolis - SC	6,0	6,3	6,0	6,7	5,6		Telecomunicações	67,0	71,4	74,4	81,0	7,8	
Vitória - ES	0,3	2,0	1,9	2,2	4,7		Sinalização turística	84,5	85,4	85,9	86,6	8,1	
Média de destinos visitados							Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%)				(média)	
Lazer	1,9	1,7	2,0	1,7	2,1		Aeroporto	86,7	91,9	95,6	92,9	8,5	
Negócios, eventos e convenções	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4		Rodovias	93,3	93,8	92,6	93,0	8,4	
Outros motivos	1,9	1,7	1,8	1,8	1,9		Restaurante	95,0	94,5	96,5	97,0	8,7	
Organização da viagem							Alojamento	94,8	95,3	95,8	96,8	8,5	
Fonte de informação ^(5, 6)						(%)	Diversão noturna	93,7	92,8	91,7	95,5	8,4	
Internet	34,9	38,1	37,6	42,4	50,0		Serviços turísticos				Avaliação positiva (%)	(média)	
Amigos e parentes	34,8	30,3	35,9	34,9	44,7		Guias de turismo	86,6	91,7	88,6	90,0	8,4	
Viagem corporativa	22,6	21,6	18,2	14,9	20,1		Informação turística	88,5	89,4	90,6	88,7	7,9	
Agência de viagens	2,5	3,0	2,8	3,0	6,8		Hospitalidade	96,8	97,9	98,4	98,4	9,2	
Guias, brochuras e outras publicações	0,5	0,5	0,2	0,4	2,6		Gastronomia	95,3	95,1	95,5	96,6	8,8	
Feiras, eventos e congressos	1,9	2,3	2,9	1,8	2,5		Preços	55,0	51,6	57,2	67,0	6,8	
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	0,1	0,1	0,3								
Outros	2,8	4,2	2,3	2,5	3,7								

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.10. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Dinamarca - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem							
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019		
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Utilização de agência de viagem						(%)
Lazer	38,1	36,8	42,6	34,8	38,3		Pacote	4,9	5,6	7,8	4,4	--	
Negócios, eventos e convenções	26,3	25,1	15,0	15,6	17,9		Serviços avulsos	14,7	16,6	15,9	14,9	--	
Outros motivos	35,6	38,1	42,4	49,6	43,8		Não utilizou	80,4	77,8	76,3	80,7	--	
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						(%)	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁵⁾						(%)
Sol e praia	28,2	29,1	29,6	50,1	30,5		Pacote turístico	--	--	--	--	5,7	
Natureza, ecoturismo ou aventura	28,5	46,3	35,1	27,6	34,2		Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	85,7	
Cultura	40,7	13,6	31,7	19,8	31,3		Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	18,0	
Esportes	-	-	1,9	2,5	4,0		Hospedagem	--	--	--	--	39,1	
Diversão noturna	1,8	3,0	-	-	--		Locação de veículos	--	--	--	--	7,8	
Viagem de incentivo	-	-	-	-	-		Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,1	
Outros	2,6	11,0	1,7	-	-		Outros	--	--	--	--	1,9	
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	8,0	--	--	--		Fidelização ao destino						
<i>Outras motivações de lazer</i>	2,6	3,0	1,7	-	-		Frequência de visita ao Brasil						(%)
Tipo de alojamento utilizado						(%)	Primeira vez	55,1	51,6	47,5	48,0	46,3	
Hotel, flat ou pousada	40,2	37,2	32,2	35,9	32,1		Outras vezes	44,9	48,4	52,5	52,0	53,7	
Casa de amigos e parentes	31,2	32,8	38,5	42,3	35,9		Intenção de retorno ao Brasil						(%)
Casa alugada	6,9	10,9	4,6	1,1	9,2		Sim	90,5	94,0	88,1	91,9	--	
Camping ou albergue	15,8	14,8	14,4	13,9	20,5		Não	9,5	6,0	11,9	8,1	--	
Casa própria	2,1	1,7	3,6	3,6	1,8		Perfil socioeconômico						
Resort	0,7	0,6	0,4	-	-		Gênero						(%)
Outros	3,1	2,0	6,3	3,2	0,5		Masculino	58,1	52,6	53,9	47,4	55,9	
Composição do grupo turístico						(%)	Feminino	41,9	47,4	46,1	52,6	44,1	
Família	11,8	14,7	15,5	23,7	17,6		Grupo de idade						(%)
Sozinho	46,3	48,1	41,5	46,1	40,0		18 a 24 anos	21,8	17,8	28,3	18,4	18,3	
Casal sem filhos	15,6	17,4	17,1	12,5	20,8		25 a 31 anos	19,9	25,0	24,7	23,3	20,9	
Amigos	16,3	12,8	20,0	11,6	14,0		32 a 40 anos	19,4	14,4	15,4	23,5	19,8	
Outros	10,0	7,0	5,9	6,1	7,6		41 a 50 anos	22,0	17,5	12,6	17,7	17,6	
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	51 a 59 anos	11,4	14,9	9,8	9,7	11,8	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		60 anos ou mais	5,5	10,4	9,2	7,4	11,6	
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Grau de instrução						(%)
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Sem educação formal	0,5	0,4	0,4	1,9	-	
Total	68,08	(5)	(5)	(5)	(5)		Fundamental	1,8	0,9	2,7	1,4	6,2	
Permanência média no Brasil						(pernoites)	Médio	22,1	19,0	27,9	22,3	20,4	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Superior	36,3	43,2	44,4	26,6	30,5	
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Pós-graduação	39,3	36,5	24,6	47,8	42,9	
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)		Renda média mensal						(US\$)
Total	19,4	(5)	(5)	(5)	(5)		Familiar	6.437,45	5.656,16	6.979,59	5.796,44	5.955,38	
Destinos mais visitados						(%)	Individual	4.221,16	3.696,01	3.330,08	3.440,79	4.013,02	
Lazer						(%)	Grau de satisfação em relação à viagem						(%)
Rio de Janeiro - RJ	79,6	80,8	82,4	81,9	68,9		Recomendaria o Brasil						(%)
Foz do Iguaçu - PR	43,9	47,3	34,6	36,9	58,7		Sim	--	--	--	--	90,3	
São Paulo - SP	36,2	40,7	35,7	10,4	32,5		Não	--	--	--	--	5,1	
Parati - RJ	18,0	25,6	28,2	26,6	16,3		Talvez	--	--	--	--	4,6	
Curitiba - PR	5,2	-	5,7	-	13,7		Nível de satisfação com a viagem						(%)
Negócios, eventos e convenções						(%)	Superou	27,3	31,9	27,2	24,1	32,6	
São Paulo - SP	27,3	17,9	42,2	48,0	60,1		Atendeu plenamente	58,3	52,2	57,1	62,0	51,9	
Rio de Janeiro - RJ	33,1	34,4	43,0	26,4	33,9		Atendeu em parte	13,7	13,1	13,0	9,4	14,6	
Montes Claros - MG	-	3,7	-	2,4	11,4		Decepcionou	0,7	2,8	2,7	4,5	0,9	
Santos - SP	-	-	-	-	11,4		Avaliação da viagem ⁽⁹⁾						
Brasília - DF	1,3	2,2	10,0	-	8,6		Infraestrutura						Avaliação positiva (%)
Outros motivos						(%)	Limpeza pública	75,7	70,4	65,3	72,4	6,7	
São Paulo - SP	28,7	28,3	22,6	38,3	34,4		Segurança pública	80,1	70,2	68,7	67,6	6,4	
Rio de Janeiro - RJ	30,7	41,1	40,5	26,3	27,5		Serviço de táxi	91,3	97,0	86,2	92,8	8,1	
Campinas - SP	1,9	-	-	0,8	7,0		Transporte público	75,4	77,4	78,9	73,4	6,8	
Curitiba - PR	4,6	5,4	3,7	11,3	7,0		Telecomunicações	63,4	60,5	57,8	70,9	6,9	
Foz do Iguaçu - PR	8,5	6,8	1,8	1,5	6,2		Sinalização turística	64,2	75,1	66,7	79,9	6,7	
Média de destinos visitados							Infraestrutura turística						Avaliação positiva (%)
Lazer	3,1	3,0	3,3	2,5	3,1		Aeroporto	82,1	87,9	90,8	86,8	8,0	
Negócios, eventos e convenções	1,3	1,4	1,7	1,0	2,1		Rodovias	51,0	62,4	59,6	45,1	5,9	
Outros motivos	2,1	2,0	2,0	2,1	2,0		Restaurante	92,3	90,7	83,3	89,1	7,9	
Organização da viagem							Alojamento	98,9	96,0	95,9	96,7	7,8	
Fonte de informação ^(6, 7)						(%)	Diversão noturna	98,2	94,1	88,5	94,6	7,7	
Internet	33,0	35,7	45,3	57,9	45,6		Serviços turísticos						Avaliação positiva (%)
Amigos e parentes	28,5	33,8	31,0	17,7	52,4		Guias de turismo	90,7	85,3	86,5	91,1	7,5	
Viagem corporativa	19,2	11,6	8,0	9,0	15,7		Informação turística	73,4	76,5	80,0	85,4	6,6	
Agência de viagens	8,5	8,0	6,4	3,2	12,9		Hospitalidade	98,9	98,6	96,4	97,8	8,7	
Guias, brochuras e outras publicações	8,8	6,6	3,9	8,5	12,1		Gastronomia	95,2	93,4	84,7	92,1	8,1	
Feiras, eventos e congressos	1,1	2,5	0,9	2,7	0,6		Preços	74,3	81,8	76,7	78,0	7,1	
Escritórios brasileiros de turismo	-	-	0,5	-	-								
Outros	0,9	1,8	4,0	1,0	3,4								

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.11. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Espanha - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem ^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	28,1	27,3	26,7	29,8	38,0	Pacote	2,2	2,9	2,1	3,7	--
Negócios, eventos e convenções	27,9	27,7	23,3	20,0	20,0	Serviços avulsos	17,0	16,1	15,9	15,8	--
Outros motivos	44,0	45,0	50,0	50,2	42,0	Não utilizou	80,8	81,0	82,0	80,5	--
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁷⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	38,1	36,2	32,5	26,2	29,9	Transporte turístico	--	--	--	--	4,1
Natureza, ecoturismo ou aventura	38,2	41,2	44,6	52,3	39,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	78,9
Cultura	17,3	13,0	19,9	18,0	27,2	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	17,1
Esportes	2,2	3,0	0,8	2,8	2,2	Hospedagem	--	--	--	--	33,3
Diversão noturna	3,0	1,0	1,1	0,3	--	Locação de veículos	--	--	--	--	5,6
Viagem de incentivo	0,6	--	0,3	0,4	0,9	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,2
Outros	3,6	6,6	1,9	0,3	0,8	Outros	--	--	--	--	2,1
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	5,7	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	3,6	1,5	1,9	0,3	0,8	Frequência de visita ao Brasil					
			(%)						(%)		
Primeira vez	33,0	34,7	31,8	35,1	40,9	Outras vezes	67,0	65,3	68,2	64,9	59,1
Outras vezes	67,0	65,3	68,2	64,9	59,1	Intenção de retorno ao Brasil					
Tipo de alojamento utilizado						Intenção de retorno ao Brasil					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	39,3	37,5	35,1	34,9	36,9	Sim	92,6	92,6	93,9	93,1	--
Casa de amigos e parentes	43,4	41,8	43,7	49,0	39,8	Não	7,4	7,4	6,1	6,9	--
Casa alugada	5,0	7,9	3,5	3,4	5,4	Perfil socioeconômico					
Camping ou albergue	5,8	5,4	8,4	4,7	11,3	Gênero					
Casa própria	4,9	5,0	5,2	4,3	5,1	Masculino					
Resort	0,5	0,3	0,3	0,9	1,1	Feminino					
Outros	1,1	2,1	3,8	2,8	0,4	Grupo de idade					
Composição do grupo turístico						18 a 24 anos					
			(%)			25 a 31 anos					
Família	13,1	13,6	12,2	14,3	13,4	32 a 40 anos					
Sozinho	56,2	54,3	54,4	54,5	55,1	41 a 50 anos					
Casal sem filhos	14,2	14,9	15,0	18,7	14,0	51 a 59 anos					
Amigos	8,9	8,9	12,6	8,1	12,7	60 anos ou mais					
Outros	7,6	8,3	5,8	4,4	4,8	Grau de instrução					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
			(US\$)			Fundamental					
Lazer	63,43	58,76	65,86	60,82	52,41	Médio					
Negócios, eventos e convenções	79,47	71,30	73,84	78,55	79,00	Superior					
Outros motivos	32,69	33,76	40,26	39,11	38,31	Pós-Graduação					
Total	45,74	43,72	48,81	47,29	45,53	Renda média mensal					
Permanência média no Brasil						Familiar					
			(pernoites)			Individual					
Lazer	17,1	17,4	17,1	15,5	14,6	3.628,32 3.348,69 3.713,27 3.945,12 3.538,53					
Negócios, eventos e convenções	18,8	16,2	16,8	13,1	11,3	2.644,50 2.345,89 2.451,63 2.584,39 2.491,14					
Outros motivos	37,3	33,5	37,9	30,9	31,5	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	27,2	25,3	27,7	23,1	21,6	Recomendaria o Brasil					
Destinos mais visitados						Sim					
			(%)			Não					
Lazer						Talvez					
Foz do Iguaçu - PR	34,9	38,1	42,3	40,6	50,4	Nível de satisfação com a viagem					
Rio de Janeiro - RJ	52,9	48,0	55,7	35,2	38,9	Superou					
São Paulo - SP	26,0	22,7	24,7	30,6	16,5	Atendeu plenamente					
Salvador - BA	11,5	14,1	15,2	14,8	14,7	Atendeu em parte					
Florianópolis - SC	9,3	8,0	6,0	7,7	13,8	Decepcionou					
Negócios, eventos e convenções						Avaliação da viagem ⁽⁸⁾					
			(%)			Infraestrutura					
São Paulo - SP	40,3	41,6	39,6	50,6	48,2	Avaliação positiva (%)					
Rio de Janeiro - RJ	26,8	29,0	22,6	16,6	17,8	(média)					
Curitiba - PR	2,6	2,4	4,9	3,7	6,0	Limpeza pública					
Fortaleza - CE	3,8	2,8	4,8	2,0	4,1	Segurança pública					
Recife - PE	3,3	1,1	1,1	4,0	3,6	Serviço de táxi					
Outros motivos						Transporte público					
			(%)			Telecomunicações					
São Paulo - SP	24,9	27,3	24,1	26,3	25,1	Sinalização turística					
Rio de Janeiro - RJ	21,7	20,5	20,8	18,1	17,7	Infraestrutura turística					
Goiânia - GO	6,0	8,5	6,9	6,8	7,4	Avaliação positiva (%)					
Salvador - BA	6,1	5,5	4,3	3,9	6,1	(média)					
Brasília - DF	2,6	3,9	4,7	3,0	4,9	Aeroporto					
Média de destinos visitados						Rodovias					
						Restaurante					
Lazer	2,5	2,7	2,9	2,6	2,8	Alojamento					
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6	Diversão noturna					
Outros motivos	2,0	1,8	2,0	1,9	2,0	Serviços turísticos					
Organização da viagem						Guias de turismo					
			(%)			Informação turística					
Fonte de informação ^(5, 6)						Hospitalidade					
Internet	34,5	37,2	45,3	47,4	45,9	Gastronomia					
Amigos e parentes	34,9	31,6	28,3	28,7	50,8	Preços					
Viagem corporativa	21,3	20,5	17,2	14,5	16,8						
Agência de viagens	2,9	3,6	4,0	3,8	6,7						
Guias, brochuras e outras publicações	3,3	2,6	2,8	3,0	7,2						
Feiras, eventos e congressos	2,1	1,6	1,4	0,8	1,1						
Escritórios brasileiros de turismo	0,1	0,2	0,1	--	0,2						
Outros	0,9	2,7	0,9	1,8	1,1						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.12. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Estados Unidos - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem ^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	20,4	26,9	18,4	19,1	19,4	Pacote	2,8	2,8	2,8	2,3	--
Negócios, eventos e convenções	27,9	26,7	24,9	21,9	24,8	Serviços avulsos	14,0	11,4	14,6	15,5	--
Outros motivos	51,7	46,4	56,7	59,0	55,8	Não utilizou	83,2	85,8	82,6	82,2	--
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁷⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	34,8	30,0	34,9	34,0	34,9	Transporte turístico	--	--	--	--	4,9
Natureza, ecoturismo ou aventura	30,6	29,9	29,2	29,6	33,3	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	85,5
Cultura	27,4	17,3	30,5	28,3	25,8	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	16,6
Esportes	3,8	2,2	3,6	5,1	4,7	Hospedagem	--	--	--	--	37,1
Diversão noturna	2,5	3,3	1,5	2,1	--	Locação de veículos	--	--	--	--	6,9
Viagem de incentivo	0,5	0,3	--	0,3	0,5	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,1
Outros	2,9	20,3	1,8	2,7	0,8	Outros	--	--	--	--	1,6
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	16,3	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	2,9	4,0	1,8	2,7	0,8	Frequência de visita ao Brasil					
Tipo de alojamento utilizado									(%)		
			(%)			Primeira vez	29,1	31,1	27,3	28,4	32,9
Hotel, flat ou pousada	40,0	40,7	36,2	34,2	39,3	Outras vezes	70,9	68,9	72,7	71,6	67,1
Casa de amigos e parentes	46,3	41,6	48,0	50,8	45,1	Intenção de retorno ao Brasil					
Casa alugada	3,6	6,5	2,0	2,0	5,0				(%)		
Camping ou albergue	2,7	3,8	2,2	2,6	2,1	Sim	94,0	92,6	94,1	93,1	--
Casa própria	4,9	5,2	7,5	6,9	6,8	Não	6,0	7,4	5,9	6,9	--
Resort	0,3	0,7	0,4	0,4	0,5	Perfil socioeconômico					
Outros	2,2	1,5	3,7	3,1	1,2	Gênero					
Composição do grupo turístico									(%)		
			(%)			Masculino	56,2	62,0	56,9	57,1	59,1
Família	15,2	13,1	17,0	14,9	13,9	Feminino	43,8	38,0	43,1	42,9	40,9
Sozinho	58,1	59,8	56,5	60,4	57,5	Grupo de idade					
Casal sem filhos	13,3	13,1	13,0	13,3	14,7				(%)		
Amigos	6,5	7,8	6,5	6,0	7,2	18 a 24 anos	9,4	7,6	7,8	9,1	9,2
Outros	6,9	6,2	7,0	5,4	6,7	25 a 31 anos	15,9	17,4	12,6	13,9	15,1
Gasto médio per capita dia no Brasil									(%)		
			(US\$)			32 a 40 anos	22,2	20,5	19,6	20,1	21,3
Lazer	98,72	110,86	82,60	88,40	93,54	41 a 50 anos	22,0	21,3	24,7	21,8	21,4
Negócios, eventos e convenções	124,78	124,03	127,25	132,59	113,46	51 a 59 anos	17,7	17,5	18,4	18,5	17,6
Outros motivos	42,61	50,82	45,80	48,92	48,51	60 anos ou mais	12,8	15,7	16,9	16,6	15,4
Total	62,39	73,02	59,16	62,44	61,49	Grau de instrução					
Permanência média no Brasil									(%)		
			(pernoites)			Sem educação formal	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1
Lazer	12,6	10,9	14,3	13,1	10,0	Fundamental	1,5	1,4	2,0	1,9	1,4
Negócios, eventos e convenções	11,3	11,4	9,7	9,6	9,5	Médio	17,0	16,0	18,0	17,6	19,4
Outros motivos	23,6	22,9	26,0	23,1	22,6	Superior	43,8	45,3	42,8	45,7	45
Total	18,5	16,9	20,2	18,6	17,2	Pós-Graduação	37,6	37,0	37,1	34,8	34,1
Destinos mais visitados						Renda média mensal					
			(%)						(US\$)		
Lazer			(%)			Familiar	7.474,28	7.195,97	7.396,84	7.489,41	6.694,76
Rio de Janeiro - RJ	66,3	72,1	58,8	56,4	53,8	Individual	5.605,23	4.765,38	4.606,18	5.144,78	4.572,07
Foz do Iguaçu - PR	22,1	15,8	20,6	22,0	23,2	Grau de satisfação em relação à viagem					
São Paulo - SP	18,1	19,3	26,1	22,2	22,0				(%)		
Manaus - AM	8,6	7,2	5,8	6,7	6,1	Recomendaria o Brasil			(%)		
Parati - RJ	2,9	4,0	5,6	4,1	5,0	Sim	--	--	--	--	89,4
Negócios, eventos e convenções						Não	--	--	--	--	3,7
			(%)			Talvez	--	--	--	--	6,9
São Paulo - SP	43,3	40,4	44,0	54,4	54,1	Nível de satisfação com a viagem					
Rio de Janeiro - RJ	33,6	34,6	24,0	21,6	18,6				(%)		
Curitiba - PR	2,2	3,3	3,2	3,6	4,1	Superou	25,6	28,7	27,2	27,0	31,9
Foz do Iguaçu - PR	1,4	1,6	1,5	1,1	4,0	Atendeu plenamente	52,8	53,0	54,6	54,2	50,6
Brasília - DF	5,3	3,3	4,9	4,2	3,6	Atendeu em parte	18,5	15,4	15,1	16,2	15,5
Outros motivos						Decepcionou	3,1	2,9	3,1	2,6	2,0
			(%)			Avaliação da viagem ⁽⁸⁾					
São Paulo - SP	22,6	23,4	25,4	26,5	33,1						
Rio de Janeiro - RJ	28,2	28,5	25,5	20,7	21,8	Infraestrutura					
Belo Horizonte - MG	8,5	6,6	5,8	7,5	6,7						
Brasília - DF	4,9	3,3	4,3	4,5	4,7						
Curitiba - PR	4,2	4,7	5,6	5,1	4,3						
Média de destinos visitados						Infraestrutura turística					
			(%)								
Lazer	1,9	1,8	2,1	1,9	1,7						
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,4	1,5	1,5	1,4						
Outros motivos	1,8	1,7	1,8	1,7	1,8						
Organização da viagem						Aeroporto					
			(%)								
Fonte de informação ^(5, 6)						Rodovias					
			(%)								
Internet	35,8	40,9	39,3	44,2	46,1						
Amigos e parentes	30,9	28,6	33,6	31,3	43,5						
Viagem corporativa	22,7	20,5	18,8	17,7	23,4						
Agência de viagens	5,1	4,1	4,9	3,7	8,3						
Guias, brochuras e outras publicações	2,6	3,5	1,3	1,5	5,5						
Feiras, eventos e congressos	1,4	0,6	1,2	0,9	1,6						
Escritórios brasileiros de turismo	0,1	0,6	0,1	0,0	0,6						
Outros	1,4	1,2	0,8	0,7	3,6						

Fonte: Ministério do Turismo - MTUR e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.13. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: França - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem ^(1, 2)	(%)						(%)				
Lazer	41,0	45,0	42,9	47,5	43,9	Utilização de agência de viagem					
Negócios, eventos e convenções	21,0	22,1	18,6	15,3	17,1	Pacote	3,3	2,9	3,7	5,2	--
Outros motivos	38,0	32,9	38,5	37,2	39,0	Serviços avulsos	10,6	9,4	10,8	7,9	--
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)	(%)					Não utilizou	86,1	87,7	85,5	86,9	--
Sol e praia	42,6	37,4	36,2	35,7	23,0	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁵⁾	(%)				
Natureza, ecoturismo ou aventura	25,3	32,7	35,8	28,6	36,6	Transporte turístico	--	--	--	--	5,4
Cultura	27,3	18,3	21,8	26,9	33,6	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	84,4
Esportes	3,9	7,1	5,0	7,7	6,5	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	20,4
Diversão noturna	0,2	--	0,4	0,3	--	Hospedagem	--	--	--	--	44,6
Viagem de incentivo	0,4	0,5	--	0,6	0,3	Locação de veículos	--	--	--	--	6,1
Outros	0,5	4,0	1,2	0,5	--	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,8
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	3,7	--	--	--	Outros	--	--	--	--	2,7
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,5	0,3	1,2	0,5	--	Fidelização ao destino					
Tipo de alojamento utilizado	(%)					Frequência de visita ao Brasil	(%)				
Hotel, flat ou pousada	42,8	43,7	38,6	43,9	43,1	Primeira vez	47,6	48,1	46,6	49,8	49,4
Casa de amigos e parentes	37,1	32,3	36,6	32,8	33,6	Outras vezes	52,4	51,9	53,4	50,2	50,6
Casa alugada	5,8	9,9	5,1	3,3	9,3	Intenção de retorno ao Brasil	(%)				
Camping ou albergue	7,2	9,3	9,6	10,0	9,4	Sim	93,7	93,2	93,6	93,0	--
Casa própria	3,1	2,5	3,1	3,9	3,5	Não	6,3	6,8	6,4	7,0	--
Resort	0,5	0,6	0,4	0,8	0,3	Perfil socioeconômico					
Outros	3,5	1,7	6,6	5,3	0,8	Gênero	(%)				
Composição do grupo turístico	(%)					Masculino	54,5	59,0	57,4	54,8	55,1
Família	13,7	16,8	15,3	14,1	13,9	Feminino	45,5	41,0	42,6	45,2	44,9
Sozinho	46,7	47,5	45,2	43,8	45,6	Grupo de idade	(%)				
Casal sem filhos	19,2	17,4	19,8	22,1	20,7	18 a 24 anos	15,4	14,6	15,4	13,6	14,9
Amigos	14,2	13,6	13,6	16,5	13,5	25 a 31 anos	22,6	25,2	26,5	25,2	28,2
Outros	6,2	4,7	6,1	3,5	6,3	32 a 40 anos	22,4	19,4	19,6	18,0	18,2
Gasto médio per capita dia no Brasil	(US\$)					41 a 50 anos	17,3	18,9	16,2	17,3	14,9
Lazer	66,82	64,28	62,74	71,00	58,77	51 a 59 anos	13,5	12,9	13,3	13,6	12,3
Negócios, eventos e convenções	79,75	82,92	78,45	⁽⁵⁾	68,34	60 anos ou mais	8,8	9,0	9,0	12,3	11,5
Outros motivos	34,84	34,45	39,57	35,72	33,49	Grau de instrução	(%)				
Total	49,10	51,17	52,74	52,67	45,46	Sem educação formal	0,1	--	0,1	0,0	0,2
Permanência média no Brasil	(pernoites)					Fundamental	2,1	1,0	2,3	1,8	2,9
Lazer	16,5	14,9	17,7	16,5	15,4	Médio	17,0	17,5	16,3	17,7	18,2
Negócios, eventos e convenções	12,6	14,9	17,2	⁽⁵⁾	14,1	Superior	35,8	34,8	34,7	34,0	34,1
Outros motivos	35,0	34,0	29,3	29,1	30,9	Pós-Graduação	45,0	46,7	46,6	46,5	44,6
Total	23,0	21,0	22,1	20,9	21,2	Renda média mensal	(US\$)				
Destinos mais visitados						Familiar	4.628,99	4.435,81	4.607,69	4.569,40	4.207,50
Lazer	(%)					Individual	3.277,46	2.890,18	2.967,02	3.021,29	2.742,96
Rio de Janeiro - RJ	70,7	65,1	63,5	62,4	61,1	Grau de satisfação em relação à viagem					
Foz do Iguaçu - PR	23,9	22,9	28,7	29,1	35,7	Recomendaria o Brasil	(%)				
Parati - RJ	14,6	20,9	15,0	17,9	24,5	Sim	--	--	--	--	93,5
Angra dos Reis - RJ	19,0	17,2	12,9	17,9	21,9	Não	--	--	--	--	2,2
São Paulo - SP	16,0	19,2	20,4	19,5	21,6	Talvez	--	--	--	--	4,3
Negócios, eventos e convenções	(%)					Nível de satisfação com a viagem	(%)				
Rio de Janeiro - RJ	36,9	36,4	31,5	30,1	40,6	Superou	23,8	24,4	21,5	23,9	27,8
São Paulo - SP	45,2	33,7	44,5	43,2	35,2	Atendeu plenamente	58,4	61,4	61,7	61,8	57,2
Curitiba - PR	4,6	4,3	6,9	5,5	6,3	Atendeu em parte	14,1	12,3	15,0	12,7	12,8
Foz do Iguaçu - PR	2,6	1,8	3,6	3,7	4,1	Decepcionou	3,7	1,9	1,8	1,6	2,2
Brasília - DF	2,2	3,5	2,7	5,7	3,7	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Outros motivos	(%)					Infraestrutura	Avaliação positiva (%) (média)				
Rio de Janeiro - RJ	35,7	39,1	33,9	33,1	32,5	Limpeza pública	71,3	75,1	72,2	71,8	6,5
São Paulo - SP	26,5	24,9	25,6	27,3	28,3	Segurança pública	77,4	74,1	73,7	76,4	6,7
Salvador - BA	8,3	9,2	7,2	7,3	6,9	Serviço de táxi	90,5	91,6	88,3	92,9	7,9
Fortaleza - CE	4,2	5,4	6,4	5,7	6,6	Transporte público	72,4	76,1	76,1	79,1	7,0
Belo Horizonte - MG	7,2	7,6	6,4	5,7	6,0	Telecomunicações	65,9	69,1	68,8	74,1	7,1
Média de destinos visitados						Sinalização turística	67,8	71,1	70,1	77,4	6,6
Lazer	2,8	2,7	2,8	2,9	3,0	Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%) (média)				
Negócios, eventos e convenções	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6	Aeroporto	81,6	91,2	92,8	93,6	7,9
Outros motivos	2,3	2,1	2,2	2,0	2,2	Rodovias	55,3	61,4	58,7	60,1	5,9
Organização da viagem						Restaurante	92,9	92,8	92,3	94,3	7,7
Fonte de informação ^(6, 7)	(%)					Alojamento	93,3	93,3	94,8	96,1	7,9
Internet	39,7	43,3	48,2	50,9	54,5	Diversão noturna	91,4	92,9	91,9	92,1	7,7
Amigos e parentes	30,8	27,8	30,7	27,8	47,6	Serviços turísticos	Avaliação positiva (%) (média)				
Viagem corporativa	13,4	13,6	9,6	8,8	15,3	Guias de turismo	89,5	92,1	89,2	90,8	7,7
Agência de viagens	3,0	3,2	2,7	3,1	6,9	Informação turística	82,5	80,1	85,6	86,7	7,1
Guias, brochuras e outras publicações	11,0	10,4	6,8	8,1	20,5	Hospitalidade	97,7	98,0	98,3	98,2	8,8
Feiras, eventos e congressos	1,4	0,9	1,1	0,7	1,1	Gastronomia	94,0	92,3	91,9	95,1	7,8
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	--	0,1	0,3	0,3	Preços	70,6	74,4	70,6	80,6	7,2
Outros	0,5	0,8	0,8	0,3	2,8						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.14. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Holanda - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem										
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019					
Motivo da viagem^(1, 2) (%)						Utilização de agência de viagem (%)										
Lazer	32,5	39,1	31,5	29,3	38,2	Pacote	2,4	4,1	5,9	2,3	--					
Negócios, eventos e convenções	24,9	22,7	22,0	17,7	14,8	Serviços avulsos	10,7	9,7	8,8	12,4	--					
Outros motivos	42,6	38,2	46,5	53,0	47,0	Não utilizou	86,9	86,2	85,3	85,3	--					
Motivação da viagem a lazer^(3, 4) (%)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾ (%)										
Sol e praia	41,6	27,1	30,7	33,4	36,3	Pacote turístico	--	--	--	--	7,5					
Natureza, ecoturismo ou aventura	29,5	32,7	44,3	33,4	27,7	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	87,1					
Cultura	24,9	23,0	21,6	32,3	29,0	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	18,8					
Esportes	3,5	1,5	2,9	0,9	7,0	Hospedagem	--	--	--	--	40,1					
Diversão noturna	0,5	--	0,5	--	--	Locação de veículos	--	--	--	--	6,7					
Viagem de incentivo	--	0,2	--	--	--	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,3					
Outros	0,5	15,5	0,5	--	--	Outros	--	--	--	--	1,2					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	15,5	--	--	--	Fidelização ao destino										
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,5	0,0	0,5	--	--	Frequência de visita ao Brasil (%)										
Tipo de alojamento utilizado (%)						Primeira vez						39,9	46,3	41,0	36,8	41,7
Hotel, flat ou pousada	40,5	38,8	35,6	35,5	36,1	Outras vezes						60,1	53,7	59,0	63,2	58,3
Casa de amigos e parentes	36,8	33,5	40,3	43,7	38,2	Intenção de retorno ao Brasil (%)										
Casa alugada	5,9	9,7	4,1	4,7	10,3	Sim						91,4	90,6	89,9	93,0	--
Camping ou albergue	9,8	11,7	9,8	8,6	8,9	Não						8,6	9,4	10,1	7,0	--
Casa própria	4,5	3,6	4,3	4,1	3,6	Perfil socioeconômico										
Resort	0,7	0,3	0,7	0,6	1,6	Gênero (%)										
Outros	1,8	2,4	5,2	2,8	1,3	Masculino						61,5	61,7	52,9	53,2	59,0
Composição do grupo turístico (%)						Feminino						38,5	38,3	47,1	46,8	41,0
Família	16,4	10,3	15,2	12,9	11,2	Grupo de idade (%)										
Sozinho	48,6	52,8	52,3	57,7	50,2	18 a 24 anos						15,2	14,2	14,1	13,6	12,0
Casal sem filhos	18,4	18,8	16,0	18,9	24,8	25 a 31 anos						20,2	26,4	19,1	21,1	22,8
Amigos	8,2	11,4	10,4	6,8	11,4	32 a 40 anos						21,8	19,0	20,5	20,4	19,4
Outros	8,4	6,7	6,1	3,7	2,4	41 a 50 anos						22,3	19,9	18,8	21,8	19,0
Gasto médio per capita dia no Brasil (US\$)						51 a 59 anos						11,6	11,5	16,8	15,0	13,8
Lazer	76,01	81,66	(5)	(5)	(5)	60 anos ou mais						8,9	9,0	10,7	8,1	13,0
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de instrução (%)										
Outros motivos	39,62	39,79	41,77	(5)	40,78	Sem educação formal						0,2	--	0,3	0,4	--
Total	55,92	59,49	53,87	48,98	52,68	Fundamental						4,2	2,7	2,2	3,5	3,7
Permanência média no Brasil (pernoites)						Médio						19,7	20,3	21,7	24,5	22,2
Lazer	17,9	16,2	(5)	(5)	(5)	Superior						40,7	43,1	42,6	38,5	40,6
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Pós-Graduação						35,2	33,9	33,2	33,1	33,5
Outros motivos	29,7	28,4	27,0	(5)	26,2	Renda média mensal (US\$)										
Total	23,4	20,2	20,2	23,8	19,5	Familiar						4.636,85	4.767,80	4.527,07	4.935,61	4.807,56
Destinos mais visitados						Individual						3.396,20	3.052,38	2.794,20	3.237,71	3.161,65
Lazer (%)						Grau de satisfação em relação à viagem										
Rio de Janeiro - RJ	70,0	76,6	65,2	58,1	56,1	Recomendaria o Brasil (%)										
Foz do Iguaçu - PR	38,9	36,7	41,6	37,3	35,9	Sim						--	--	--	--	87,3
São Paulo - SP	25,1	32,2	26,2	23,3	27,6	Não						--	--	--	--	2,6
Parati - RJ	26,6	23,0	20,3	13,1	23,5	Talvez						--	--	--	--	10,1
Angra dos Reis - RJ	19,6	16,0	13,8	15,0	14,1	Nível de satisfação com a viagem (%)										
Negócios, eventos e convenções (%)						Superou						27,1	25,6	24,1	20,3	31,2
São Paulo - SP	37,3	38,4	42,3	48,3	49,8	Atendeu plenamente						54,9	61,7	58,1	58,6	51
Rio de Janeiro - RJ	29,6	39,4	26,6	21,2	31,3	Atendeu em parte						14,4	10,7	16,0	18,1	15,4
Fortaleza - CE	2,8	1,3	1,3	3,3	6,1	Decepcionou						3,6	2,0	1,8	3,0	2,4
Santos - SP	4,2	6,5	3,7	4,2	5,9	Avaliação da viagem⁽⁹⁾										
Curitiba - PR	2,4	5,1	6,2	2,1	4,1	Infraestrutura										
Outros motivos (%)						Avaliação positiva (%)										
São Paulo - SP	25,1	22,9	27,4	30,5	25,9	Limpeza pública						70,5	72,4	69,2	68,2	6,5
Rio de Janeiro - RJ	26,7	31,7	30,2	18,8	23,8	Segurança pública						72,6	71,0	65,1	66,1	6,5
Fortaleza - CE	7,8	8,6	7,8	14,8	17,6	Serviço de táxi						93,6	88,1	90,5	91,3	7,6
Salvador - BA	4,7	3,1	5,3	3,5	6,4	Transporte público						74,6	75,5	72,7	70,2	6,7
Natal - RN	3,9	2,8	1,8	2,1	6,3	Telecomunicações						63,5	71,2	68,9	63,5	7,0
Média de destinos visitados						Sinalização turística						67,5	69,4	69,1	68,9	6,5
Lazer	3,3	3,1	3,2	3,0	2,8	Infraestrutura turística										
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,6	1,5	1,4	1,4	Avaliação positiva (%)										
Outros motivos	2,0	2,1	2,2	1,9	2,1	Aeroporto						83,7	89,5	91,1	91,8	7,6
Organização da viagem						Rodovias						53,8	57,6	51,1	48,4	5,9
Fonte de informação^(6, 7) (%)						Restaurante						92,7	93,4	94,9	95,3	7,7
Internet	38,5	51,1	44,7	49,8	60,2	Alojamento						93,2	96,5	96,7	91,4	7,8
Amigos e parentes	30,8	23,1	30,8	27,3	46,5	Diversão noturna						88,7	89,1	90,1	89,7	7,7
Viagem corporativa	17,6	14,0	11,3	15,7	15,2	Serviços turísticos										
Agência de viagens	3,6	4,5	5,6	4,1	3,7	Avaliação positiva (%)										
Guias, brochuras e outras publicações	7,3	6,3	4,5	2,8	14,8	Guias de turismo						79,6	89,1	92,4	82,6	7,6
Feiras, eventos e congressos	1,0	0,5	2,1	--	0,6	Informação turística						72,5	82,6	85,6	71,7	7,2
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	--	0,2	--	1,0	Hospitalidade						97,2	95,9	97,4	95,2	8,5
Outros	1,0	0,5	0,8	0,3	0,5	Gastronomia						93,8	95,1	93,7	95,8	7,9
						Preços						71,8	80,0	68,7	79,7	7,1

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.15. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Itália - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	30,7	28,7	26,4	23,9	26,3	Utilização de agência de viagem					
Negócios, eventos e convenções	29,5	30,4	24,9	22,0	19,0	Pacote	1,9	1,7	2,6	2,0	--
Outros motivos	39,8	40,9	48,7	54,1	54,7	Serviços avulsos	21,5	17,8	16,6	21,7	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁷⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	46,5	32,7	45,8	45,4	24,6	Pacote turístico	--	--	--	--	3,6
Natureza, ecoturismo ou aventura	25,4	23,9	26,9	21,8	29,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	85,7
Cultura	26,0	34,4	22,0	29,4	42,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	15,7
Esportes	0,6	4,3	2,9	1,8	3,1	Hospedagem	--	--	--	--	29,7
Diversão noturna	1,0	0,7	1,2	--	--	Locação de veículos	--	--	--	--	5,7
Viagem de incentivo	0,2	--	1,2	0,5	--	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	4,2
Outros	1,3	4,7	1,2	1,1	0,4	Outros	--	--	--	--	1,1
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	3,6	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outros motivações de lazer</i>	1,3	1,1	1,2	1,1	0,4	Frequência de visita ao Brasil					
			(%)						(%)		
Tipo de alojamento utilizado			(%)			Primeira vez	29,4	26,8	24,5	24,6	30,0
Hotel, flat ou pousada	43,5	41,1	38,7	33,3	34,7	Outras vezes	70,6	73,2	75,5	75,4	70,0
Casa de amigos e parentes	38,6	36,6	43,2	48,0	44,6	Intenção de retorno ao Brasil					
Casa alugada	7,9	8,3	5,1	5,5	6,2				(%)		
Camping ou albergue	2,6	3,8	3,0	2,7	5,7	Sim	95,5	93,9	92,1	93,6	--
Casa própria	5,1	6,8	7,0	8,1	7,6	Não	4,5	6,1	7,9	6,4	--
Resort	0,5	0,7	1,1	0,3	0,2	Perfil socioeconômico					
Outros	1,8	2,7	1,9	2,1	1,0	Gênero					
Composição do grupo turístico									(%)		
			(%)			Masculino	68,1	64,8	60,7	63,0	58,0
Família	13,1	11,2	11,3	14,7	15,2	Feminino	31,9	35,2	39,3	37,0	42,0
Sozinho	58,2	57,2	58,1	59,5	57,7	Grupo de idade					
Casal sem filhos	12,6	13,0	14,6	15,9	13,6				(%)		
Amigos	8,3	9,1	8,9	5,1	8,2	18 a 24 anos	8,5	5,8	6,1	7,4	9,2
Outros	7,8	9,5	7,1	4,8	5,3	25 a 31 anos	15,1	15,1	13,2	13,8	17,1
Gasto médio per capita dia no Brasil									(%)		
			(US\$)			32 a 40 anos	22,6	22,2	22,5	22,8	21,4
Lazer	58,06	61,42	56,15	60,38	47,27	41 a 50 anos	25,5	24,9	25,5	25,5	24,2
Negócios, eventos e convenções	56,92	60,30	64,72	105,10	71,02	51 a 59 anos	14,7	16,7	18,4	15,9	15,3
Outros motivos	30,38	35,91	33,40	32,13	31,14	60 anos ou mais	13,6	15,3	14,3	14,6	12,8
Total	41,72	45,75	42,55	45,58	37,79	Grau de instrução					
Permanência média no Brasil									(%)		
			(pernoites)			Sem educação formal	0,0	0,0	--	0,1	0,0
Lazer	21,2	18,8	22,7	23,5	23,4	Fundamental	5,2	3,5	4,4	5,4	4,3
Negócios, eventos e convenções	23,7	18,5	19,7	19,7	17,9	Médio	35,9	32,1	32,9	33,8	35,6
Outros motivos	40,4	36,4	37,8	39,0	41,4	Superior	39,5	41,4	37,5	37,8	36,5
Total	30,1	26,5	29,8	31,6	32,6	Pós-Graduação	19,4	23,0	25,2	22,9	23,6
Destinos mais visitados									(US\$)		
			(%)			Familiar	3.618,62	3.560,37	3.466,51	3.771,52	3.337,65
Lazer			(%)			Individual	2.730,62	2.552,36	2.277,61	2.470,14	2.228,72
Rio de Janeiro - RJ	47,7	53,7	37,7	46,1	41,6	Grau de satisfação em relação à viagem					
Foz do Iguaçu - PR	15,1	19,4	15,2	18,0	35,1	Recomendaria o Brasil					
Fortaleza - CE	12,2	9,1	7,9	11,6	20,4				(%)		
Salvador - BA	12,5	9,4	11,6	16,6	15,3	Sim	--	--	--	--	88,9
São Paulo - SP	17,3	14,7	14,6	16,2	14,5	Não	--	--	--	--	4,0
Negócios, eventos e convenções									(%)		
			(%)			Talvez	--	--	--	--	7,1
São Paulo - SP	28,5	29,4	39,2	40,0	40,3	Nível de satisfação com a viagem					
Rio de Janeiro - RJ	22,7	30,8	21,1	18,1	19,9				(%)		
Curitiba - PR	4,2	3,9	5,0	6,2	7,4	Superou	24,8	25,1	26,3	25,1	30,8
Recife - PE	4,1	3,3	2,1	3,3	5,4	Atendeu plenamente	50,7	53,8	50,8	53,1	46,0
Fortaleza - CE	3,2	2,2	2,6	3,3	5,2	Atendeu em parte	20,7	16,7	18,5	19,0	19,3
Outros motivos									(%)		
			(%)			Decepcionou	3,8	4,4	4,4	2,8	3,9
São Paulo - SP	20,0	27,1	24,0	23,0	23,7	Avaliação da viagem⁽⁸⁾					
Rio de Janeiro - RJ	20,0	17,1	18,7	16,4	22,2	Infraestrutura					
Fortaleza - CE	7,3	7,7	5,6	5,8	7,8	Avaliação positiva (%)					
Salvador - BA	9,4	8,1	8,9	5,4	7,3				(média)		
Recife - PE	4,7	3,9	6,6	3,9	6,0	Limpeza pública	67,5	66,7	66,7	66,0	6,4
Média de destinos visitados									(%)		
			(%)			Segurança pública	70,2	67,3	63,2	64,8	6,4
Lazer	2,1	2,4	2,2	2,3	2,6	Serviço de táxi	89,8	90,0	88,4	91,6	7,8
Negócios, eventos e convenções	1,4	1,5	1,5	1,6	1,6	Transporte público	71,5	68,1	71,4	70,1	6,7
Outros motivos	1,9	1,9	1,9	1,9	2,1	Telecomunicações	63,5	70,7	67,6	70,0	6,9
Organização da viagem									(%)		
			(%)			Sinalização turística	68,2	68,1	72,6	71,4	6,8
Fonte de informação ^(5, 6)			(%)			Infraestrutura turística					
Internet	37,9	38,7	40,6	40,8	42,5	Avaliação positiva (%)					
Amigos e parentes	30,4	28,1	31,0	38,7	54,8				(média)		
Viagem corporativa	23,8	24,4	19,4	13,1	17,8	Aeroporto	83,2	88,8	92,6	92,0	7,9
Agência de viagens	3,9	4,1	6,6	4,5	6,5	Rodovias	50,7	53,9	57,9	55,4	5,9
Guias, brochuras e outras publicações	1,7	3,0	1,3	1,7	3,8	Restaurante	92,7	93,2	93,2	93,0	7,9
Feiras, eventos e congressos	1,0	0,8	0,4	0,5	1,9	Alojamento	92,6	91,6	95,2	96,3	8,1
Escritórios brasileiros de turismo	0,1	0,1	0,1	--	0,1	Diversão noturna	87,7	86,2	86,3	84,7	7,7
Outros	1,2	0,8	0,6	0,7	1,5	Serviços turísticos					
Fonte de informação^(5, 6)									(%)		
			(%)			Avaliação positiva (%)					
Guias de turismo	86,1	89,0	83,5	87,6	7,9	Informação turística	83,2	77,9	79,4	83,1	7,6
Informação turística	83,2	77,9	79,4	83,1	7,6	Hospitalidade	97,3	97,0	97,0	97,5	8,9
Hospitalidade	97,3	97,0	97,0	97,5	8,9	Gastronomia	95,0	94,4	94,0	95,6	8,1
Gastronomia	95,0	94,4	94,0	95,6	8,1	Preços	60,5	69,3	58,4	66,0	6,8
Preços	60,5	69,3	58,4	66,0	6,8						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.16. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Japão - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	31,1	28,0	27,2	28,4	21,1	Pacote	16,7	11,3	14,8	12,2	--
Negócios, eventos e convenções	44,5	49,9	49,4	34,5	20,8	Serviços avulsos	17,7	9,9	10,6	20,3	--
Outros motivos	24,4	22,1	23,4	37,1	58,1	Não utilizou	65,6	78,8	74,6	67,5	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	7,7	8,0	7,3	11,5	10,5	Pacote turístico	--	--	--	--	11,3
Natureza, ecoturismo ou aventura	80,6	67,2	72,8	65,7	66,5	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	75,5
Cultura	6,6	18,9	15,0	18,4	18,4	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	15,0
Esportes	3,8	0,8	3,6	4,1	4,6	Hospedagem	--	--	--	--	21,9
Diversão noturna	--	--	0,8	0,3	--	Locação de veículos	--	--	--	--	0,8
Viagem de incentivo	0,4	0,5	0,5	--	--	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	0,9
Outros	0,9	4,6	0,8	0,3	--	Outros	--	--	--	--	--
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	4,6	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,9	0,0	0,8	0,3	--	Frequência de visita ao Brasil					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	62,3	66,4	69,2	51,3	34,7	Primeira vez	53,2	52,4	51,3	43,3	41,0
Casa de amigos e parentes	23,5	19,9	17,7	35,1	50,3	Outras vezes	46,8	47,6	48,7	56,7	59,0
Casa alugada	1,0	1,6	1,6	0,8	1,8	Intenção de retorno ao Brasil					
Camping ou albergue	5,9	6,3	7,7	7,2	6,0			(%)			
Casa própria	3,0	1,6	2,3	4,0	6,0	Sim	78,0	84,2	86,3	85,3	--
Resort	2,3	2,8	0,8	0,2	0,4	Não	22,0	15,8	13,7	14,7	--
Outros	2,0	1,4	0,7	1,4	0,8	Perfil socioeconômico					
Composição do grupo turístico						Gênero					
			(%)						(%)		
Família	9,9	5,5	8,8	12,8	18,7	Masculino	72,5	78,9	75,0	67,6	64,7
Sozinho	53,5	60,7	53,9	56,6	51,8	Feminino	27,5	21,1	25,0	32,4	35,3
Casal sem filhos	15,6	6,3	9,4	8,8	13,2	Grupo de idade					
Amigos	7,2	8,9	8,0	10,6	6,4			(%)			
Outros	13,8	18,5	19,9	11,2	9,9	18 a 24 anos	5,0	2,9	4,5	5,6	11,0
Gasto médio per capita dia no Brasil						25 a 31 anos					
			(US\$)					(%)			
Lazer	58,97	(5)	87,01	86,50	(5)	32 a 40 anos	21,2	23,3	18,1	21,8	25,1
Negócios, eventos e convenções	75,59	84,69	84,23	90,85	(5)	41 a 50 anos	20,4	23,6	24,4	22,3	22,3
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	39,09	37,86	51 a 59 anos	15,6	14,8	18,4	14,7	13,8
Total	49,50	55,41	56,88	47,61	41,48	60 anos ou mais	21,1	18,5	18,4	20,4	12,4
Permanência média no Brasil						Grau de instrução					
			(pernoites)					(%)			
Lazer	10,8	(5)	6,9	8,1	(5)	Sem educação formal	0,4	--	--	--	0,2
Negócios, eventos e convenções	16,6	13,5	17,4	15,8	(5)	Fundamental	2,1	1,7	3,3	5,7	6,6
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	49,1	40,5	Médio	27,5	22,2	22,3	30,2	39,7
Total	21,9	18,4	21,9	28,7	31,5	Superior	56,1	58,3	59,4	45,5	42,9
Destinos mais visitados						Pós-graduação					
			(%)					(US\$)			
Foz do Iguaçu - PR	67,0	70,5	71,4	58,3	73,2	Familiar	4.096,92	4.561,63	4.718,81	4.624,82	4.099,64
Rio de Janeiro - RJ	31,7	38,6	23,9	19,7	26,8	Individual	3.431,32	3.632,54	3.624,43	3.422,62	2.816,00
São Paulo - SP	27,5	30,0	27,8	25,7	25,1	Grau de satisfação em relação à viagem					
Florianópolis - SC	0,8	1,3	5,5	0,6	4,1			(%)			
Salvador - BA	7,1	2,3	0,5	1,2	3,7	Recomendaria o Brasil			(%)		
Negócios, eventos e convenções								(%)			
			(%)			Sim	--	--	--	--	78,6
São Paulo - SP	49,7	38,7	43,3	56,3	53,5	Não	--	--	--	--	7,8
Rio de Janeiro - RJ	18,4	41,2	19,3	15,0	12,4	Talvez	--	--	--	--	13,6
Manaus - AM	7,4	3,7	3,7	4,8	6,4	Nível de satisfação com a viagem					
São José dos Campos - SP	2,7	1,0	3,1	1,6	5,5			(%)			
Belo Horizonte - MG	2,5	1,1	3,1	1,0	4,6	Superou	31,5	41,8	35,8	26,6	30,9
Outros motivos						Atendeu plenamente	54,6	45,0	53,9	53,1	45,5
			(%)			Atendeu em parte	10,7	10,4	7,2	17,2	20,5
São Paulo - SP	46,7	46,6	39,4	38,4	44,5	Decepcionou	3,2	2,8	3,1	3,1	3,1
Curitiba - PR	4,7	11,2	5,9	9,2	8,9	Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
Rio de Janeiro - RJ	21,5	13,9	17,4	7,2	7,4			(%)			
Campo Grande - MS	0,6	1,9	1,1	2,4	6,6	Infraestrutura		(médica)			
Londrina - PR	5,9	3,8	3,2	4,4	6,3	Limpeza pública	73,3	69,8	70,7	66,3	5,9
Média de destinos visitados						Segurança pública	68,1	67,2	59,0	64,9	6,0
			(%)			Serviço de táxi	88,2	88,1	88,6	85,5	7,4
Lazer	1,8	1,6	1,6	1,4	1,8	Transporte público	78,1	73,0	73,0	72,0	6,1
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,3	1,4	1,4	1,5	Telecomunicações	50,4	57,2	60,2	62,3	6,0
Outros motivos	2,2	1,7	1,7	1,9	2,2	Sinalização turística	77,4	73,2	78,2	71,8	6,4
Organização da viagem						Infraestrutura turística		(%)			
			(%)					(médica)			
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			Aeroporto	80,4	79,7	84,0	81,6	7,5
Internet	22,1	33,4	30,8	37,0	43,5	Rodovias	61,2	55,3	60,3	55,2	5,7
Amigos e parentes	13,0	15,1	13,6	19,5	38,4	Restaurante	91,2	91,6	93,7	91,9	7,6
Viagem corporativa	36,8	31,6	33,6	25,0	20,4	Alojamento	86,3	89,7	88,5	89,4	7,7
Agência de viagens	15,6	14,1	11,5	12,7	14,0	Diversão noturna	87,9	89,4	89,9	88,9	7,2
Guias, brochuras e outras publicações	10,3	3,2	9,6	4,0	11,0	Serviços turísticos					
Feiras, eventos e congressos	1,5	1,5	0,4	1,4	0,2			(%)			
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	0,2	--	0,2	0,1	Guias de turismo	94,2	92,9	91,8	90,0	7,5
Outros	0,5	0,9	0,5	0,2	0,7	Informação turística	89,9	87,4	88,0	81,5	7,0
			(%)			Hospitalidade	95,8	94,7	96,4	91,2	8,0
			(%)			Gastronomia	91,5	94,4	93,3	93,5	8,0
			(%)			Preços	60,3	72,0	64,2	65,8	6,1

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.17. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: México - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem								
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019			
Motivo da viagem ^(1, 2)						(%)	Utilização de agência de viagem						(%)	
Lazer	27,4	26,9	26,6	30,3	25,5		Pacote	4,2	3,7	5,9	8,3	--		
Negócios, eventos e convenções	48,3	55,4	52,9	44,2	46,7		Serviços avulsos	17,5	14,2	16,4	16,1	--		
Outros motivos	24,3	17,7	20,5	25,5	27,8		Não utilizou	78,3	82,1	77,7	75,6	--		
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						(%)	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁶⁾						(%)	
Sol e praia	39,8	32,3	46,6	33,1	25,8		Pacote turístico	--	--	--	--	5,5		
Natureza, ecoturismo ou aventura	29,3	30,3	21,1	30,3	45,0		Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	80,1		
Cultura	29,1	20,2	29,2	28,4	26,8		Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	23,2		
Esportes	--	2,4	1,5	3,6	1,8		Hospedagem	--	--	--	--	63,6		
Diversão noturna	1,1	1,1	0,8	3,3	--		Locação de veículos	--	--	--	--	3,5		
Viagem de incentivo	--	--	0,6	0,9	0,6		Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,3		
Outros	1,8	14,8	1,0	3,7	--		Outros	--	--	--	--	3,9		
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	12,6	--	--	--		Fidelização ao destino							
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,8	2,2	1,0	3,7	--		Frequência de visita ao Brasil						(%)	
Tipo de alojamento utilizado						(%)	Primeira vez	48,0	52,0	54,5	49,6	48,2		
Hotel, flat ou pousada	67,1	67,4	67,9	63,6	63,0		Outras vezes	52,0	48,0	45,5	50,4	51,8		
Casa de amigos e parentes	23,8	15,8	19,2	21,7	20,5		Intenção de retorno ao Brasil						(%)	
Casa alugada	3,7	6,0	2,9	3,1	7,6		Sim	94,4	92,1	94,7	93,9	--		
Camping ou albergue	2,6	6,3	4,0	2,9	4,6		Não	5,6	7,9	5,3	6,1	--		
Casa própria	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4		Perfil socioeconômico							
Resort	0,5	0,7	0,7	0,7	--		Gênero						(%)	
Outros	1,3	2,7	4,1	6,7	2,9		Masculino	63,0	65,0	70,0	61,2	65,1		
Composição do grupo turístico						(%)	Feminino	37,0	35,0	30,0	38,8	34,9		
Família	10,4	6,5	7,6	15,0	8,0		Grupo de idade						(%)	
Sozinho	57,2	57,3	55,9	52,7	55,9		18 a 24 anos	11,9	10,4	12,8	13,6	13,8		
Casal sem filhos	10,0	10,4	12,1	10,0	7,8		25 a 31 anos	26,1	22,2	21,8	19,2	21,5		
Amigos	11,0	10,5	8,5	9,2	11,7		32 a 40 anos	25,3	27,7	29,3	27,7	28,3		
Outros	11,4	15,3	15,9	13,1	16,6		41 a 50 anos	22,6	23,3	23,0	22,2	20,8		
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)	51 a 59 anos	8,0	9,0	9,6	10,8	11,9		
Lazer	⁽⁵⁾	72,53	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾		60 anos ou mais	6,1	7,4	3,5	6,5	3,7		
Negócios, eventos e convenções	106,14	109,64	119,74	116,03	106,36		Grau de instrução						(%)	
Outros motivos	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾		Sem educação formal	--	0,1	--	--	--		
Total	68,80	66,87	81,27	50,68	57,77		Fundamental	0,9	0,1	0,3	1,2	0,8		
Permanência média no Brasil						(pernoites)	Médio	12,1	8,3	11,7	14,4	11,8		
Lazer	⁽⁵⁾	11,6	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾		Superior	47,8	48,4	50,7	46,4	50,5		
Negócios, eventos e convenções	12,8	9,8	10,4	9,8	9,9		Pós-Graduação	39,2	43,1	37,3	38,0	36,9		
Outros motivos	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾		Renda média mensal						(US\$)	
Total	16,9	14,9	13,4	18,8	16,0		Familiar	3.881,81	3.589,00	3.844,16	3.485,79	3.295,37		
Destinos mais visitados						(%)	Individual	3.002,30	2.441,60	2.669,77	2.484,19	2.465,63		
Lazer						(%)	Grau de satisfação em relação à viagem							
Rio de Janeiro - RJ	78,9	58,2	70,3	61,3	62,3		Recomendaria o Brasil						(%)	
Foz do Iguaçu - PR	18,2	24,9	32,2	25,4	40,2		Sim	--	--	--	--	94,9		
São Paulo - SP	36,1	25,8	27,7	35,4	34,2		Não	--	--	--	--	0,9		
São Luís - MA	0,5	0,1	--	4,3	4,7		Talvez	--	--	--	--	4,2		
Salvador - BA	5,7	4,7	4,0	6,2	3,8		Nível de satisfação com a viagem						(%)	
Negócios, eventos e convenções						(%)	Superou	31,8	33,0	35,6	34,9	37,9		
São Paulo - SP	55,9	53,5	52,8	55,7	62,1		Atendeu plenamente	57,0	52,6	54,7	54,1	50,7		
Rio de Janeiro - RJ	21,0	25,2	22,1	16,4	17,6		Atendeu em parte	10,4	13,4	9,1	9,3	9,8		
Campinas - SP	5,1	3,0	2,9	6,8	4,8		Decepcionou	0,8	1,0	0,6	1,7	1,6		
Curitiba - PR	1,6	3,1	2,8	4,0	3,6		Avaliação da viagem ⁽⁹⁾							
São José dos Campos - SP	1,9	0,3	2,2	2,6	2,5		Infraestrutura						Avaliação positiva (%)	(média)
Outros motivos						(%)	Limpeza pública	83,7	80,9	86,0	81,0	7,7		
São Paulo - SP	35,1	37,1	29,5	43,1	54,4		Segurança pública	85,7	83,4	82,8	82,1	7,9		
Rio de Janeiro - RJ	30,4	27,6	24,8	29,9	29,2		Serviço de táxi	89,3	87,9	88,2	88,6	8,3		
Curitiba - PR	7,0	6,2	8,4	6,3	9,4		Transporte público	84,0	88,2	92,1	84,7	8,1		
Foz do Iguaçu - PR	4,3	5,0	4,0	5,1	8,2		Telecomunicações	63,7	71,0	72,3	76,4	7,9		
Porto Alegre - RS	6,4	4,0	6,3	3,1	6,4		Sinalização turística	78,3	80,3	80,5	82,7	8,0		
Média de destinos visitados						(%)	Infraestrutura turística						Avaliação positiva (%)	(média)
Lazer	2,1	1,7	1,9	2,4	1,7		Aeroporto	87,2	87,8	89,1	90,3	8,4		
Negócios, eventos e convenções	2,0	1,4	1,3	1,4	1,4		Rodovias	82,6	86,8	86,2	85,2	8,2		
Outros motivos	2,5	1,7	1,8	1,9	2,0		Restaurante	95,8	96,0	95,9	96,6	8,7		
Organização da viagem							Alojamento	90,1	93,5	96,6	96,8	9,0		
Fonte de informação ^(6, 7)						(%)	Diversão noturna	93,9	89,3	93,1	92,8	8,5		
Internet	35,8	37,4	39,1	45,2	50,5		Serviços turísticos						Avaliação positiva (%)	(média)
Amigos e parentes	21,0	16,8	17,7	14,5	29,8		Guias de turismo	89,7	89,2	90,9	90,0	8,2		
Viagem corporativa	34,0	34,9	35,5	30,0	35,0		Informação turística	85,8	83,5	91,1	88,2	8,3		
Agência de viagens	5,3	2,7	3,9	5,7	9,9		Hospitalidade	97,2	96,8	99,0	97,6	9,4		
Guias, brochuras e outras publicações	1,0	0,8	0,7	1,1	3,3		Gastronomia	96,7	96,5	96,2	96,3	8,9		
Feiras, eventos e congressos	1,9	4,4	1,8	1,3	3,1		Preços	64,9	62,2	68,0	68,9	7,5		
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	0,1	--	0,2	0,2									
Outros	0,8	2,9	1,3	2,0	4,8									

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.18. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Noruega - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	39,7	37,6	30,5	33,3	41,1	Pacote	3,8	2,8	1,4	1,0	--
Negócios, eventos e convenções	21,6	22,2	25,2	16,3	21,1	Serviços avulsos	20,2	13,5	18,0	16,3	--
Outros motivos	38,7	40,2	44,3	50,4	37,8	Não utilizou	76,0	83,7	80,6	82,7	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	43,5	65,8	41,6	53,0	43,6	Pacote turístico	--	--	--	--	4,1
Natureza, ecoturismo ou aventura	16,9	10,3	16,2	18,0	28,6	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	85,7
Cultura	37,4	17,4	37,7	9,7	19,8	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	15,2
Esportes	2,2	2,0	4,5	12,4	8,1	Hospedagem	--	--	--	--	47,4
Diversão noturna	-	-	-	4,5	--	Locação de veículos	--	--	--	--	5,7
Viagem de incentivo	-	-	-	2,3	-	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	7,0
Outros	0,0	4,5	-	4,5	-	Outros	--	--	--	--	4,4
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	4,5	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,0	0,0	-	4,5	-	Frequência de visita ao Brasil			(%)		
Tipo de alojamento utilizado											
			(%)			Primeira vez	36,7	33,4	33,3	32,3	37,6
Hotel, flat ou pousada	39,2	36,2	37,0	31,2	51,0	Outras vezes	63,3	66,6	66,7	67,7	62,4
Casa de amigos e parentes	29,9	36,9	32,5	38,3	30,3	Intenção de retorno ao Brasil					
Casa alugada	10,8	9,3	10,8	7,7	7,8				(%)		
Camping ou albergue	8,0	5,1	8,5	4,5	2,5	Sim	95,6	93,1	93,2	90,2	--
Casa própria	9,1	11,7	8,7	9,7	4,7	Não	4,4	6,9	6,8	9,8	--
Resort	1,7	-	-	0,8	1,6	Perfil socioeconômico					
Outros	1,3	0,8	2,5	7,8	2,1	Gênero			(%)		
Composição do grupo turístico						Masculino	64,4	65,1	61,5	53,3	59,3
			(%)			Feminino	35,6	34,9	38,5	46,7	40,7
Família	14,9	21,1	17,8	15,2	15,4	Grupo de idade					
Sozinho	48,6	48,8	40,3	52,4	41,0				(%)		
Casal sem filhos	20,7	16,4	20,9	14,8	21,8	18 a 24 anos	15,4	12,5	17,1	17,1	15,0
Amigos	11,4	8,8	13,4	13,1	16,1	25 a 31 anos	22,7	19,8	17,4	19,8	19,9
Outros	4,4	4,9	7,6	4,5	5,7	32 a 40 anos	14,3	22,5	16,8	22,9	27,5
Gasto médio per capita dia no Brasil						41 a 50 anos	21,4	26,2	17,2	20,2	20,2
			(US\$)			51 a 59 anos	14,7	11,4	15,6	12,2	10,2
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	60 anos ou mais	11,5	7,6	15,9	7,8	7,2
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de instrução					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)				(%)		
Total	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sem educação formal	-	-	-	-	2,0
Permanência média no Brasil						Fundamental	4,6	2,9	3,5	3,1	3,7
			(pernoites)			Médio	24,3	26,6	26,1	35,7	21,7
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superior	36,5	44,6	40,8	40,0	33,8
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Pós-graduação	34,6	25,9	29,6	21,2	38,8
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Renda média mensal					
Total	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)				(US\$)		
Destinos mais visitados						Familiar	6.560,48	6.454,47	6.246,73	6.533,32	5.450,15
			(%)			Individual	4.630,35	3.656,97	4.149,15	3.958,78	3.651,52
Lazer			(%)			Grau de satisfação em relação à viagem					
Rio de Janeiro - RJ	54,4	47,5	75,4	64,8	69,7				(%)		
São Paulo - SP	12,0	10,6	10,1	33,0	24,7	Recomendaria o Brasil			(%)		
Foz do Iguaçu - PR	22,0	16,9	12,2	21,0	15,6	Sim	--	--	--	--	92,2
Angra dos Reis - RJ	10,3	11,7	12,2	29,5	11,3	Não	--	--	--	--	2,8
Parati - RJ	4,8	6,8	6,0	24,9	9,7	Talvez	--	--	--	--	5,0
Negócios, eventos e convenções						Nível de satisfação com a viagem					
			(%)						(%)		
Rio de Janeiro - RJ	63,9	47,4	64,2	43,3	40,3	Superou	31,0	22,0	25,1	25,7	35,5
São Paulo - SP	6,9	18,8	7,1	11,9	27,8	Atendeu plenamente	54,9	62,8	54,0	48,5	49,3
Belém - PA	-	-	8,0	6,0	13,0	Atendeu em parte	12,6	13,5	17,9	21,6	14,2
Macaé - RJ	16,6	6,9	2,5	-	11,9	Decepcionou	1,5	1,7	3,0	4,2	1,0
Brasília - DF	-	-	-	4,8	8,7	Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
Outros motivos											
			(%)			Infraestrutura			Avaliação positiva (%)		(média)
Rio de Janeiro - RJ	29,4	31,2	33,4	21,9	25,2	Limpeza pública	76,7	68,0	67,7	62,1	5,8
São Paulo - SP	20,8	17,8	23,1	15,4	24,3	Segurança pública	71,7	75,0	64,1	65,5	6,2
Fortaleza - CE	8,3	1,8	12,5	10,1	18,7	Serviço de táxi	88,1	85,1	89,4	87,1	7,8
Curitiba - PR	5,4	7,9	2,7	5,8	8,2	Transporte público	78,6	62,1	77,5	59,1	6,4
Natal - RN	1,3	5,3	7,5	6,1	7,9	Telecomunicações	59,8	55,0	68,9	59,9	6,1
Média de destinos visitados						Sinalização turística	71,6	69,7	82,7	65,1	6,8
						Infraestrutura turística					
Lazer	2,0	2,3	2,1	2,5	2,2				Avaliação positiva (%)		(média)
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,8	1,3	1,4	1,8	Aeroporto	73,4	93,5	90,3	90,6	7,5
Outros motivos	1,7	2,2	1,9	1,8	2,1	Rodovias	54,9	56,0	59,3	50,8	5,9
Organização da viagem						Restaurante	94,3	92,7	96,2	84,5	7,7
			(%)			Alojamento	98,1	98,5	90,1	96,6	7,4
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			Diversão noturna	92,2	87,8	90,3	82,6	7,1
Internet	39,9	43,7	36,0	61,8	54,1	Serviços turísticos					
Amigos e parentes	35,7	32,0	35,2	20,0	53,5				Avaliação positiva (%)		(média)
Viagem corporativa	13,4	15,5	17,6	11,9	15,7	Guias de turismo	70,0	77,5	88,6	90,3	7,7
Agência de viagens	5,4	3,4	3,0	2,8	4,4	Informação turística	74,6	68,8	86,7	69,5	6,7
Guias, brochuras e outras publicações	4,3	3,2	3,7	3,5	6,7	Hospitalidade	99,5	95,4	97,3	97,1	8,6
Feiras, eventos e congressos	0,8	1,1	1,8	-	4,5	Gastronomia	96,9	95,7	99,3	90,2	8,1
Escritórios brasileiros de turismo	0,5	-	-	-	-	Preços	77,4	79,0	68,1	76,0	7,3
Outros	-	1,1	2,7	-	2,4						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.19. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Paraguai - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem ^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	40,7	53,4	55,0	66,6	62,9	Pacote	3,4	6,3	5,2	5,7	--
Negócios, eventos e convenções	13,6	15,0	11,5	8,2	11,2	Serviços avulsos	4,9	4,9	4,8	5,1	--
Outros motivos	45,7	31,6	33,5	25,2	25,9	Não utilizado	91,7	88,8	90,0	89,2	--
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	68,8	66,3	76,6	76,8	72,1	Transporte turístico	--	--	--	--	10,8
Natureza, ecoturismo ou aventura	17,9	22,2	14,4	16,3	14,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	24,1
Cultura	5,0	8,3	4,5	4,4	9,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	9,0
Esportes	4,8	1,1	2,5	1,0	3,3	Hospedagem	--	--	--	--	26,4
Diversão noturna	1,2	1,1	1,6	0,6	--	Locação de veículos	--	--	--	--	1,3
Viagem de incentivo	0,5	--	--	0,1	0,1	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,4
Outros	3,0	2,1	2,0	1,4	0,6	Outros	--	--	--	--	0,8
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,5	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	3,0	1,6	2,0	1,4	0,6	Frequência de visita ao Brasil				(%)	
Tipo de alojamento utilizado						Primeira vez					
			(%)			7,3	9,0	12,3	12,0	11,6	
Hotel, flat ou pousada	35,3	43,7	41,5	41,7	40,8	Outras vezes	92,7	91,0	87,7	88,0	88,4
Casa de amigos e parentes	43,4	31,8	33,2	26,8	27,4	Intenção de retorno ao Brasil					
Casa alugada	11,8	15,8	16,8	24,4	24,2				(%)		
Camping ou albergue	1,3	1,9	1,4	2,1	1,9	Sim	98,2	97,7	98,4	98,0	--
Casa própria	4,3	3,5	3,2	2,7	2,5	Não	1,8	2,3	1,6	2,0	--
Resort	0,7	1,1	1,4	0,7	0,8	Perfil socioeconômico					
Outros	3,2	2,2	2,5	1,6	2,4	Gênero			(%)		
Composição do grupo turístico						Masculino					
			(%)			67,4	60,6	60,9	58,4	61,3	
Família	41,5	46,0	44,2	48,0	48,7	Feminino	32,6	39,4	39,1	41,6	38,7
Sozinho	29,3	24,5	22,2	20,3	19,8	Grupo de idade					
Casal sem filhos	17,2	14,6	17,7	17,2	14,6	18 a 24 anos	11,9	16,2	16,6	15,4	13,0
Amigos	8,0	10,2	12,1	11,8	12,5	25 a 31 anos	20,6	20,3	20,9	22,2	24,0
Outros	4,0	4,7	3,8	2,7	4,4	32 a 40 anos	23,5	23,9	27,6	25,3	26,5
Gasto médio per capita dia no Brasil						41 a 50 anos					
			(US\$)			23,0	20,1	17,1	18,0	20,2	
Lazer	59,41	51,94	56,55	58,75	52,88	51 a 59 anos	13,6	12,5	11,9	11,9	10,3
Negócios, eventos e convenções	59,10	81,73	72,53	⁽⁵⁾ 58,75	71,92	60 anos ou mais	7,4	7,0	5,9	7,2	6,0
Outros motivos	35,30	37,36	42,73	38,12	33,51	Grau de instrução					
Total	51,68	50,45	54,00	56,26	49,81				(%)		
Permanência média no Brasil						Sem educação formal					
			(pernoites)			0,9	0,9	0,8	0,2	0,1	
Lazer	8,7	8,5	8,8	8,9	8,6	Fundamental	15,4	11,2	10,5	4,8	6,7
Negócios, eventos e convenções	6,3	5,3	6,2	⁽⁵⁾ 6,2	5,7	Médio	33,0	28,2	27,5	30,4	28,7
Outros motivos	5,8	7,7	8,4	9,1	9,1	Superior	38,3	41,7	43,9	45,7	43,7
Total	7,3	8,0	8,5	8,8	8,5	Pós-Graduação	12,4	18,0	17,3	18,9	20,8
Destinos mais visitados						Renda média mensal					
			(%)						(US\$)		
Lazer						Familiar	2.695,79	2.655,34	2.732,62	2.730,25	2.508,80
Florianópolis - SC	19,0	14,6	15,9	18,4	20,4	Individual	1.944,23	1.670,76	1.626,38	1.766,78	1.577,64
Balneário Camboriú - SC	19,6	16,8	16,6	18,7	17,4	Grau de satisfação em relação à viagem					
Bombinhas - SC	5,3	5,1	5,4	7,4	9,3				(%)		
Rio de Janeiro - RJ	9,3	10,6	12,0	13,1	9,1	Recomendaria o Brasil					
Foz do Iguaçu - PR	12,3	10,0	9,7	8,4	7,1	Sim	--	--	--	--	98,8
Negócios, eventos e convenções						Não					
			(%)			--	--	--	--	--	0,8
São Paulo - SP	30,1	36,3	44,4	33,6	27,0	talvez	--	--	--	--	0,4
Foz do Iguaçu - PR	13,1	5,0	5,2	7,1	7,1	Nível de satisfação com a viagem					
Rio de Janeiro - RJ	7,3	7,3	5,3	5,4	6,7				(%)		
Balneário Camboriú - SC	2,8	5,2	1,2	4,1	4,7	Superou	29,0	32,0	36,9	41,2	42,6
Curitiba - PR	6,6	5,8	4,1	7,0	4,7	Atendeu plenamente	61,6	59,8	52,0	50,7	47,5
Outros motivos						Atendeu em parte					
			(%)			9,0	7,6	10,2	7,4	8,9	
São Paulo - SP	10,8	20,8	19,8	18,9	21,5	Decepcionou	0,4	0,6	0,9	0,7	1,0
Curitiba - PR	5,0	6,5	5,8	10,5	10,7	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Foz do Iguaçu - PR	27,2	18,0	11,6	9,7	5,5				(%)		(média)
Cascavel - PR	6,4	5,7	5,4	6,9	5,0	Infraestrutura					
Florianópolis - SC	0,9	2,2	1,5	2,7	3,1	Limpeza pública	93,5	92,7	93,8	94,1	8,6
Média de destinos visitados						Segurança pública					
						91,2	92,1	91,6	93,8	8,8	
Lazer	1,2	1,1	1,3	1,3	1,3	Serviço de táxi	93,8	94,3	94,0	94,9	8,7
Negócios, eventos e convenções	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	Transporte público	93,9	91,1	94,6	95,5	8,4
Outros motivos	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	Telecomunicações	74,1	79,3	80,4	84,2	8,1
Organização da viagem						Sinalização turística					
			(%)			94,2	94,0	94,4	94,1	9,0	
Fonte de informação ^(6, 7)						Infraestrutura turística					
Internet	27,3	35,4	43,6	48,4	39,7				(%)		(média)
Amigos e parentes	53,7	44,4	43,4	39,6	51,6	Aeroporto	92,9	89,6	89,6	91,9	8,3
Viagem corporativa	10,4	9,3	7,0	5,2	10,5	Rodovias	90,2	91,1	91,0	91,8	8,8
Agência de viagens	3,4	5,8	2,7	4,5	7,4	Restaurante	95,3	97,3	96,7	96,6	8,8
Guias, brochuras e outras publicações	1,5	1,2	0,8	1,4	1,4	Alojamento	97,4	95,5	96,4	97,8	8,9
Feiras, eventos e congressos	2,2	2,6	1,6	0,6	2,2	Diversão noturna	93,9	96,7	94,8	96,0	8,7
Escritórios brasileiros de turismo	--	0,1	0,1	--	--	Serviços turísticos					
Outros	1,5	1,2	0,8	0,3	1,6				(%)		(média)
						Guias de turismo	94,9	91,8	92,3	95,8	9,1
						Informação turística	93,1	95,4	95,9	96,5	8,8
						Hospitalidade	97,6	98,2	98,3	97,5	9,3
						Gastronomia	97,3	97,8	97,8	96,4	8,8
						Preços	77,5	81,9	76,0	83,6	7,5

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.20. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Peru - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	49,1	45,4	45,0	51,7	47,5	Pacote	18,3	13,4	13,9	18,3	--
Negócios, eventos e convenções	23,2	27,3	23,6	19,4	20,3	Serviços avulsos	11,1	10,7	12,8	14,3	--
Outros motivos	27,7	27,3	31,4	28,9	32,2	Não utilizou	70,6	75,9	73,3	67,4	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	32,5	30,0	37,3	36,4	31,0	Pacote turístico	--	--	--	--	20,6
Natureza, ecoturismo ou aventura	49,8	41,0	43,5	40,6	41,3	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	66,9
Cultura	14,7	22,9	17,3	18,6	23,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	10,9
Esportes	1,2	0,4	1,0	2,4	3,2	Hospedagem	--	--	--	--	41,1
Diversão noturna	1,2	2,1	-	0,9	--	Locação de veículos	--	--	--	--	2,2
Viagem de incentivo	0,4	0,4	0,7	0,9	-	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,9
Outros	1,4	5,3	0,2	1,1	0,6	Outros	--	--	--	--	1,6
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	2,9	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,4	2,4	0,2	1,1	0,6	Frequência de visita ao Brasil					
			(%)						(%)		
Primeira vez	46,3	47,4	46,2	53,4	49,1	Intenção de retorno ao Brasil					
Outras vezes	53,7	52,6	53,8	46,6	50,9	Sim					
Tipo de alojamento utilizado						Não					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	62,9	65,4	61,3	64,7	61,2	Sim	96,8	96,1	97,3	95,0	--
Casa de amigos e parentes	26,3	22,8	24,3	20,9	19,2	Não	3,2	3,9	2,7	5,0	--
Casa alugada	4,6	3,6	4,8	3,5	7,4	Perfil socioeconômico					
Camping ou albergue	3,2	4,0	4,7	4,8	9,2	Gênero					
Casa própria	1,0	0,9	1,0	0,9	1,3	Masculino					
Resort	0,6	1,2	0,9	0,9	0,3	54,9	58,1	54,0	55,0	54,7	
Outros	1,4	2,1	3,0	4,3	1,4	Feminino					
Composição do grupo turístico						45,1					
			(%)			Grupo de idade					
Família	26,8	19,1	26,6	26,1	26,2	18 a 24 anos					
Sozinho	39,9	41,7	39,9	38,5	38,8	10,9	12,1	11,6	10,7	10,2	
Casal sem filhos	13,6	16,3	12,5	14,9	14,5	25 a 31 anos					
Amigos	12,1	11,3	13,4	11,7	13,2	23,2	21,6	21,6	21,5	21,8	
Outros	7,6	11,6	7,6	8,8	7,3	32 a 40 anos					
Gasto médio per capita dia no Brasil						21,9					
			(US\$)			41 a 50 anos					
Lazer	73,18	83,46	75,12	84,71	63,08	21,8	19,1	20,7	22,8	22,2	
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	88,71	(5)	72,98	51 a 59 anos					
Outros motivos	35,04	(5)	39,11	28,67	29,07	11,5	12,6	11,4	10,7	11,0	
Total	57,48	56,66	59,20	55,31	46,25	60 anos ou mais					
Permanência média no Brasil						10,7					
			(pernoites)			Grau de instrução					
Lazer	7,8	8,0	8,5	7,1	7,4	Sem educação formal					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	8,9	(5)	10,2	0,3					
Outros motivos	18,5	(5)	22,4	22,9	20,5	Fundamental					
Total	11,0	12,3	12,4	11,8	11,9	0,4					
Destinos mais visitados						Médio					
			(%)			14,9					
Lazer			(%)			Superior					
Rio de Janeiro - RJ	44,3	52,4	42,9	50,9	54,1	55,8					
Foz do Iguaçu - PR	43,5	35,5	38,5	34,8	42,2	Pós-graduação					
São Paulo - SP	20,1	22,4	19,5	20,3	18,2	28,6					
Armação dos Búzios - RJ	5,0	8,9	6,4	10,2	7,1	Renda média mensal					
Porto Alegre - RS	2,2	1,9	1,7	1,1	3,1	Familiar					
Negócios, eventos e convenções						3.385,61					
			(%)			Individual					
São Paulo - SP	49,0	42,6	48,5	53,5	56,0	2.338,54					
Rio de Janeiro - RJ	23,6	19,2	22,2	21,6	16,0	Grau de satisfação em relação à viagem					
Brasília - DF	3,9	1,3	2,1	3,2	6,3	Recomendaria o Brasil					
Barretos - SP	-	-	0,5	0,6	3,5	Sim					
Porto Alegre - RS	3,3	6,1	3,6	4,6	3,1	--					
Outros motivos						Não					
			(%)			--					
São Paulo - SP	28,1	41,8	50,2	40,5	42,4	Talvez					
Rio de Janeiro - RJ	20,4	11,3	24,1	14,2	21,3	--					
Barretos - SP	0,5	-	1,2	1,9	16,3	Nível de satisfação com a viagem					
Foz do Iguaçu - PR	3,4	1,9	4,6	4,9	4,1	Superou					
Porto Alegre - RS	3,6	1,3	5,5	4,7	3,9	31,6					
Média de destinos visitados						Atendeu plenamente					
			(%)			56,0					
Lazer	1,5	1,6	1,5	1,5	1,6	Atendeu em parte					
Negócios, eventos e convenções	1,4	1,3	1,4	1,3	1,4	11,5					
Outros motivos	1,5	1,3	1,6	1,5	1,6	Decepcionou					
Organização da viagem						0,9					
			(%)			2,2					
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
Internet	34,5	42,7	43,4	46,5	54,5	Infraestrutura					
Amigos e parentes	35,7	27,3	31,3	26,0	39,6	Avaliação positiva (%)					
Viagem corporativa	13,9	16,7	12,9	12,3	15,4	(média)					
Agência de viagens	9,1	6,7	5,7	10,7	12,0	Limpeza pública					
Guias, brochuras e outras publicações	2,0	0,9	1,2	1,8	3,5	87,0					
Feiras, eventos e congressos	2,9	3,7	3,6	1,9	2,5	86,9					
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	0,2	-	-	0,5	82,5					
Outros	1,7	1,8	1,9	0,8	6,0	85,0					
Organização da viagem						89,2					
			(%)			89,2					
Internet	34,5	42,7	43,4	46,5	54,5	89,6					
Amigos e parentes	35,7	27,3	31,3	26,0	39,6	90,3					
Viagem corporativa	13,9	16,7	12,9	12,3	15,4	68,0					
Agência de viagens	9,1	6,7	5,7	10,7	12,0	85,9					
Guias, brochuras e outras publicações	2,0	0,9	1,2	1,8	3,5	81,8					
Feiras, eventos e congressos	2,9	3,7	3,6	1,9	2,5	88,4					
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	0,2	-	-	0,5	92,5					
Outros	1,7	1,8	1,9	0,8	6,0	93,1					
Organização da viagem						93,1					
			(%)			92,1					
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			95,1					
Internet	34,5	42,7	43,4	46,5	54,5	95,9					
Amigos e parentes	35,7	27,3	31,3	26,0	39,6	92,2					
Viagem corporativa	13,9	16,7	12,9	12,3	15,4	85,6					
Agência de viagens	9,1	6,7	5,7	10,7	12,0	89,4					
Guias, brochuras e outras publicações	2,0	0,9	1,2	1,8	3,5	95,9					
Feiras, eventos e congressos	2,9	3,7	3,6	1,9	2,5	92,1					
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	0,2	-	-	0,5	89,9					
Outros	1,7	1,8	1,9	0,8	6,0	91,0					
Organização da viagem						91,0					
			(%)			91,0					
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			91,0					
Internet	34,5	42,7	43,4	46,5	54,5	91,0					
Amigos e parentes	35,7	27,3	31,3	26,0	39,6	91,0					
Viagem corporativa	13,9	16,7	12,9	12,3	15,4	91,0					
Agência de viagens	9,1	6,7	5,7	10,7	12,0	91,0					
Guias, brochuras e outras publicações	2,0	0,9	1,2	1,8	3,5	91,0					
Feiras, eventos e congressos	2,9	3,7	3,6	1,9	2,5	91,0					
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	0,2	-	-	0,5	91,0					
Outros	1,7	1,8	1,9	0,8	6,0	91,0					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.21. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Portugal - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
	(%)						(%)				
Lazer	28,0	27,7	23,2	22,5	18,6	Pacote	7,2	6,5	6,2	6,0	--
Negócios, eventos e convenções	22,6	20,8	23,4	16,7	17,0	Serviços avulsos	23,0	24,3	22,9	20,1	--
Outros motivos	49,4	51,5	53,4	60,8	64,4	Não utilizou	69,8	69,2	70,9	73,9	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁷⁾					
	(%)						(%)				
Sol e praia	64,6	66,0	63,9	65,7	55,6	Pacote turístico	--	--	--	--	3,4
Natureza, ecoturismo ou aventura	14,3	15,8	17,6	18,0	20,4	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	89,5
Cultura	18,7	14,5	15,1	12,2	20,8	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	14,1
Esportes	1,4	1,6	2,4	2,1	3,2	Hospedagem	--	--	--	--	25,9
Diversão noturna	1,0	0,8	0,4	0,8	--	Locação de veículos	--	--	--	--	6,3
Viagem de incentivo	--	--	0,6	0,9	--	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,6
Outros	1,0	2,1	0,4	1,1	--	Outros	--	--	--	--	2,1
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,6	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,0	1,5	0,4	1,1	--	Frequência de visita ao Brasil					
Tipo de alojamento utilizado						(%)					
Hotel, flat ou pousada	33,4	32,8	34,5	25,8	25,2	Primeira vez	18,7	20,2	16,2	23,3	27,8
Casa de amigos e parentes	50,3	50,4	49,1	57,7	57,3	Outras vezes	81,3	79,8	83,8	76,7	72,2
Casa alugada	5,7	4,3	3,2	2,5	3,8	Intenção de retorno ao Brasil					
Camping ou albergue	0,5	1,4	0,7	0,5	1,1	(%)					
Casa própria	6,7	7,7	9,3	8,9	10,8	Sim	94,6	93,9	94,5	93,5	--
Resort	2,7	3,2	2,0	3,2	1,6	Não	5,4	6,1	5,5	6,5	--
Outros	0,7	0,2	1,2	1,4	0,2	Perfil socioeconômico					
Composição do grupo turístico						(%)					
Família	17,7	16,2	16,3	22,9	17,7	Gênero	(%)				
Sozinho	54,5	52,1	53,4	53,3	58,7	Masculino	57,9	55,8	58,1	55,7	54,0
Casal sem filhos	17,0	19,8	17,8	15,1	16,5	Feminino	42,1	44,2	41,9	44,3	46,0
Amigos	5,9	8,2	6,7	5,1	4,1	Grupo de idade					
Outros	4,9	3,7	5,8	3,6	3,0	(%)					
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)					
Lazer	69,50	55,93	60,40	60,10	58,21	18 a 24 anos	6,2	6,1	7,6	6,2	7,8
Negócios, eventos e convenções	54,25	68,60	69,30	56,74	56,31	25 a 31 anos	14,5	15,0	13,6	12,8	16,3
Outros motivos	30,89	29,83	32,54	32,95	30,70	32 a 40 anos	25,4	22,7	22,4	22,0	22,0
Total	41,59	39,44	41,59	38,86	36,71	41 a 50 anos	26,2	25,4	22,7	26,7	24,6
Permanência média no Brasil						(pernoites)					
Lazer	15,4	17,4	17,6	14,5	15,8	51 a 59 anos	15,8	15,0	16,9	17,9	16,8
Negócios, eventos e convenções	24,1	19,0	18,2	17,0	18,9	60 anos ou mais	11,9	15,8	16,8	14,4	12,5
Outros motivos	35,8	35,2	37,4	32,4	31,8	Grau de instrução					
Total	27,2	27,1	28,5	25,8	26,7	(%)					
Destinos mais visitados						Sem educação formal					
Lazer	(%)					0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,3
Rio de Janeiro - RJ	43,9	42,4	42,0	25,9	27,8	Fundamental	5,9	6,1	4,5	5,2	5,4
São Paulo - SP	12,2	10,1	10,9	12,6	18,1	Médio	33,0	32,1	32,7	33,6	31,7
Salvador - BA	8,4	12,4	11,9	10,1	9,0	Superior	34,5	34,0	33,9	32,8	36,8
Foz do Iguaçu - PR	5,3	3,2	5,7	9,0	8,2	Pós-Graduação	26,3	27,6	28,8	28,3	25,8
Fortaleza - CE	6,7	8,7	6,4	6,5	8,0	Renda média mensal					
Negócios, eventos e convenções						(US\$)					
São Paulo - SP	37,8	45,9	38,9	40,5	46,0	Familiar	3.770,25	3.492,04	3.705,58	3.835,97	3.421,06
Rio de Janeiro - RJ	25,7	29,3	22,0	21,4	18,2	Individual	2.640,16	2.352,36	2.450,88	2.597,38	2.276,30
Salvador - BA	3,6	6,1	5,6	4,3	6,6	Grau de satisfação em relação à viagem					
Fortaleza - CE	7,6	7,7	6,1	3,5	6,2	Recomendaria o Brasil					
Curitiba - PR	4,1	4,0	3,1	3,4	6,1	(%)					
Outros motivos						Sim					
São Paulo - SP	18,3	17,7	18,1	22,0	23,7	--	--	--	--	--	86,5
Rio de Janeiro - RJ	21,3	24,3	24,2	18,9	18,5	Não	--	--	--	--	4,5
Belo Horizonte - MG	6,3	6,2	6,2	6,5	7,0	Talvez	--	--	--	--	9,0
Fortaleza - CE	4,1	4,2	4,9	3,1	6,3	Nível de satisfação com a viagem					
Salvador - BA	5,2	5,5	5,2	3,8	5,8	(%)					
Média de destinos visitados						Superou					
Lazer	1,7	1,8	1,7	1,7	1,8	28,5	27,1	27,6	25,5	28,5	
Negócios, eventos e convenções	1,7	1,7	1,5	1,5	1,6	Atendeu plenamente	48,0	48,2	48,2	50,4	47,7
Outros motivos	1,8	1,9	1,8	1,9	1,9	Atendeu em parte	19,9	19,6	19,6	19,7	20,5
Organização da viagem						Decepcionou					
Fonte de informação ^(5, 6)						(%)					
Internet	29,5	33,9	33,4	38,3	34,1	3,6	5,1	4,6	4,4	3,3	
Amigos e parentes	41,1	41,1	40,4	40,4	61,7	Avaliação da viagem⁽⁸⁾					
Viagem corporativa	16,6	14,2	15,1	11,9	14,3	Infraestrutura					
Agência de viagens	8,7	7,3	6,9	7,6	7,3	Avaliação positiva (%)					
Guias, brochuras e outras publicações	1,5	1,2	1,0	0,5	1,4	(média)					
Feiras, eventos e congressos	1,7	1,6	2,1	0,9	1,6	Limpeza pública	53,5	50,7	49,4	55,5	5,6
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	0,2	--	Segurança pública	62,8	60,4	52,6	56,2	5,6
Outros	0,9	0,7	1,1	0,2	1,5	Serviço de táxi	88,4	87,1	85,3	84,5	7,2
						Transporte público					
						58,6					
						61,5					
						59,1					
						56,1					
						56,1					
						5,8					
						50,9					
						54,3					
						56,1					
						60,5					
						6,5					
						64,0					
						66,0					
						64,2					
						63,4					
						6,1					
						64,0					
						89,4					
						87,8					
						84,5					
						7,2					
						83,4					
						82,7					
						86,4					
						76,9					
						7,1					
						96,5					
						96,5					
						96,9					
						95,5					
						8,7					
						95,6					
						96,3					
						96,0					
						95,7					
						8,4					
						48,9					
						54,8					
						49,4					
						60,2					
						5,8					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.22. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Reino Unido - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	40,2	41,0	39,4	34,4	38,9	Pacote turístico	6,2	5,3	6,7	4,6	--
Negócios, eventos e convenções	18,3	18,1	18,8	13,2	17,2	Serviços avulsos	14,5	12,1	14,7	14,4	--
Outros motivos	41,5	40,9	41,8	52,4	43,9	Não utilizou	79,3	82,6	78,6	81,0	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	35,5	31,3	28,8	33,6	28,6	Pacote turístico	--	--	--	--	8,8
Natureza, ecoturismo ou aventura	23,0	28,6	35,4	32,0	24,2	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	85,7
Cultura	37,3	28,0	32,2	30,8	43,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	23,1
Esportes	1,9	3,0	1,2	1,6	2,3	Hospedagem	--	--	--	--	43,2
Diversão noturna	1,0	1,0	1,5	1,7	--	Locação de veículos	--	--	--	--	4,0
Viagem de incentivo	0,9	0,6	0,7	--	0,3	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,4
Outros	1,4	8,5	1,7	2,0	0,7	Outros	--	--	--	--	2,3
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	6,7	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,4	1,8	1,7	2,0	0,7	Frequência de visita ao Brasil			(%)		
Tipo de alojamento utilizado						Intenção de retorno ao Brasil					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	40,2	36,4	38,0	32,8	35,0	Primeira vez	47,8	47,1	45,5	43,2	48,2
Casa de amigos e parentes	37,5	36,7	36,7	47,0	37,9	Outras vezes	52,2	52,9	54,5	56,8	51,8
Casa alugada	2,6	8,4	3,1	1,2	5,1	Perfil socioeconômico					
Camping ou albergue	14,3	13,8	13,1	10,9	15,0	Gênero			(%)		
Casa própria	2,5	3,2	3,3	4,5	5,5	Masculino	58,7	60,5	59,6	58,7	57,5
Resort	0,5	0,3	0,6	0,2	0,5	Feminino	41,3	39,5	40,4	41,3	42,5
Outros	2,4	1,2	5,2	3,4	1,0	Grupo de idade					
Composição do grupo turístico						Intenção de retorno ao Brasil					
			(%)						(%)		
Família	11,7	11,7	11,1	13,8	11,5	18 a 24 anos	14,7	15,5	13,5	12,7	14,4
Sozinho	51,1	51,5	50,8	50,7	49,9	25 a 31 anos	24,4	25,1	22,8	25,5	25,9
Casal sem filhos	21,0	19,6	21,4	23,4	21,5	32 a 40 anos	25,1	24,2	21,6	25,4	24,2
Amigos	11,5	12,8	12,0	9,7	12,0	41 a 50 anos	19,4	16,7	17,6	15,8	16,0
Outros	4,7	4,4	4,7	2,4	5,1	51 a 59 anos	9,0	10,0	13,0	11,8	10,4
Gasto médio per capita dia no Brasil						60 anos ou mais					
			(US\$)						(%)		
Lazer	85,68	78,45	73,77	80,49	63,87	Grau de instrução			(%)		
Negócios, eventos e convenções	71,83	100,89	97,86	(5)	110,33	Sem educação formal	0,2	0,1	0,0	0,2	0,0
Outros motivos	48,64	48,81	47,24	42,40	46,79	Fundamental	1,7	1,5	2,2	2,0	1,8
Total	63,19	64,30	60,49	54,65	56,63	Médio	18,4	17,3	18,5	19,4	18,5
Permanência média no Brasil						Superior					
			(pernoites)						(US\$)		
Lazer	13,8	14,8	14,6	14,5	16,5	Pós-Graduação	36,1	34,2	37,9	37,5	33,4
Negócios, eventos e convenções	19,9	15,1	12,5	(5)	9,5	Renda média mensal					
Outros motivos	25,0	24,4	27,5	26,7	27,5	Familiar	5.701,76	5.017,08	4.931,89	4.981,12	4.780,31
Total	19,5	19,0	19,8	20,7	20,4	Individual	4.122,45	3.173,28	3.236,04	3.426,04	3.099,53
Destinos mais visitados						Grau de instrução					
			(%)						(%)		
Lazer						Recomendaria o Brasil					
Rio de Janeiro - RJ	81,9	85,3	82,2	75,9	81,8				(%)		
Foz do Iguaçu - PR	40,0	35,5	41,0	45,5	46,3	Recomendaria o Brasil			(%)		
São Paulo - SP	27,6	24,3	27,5	29,8	35,3	Sim	--	--	--	--	93,3
Parati - RJ	23,4	17,9	14,9	22,9	22,0	Não	--	--	--	--	2,2
Angra dos Reis - RJ	21,6	14,1	12,4	15,8	20,3	Talvez	--	--	--	--	4,5
Negócios, eventos e convenções						Nível de satisfação com a viagem					
			(%)						(%)		
São Paulo - SP	37,2	33,4	39,7	34,5	50,6	Superou	34,2	34,3	30,2	32,9	35,8
Rio de Janeiro - RJ	48,0	50,6	45,1	39,9	27,1	Atendeu plenamente	46,5	49,3	52,6	49,1	46,8
Campinas - SP	1,7	2,7	2,9	1,8	6,2	Atendeu em parte	16,1	13,8	14,6	15,3	14,6
Belo Horizonte - MG	2,7	5,1	3,8	4,9	3,5	Decepcionou	3,2	2,6	2,6	2,7	2,8
Salvador - BA	2,1	1,6	2,9	1,8	3,3	Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
Outros motivos			(%)						(%)		
São Paulo - SP	28,8	26,6	28,5	29,4	30,9	Infraestrutura			Avaliação positiva (%)		(média)
Rio de Janeiro - RJ	32,7	31,8	28,7	19,7	25,5	Limpeza pública	76,6	76,7	78,4	75,5	6,7
Florianópolis - SC	5,9	5,9	4,1	4,4	5,7	Segurança pública	71,9	72,0	69,5	68,3	6,4
Belo Horizonte - MG	4,8	5,6	5,4	6,3	4,6	Serviço de táxi	89,9	88,7	89,7	91,5	7,8
Goiania - GO	2,9	3,3	6,0	5,8	4,1	Transporte público	74,4	74,9	79,2	69,3	6,7
Média de destinos visitados						Telecomunicações					
			(%)						(%)		
Lazer	2,8	2,6	2,6	2,7	3,0	Sinalização turística	71,0	72,7	76,8	73,7	6,7
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	Infraestrutura turística					
Outros motivos	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0				Avaliação positiva (%)		(média)
Organização da viagem						Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
			(%)						(%)		
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			Aeroporto	79,0	86,2	92,8	92,8	8,1
Internet	43,7	53,2	49,9	53,1	58,8	Rodovias	63,1	62,8	65,3	61,6	6,3
Amigos e parentes	26,9	23,8	25,1	25,5	48,9	Restaurante	92,5	94,1	93,5	94,5	7,9
Viagem corporativa	12,5	11,0	12,1	7,4	15,2	Alojamento	95,2	96,0	96,0	94,2	8,2
Agência de viagens	5,9	5,0	4,9	4,9	8,4	Diversão noturna	92,2	92,1	92,3	91,3	7,8
Guias, brochuras e outras publicações	8,9	5,7	6,1	7,3	18,3	Serviços turísticos					
Feiras, eventos e congressos	1,3	0,6	1,3	1,5	0,6				Avaliação positiva (%)		(média)
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	0,1	--	0,6	Guias de turismo	89,2	90,4	90,4	85,0	7,8
Outros	0,8	0,7	0,5	0,3	0,9	Informação turística	86,4	85,0	84,6	83,6	7,3
						Hospitalidade					
						Gastronomia					
						Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.23. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Suécia - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem ^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	30,2	36,8	29,9	30,5	33,3	Pacote	8,4	5,9	3,9	6,9	--
Negócios, eventos e convenções	30,9	20,6	26,3	15,7	14,8	Serviços avulsos	23,1	16,6	18,2	12,6	--
Outros motivos	38,9	42,6	43,8	53,8	51,9	Não utilizou	68,5	77,5	77,9	80,5	--
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	51,4	32,9	46,1	31,1	50,3	Pacote turístico	--	--	--	--	7,3
Natureza, ecoturismo ou aventura	21,0	33,6	30,5	41,4	23,7	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	90,7
Cultura	21,9	25,0	20,5	23,3	26,0	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	21,0
Esportes	4,1	2,5	1,5	--	--	Hospedagem	--	--	--	--	49,9
Diversão noturna	1,6	1,6	--	--	--	Locação de veículos	--	--	--	--	3,7
Viagem de incentivo	--	--	--	--	--	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	0,9
Outros	1,6	6,0	1,4	4,2	--	Outros	--	--	--	--	3,4
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	4,4	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,6	1,6	1,4	4,2	--	Frequência de visita ao Brasil					
Tipo de alojamento utilizado											
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	48,5	42,7	41,3	34,9	36,3	Primeira vez	41,3	42,0	42,8	38,1	37,2
Casa de amigos e parentes	31,9	33,1	34,6	44,4	42,6	Outras vezes	58,7	58,0	57,2	61,9	62,8
Casa alugada	4,6	7,9	5,3	4,8	6,7	Intenção de retorno ao Brasil					
Camping ou albergue	7,6	9,5	8,6	7,8	7,9				(%)		
Casa própria	4,9	6,1	4,9	3,9	5,4	Sim	89,0	91,6	94,3	94,6	--
Resort	0,9	0,5	0,4	1,0	--	Não	11,0	8,4	5,7	5,4	--
Outros	1,6	0,2	4,9	3,2	1,1	Perfil socioeconômico					
Composição do grupo turístico											
			(%)						(%)		
Família	19,3	18,2	14,7	16,9	11,0	Gênero					
Sozinho	47,7	46,6	50,8	43,8	45,3	Masculino	61,8	57,0	64,9	64,2	59,6
Casal sem filhos	14,7	19,5	15,1	21,8	26,7	Feminino	38,2	43,0	35,1	35,8	40,4
Amigos	9,7	8,9	10,4	12,0	13,7	Grupo de idade					
Outros	8,6	6,8	9,0	5,5	3,3				(%)		
Gasto médio per capita dia no Brasil											
			(US\$)			18 a 24 anos	11,1	14,5	13,0	12,9	11,5
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	25 a 31 anos	21,8	23,8	22,5	25,2	26,3
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	32 a 40 anos	16,0	21,7	19,7	20,9	24,4
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	41 a 50 anos	28,9	17,4	22,5	19,1	14,6
Total	57,42	51,75	49,91	(5)	(5)	51 a 59 anos	11,6	9,5	12,3	11,8	15
Permanência média no Brasil											
			(pernoites)			60 anos ou mais	10,6	13,1	10,0	10,1	8,2
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de instrução					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)				(%)		
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sem educação formal	--	--	--	--	--
Total	20,4	22,1	24,5	(5)	(5)	Fundamental	0,8	1,7	1,5	0,5	2,5
Destinos mais visitados											
			(%)			Médio	22,2	16,7	27,2	25,7	22,9
Lazer			(%)			Superior	39,3	45,7	36,9	40,1	43,9
Rio de Janeiro - RJ	66,5	81,3	70,5	55,0	79,0	Pós-graduação	37,7	35,9	34,4	33,7	30,7
Angra dos Reis - RJ	15,7	18,6	8,7	9,0	20,3	Renda média mensal					
Foz do Iguaçu - PR	23,1	33,1	19,6	36,7	20,3				(US\$)		
Florianópolis - SC	6,7	6,2	12,7	6,8	18,3	Familiar	5.343,73	5.175,79	5.065,14	6.089,35	5.201,53
Parati - RJ	7,7	14,9	13,5	8,0	13,3	Individual	3.834,07	3.490,58	3.337,86	3.514,31	3.382,01
Negócios, eventos e convenções						Grau de satisfação em relação à viagem					
			(%)						(%)		
São Paulo - SP	44,2	42,5	51,9	45,7	60,0	Recomendaria o Brasil					
Curitiba - PR	17,5	8,1	9,7	5,1	22,4	Sim	--	--	--	--	94,1
Rio de Janeiro - RJ	24,3	29,7	33,2	12,6	14,6	Não	--	--	--	--	3,1
Florianópolis - SC	2,5	--	--	3,1	7,9	Talvez	--	--	--	--	2,8
Alcobaça - BA	--	--	--	--	5,4	Nível de satisfação com a viagem					
Outros motivos											
			(%)						(%)		
São Paulo - SP	23,3	32,5	24,4	13,4	33,3	Superou	23,7	26,2	27,6	28,6	29,0
Rio de Janeiro - RJ	24,4	25,7	26,3	32,5	17,5	Atendeu plenamente	59,6	61,3	52,9	54,6	52,1
Curitiba - PR	10,2	6,5	6,0	5,9	10,9	Atendeu em parte	15,4	11,4	17,1	14,9	16,7
Fortaleza - CE	3,6	5,9	3,9	3,9	7,7	Decepcionou	1,3	1,1	2,4	1,9	2,2
Natal - RN	4,1	0,4	2,9	9,6	4,3	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Média de destinos visitados											
			(%)						(%)		
Lazer	2,1	2,3	2,7	2,0	2,4	Infraestrutura					
Negócios, eventos e convenções	1,6	1,3	1,5	1,8	1,7	Avaliação positiva (%)					
Outros motivos	1,8	2,2	1,9	2,0	2,0	(média)					
Organização da viagem											
			(%)			Limpeza pública	76,6	74,9	71,2	66,4	6,3
Fonte de informação ^(6, 7)			(%)			Segurança pública	77,4	70,6	68,5	70,6	6,1
Internet	43,0	49,1	45,0	49,3	53,9	Serviço de táxi	93,4	94,6	91,2	94,2	7,9
Amigos e parentes	27,2	24,0	29,4	29,8	47,1	Transporte público	72,6	72,3	75,6	69,4	6,7
Viagem corporativa	19,9	13,8	16,1	12,8	13,1	Telecomunicações	63,7	65,4	70,4	70,3	6,5
Agência de viagens	7,6	6,3	8,4	5,6	12,8	Sinalização turística	71,0	68,2	67,2	71,8	6,5
Guias, brochuras e outras publicações	1,1	6,2	0,0	0,0	10,2	Infraestrutura turística					
Feiras, eventos e congressos	0,6	--	1,1	0,7	2,3				(%)		
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	1,2	Avaliação positiva (%)					
Outros	0,6	0,6	--	1,8	--	(média)					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.24. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Suíça - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)						Utilização de agência de viagem					
			(%)						(%)		
Lazer	36,2	36,7	33,7	31,3	33,7	Pacote	2,0	2,6	2,1	3,0	--
Negócios, eventos e convenções	10,6	11,5	10,9	10,9	10,7	Serviços avulsos	16,7	11,7	15,8	12,8	--
Outros motivos	53,2	51,8	55,4	57,8	55,6	Não utilizou	81,3	85,7	82,1	84,2	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾					
			(%)						(%)		
Sol e praia	39,0	32,9	34,4	35,6	32,3	Pacote turístico	--	--	--	--	4,3
Natureza, ecoturismo ou aventura	31,7	37,2	40,5	44,4	31,5	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	89,9
Cultura	23,2	16,0	18,7	12,9	29,2	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	19,4
Esportes	5,1	7,8	6,0	5,9	6,0	Hospedagem	--	--	--	--	32,2
Diversão noturna	--	0,7	0,4	1,2	--	Locação de veículos	--	--	--	--	7,6
Viagem de incentivo	0,8	--	--	--	1,0	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	4,5
Outros	0,2	6,1	0,4	1,2	--	Outros	--	--	--	--	0,6
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	5,4	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,2	0,7	0,4	1,2	--	Frequência de visita ao Brasil					
			(%)						(%)		
Primeira vez	28,4	33,6	32,6	31,7	29,1	Outras vezes	71,6	66,4	67,4	68,3	70,9
Outras vezes	71,6	66,4	67,4	68,3	70,9	Intenção de retorno ao Brasil					
Tipo de alojamento utilizado						Intenção de retorno ao Brasil					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	31,8	34,8	27,5	30,2	33,2	Sim	94,9	94,5	95,9	94,7	--
Casa de amigos e parentes	46,2	42,3	46,5	46,0	45,3	Não	5,1	5,5	4,1	5,3	--
Casa alugada	4,2	6,1	3,0	2,4	3,8	Perfil socioeconômico					
Camping ou albergue	9,2	9,1	10,2	8,5	8,1	Gênero					
Casa própria	6,3	6,8	7,9	7,9	8,8	Masculino					
Resort	0,3	0,2	2,1	0,1	0,5	Feminino					
Outros	2,0	0,7	2,8	4,9	0,3	Grupo de idade					
Composição do grupo turístico						18 a 24 anos					
			(%)			25 a 31 anos					
Família	21,9	20,0	22,6	22,1	17,3	32 a 40 anos					
Sozinho	43,4	46,9	45,0	50,5	50,0	41 a 50 anos					
Casal sem filhos	22,6	19,6	18,1	18,1	21,1	51 a 59 anos					
Amigos	10,2	10,1	12,2	6,9	9,6	60 anos ou mais					
Outros	1,9	3,4	2,1	2,4	2,0	Grau de instrução					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
			(US\$)			Fundamental					
Lazer	72,05	80,42	76,55	(5)	54,69	Médio					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superior					
Outros motivos	(5)	55,57	50,08	46,69	50,49	Pós-Graduação					
Total	57,67	66,61	59,33	55,90	52,55	Renda média mensal					
Permanência média no Brasil						Familiar					
			(pernoites)			Individual					
Lazer	19,3	18,7	16,1	(5)	22,2	6.810,64					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	6.755,57					
Outros motivos	(5)	25,8	29,6	25,0	26,3	6.553,86					
Total	23,1	22,0	23,5	20,4	24,2	6.251,82					
Destinos mais visitados						6.595,20					
			(%)			Individual					
Lazer			(%)			4.856,63					
Rio de Janeiro - RJ	51,2	54,9	46,2	43,5	49,2	4.168,99					
Foz do Iguaçu - PR	30,4	32,2	30,9	34,7	31,6	4.069,62					
São Paulo - SP	23,1	24,8	17,9	14,5	23,1	4.151,20					
Salvador - BA	12,5	11,3	13,0	9,1	11,4	4.270,54					
Florianópolis - SC	6,5	7,6	8,2	6,6	10,9	Grau de satisfação em relação à viagem					
Negócios, eventos e convenções						Recomendaria o Brasil					
			(%)			Sim					
São Paulo - SP	45,7	40,6	51,4	48,7	48,4	Não					
Rio de Janeiro - RJ	22,2	32,9	22,0	13,5	23,2	Talvez					
Curitiba - PR	2,4	6,8	13,6	4,8	10,9	Nível de satisfação com a viagem					
Salvador - BA	3,1	1,6	4,8	1,4	6,6	Superou					
Goiania - GO	--	1,1	--	--	5,8	Atendeu plenamente					
Outros motivos						Atendeu em parte					
			(%)			Decepcionou					
São Paulo - SP	25,2	23,0	19,6	24,9	24,9	27,9					
Rio de Janeiro - RJ	25,2	32,1	25,1	20,6	20,6	52,5					
Salvador - BA	9,0	8,2	5,6	6,3	9,7	16,7					
Fortaleza - CE	6,8	8,8	8,5	6,7	6,5	2,9					
Goiania - GO	5,4	6,9	6,0	2,8	4,4	5,2					
Média de destinos visitados						2,3					
			(%)			2,7					
Lazer	2,7	2,6	2,8	2,3	3,0	2,3					
Negócios, eventos e convenções	1,5	1,4	1,7	1,5	1,9	2,3					
Outros motivos	2,0	2,1	2,1	1,9	2,0	2,3					
Organização da viagem						Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
			(%)			Infraestrutura					
Fonte de informação^(6, 7)						Avaliação positiva (%)					
			(%)			(média)					
Internet	48,1	44,9	47,1	49,4	49,3	Limpeza pública					
Amigos e parentes	33,6	35,5	34,2	32,7	58,8	66,1					
Viagem corporativa	6,1	7,2	6,9	7,4	10,7	68,9					
Agência de viagens	4,8	3,0	3,7	5,2	7,4	71,9					
Guias, brochuras e outras publicações	6,7	8,4	7,4	4,6	10,9	65,4					
Feiras, eventos e congressos	0,4	0,2	0,5	--	1,1	64,4					
Escritórios brasileiros de turismo	--	0,2	--	0,1	0,4	68,2					
Outros	0,3	0,6	0,2	0,6	1,5	89,2					
Serviços turísticos						Avaliação positiva (%)					
Guias de turismo						(média)					
Informação turística						81,9					
Hospitalidade						89,6					
Gastronomia						93,4					
Preços						96,6					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.25. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Uruguai - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem^(1, 2)	(%)					Utilização de agência de viagem	(%)				
Lazer	77,4	83,2	79,9	81,2	83,9	Pacote	9,4	13,7	11,5	9,1	--
Negócios, eventos e convenções	10,9	9,9	10,3	7,5	7,1	Serviços avulsos	7,9	7,1	7,5	7,3	--
Outros motivos	11,7	6,9	9,8	11,3	9,0	Não utilizou	82,7	79,2	81,0	83,6	--
Motivação da viagem a lazer^(3, 4)	(%)					Serviços adquiridos fora do Brasil⁽⁵⁾	(%)				
Sol e praia	80,4	79,1	77,7	78,5	78,1	Adquireturístico	--	--	--	--	11,4
Natureza, ecoturismo ou aventura	12,0	14,4	15,7	13,4	12,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	28,9
Cultura	6,0	5,3	5,2	5,7	6,7	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	5,1
Esportes	0,8	0,4	0,7	1,2	2,7	Hospedagem	--	--	--	--	33,8
Diversão noturna	0,3	--	0,3	0,5	--	Locação de veículos	--	--	--	--	1,8
Viagem de incentivo	0,2	--	0,2	0,1	0,3	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,0
Outros	0,6	0,8	0,5	1,1	0,2	Outros	--	--	--	--	1,6
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,6	--	--	--	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,6	0,2	0,5	1,1	0,2	Frequência de visita ao Brasil	(%)				
Tipo de alojamento utilizado	(%)					Primeira vez	13,1	14,0	12,7	13,1	11,4
Hotel, flat ou pousada	62,5	73,4	64,2	59,4	59,0	Outras vezes	86,9	86,0	87,3	86,9	88,6
Casa de amigos e parentes	11,4	6,5	10,0	9,8	8,7	Intenção de retorno ao Brasil	(%)				
Casa alugada	20,2	15,8	19,7	24,0	26,6	Sim	98,5	97,4	98,0	98,7	--
Camping ou albergue	2,4	2,0	2,6	2,3	2,2	Não	1,5	2,6	2,0	1,3	--
Casa própria	0,9	0,9	0,8	0,6	1,5	Perfil socioeconômico					
Resort	1,8	0,8	1,6	1,4	1,5	Gênero	(%)				
Outros	0,8	0,6	1,1	2,5	0,5	Masculino	59,3	60,7	61,6	55,9	56,7
Composição do grupo turístico	(%)					Feminino	40,7	39,3	38,4	44,1	43,3
Família	42,6	43,7	49,1	51,3	48,5	Grupo de idade	(%)				
Sozinho	16,5	12,5	13,8	12,5	12,1	18 a 24 anos	6,6	3,7	5,0	6,7	6,8
Casal sem filhos	29,0	31,4	25,3	24,7	26,4	25 a 31 anos	13,6	13,7	14,5	12,9	14,1
Amigos	8,4	9,7	8,5	9,2	11,4	32 a 40 anos	24,6	21,5	24,4	23,8	22,8
Outros	3,5	2,7	3,2	2,3	1,6	41 a 50 anos	26,1	28,4	26,1	30,4	29,5
Gasto médio per capita dia no Brasil						51 a 59 anos	17,6	20,8	20,3	16,5	15,9
Lazer	64,68	60,05	61,49	61,59	50,75	60 anos ou mais	11,5	11,9	9,7	9,7	10,9
Negócios, eventos e convenções	95,44	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de instrução	(%)				
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sem educação formal	0,2	--	0,3	0,1	0,2
Total	64,81	67,80	61,37	63,66	52,11	Fundamental	3,3	3,3	3,6	2,3	5,6
Permanência média no Brasil	(pernoites)					Médio	30,6	33,4	38,5	37,6	35,5
Lazer	8,0	8,0	8,7	8,0	8,8	Superior	48,1	46,7	43,0	44,1	46,1
Negócios, eventos e convenções	5,8	(5)	(5)	(5)	(5)	Pós-Graduação	17,8	16,6	14,6	15,9	12,6
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Renda média mensal	(US\$)				
Total	8,0	8,0	8,7	8,0	8,8	Familiar	3.608,28	2.913,72	3.235,77	3.156,70	2.914,98
Destinos mais visitados						Individual	2.477,30	2.003,77	2.135,29	2.014,29	1.820,06
Lazer	(%)					Grau de satisfação em relação à viagem					
Florianópolis - SC	35,9	27,6	30,4	31,9	33,7	Recomendaria o Brasil	(%)				
Rio de Janeiro - RJ	13,8	12,9	11,0	9,6	11,8	Sim	--	--	--	--	99,1
Bombinhas - SC	7,7	6,0	6,2	7,7	9,5	Não	--	--	--	--	0,3
Porto Alegre - RS	4,8	6,7	5,8	6,3	7,4	Talvez	--	--	--	--	0,6
Torres - RS	9,2	4,3	6,6	8,3	6,5	Nível de satisfação com a viagem	(%)				
Negócios, eventos e convenções	(%)					Superou	30,4	37,7	36,7	32,2	37,7
São Paulo - SP	48,9	54,2	39,1	52,5	51,8	Atendeu plenamente	60,1	51,5	53,8	58,9	56,3
Rio de Janeiro - RJ	10,7	18,8	10,7	9,0	11,0	Atendeu em parte	8,8	9,8	8,7	7,7	5,5
Porto Alegre - RS	7,9	6,5	23,4	7,3	11,0	Decepcionou	0,7	1,0	0,8	1,2	0,5
Curitiba - PR	1,8	1,6	4,4	3,4	3,3	Avaliação da viagem⁽⁹⁾					
Brasília - DF	3,0	--	3,2	--	2,7	Infraestrutura	Avaliação positiva (%) (média)				
Outros motivos	(%)					Limpeza pública	89,1	89,8	91,4	90,5	8,1
São Paulo - SP	30,5	44,2	19,3	33,1	38,7	Segurança pública	93,3	93,4	93,1	94,1	8,6
Rio de Janeiro - RJ	15,8	16,8	9,0	11,2	13,4	Serviço de táxi	90,2	92,2	90,1	92,4	8,3
Brasília - DF	--	2,0	1,7	1,2	6,2	Transporte público	84,8	90,2	89,4	87,8	8,0
Porto Alegre - RS	12,4	10,9	11,7	14,8	5,7	Telecomunicações	64,4	69,6	70,1	72,8	7,3
Guarulhos - SP	1,0	1,0	1,7	1,4	3,5	Sinalização turística	81,5	86,0	85,8	89,5	8,1
Média de destinos visitados						Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%) (média)				
Lazer	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	Aeroporto	86,6	91,0	85,9	89,1	8,0
Negócios, eventos e convenções	1,1	1,2	1,3	1,2	1,2	Rodovias	81,5	86,0	84,6	89,0	7,8
Outros motivos	1,3	1,4	1,3	1,3	1,2	Restaurante	96,4	95,3	96,2	95,3	8,2
Organização da viagem						Alojamento	95,2	97,0	97,1	98,0	8,7
Fonte de informação^(6, 7)	(%)					Diversão noturna	91,9	91,9	93,4	91,8	8,0
Internet	59,0	66,1	67,3	68,6	67,6	Serviços turísticos	Avaliação positiva (%) (média)				
Amigos e parentes	22,7	17,2	19,5	19,7	36,6	Guias de turismo	86,7	95,2	92,3	93,5	8,5
Viagem corporativa	6,5	6,3	4,6	4,1	6,1	Informação turística	90,5	92,8	90,4	90,6	8,3
Agência de viagens	7,7	6,9	6,1	5,9	12,5	Hospitalidade	98,5	98,5	98,6	99,0	9,1
Guias, brochuras e outras publicações	1,8	1,4	0,6	0,3	1,5	Gastronomia	97,1	95,2	96,1	96,8	8,3
Feiras, eventos e congressos	1,3	1,2	1,3	0,6	0,5	Preços	76,1	78,4	79,5	85,3	7,4
Escritórios brasileiros de turismo	0,2	--	--	--	0,4						
Outros	0,8	0,9	0,6	0,8	0,6						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

5.26. Perfil da demanda turística internacional - País emissor: Venezuela - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem											
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019						
Motivo da viagem (1, 2)						Utilização de agência de viagem											
	(%)						(%)										
Lazer	48,9	38,3	34,4	25,7	13,9	Pacote	3,8	3,2	2,1	2,2	--						
Negócios, eventos e convenções	26,0	23,7	24,4	16,8	21,5	Serviços avulsos	13,7	14,3	12,7	19,5	--						
Outros motivos	25,1	38,0	41,2	57,5	64,6	Não utilizou	82,5	82,5	85,2	78,3	--						
Motivação da viagem a lazer (3, 4)						Serviços adquiridos fora do Brasil (5)											
	(%)						(%)										
Sol e praia	36,1	28,6	30,8	26,4	16,1	Adquirido turístico	--	--	--	--	7,6						
Natureza, ecoturismo ou aventura	40,0	37,2	33,5	35,4	23,6	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	67,1						
Cultura	18,7	27,5	33,4	32,9	55,0	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	30,8						
Esportes	5,2	4,7	-	3,5	5,3	Hospedagem	--	--	--	--	27,5						
Diversão noturna	-	-	-	0,9	--	Locação de veículos	--	--	--	--	1,3						
Viagem de incentivo	-	-	2,3	0,9	-	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,8						
Outros	-	2,0	-	0,9	-	Outros	--	--	--	--	0,5						
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	2,0	--	--	--	Fidelização ao destino											
<i>Outras motivações de lazer</i>	-	0,0	-	0,9	-	Frequência de visita ao Brasil					(%)						
Tipo de alojamento utilizado						Intenção de retorno ao Brasil											
	(%)						(%)										
Hotel, flat ou pousada	64,5	64,6	56,4	46,4	57,8	Primeira vez	47,4	42,1	57,1	57,1	59,7						
Casa de amigos e parentes	25,0	24,9	34,9	44,7	30,3	Outras vezes	52,6	57,9	42,9	42,9	40,3						
Casa alugada	5,3	4,7	1,8	1,9	1,9	Perfil socioeconômico											
Camping ou albergue	1,6	2,8	1,5	1,1	3,1	Gênero					(%)						
Casa própria	2,0	2,6	-	1,2	2,8	Masculino	61,6	64,2	60,1	58,5	59,5						
Resort	-	-	-	0,2	-	Feminino	38,4	35,8	39,9	41,5	40,5						
Outros	1,6	0,4	5,6	4,5	4,1	Grupo de idade						(%)					
Composição do grupo turístico						18 a 24 anos						8,4	10,6	17,1	14,7	12,5	
	(%)					25 a 31 anos						22,1	20,2	26,9	25,5	22,2	
Família	32,0	13,8	24,6	22,3	27,8	32 a 40 anos						32,4	28,3	24,1	20,4	21,2	
Sozinho	39,7	55,4	46,2	45,8	45,1	41 a 50 anos						16,9	19,6	16,3	14,3	22,8	
Casal sem filhos	10,5	11,9	8,2	14,9	10,5	51 a 59 anos						13,1	13,3	9,3	10,5	12,6	
Amigos	6,6	11,5	13,1	12,6	9,1	60 anos ou mais						7,1	8,0	6,3	14,6	8,7	
Outros	11,2	7,4	7,9	4,4	7,5	Grau de instrução						(%)					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal						-	0,1	-	0,6	-	
	(US\$)					Fundamental						1,6	1,7	1,0	0,7	2,7	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Médio						17,0	23,4	16,7	19,2	21,7	
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superior						54,9	49,5	58,3	59,2	52,7	
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Pós-graduação						26,5	25,3	24,0	20,3	22,9	
Total	65,30	52,25	(5)	31,68	49,08	Renda média mensal						(US\$)					
Permanência média no Brasil						Familiar						4.959,09	5.282,25	3.893,97	1.580,01	1.582,15	
	(pernoites)					Individual						3.112,18	3.558,88	2.734,07	1.081,20	1.118,03	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de satisfação em relação à viagem						(%)					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Recomendaria o Brasil					(%)						
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sim					--	--	--	--	98,8		
Total	14,4	16,6	(5)	17,5	11,0	Não					--	--	--	--	0,8		
Destinos mais visitados						Talvez					--	--	--	--	0,4		
	(%)					Nível de satisfação com a viagem						(%)					
São Paulo - SP	8,6	16,0	28,8	21,6	36,9	Superou					39,4	45,7	43,8	47,0	46,5		
Boa Vista - RR	0,7	4,2	31,7	26,4	28,7	Atendeu plenamente					54,0	47,0	46,8	45,4	44,7		
Rio de Janeiro - RJ	34,8	36,6	16,6	21,3	21,7	Atendeu em parte					5,7	5,1	9,4	5,5	8,2		
Manaus - AM	50,8	42,7	64,2	41,7	21,6	Decepcionou					0,9	2,2	-	2,1	0,6		
Porto Alegre - RS	0,3	2,8	-	1,1	12,6	Avaliação da viagem (9)						(%)					
Negócios, eventos e convenções						Infraestrutura					Avaliação positiva (%)					(média)	
	(%)					Limpeza pública					93,2	87,3	90,8	92,8	8,0		
São Paulo - SP	39,4	32,1	24,5	16,9	31,5	Segurança pública					93,1	91,5	92,7	89,2	8,4		
Rio de Janeiro - RJ	27,6	27,3	25,0	19,6	26,8	Serviço de táxi					95,5	94,1	91,8	96,8	8,9		
Manaus - AM	3,6	14,1	12,1	19,7	11,4	Transporte público					92,3	89,6	89,8	89,6	8,6		
Foz do Iguaçu - PR	-	-	-	1,4	8,9	Telecomunicações					73,6	87,7	72,1	82,7	7,9		
Boa Vista - RR	-	-	4,2	1,4	7,5	Sinalização turística					89,1	89,9	89,2	90,5	8,4		
Outros motivos						Infraestrutura turística					Avaliação positiva (%)					(média)	
	(%)					Aeroporto					92,1	96,5	96,7	92,9	8,8		
Manaus - AM	11,3	19,0	45,2	44,1	39,8	Rodovias					86,7	84,4	83,9	89,2	8,1		
Boa Vista - RR	-	6,6	31,8	31,7	38,4	Restaurante					99,0	96,0	98,0	98,8	8,8		
São Paulo - SP	29,3	28,9	17,8	14,1	18,4	Alojamento					97,8	95,5	95,9	98,1	8,4		
Rio de Janeiro - RJ	18,7	14,0	13,4	21,9	16,6	Diversão noturna					93,2	93,4	100,0	92,5	8,4		
Pacaraima - RR	-	-	-	3,0	6,5	Serviços turísticos						Avaliação positiva (%)					(média)
Média de destinos visitados						Guias de turismo					93,5	94,0	96,2	93,4	7,5		
	(%)					Informação turística					93,0	90,1	82,7	93,7	8,1		
Lazer	1,2	1,3	1,7	1,8	1,5	Hospitalidade					97,1	98,4	95,6	98,7	9,2		
Negócios, eventos e convenções	1,3	1,2	1,3	1,3	1,5	Gastronomia					99,0	97,1	96,8	97,6	8,8		
Outros motivos	1,4	1,4	1,3	1,5	1,6	Preços					66,3	77,3	81,6	86,7	7,7		
Organização da viagem						Fonte de informação (6, 7)						(%)					
	(%)					Internet					31,6	41,1	46,6	34,6	40,3		
Amigos e parentes	32,1	36,3	32,5	49,4	52,1	Amigos e parentes					18,3	12,7	13,4	11,3	15,3		
Viagem corporativa	18,3	12,7	13,4	11,3	15,3	Viagem corporativa					10,4	2,0	7,1	2,2	15,9		
Agência de viagens	10,4	2,0	7,1	2,2	15,9	Agência de viagens					4,1	0,0	0,0	0,3	-		
Guias, brochuras e outras publicações	4,1	0,0	0,0	0,3	-	Guias, brochuras e outras publicações					2,8	3,3	0,4	1,3	2,1		
Feiras, eventos e congressos	2,8	3,3	0,4	1,3	2,1	Feiras, eventos e congressos					-	-	-	-	-		
Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	-	-	Escritórios brasileiros de turismo					0,7	4,6	-	0,9	1,6		
Outros	0,7	4,6	-	0,9	1,6												

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

Pôr do sol do morro - Morro de São Paulo - Bahia - Brasil - Márcio Filho - Banco de imagens MTur/Destinos



6.

Perfil da demanda turística internacional - Principais Unidades da Federação visitadas - 2015-2019

Os gestores municipais têm nas páginas a seguir informações preciosas para a elaboração de produtos turísticos e formulação de políticas públicas. Um dos focos da pesquisa de demanda turística internacional é compreender quais as Unidades de Federação são mais visitadas pelos turistas internacionais e quais os países emissores.

Com base nessas informações é interessante observar, a título de exemplo, que dos turistas internacionais que tiveram como principal destino o estado do Amazonas, a maior parte foram de residentes nos Estados Unidos e a principal motivação dos turista que visitaram o estado foi natureza, ecoturismo ou aventura.

Outro dado passível de visualização na pesquisa é a prevalência de visita de turistas bolivianos e paraguaios ao estado do Mato Grosso do Sul, o que pode ser compreendido pela faixa de fronteira do Estado.

Dados e informações como estas estão disponíveis para quase todas as unidades da federação e são fatores relevantes para o momento de retomada que o turismo vivencia.

Lençóis Maranhense - Barreirinhas - Maranhão - Brasil (*)



6.1. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Alagoas - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾	(%)						(%)				
Argentina	45,8	67,4	70,4	64,7	59,2	Fonte de informação ^(7, 8)					
Chile	6,9	6,7	5,5	6,5	8,5	Internet	58,0	53,3	66,7	62,3	70,2
Uruguai	1,1	2,2	2,9	4,3	6,1	Amigos e parentes	20,7	25,0	19,0	20,0	35,3
Itália	6,3	4,3	3,4	2,6	4,4	Viagem corporativa	3,8	1,8	0,7	0,7	3,3
Estados Unidos	7,2	2,9	2,0	3,1	4,1	Agência de viagens	12,6	16,8	12,5	16,3	20,3
Paraguai	0,4	1,8	3,7	5,5	3,9	Guias, brochuras e outras publicações	0,0	0,8	0,5	0,0	2,2
Alemanha	4,3	0,9	0,8	1,4	2,1	Feiras, eventos e congressos	-	0,6	0,4	0,3	1,9
Portugal	5,6	1,2	1,8	1,5	2,1	Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	-	-
Espanha	2,5	2,3	1,2	1,1	1,8	Outros	4,9	1,7	0,2	0,4	1,2
França	2,7	1,2	0,9	2,4	1,1	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾	(%)				
Motivo da viagem ^(2, 3)	(%)					Pacote turístico	--	--	--	--	29,7
Lazer	63,0	83,3	85,5	80,9	81,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	64,9
Negócios, eventos e convenções	5,1	3,0	1,5	2,4	5,2	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	24,8
Outros motivos	31,9	13,7	13,0	16,7	13,8	Hospedagem	--	--	--	--	46,4
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)	(%)					Locação de veículos	--	--	--	--	11,4
Sol e praia	91,2	93,2	93,1	92,9	91,8	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	4,4
Natureza, ecoturismo ou aventura	3,3	5,1	4,0	5,6	5,8	Outros	--	--	--	--	3,5
Cultura	0,4	1,4	2,2	0,9	1,9	Fidelização ao destino					
Esportes	5,1	-	0,7	-	0,2	Frequência de visita ao Brasil	(%)				
Viagem de incentivo	-	-	-	-	0,3	Primeira vez	21,5	19,6	18,8	20,9	17,6
Outros	-	0,3	-	0,6	-	Outras vezes	78,5	80,4	81,2	79,1	82,4
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	-	-	-	-	-	Intenção de retorno ao Brasil	(%)				
<i>Outras motivações de lazer</i>	-	0,3	-	0,6	-	Sim	94,1	96,1	97,7	97,0	--
Tipo de alojamento utilizado	(%)					Não	5,9	3,9	2,3	3,0	--
Hotel, flat ou pousada	50,9	67,9	71,8	67,3	67,5	Perfil socioeconômico					
Casa de amigos e parentes	31,5	11,7	11,0	12,1	11,5	Gênero	(%)				
Casa alugada	2,1	5,4	7,5	8,6	13,3	Masculino	51,2	53,0	47,9	47,0	55,1
Camping ou albergue	0,5	0,7	2,0	2,7	2,0	Feminino	48,8	47,0	52,1	53,0	44,9
Casa própria	1,6	2,6	2,1	2,2	2,7	Grupo de idade	(%)				
Resort	12,7	11,1	5,3	3,8	2,8	18 a 24 anos	7,6	6,6	6,3	7,9	8,9
Outros	0,7	0,6	0,3	3,3	0,2	25 a 31 anos	19,3	18,0	19,4	20,3	15,9
Composição do grupo turístico	(%)					32 a 40 anos	22,2	23,9	24,6	26,1	26,6
Família	38,3	40,5	35,2	40,2	37,7	41 a 50 anos	25,5	21,7	22,4	20,5	23,7
Sozinho	25,1	19,0	12,9	13,0	14,6	51 a 59 anos	16,2	18,0	14,4	15,9	13,3
Casal sem filhos	25,9	30,6	41,3	33,0	33,2	60 anos ou mais	9,2	11,8	12,9	9,3	11,6
Amigos	7,9	9,3	10,0	12,5	12,9	Grau de instrução	(%)				
Outros	2,8	0,6	0,6	1,3	1,6	Sem educação formal	-	-	0,2	-	0,3
Gasto médio per capita dia no Brasil	(US\$)					Fundamental	3,2	1,3	2,2	2,3	2,7
Lazer	(6)	56,4	66,6	66,6	48,0	Médio	22,1	27,0	34,7	32,3	29,0
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Superior	50,0	53,7	45,5	50,0	49,7
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Pós-graduação	24,7	18,0	17,4	15,4	18,3
Total	(6)	51,4	58,9	58,8	42,4	Renda média mensal	(US\$)				
Permanência média no Brasil	(pernoites)					Familiar	4.051,25	3.404,96	3.144,50	3.010,63	2.914,52
Lazer	(6)	12,1	11,1	10,4	11,2	Individual	2.608,41	2.221,32	1.849,45	1.864,02	1.795,95
Motivos profissionais	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Grau de satisfação em relação à viagem					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Recomendaria o Brasil	(%)				
Total	(6)	14,3	13,2	12,8	14,2	Sim	--	--	--	--	97,4
Permanência média na UF	(pernoites)					Não	--	--	--	--	0,4
Lazer	(6)	8,6	8,6	7,4	7,9	Talvez	--	--	--	--	2,2
Motivos profissionais	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Nível de satisfação com a viagem	(%)				
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Superou	40,1	38,1	47,0	40,5	43,5
Total	(6)	9,8	9,7	9,6	9,6	Atendeu plenamente	37,0	47,9	42,5	44,6	46,8
Destinos mais visitados da UF	(%)					Atendeu em parte	19,9	12,3	9,1	13,6	8,3
Lazer						Decepcionou	3,0	1,7	1,4	1,3	1,4
Maceió - AL	70,7	84,2	82,6	79,7	73,4	Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Maragogi - AL	27,4	17,9	22,6	24,2	33,7	Infraestrutura	Avaliação positiva (%) (média)				
Motivos profissionais	(%)					Limpeza pública	65,5	78,1	78,7	76,2	6,9
Maceió - AL	70,6	77,7	84,8	100,0	87,3	Segurança pública	81,5	86,4	85,8	90,5	8,3
Maragogi - AL	23,3	3,2	-	-	7,7	Serviço de táxi	99,1	93,9	93,7	95,7	8,5
Outros motivos	(%)					Transporte público	67,7	68,8	79,1	83,4	6,7
Maceió - AL	79,6	79,4	85,1	83,8	78,8	Telecomunicações	61,2	74,0	70,7	79,8	7,3
Maragogi - AL	11,2	11,6	15,6	10,0	16,3	Sinalização turística	70,4	77,2	82,9	86,1	7,6
Destinos mais visitados de outras UFs	(%)					Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%) (média)				
Lazer						Aeroporto ⁽¹¹⁾	--	--	--	--	--
Ipojuca - PE	2,4	4,4	6,0	6,2	12,8	Rodovias	55,9	70,7	69,9	69,6	6,7
Recife - PE	10,3	2,8	3,9	4,9	8,6	Restaurante	88,7	94,8	93,4	94,0	8,1
Motivos profissionais	(%)					Alojamento	95,0	98,3	97,0	96,1	8,8
São Paulo - SP	5,8	-	12,8	7,0	29,7	Diversão noturna	79,3	82,7	73,9	85,1	6,9
Rio de Janeiro - RJ	5,8	22,7	9,8	-	10,8	Serviços turísticos	Avaliação positiva (%) (média)				
Outros motivos	(%)					Guias de turismo	79,8	85,8	94,6	94,1	8,1
Recife - PE	10,1	10,6	9,1	4,5	16,6	Informação turística	72,9	81,7	90,8	87,7	7,7
Salvador - BA	4,4	6,5	1,4	4,2	9,2	Hospitalidade	95,5	96,6	97,8	99,4	9,1
Organização da viagem	(%)					Gastronomia	92,8	95,4	92,3	90,8	8,1
Utilização de agência de viagem						Preços	68,7	84,1	80,0	80,4	6,8
Pacote	20,0	25,3	28,0	26,8	--						
Serviços avulsos	14,8	19,5	17,8	13,5	--						
Não utilizou	65,2	55,2	54,2	59,7	--						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(11) Pesquisa não realizada no aeroporto de Maceió a partir de 2013.

6.2. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Amazonas - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Fonte de informação (7, 8)					
	(%)						(%)				
Estados Unidos	18,6	25,0	20,1	21,6	20,3	Internet	41,0	44,3	45,3	51,2	53,8
Venezuela	22,5	16,0	20,2	18,8	14,5	Amigos e parentes	20,7	27,6	30,0	31,3	49,8
Argentina	5,6	3,8	12,0	9,5	7,4	Viagem corporativa	14,1	13,5	12,1	8,1	10,0
Alemanha	6,4	4,4	4,6	6,1	7,2	Agência de viagens	12,6	7,7	9,7	6,3	14,4
China	2,1	5,2	1,3	1,9	5,5	Guias, brochuras e outras publicações	7,5	4,8	2,5	2,1	10,7
Japão	4,1	2,8	3,4	4,0	4,5	Feiras, eventos e congressos	2,6	1,9	-	0,9	0,4
Espanha	1,1	2,0	2,1	2,4	4,3	Escritórios brasileiros de turismo	0,5	0,2	-	-	-
França	4,0	2,7	4,5	6,2	4,2	Outros	1,0	-	0,4	0,1	2,1
Reino Unido	2,2	3,1	4,6	3,2	3,9	Serviços adquiridos fora do Brasil (9)					
Itália	4,6	3,1	3,0	1,5	3,1	(%)					
Motivo da viagem (2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
	(%)					-					
Lazer	55,3	47,0	47,3	42,8	43,3	Transporte aéreo no Brasil					
Negócios, eventos e convenções	22,9	24,8	19,1	13,3	17,9	-					
Outros motivos	21,8	28,2	33,6	43,9	38,8	Hospedagem					
Motivação da viagem a lazer (4, 5)						-					
	(%)					-					
Sol e praia	13,3	9,7	10,9	11,7	10,6	Locação de veículos					
Natureza, ecoturismo ou aventura	68,9	71,0	66,2	67,2	69,7	-					
Cultura	13,6	13,7	14,6	9,0	15,0	Atrativos, passeios ou guias de turismo					
Esportes	3,7	4,3	6,7	11,5	4,2	-					
Viagem de incentivo	0,3	-	1,0	-	0,4	Outros					
Outros	0,2	1,3	0,6	0,6	0,1	-					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	-	0,9	-	-	-	Fidelização ao destino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,2	0,4	0,6	0,6	0,7	Frequência de visita ao Brasil					
Tipo de alojamento utilizado						(%)					
Hotel, flat ou pousada	63,0	58,1	48,7	47,8	48,9	Primeira vez					
Casa de amigos e parentes	17,1	23,2	29,9	32,3	28,4	48,4					
Casa alugada	1,0	2,4	2,1	1,4	2,7	Outras vezes					
Camping ou albergue	9,5	7,3	8,5	7,2	4,8	51,6					
Casa própria	1,0	2,0	2,2	0,7	2,1	Intenção de retorno ao Brasil					
Resort	1,6	2,2	1,3	0,2	1,8	(%)					
Outros	6,8	4,8	7,3	10,4	11,3	Sim					
Composição do grupo turístico						92,7					
Família	22,9	12,3	15,0	20,4	17,7	Não					
Sozinho	41,0	46,5	44,8	42,3	42,6	7,3					
Casal sem filhos	15,1	19,1	18,8	19,6	14,8	Perfil socioeconômico					
Amigos	13,5	14,7	18,0	13,8	19,6	Gênero					
Outros	7,5	7,4	3,4	3,9	5,3	(%)					
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Masculino					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	70,6					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Feminino					
Total	70,77	70,05	75,50	57,05	55,73	29,4					
Permanência média no Brasil						(pernoites)					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Grupo de idade					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	(%)					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	18 a 24 anos					
Total	16,0	17,4	15,0	19,4	20,5	7,3					
Permanência média na UF						(pernoites)					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	25 a 31 anos					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	21,9					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	32 a 40 anos					
Total	8,8	8,2	7,8	9,5	10,7	28,6					
Destinos mais visitados da UF						Grau de instrução					
Lazer	(%)					(%)					
Manaus - AM	98,6	97,1	96,8	95,9	88,0	Sem educação formal					
Tabatinga - AM	1,4	1,8	3,1	3,1	2,4	-					
Negócios, eventos e convenções						Fundamental					
Manaus - AM	98,5	97,9	99,2	97,1	99,1	1,5					
Tefé - AM	1,3	-	-	0,7	1,3	Médio					
Outros motivos						18,8					
Manaus - AM	93,5	96,7	97,0	97,5	97,2	Superior					
Parintins - AM	4,7	1,5	0,9	2,8	2,4	45,8					
Destinos mais visitados de outras UFs						Pós-graduação					
Lazer	(%)					33,9					
Rio de Janeiro - RJ	24,3	32,7	22,9	28,3	30,3	Renda média mensal					
Foz do Iguaçu - PR	15,9	23,5	8,6	15,8	17,6	(US\$)					
Negócios, eventos e convenções						5.199,02					
São Paulo - SP	12,2	6,3	19,5	15,2	22,9	5.164,53					
Rio de Janeiro - RJ	3,5	2,5	11,4	0,7	4,8	4.369,14					
Outros motivos						4.598,65					
São Paulo - SP	9,4	9,6	8,5	7,7	10,5	3.816,92					
Boa Vista - RR	-	3,8	6,0	11,0	8,8	3.439,49					
Organização da viagem						Grau de satisfação em relação à viagem					
Utilização de agência de viagem						(%)					
Pacote	8,4	8,0	8,5	7,8	-	Recomendaria o Brasil					
Serviços avulsos	17,3	11,2	13,3	14,5	-	-					
Não utilizou	74,3	80,8	78,2	77,7	-	Sim					
Infraestrutura turística						-					
Aeroporto	90,4	93,3	97,2	90,2	7,8	Não					
Rodovias	68,1	67,9	68,5	62,9	6,0	-					
Restaurante	91,9	92,0	92,6	95,1	7,7	Talvez					
Alojamento	89,8	94,6	95,0	94,9	7,8	-					
Diversão noturna	88,1	88,3	92,2	86,8	6,9	Nível de satisfação com a viagem					
Serviços turísticos	-					(%)					
Guias de turismo	91,2	95,6	93,6	92,1	8,1	Superou					
Informação turística	88,8	88,8	85,4	87,9	7,5	33,2					
Hospitalidade	98,7	98,3	97,9	96,5	8,7	Atendeu plenamente					
Gastronomia	93,4	95,3	91,7	97,4	8,3	49,3					
Preços	73,6	83,9	78,6	80,2	7,3	Atendeu em parte					
Avaliação da viagem (10)						15,9					
Infraestrutura						1,6					
Avaliação positiva (%)						2,4					
(média)						3,4					
Limpeza pública						1,2					
Segurança pública						2,8					
Serviço de táxi						2,8					
Transporte público						2,8					
Telecomunicações						2,8					
Sinalização turística						2,8					
Infraestrutura turística						2,8					
Avaliação positiva (%)						2,8					
(média)						2,8					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(11) Pesquisa não realizada no aeroporto de Maceió a partir de 2013.

6.3. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Bahia - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Fonte de informação ^(7, 8)					
Argentina	49,0	51,0	58,2	57,5	51,6	Internet	44,0	50,2	53,5	55,4	57,7
Estados Unidos	6,0	5,2	4,5	4,8	5,5	Amigos e parentes	27,6	26,6	23,9	22,5	46,9
Chile	4,6	5,0	4,9	5,4	4,7	Viagem corporativa	5,9	4,4	4,1	2,9	4,0
Portugal	4,0	4,1	3,0	3,7	4,2	Agência de viagens	17,4	16,0	16,1	16,5	20,8
Itália	5,1	4,3	3,6	3,5	4,2	Guias, brochuras e outras publicações	4,1	1,6	1,5	1,8	4,6
Uruguai	3,7	4,2	5,3	4,1	4,1	Feiras, eventos e congressos	0,7	0,5	0,6	0,4	0,2
França	4,3	3,6	3,1	2,7	3,9	Escritórios brasileiros de turismo	-	0,2	0,1	0,1	0,2
Alemanha	4,1	3,2	3,2	3,0	3,3	Outros	0,3	0,5	0,2	0,4	0,7
Espanha	2,1	2,3	1,7	2,3	3,1	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾					
Suíça	1,9	1,5	1,0	1,3	2,0	Pacote turístico	--	--	--	--	26,0
Motivo da viagem ^(2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	70,1
Lazer	68,2	73,2	74,2	76,1	70,7	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	22,1
Negócios, eventos e convenções	7,9	6,9	7,0	4,6	4,7	Hospedagem	--	--	--	--	39,7
Outros motivos	23,9	19,9	18,8	19,3	24,6	Locação de veículos	--	--	--	--	5,4
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)						Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,1
Sol e praia	80,1	82,1	81,1	82,8	79,7	Outros	--	--	--	--	4,8
Natureza, ecoturismo ou aventura	7,8	8,4	9,3	7,1	11,0	Fidelização ao destino					
Cultura	10,7	7,8	8,3	7,8	7,8	Frequência de visita ao Brasil					
Esportes	0,5	0,6	0,6	1,3	0,8	Primeira vez	24,1	26,4	24,3	27,3	21,6
Viagem de incentivo	0,1	-	0,2	0,1	0,4	Outras vezes	75,9	73,6	75,7	72,7	78,4
Outros	0,8	1,1	0,5	0,9	0,3	Intenção de retorno ao Brasil					
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,2	--	--	--	Sim	96,7	96,5	96,8	95,2	--
Outras motivações de lazer	0,8	0,9	0,5	0,9	0,3	Não	3,3	3,5	3,2	4,8	--
Tipo de alojamento utilizado						Perfil socioeconômico					
Hotel, flat ou pousada	49,2	54,0	51,9	53,1	50,3	Gênero					
Casa de amigos e parentes	20,7	17,8	16,8	15,6	19,6	Masculino	50,0	52,5	52,4	50,7	53,4
Casa alugada	4,0	4,9	5,4	4,2	9,6	Feminino	50,0	47,5	47,6	49,3	46,6
Camping ou albergue	5,8	5,4	4,9	5,9	4,8	Grupo de idade					
Casa própria	3,2	3,4	3,1	3,2	3,9	18 a 24 anos	11,6	10,5	10,6	9,6	10,3
Resort	16,2	13,7	16,9	16,2	11,0	25 a 31 anos	19,7	18,2	18,5	17,9	17,8
Outros	0,9	0,8	1,0	1,8	0,8	32 a 40 anos	26,4	23,1	23,9	23,6	21,4
Composição do grupo turístico						41 a 50 anos	19,2	22,0	19,0	23,5	20,4
Família	29,5	31,0	31,4	35,3	31,6	51 a 59 anos	13,0	13,9	15,0	14,6	16,2
Sozinho	27,8	22,9	22,9	21,1	24,3	60 anos ou mais	10,1	12,3	13,0	10,8	13,9
Casal sem filhos	24,1	27,4	27,3	26,0	25,8	Grau de instrução					
Amigos	15,8	16,1	15,9	15,8	16,3	Sem educação formal	-	0,1	0,2	0,2	0,1
Outros	2,8	2,6	2,5	1,8	2,0	Fundamental	2,0	1,7	2,0	2,0	1,8
Gasto médio per capita dia no Brasil						Médio	28,8	29,5	32,8	28,9	28,7
Lazer	66,58	58,23	61,10	62,19	43,95	Superior	46,6	48,6	46,8	46,4	47,3
Negócios, eventos e convenções	(6)	77,07	44,53	(6)	(6)	Pós-graduação	22,6	20,1	18,2	22,5	22,1
Outros motivos	39,96	34,58	36,76	42,93	36,22	Renda média mensal					
Total	55,16	50,78	51,81	55,87	42,62	Familiar					
Permanência média no Brasil						Individual	3.718,30	3.608,22	3.431,66	3.497,61	3.036,14
Lazer	11,8	12,6	12,6	11,4	13,6	Grau de satisfação em relação à viagem					
Negócios, eventos e convenções	(6)	16,5	25,9	(6)	(6)	Recomendaria o Brasil					
Outros motivos	29,4	31,4	31,1	25,6	30,1	Sim	--	--	--	--	95,7
Total	16,2	16,2	16,5	14,3	17,9	Não	--	--	--	--	1,9
Permanência média na UF						Talvez	--	--	--	--	2,4
Lazer	8,1	8,7	8,8	8,1	8,7	Nível de satisfação com a viagem					
Negócios, eventos e convenções	(6)	9,6	14,7	(6)	(6)	Superou	36,8	37,1	40,1	43,2	40,4
Outros motivos	16,2	15,9	16,8	13,5	16,3	Atendeu plenamente	50,4	50,0	47,0	45,2	45,8
Total	10,6	10,3	11,1	9,6	10,9	Atendeu em parte	11,2	11,3	11,0	10,0	12,0
Destinos mais visitados da UF						Decepcionou	1,6	1,6	1,9	1,6	1,8
Lazer						Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Salvador - BA	65,4	59,3	62,9	63,6	67,4	Infraestrutura	Avaliação positiva (%)		(média)		
Cairu - BA	19,9	20,9	23,4	20,5	25,4	Limpeza pública	75,0	76,3	80,9	80,7	7,2
Negócios, eventos e convenções						Segurança pública	79,7	80,9	82,4	85,6	7,6
Salvador - BA	71,1	85,7	70,0	66,4	78,0	Serviço de táxi	90,5	91,1	91,2	92,7	8,0
Ilhéus - BA	3,0	3,3	2,1	4,4	6,7	Transporte público	73,5	74,9	78,8	81,9	6,9
Outros motivos						Telecomunicações	64,5	62,8	67,7	72,8	7,1
Salvador - BA	65,6	68,3	64,7	66,8	63,7	Sinalização turística	79,3	78,1	82,3	83,7	7,2
Porto Seguro - BA	14,9	14,7	13,7	16,5	16,4	Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%)		(média)		
Destinos mais visitados de outras UFs						Aeroporto	73,8	71,5	75,0	80,3	6,8
Lazer						Rodovias	70,3	75,2	76,7	79,2	7,1
Rio de Janeiro - RJ	10,4	13,1	6,9	7,8	7,8	Restaurante	95,3	93,7	94,1	96,2	8,0
Foz do Iguaçu - PR	3,3	6,6	4,7	5,1	5,3	Alojamento	96,4	95,7	96,7	96,8	8,5
Negócios, eventos e convenções						Diversão noturna	92,0	88,6	91,2	92,1	7,9
São Paulo - SP	7,0	12,7	11,1	10,6	15,1	Serviços turísticos	Avaliação positiva (%)		(média)		
Rio de Janeiro - RJ	15,4	7,8	9,5	7,0	6,2	Guias de turismo	86,3	89,8	90,2	92,2	8,2
Outros motivos						Informação turística	86,1	83,8	87,4	90,0	7,9
São Paulo - SP	11,5	12,4	8,0	12,3	12,2	Hospitalidade	97,2	97,2	97,0	97,3	9,0
Rio de Janeiro - RJ	13,1	14,6	10,7	9,1	9,1	Gastronomia	96,1	94,9	95,0	95,3	8,3
Organização da viagem						Preços	69,8	76,2	73,8	75,7	6,6
Utilização de agência de viagem											
Pacote	24,0	24,2	25,8	30,7	--						
Serviços avulsos	14,6	12,6	13,9	13,1	--						
Não utilizou	61,4	63,2	60,3	56,2	--						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.4. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Ceará - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Fonte de informação ^(7, 8)					
			(%)						(%)		
Argentina	18,9	31,0	33,9	32,5	24,7	Internet	44,3	57,9	55,8	59,5	60,2
Itália	13,6	10,2	7,1	9,0	12,1	Amigos e parentes	32,6	29,0	31,6	30,4	53,1
França	8,9	9,7	11,2	12,8	11,1	Viagem corporativa	8,7	5,8	5,6	4,3	5,4
Portugal	7,2	6,8	5,7	4,8	7,8	Agência de viagens	9,4	5,2	4,2	3,4	8,0
Estados Unidos	4,8	6,0	5,2	7,0	7,3	Guias, brochuras e outras publicações	2,2	1,2	1,0	1,9	2,6
Holanda	3,3	2,5	2,6	4,2	5,6	Feiras, eventos e congressos	1,7	0,1	1,2	0,3	0,8
Alemanha	6,8	5,8	4,9	5,4	4,2	Escritórios brasileiros de turismo	-	-	0,1	-	-
Espanha	2,4	3,4	3,6	1,9	3,4	Outros	1,1	0,8	0,5	0,2	1,6
Suíça	4,4	4,0	4,0	3,4	2,6	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾			(%)		
Chile	2,3	1,6	1,8	2,7	2,5	Pacote turístico	--	--	--	--	8,6
Motivo da viagem ^(2, 3)						Fidelização ao destino					
			(%)						(%)		
Lazer	50,5	59,8	59,2	61,0	57,2	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	77,8
Negócios, eventos e convenções	18,1	11,1	11,2	8,4	9,0	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	18,3
Outros motivos	31,4	29,1	29,6	30,6	33,8	Hospedagem	--	--	--	--	44,8
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)						Intenção de retorno ao Brasil					
			(%)						(%)		
Sol e praia	67,1	75,6	70,9	69,6	59,5	Primeira vez	20,8	21,9	23,5	23,7	23,2
Natureza, ecoturismo ou aventura	11,7	7,1	11,5	9,7	8,4	Outras vezes	79,2	78,1	76,5	76,3	76,8
Cultura	5,3	3,3	3,4	4,1	11,9	Perfil socioeconômico					
Esportes	14,7	12,6	13,6	15,9	19,6				(%)		
Viagem de incentivo	-	0,4	0,2	0,4	0,2	Gênero			(%)		
Outros	1,2	1,0	0,4	0,3	0,4	Masculino	62,3	59,8	55,8	57,6	58,5
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,2	--	--	--	Feminino	37,7	40,2	44,2	42,4	41,5
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,2	0,8	0,4	0,3	0,4	Grupo de idade					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	50,1	56,3	51,4	53,9	54,0	18 a 24 anos	9,6	8,9	11,0	8,0	6,9
Casa de amigos e parentes	27,5	24,0	25,1	25,5	29,4	25 a 31 anos	18,4	17,4	19,1	18,9	17,6
Casa alugada	5,9	7,6	8,8	7,9	7,0	32 a 40 anos	25,5	24,0	22,4	21,4	26,7
Camping ou albergue	3,7	3,2	5,0	4,0	1,9	41 a 50 anos	20,0	26,0	24,7	24,1	22,0
Casa própria	7,5	5,7	5,3	5,6	4,8	51 a 59 anos	17,3	15,9	13,5	17,6	16,0
Resort	3,0	2,7	2,6	1,5	2,1	60 anos ou mais	9,2	7,8	9,3	10,0	10,8
Outros	2,3	0,5	1,8	1,6	0,8	Grau de instrução					
Composição do grupo turístico									(%)		
			(%)			Sem educação formal	0,2	0,1	0,1	-	0,1
Família	20,9	22,3	25,9	22,1	22,7	Fundamental	5,4	3,8	3,5	3,4	3,9
Sozinho	42,1	37,6	37,7	34,4	42,0	Médio	25,4	26,8	29,3	32,0	29,3
Casal sem filhos	19,7	24,4	21,1	27,4	21,4	Superior	43,6	44,7	42,4	41,0	42,5
Amigos	11,8	12,9	13,3	13,6	12,0	Pós-graduação	25,4	24,6	24,7	23,6	24,2
Outros	5,5	2,8	2,0	2,5	1,9	Renda média mensal					
Gasto médio per capita dia no Brasil									(US\$)		
			(US\$)			Familiar	4.570,91	3.848,62	4.285,11	3.924,90	3.885,83
Lazer	64,94	59,97	63,78	69,24	59,19	Individual	3.327,17	2.543,82	2.691,13	2.582,11	2.542,61
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Grau de satisfação em relação à viagem					
Outros motivos	35,03	38,87	38,98	47,62	40,90				(%)		
Total	49,03	52,26	52,72	57,81	51,27	Recomendaria o Brasil			(%)		
Permanência média no Brasil									(%)		
			(pernoites)			Sim	--	--	--	--	94,5
Lazer	18,1	18,8	17,2	14,6	17,2	Não	--	--	--	--	2,6
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Talvez	--	--	--	--	2,9
Outros motivos	31,1	29,8	33,7	25,6	30,0	Nível de satisfação com a viagem					
Total	24,8	22,2	22,0	19,0	21,0				(%)		
Permanência média na UF									(%)		
			(pernoites)			Superou	28,6	30,9	26,8	34,1	34,2
Lazer	10,0	10,7	10,1	8,7	9,8	Atendeu plenamente	52,4	49,5	54,9	49,1	45,0
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Atendeu em parte	16,6	17,3	15,7	14,7	17,5
Outros motivos	18,6	18,1	18,7	16,3	15,2	Decepcionou	2,4	2,3	2,6	2,1	3,3
Total	14,5	13,1	13,2	11,6	11,7	Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Destinos mais visitados da UF									(%)		
			(%)						(%)		
Lazer			(%)			Infraestrutura			(%)		
Fortaleza - CE	65,8	69,8	67,3	66,3	64,0	Limpeza pública	57,9	56,6	61,4	64,7	5,8
Jijoca de Jericoacoara - CE	39,3	39,6	42,5	44,7	42,1	Segurança pública	66,8	70,7	68,8	77,2	6,7
Destinos mais visitados de outras UFs									(%)		
			(%)			Serviço de táxi	89,6	89,6	92,6	93,8	7,9
Lazer			(%)			Transporte público	66,7	73,5	70,9	76,0	6,5
Foz do Iguaçu - PR	5,4	3,5	3,9	4,8	8,6	Telecomunicações	65,8	65,2	70,7	77,5	7,1
Rio de Janeiro - RJ	12,1	9,4	6,8	6,9	6,3	Sinalização turística	71,0	73,0	77,9	82,7	6,7
Organização da viagem									(%)		
			(%)			Infraestrutura turística			(%)		
Utilização de agência de viagem			(%)			Aeroporto	86,6	83,9	84,9	83,5	7,3
Pacote	6,3	9,2	8,6	5,6	--	Rodovias	58,3	52,5	61,1	57,3	5,5
Serviços avulsos	21,9	18,9	16,6	13,9	--	Restaurante	95,5	93,6	94,8	94,8	7,8
Não utilizou	71,8	71,9	74,8	80,5	--	Alojamento	96,0	94,6	94,4	97,0	8,3
Destinos mais visitados de outras UFs									(%)		
			(%)			Diversão noturna	89,0	86,5	91,0	89,1	7,7
São Paulo - SP	5,5	6,4	5,7	8,5	10,7	Serviços turísticos			(%)		
Rio de Janeiro - RJ	4,7	9,7	7,5	3,5	7,6	Avaliação positiva (%)			(%)		
Organização da viagem									(%)		
			(%)			Guias de turismo	83,7	82,9	89,9	88,8	7,6
Utilização de agência de viagem			(%)			Informação turística	81,0	82,2	81,6	86,9	7,1
Pacote	6,3	9,2	8,6	5,6	--	Hospitalidade	95,9	97,5	97,7	98,5	8,8
Serviços avulsos	21,9	18,9	16,6	13,9	--	Gastronomia	96,0	94,1	95,6	96,5	8,1
Não utilizou	71,8	71,9	74,8	80,5	--	Preços	72,7	79,0	77,6	79,9	7,0

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.5. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Distrito Federal - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Fonte de informação ^(7, 8)					
	(%)						(%)				
Argentina	14,0	11,2	14,4	13,0	18,4	Internet	37,2	32,3	43,2	48,9	41,7
Estados Unidos	20,0	19,3	20,0	22,1	18,2	Amigos e parentes	37,5	41,5	32,7	32,2	43,6
França	3,7	5,9	5,0	4,2	7,0	Viagem corporativa	15,4	20,5	18,1	15,6	26,3
Chile	4,6	3,4	4,1	2,4	4,4	Agência de viagens	3,5	2,3	2,3	0,6	6,8
Uruguai	1,4	0,4	2,1	1,1	3,7	Guias, brochuras e outras publicações	2,4	1,1	1,8	0,3	3,1
Portugal	2,3	2,8	4,2	4,3	3,5	Feiras, eventos e congressos	3,1	0,5	0,8	1,8	3,6
Colômbia	1,8	7,9	5,5	3,0	3,1	Escritórios brasileiros de turismo	-	-	0,2	-	0,3
Espanha	2,0	3,9	2,2	3,7	3,1	Outros	0,9	1,8	0,9	0,6	3,2
Paraguai	3,0	2,2	2,6	0,6	2,8	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾	(%)				
Reino Unido	2,3	1,4	2,0	2,9	2,7	Pacote turístico	-	-	-	-	3,6
Motivo da viagem ^(2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
	(%)						(%)				
Lazer	13,8	8,9	9,6	9,4	8,1	Transporte aéreo no Brasil	-	-	-	-	80,0
Negócios, eventos e convenções	27,1	29,3	34,5	25,4	29,0	Hospedagem	-	-	-	-	30,5
Outros motivos	59,1	61,8	55,9	65,2	62,9	Locação de veículos	-	-	-	-	27,6
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)						Locação de veículos					
	(%)						(%)				
Sol e praia	17,4	27,0	16,3	15,5	19,5	Atrativos, passeios ou guias de turismo	-	-	-	-	5,1
Natureza, ecoturismo ou aventura	36,8	25,8	39,7	40,5	25,3	Outros	-	-	-	-	1,1
Cultura	37,8	38,4	32,8	36,7	44,6	Fidelização ao destino	(%)				
Esportes	5,9	-	8,9	3,7	10,6	Frequência de visita ao Brasil	(%)				
Viagem de incentivo	-	-	-	1,8	-	Primeira vez	26,7	27,8	26,0	27,0	27,4
Outros	2,1	8,8	2,3	1,8	-	Outras vezes	73,3	72,2	74,0	73,0	72,6
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	-	3,5	-	-	-	Intenção de retorno ao Brasil					
<i>Outras motivações de lazer</i>	2,1	5,3	2,3	1,8	-	(%)					
	(%)										
Sim						92,7					
Não						7,3					
Tipo de alojamento utilizado						Perfil socioeconômico					
	(%)					(%)					
Hotel, flat ou pousada	26,4	30,9	37,1	30,1	35,4	Gênero	(%)				
Casa de amigos e parentes	66,2	59,4	52,5	56,7	55,0	Masculino	55,3	52,3	59,2	46,7	52,6
Casa alugada	0,9	2,9	1,4	3,7	2,1	Feminino	44,7	47,7	40,8	53,3	47,4
Camping ou albergue	1,5	1,2	0,7	0,9	0,7	Grupo de idade					
Casa própria	4,4	4,9	3,6	6,1	5,4	(%)					
Resort	-	-	0,7	-	-	18 a 24 anos	18,4	13,5	12,2	15,8	15,1
Outros	0,6	0,7	4,0	2,5	1,4	25 a 31 anos	13,6	22,8	17,5	20,1	19,3
Composição do grupo turístico						32 a 40 anos					
	(%)					(%)					
Família	12,0	13,3	14,1	18,5	12,1	41 a 50 anos	19,7	19,8	20,0	17,8	20,1
Sozinho	62,4	66,9	60,5	64,7	60,2	51 a 59 anos	21,9	16,2	15,6	13,2	11,4
Casal sem filhos	9,2	8,1	9,3	9,9	9,5	60 anos ou mais	6,9	9,2	11,5	12,1	8,8
Amigos	7,0	4,5	5,7	2,4	6,6	Grau de instrução					
Outros	9,4	7,2	10,4	4,5	11,6	(%)					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
	(US\$)					(US\$)					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Fundamental	2,3	1,5	1,9	0,8	0,7
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Médio	22,8	17,2	17,7	20,6	23,2
Outros motivos	(6)	31,0	34,1	35,1	35,3	Superior	38,8	43,9	39,2	40,8	35,2
Total	42,5	41,4	46,7	39,1	40,3	Pós-graduação	36,1	37,4	41,0	37,8	40,6
Permanência média no Brasil						Renda média mensal					
	(pernoites)					(US\$)					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Familiar	5.064,18	4.474,93	4.944,77	4.535,89	4.017,20
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Individual	3.219,12	2.639,91	2.812,55	3.013,89	2.664,18
Outros motivos	(6)	29,4	29,4	29,6	32,8	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	21,5	25,5	24,8	25,7	26,7	(%)					
Permanência média na UF						Recomendaria o Brasil					
	(pernoites)					(%)					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Sim	-	-	-	-	93,2
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Não	-	-	-	-	1,4
Outros motivos	(6)	17,5	18,0	18,9	17,8	Talvez	-	-	-	-	5,4
Total	11,6	12,6	13,5	14,5	13,5	Nível de satisfação com a viagem					
Destinos mais visitados da UF						(%)					
Lazer	(%)										
Brasília - DF	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	Superou	31,3	24,2	27,9	23,1	29,6
-	-	-	-	-	-	Atendeu plenamente	51,7	55,2	56,4	58,0	52,1
Negócios, eventos e convenções						Atendeu em parte					
	(%)					(%)					
Brasília - DF	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	Decepcionou	14,9	15,0	13,5	16,7	16,3
-	-	-	-	-	-	Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Outros motivos						Avaliação positiva (%)					
	(%)					(média)					
Brasília - DF	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	Infraestrutura	84,5	84,2	86,7	85,3	7,8
-	-	-	-	-	-	Limpeza pública	80,9	79,4	77,5	72,2	7,4
Destinos mais visitados de outras UFs						Segurança pública					
Lazer	(%)					Serviço de táxi					
Salvador - BA	-	2,6	6,9	2,1	15,6	Transporte público	81,8	75,3	85,1	86,6	7,9
São Paulo - SP	17,7	16,3	11,4	15,2	14,0	Telecomunicações	51,2	63,2	56,5	45,4	5,4
Negócios, eventos e convenções						Sinalização turística					
	(%)					Avaliação positiva (%)					
São Paulo - SP	14,5	19,1	10,3	13,4	12,2	Infraestrutura turística	74,2	76,3	76,3	79,1	7,2
Rio de Janeiro - RJ	9,7	11,5	7,4	8,5	6,4	Aeroporto	90,4	92,4	90,5	90,0	8,3
Outros motivos						Rodovias					
	(%)					Restaurante					
Rio de Janeiro - RJ	13,3	13,0	15,9	15,0	14,8	Alojamento	97,1	94,4	97,7	97,4	8,3
São Paulo - SP	10,8	9,7	10,7	9,4	14,4	Diversão noturna	97,7	95,5	95,2	95,5	8,4
Organização da viagem						Serviços turísticos					
	(%)					Avaliação positiva (%)					
Pacote	0,9	1,5	1,8	0,6	-	Guias de turismo	88,4	93,9	86,6	81,1	7,5
Serviços avulsos	14,9	10,3	16,3	16,7	-	Informação turística	82,5	80,6	83,1	80,7	7,5
Não utilizou	84,2	88,2	81,9	82,7	-	Hospitalidade	98,6	94,1	97,6	95,5	8,9
						Gastronomia					
						Preços					
						52,9					
						59,8					
						53,1					
						55,6					
						6,5					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.6. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Espírito Santo - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Fonte de informação ^(7, 8)					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Estados Unidos	28,6	21,7	19,1	25,2	20,7	Internet	24,4	28,3	35,7	42,8	40,1
Portugal	10,2	10,5	7,1	6,4	13,0	Amigos e parentes	42,7	40,5	42,5	35,9	60,2
Itália	8,0	6,8	10,3	10,1	10,3	Viagem corporativa	25,2	21,4	15,6	10,8	11,0
França	3,0	2,8	3,1	2,6	6,3	Agência de viagens	6,7	5,1	2,4	1,0	6,4
Reino Unido	5,3	6,1	6,7	6,1	5,8	Guias, brochuras e outras publicações	0,4	1,2	1,3	1,3	3,8
Colômbia	0,8	3,4	3,0	2,6	4,3	Feiras, eventos e congressos	0,6	1,5	0,6	2,0	0,7
Argentina	5,8	8,0	9,4	5,7	3,5	Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	-	1,2
Chile	1,3	1,7	3,4	2,6	3,5	Outros	-	2,0	1,9	6,2	4,6
China	0,5	1,8	1,5	2,3	3,2	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾	(%)				
Espanha	3,9	6,1	6,1	5,0	2,9	Pacote turístico	--	--	--	--	0,7
Motivo da viagem ^(2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Lazer	11,3	14,9	13,6	12,8	14,3	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	34,1
Negócios, eventos e convenções	24,3	23,6	17,3	17,0	14,7	Hospedagem	--	--	--	--	19,4
Outros motivos	64,4	61,5	69,1	70,2	71,0	Locação de veículos	--	--	--	--	9,2
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)						Atrativos, passeios ou guias de turismo					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Sol e praia	64,0	55,5	70,0	49,3	46,1	Outros	--	--	--	--	2,1
Natureza, ecoturismo ou aventura	8,1	21,3	7,8	14,4	23,5	Fidelização ao destino					
Cultura	25,4	14,7	15,6	26,3	23,8	Frequência de visita ao Brasil					
Esportes	2,5	8,5	6,0	10,0	6,6	(%)					
Viagem de incentivo	-	-	-	-	-	Primeira vez	14,6	16,5	21,9	26,2	29,3
Outros	-	-	0,6	-	-	Outras vezes	85,4	83,5	78,1	73,8	70,7
Lazer relacionado a grandes eventos	-	-	-	-	-	Intenção de retorno ao Brasil					
Outras motivações de lazer	-	-	0,6	-	-	(%)					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Sim	93,6	96,0	96,3	93,6	--
Tipo de alojamento utilizado						Não					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Hotel, flat ou pousada	24,6	23,5	21,2	17,0	18,7	Perfil socioeconômico					
Casa de amigos e parentes	65,3	60,9	59,0	66,6	61,8	Gênero					
Casa alugada	2,6	4,9	3,0	1,5	3,8	(%)					
Camping ou albergue	0,4	0,3	1,0	0,3	1,0	Masculino	56,9	52,7	57,5	55,1	57,9
Casa própria	5,6	7,7	10,1	10,8	13,0	Feminino	43,1	47,3	42,5	44,9	42,1
Resort	-	0,2	-	0,2	0,2	Grupo de idade					
Outros	1,5	2,5	5,7	3,6	1,5	(%)					
Composição do grupo turístico						18 a 24 anos					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Família	17,1	17,9	20,0	19,8	14,4	25 a 31 anos	14,4	13,4	17,6	15,7	16,9
Sozinho	61,2	59,2	60,2	56,9	59,9	32 a 40 anos	27,6	26,2	23,1	23,6	23,4
Casal sem filhos	12,7	12,1	9,2	13,1	17,3	41 a 50 anos	23,8	21,4	22,5	23,9	19,4
Amigos	3,6	6,4	5,6	4,6	3,8	51 a 59 anos	15,3	16,4	16,7	14,5	16,0
Outros	5,4	4,4	5,0	5,6	4,6	60 anos ou mais	10,1	9,8	6,5	9,8	10,6
Gasto médio per capita dia no Brasil						Grau de instrução					
	(US\$)	(US\$)	(US\$)	(US\$)	(US\$)	(%)					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Sem educação formal	0,2	0,5	-	0,3	-
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Fundamental	6,6	5,9	5,0	4,2	4,7
Outros motivos	40,68	32,46	34,82	38,70	35,53	Médio	35,8	33,1	36,5	32,3	35,5
Total	44,47	38,31	39,56	42,73	36,54	Superior	36,7	41,3	38,8	41,9	40,1
Permanência média no Brasil						Pós-graduação					
	(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)		(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Renda média mensal	(US\$)				
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Familiar	5.075,97	4.430,46	4.554,42	4.838,69	4.023,66
Outros motivos	27,2	33,3	37,3	30,0	29,4	Individual	3.787,75	2.701,38	2.697,29	3.109,52	2.589,27
Total	28,8	32,5	31,9	29,8	27,9	Grau de satisfação em relação à viagem					
Permanência média na UF						Recomendaria o Brasil					
	(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)	(pernoites)	(%)					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Sim	--	--	--	--	89,4
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Não	--	--	--	--	4,4
Outros motivos	17,0	20,6	22,3	18,5	18,3	Talvez	--	--	--	--	6,2
Total	16,5	19,4	17,9	18,0	16,6	Nível de satisfação com a viagem					
Destinos mais visitados da UF						(%)					
Lazer	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Superou	23,1	27,0	30,7	28,0	27,3
Vitória - ES	73,0	60,4	64,1	69,0	56,9	Atendeu plenamente	52,3	47,8	46,1	51,6	49,5
Vila Velha - ES	5,1	11,5	16,4	9,6	16,5	Atendeu em parte	21,6	19,8	19,4	17,0	20,4
Negócios, eventos e convenções						Decepcionou					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Vitória - ES	81,4	86,6	91,5	75,5	85,1	Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Vila Velha - ES	3,5	4,0	2,5	6,4	5,8	Avaliação positiva (%)					
Outros motivos						(média)					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Infraestrutura	75,1	75,8	75,8	75,1	7,1
Vitória - ES	73,7	70,0	68,4	67,8	66,3	Limpeza pública	68,4	68,8	64,3	63,3	6,9
Vila Velha - ES	11,3	8,6	7,8	13,5	12,4	Segurança pública	89,9	83,4	79,9	86,0	7,6
Destinos mais visitados de outras UFs						Serviço de táxi					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Lazer	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Transporte público	66,1	60,5	61,7	66,0	6,2
Rio de Janeiro - RJ	21,4	27,1	37,4	28,9	26,0	Telecomunicações	53,7	59,0	58,0	67,4	6,6
Governador Valadares - MG	-	1,2	2,7	-	11,2	Sinalização turística	56,1	63,7	70,2	69,6	6,5
Negócios, eventos e convenções						Infraestrutura turística					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
São Paulo - SP	6,0	8,9	8,5	4,9	21,6	Aeroporto	--	--	--	--	--
Rio de Janeiro - RJ	23,4	15,2	16,3	8,3	15,6	Rodovias	48,4	49,7	50,6	46,5	5,6
Outros motivos						Restaurante					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Rio de Janeiro - RJ	17,7	15,1	21,2	15,9	18,7	Alojamento	90,1	91,2	94,2	93,3	7,9
São Paulo - SP	7,9	7,1	8,0	10,4	8,4	Diversão noturna	94,9	93,3	97,1	94,4	7,8
Organização da viagem						Serviços turísticos					
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Pacote	0,2	1,5	1,4	1,3	--	Guias de turismo	66,5	73,6	74,2	78,8	6,1
Serviços avulsos	19,2	24,1	17,6	21,5	--	Informação turística	75,0	71,1	74,8	78,0	6,8
Não utilizou	80,6	74,4	81,0	77,2	--	Hospitalidade	95,6	94,5	96,7	94,9	8,9
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Gastronomia	93,2	94,3	96,9	96,5	8,5
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Preços	57,6	56,5	63,8	63,7	6,7

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.7. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Goiás - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾	(%)						Fonte de informação ^(7, 8)				
Estados Unidos	22,9	18,0	22,0	22,7	20,9	Internet	30,9	33,0	32,1	41,5	32,2
Portugal	7,2	5,5	6,9	8,5	10,3	Amigos e parentes	53,5	51,6	46,0	50,7	73,2
Espanha	9,1	9,6	8,6	8,3	8,0	Viagem corporativa	9,9	8,1	13,8	3,6	9,0
França	5,6	3,9	7,3	5,0	6,6	Agência de viagens	3,3	6,8	3,7	3,1	5,9
Argentina	10,2	10,8	8,0	7,8	6,5	Guias, brochuras e outras publicações	0,6	0,0	0,7	0,8	2,5
Reino Unido	3,1	5,4	7,2	6,6	5,5	Feiras, eventos e congressos	0,2	-	2,6	-	1,8
Paraguai	2,1	3,0	1,5	1,6	4,5	Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	-	-
Itália	3,6	3,0	4,9	3,4	4,2	Outros	1,6	0,5	1,1	0,3	1,6
Bolívia	3,4	3,2	2,9	2,4	3,6	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾	(%)				
Suíça	4,1	4,9	5,1	4,3	3,6	Pacote turístico	--	--	--	--	3,3
Motivo da viagem ^(2, 3)	(%)					Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	84,2
Lazer	8,9	8,2	11,0	7,7	8,7	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	25,7
Negócios, eventos e convenções	11,8	11,8	12,0	6,1	10,4	Hospedagem	--	--	--	--	13,7
Outros motivos	79,3	80,0	77,0	86,2	80,9	Locação de veículos	--	--	--	--	5,4
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)	(%)					Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	0,9
Sol e praia	21,8	8,3	19,1	19,3	15,8	Outros	--	--	--	--	2,1
Natureza, ecoturismo ou aventura	49,8	44,0	51,2	40,9	55,1	Fidelização ao destino					
Cultura	24,1	29,2	12,5	24,0	25,0	Frequência de visita ao Brasil	(%)				
Esportes	4,3	-	13,1	7,8	2,0	Primeira vez	18,8	14,5	18,2	22,8	18,8
Viagem de incentivo	-	-	-	-	-	Outras vezes	81,2	85,5	81,8	77,2	81,2
Outros	0,0	18,5	4,1	8,0	2,1	Intenção de retorno ao Brasil	(%)				
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	-	-	-	-	-	Sim	94,2	96,0	96,5	94,5	-
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,0	18,5	4,1	8,0	2,1	Não	5,8	4,0	3,5	5,5	-
Tipo de alojamento utilizado	(%)					Perfil socioeconômico					
Hotel, flat ou pousada	19,2	22,3	22,2	16,8	16,8	Gênero	(%)				
Casa de amigos e parentes	69,6	66,9	64,3	69,6	67,9	Masculino	51,8	44,2	48,3	44,5	53,9
Casa alugada	1,6	1,7	1,6	2,2	2,3	Feminino	48,2	55,8	51,7	55,5	46,1
Camping ou albergue	0,4	-	0,9	0,7	1,1	Grupo de idade	(%)				
Casa própria	7,7	7,8	9,2	9,6	9,8	18 a 24 anos	10,9	15,0	14,8	13,6	7,9
Resort	0,6	-	-	0,2	0,7	25 a 31 anos	22,0	15,1	15,2	16,3	15,4
Outros	1,0	1,3	1,8	0,9	1,4	32 a 40 anos	24,3	19,1	20,9	17,7	22,9
Composição do grupo turístico	(%)					41 a 50 anos	22,6	26,3	25,5	22,4	27,7
Família	25,1	22,2	22,1	22,6	23,3	51 a 59 anos	12,4	15,4	14,4	19,6	17,9
Sozinho	52,3	60,4	56,1	57,2	49,7	60 anos ou mais	7,8	9,1	9,2	10,4	8,2
Casal sem filhos	15,0	12,2	13,3	15,4	17,9	Grau de instrução	(%)				
Amigos	4,4	3,1	3,6	3,7	6,0	Sem educação formal	0,4	-	0,4	-	0,3
Outros	3,2	2,1	4,9	1,1	3,1	Fundamental	10,9	7,6	4,8	5,6	8,1
Gasto médio per capita dia no Brasil	(US\$)					Médio	38,1	38,1	42,4	39,1	37,7
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Superior	35,7	37,3	34,5	38,0	35,1
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Pós-graduação	14,9	17,0	17,9	17,3	18,8
Outros motivos	39,71	49,04	46,95	41,06	37,16	Renda média mensal	(US\$)				
Total	42,17	49,21	48,69	42,52	39,25	Familiar	4.563,78	4.118,69	4.747,13	4.512,14	3.898,39
Permanência média no Brasil	(pernoites)					Individual	3.119,92	2.530,22	2.784,64	2.872,82	2.576,87
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Grau de satisfação em relação à viagem					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Recomendaria o Brasil	(%)				
Outros motivos	34,6	30,1	36,2	30,0	34,6	Sim	--	--	--	--	88,9
Total	32,9	27,9	31,9	29,1	32,1	Não	--	--	--	--	3,1
Permanência média na UF	(pernoites)					Talvez	--	--	--	--	8,0
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Nível de satisfação com a viagem	(%)				
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Superou	27,3	28,9	27,7	23,3	26,4
Outros motivos	22,3	18,6	21,8	18,3	19,6	Atendeu plenamente	47,9	47,0	49,2	53,5	48,0
Total	19,3	16,5	18,0	17,5	17,3	Atendeu em parte	18,7	19,8	19,4	19,9	22,7
Destinos mais visitados da UF	(%)					Decepcionou	6,1	4,3	3,7	3,3	2,9
Lazer						Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Goiânia - GO	50,7	46,3	39,2	54,0	41,6	Infraestrutura	Avaliação positiva (%) (média)				
Alto Paraíso de Goiás - GO	20,4	10,9	19,1	25,3	21,1	Limpeza pública	61,6	54,1	63,5	60,3	6,2
Negócios, eventos e convenções	(%)					Segurança pública	56,0	49,0	54,7	55,4	6,2
Goiânia - GO	67,3	59,5	60,8	62,5	58,4	Serviço de táxi	83,0	82,4	84,3	84,4	7,6
Goiás - GO	-	2,4	1,7	1,2	9,2	Transporte público	41,8	32,1	35,9	34,7	5,2
Outros motivos	(%)					Telecomunicações	58,2	52,4	61,0	61,2	6,5
Goiânia - GO	60,6	63,8	60,8	64,6	62,1	Sinalização turística	54,1	49,7	54,4	56,4	5,6
Caldas Novas - GO	10,9	11,4	12,0	15,1	13,5	Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%) (média)				
Destinos mais visitados de outras UFs	(%)					Aeroporto	--	--	--	--	--
Lazer						Rodovias	58,0	51,7	52,4	48,9	5,1
Brasília - DF	23,8	8,2	13,3	14,0	21,5	Restaurante	94,3	91,7	95,8	93,6	8,0
São Paulo - SP	8,2	7,8	6,1	7,6	15,4	Alojamento	92,7	95,7	98,5	97,0	8,3
Negócios, eventos e convenções	(%)					Diversão noturna	86,7	81,3	81,3	84,5	7,6
São Paulo - SP	5,6	16,3	9,0	11,5	20,3	Serviços turísticos	Avaliação positiva (%) (média)				
Rio de Janeiro - RJ	9,0	3,9	2,4	-	6,3	Guias de turismo	84,9	84,1	76,9	79,5	6,8
Outros motivos	(%)					Informação turística	71,5	81,2	77,6	67,7	6,4
Brasília - DF	12,8	10,0	9,8	7,2	11,7	Hospitalidade	93,2	94,1	95,7	95,7	8,8
São Paulo - SP	5,3	6,1	7,6	8,4	8,8	Gastronomia	97,8	95,8	96,9	98,0	8,6
Organização da viagem	(%)					Preços	61,5	58,8	66,0	69,7	6,3
Utilização de agência de viagem	(%)										
Pacote	2,8	2,5	1,1	1,7	--						
Serviços avulsos	22,9	18,7	19,9	21,0	--						
Não utilizou	74,3	78,8	79,0	77,3	--						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.9. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Mato Grosso do Sul - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Fonte de informação (7, 8)					
Bolívia	11,2	20,7	20,8	32,4	26,2	Internet	29,4	40,1	36,6	44,3	45,9
Paraguai	25,5	27,0	29,0	17,9	18,4	Amigos e parentes	47,1	49,5	50,2	44,5	60,1
Japão	1,7	1,4	1,6	2,2	7,0	Viagem corporativa	11,7	2,4	4,9	4,7	5,4
Argentina	6,6	5,1	7,7	2,3	6,2	Agência de viagens	2,8	3,9	2,5	2,8	9,2
Estados Unidos	7,1	3,8	4,5	6,1	4,4	Guias, brochuras e outras publicações	5,7	3,0	1,7	1,8	6,1
Reino Unido	6,2	6,4	3,9	2,3	4,3	Feiras, eventos e congressos	1,2	-	4,1	1,3	1,8
Portugal	4,0	4,2	4,6	3,3	3,3	Escritórios brasileiros de turismo	0,5	-	-	-	0,4
França	2,9	0,3	3,1	2,2	3,3	Outros	1,6	1,1	-	0,6	2,7
Espanha	6,2	2,4	3,1	4,1	3,2	Serviços adquiridos fora do Brasil (9)					
Alemanha	3,6	3,8	2,2	6,1	2,4	Pacote turístico	--	--	--	--	16,4
Motivo da viagem (2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
Lazer	33,4	52,9	42,7	40,8	38,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	30,5
Negócios, eventos e convenções	14,6	3,3	7,3	9,4	9,1	Hospedagem	--	--	--	--	19,1
Outros motivos	52,0	43,8	50,0	49,8	52,0	Locação de veículos	--	--	--	--	5,6
Motivação da viagem a lazer (4, 5)						Atrativos, passeios ou guias de turismo					
Sol e praia	7,5	6,4	6,7	4,6	8,6	Outros	--	--	--	--	2,1
Natureza, ecoturismo ou aventura	66,1	82,4	66,5	75,9	67,6	Fidelização ao destino					
Cultura	15,9	11,2	10,0	18,4	20,9	Frequência de visita ao Brasil					
Esportes	3,5	-	16,8	1,1	1,9	Primeira vez	26,8	23,8	26,5	33,5	27,0
Viagem de incentivo	1,4	-	-	-	-	Outras vezes	73,2	76,2	73,5	66,5	73,0
Outros	5,6	-	-	-	1,0	Intenção de retorno ao Brasil					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>						Sim					
<i>Outras motivações de lazer</i>						Não					
	5,6	-	-	-	1,0		96,3	96,0	96,5	94,9	--
Tipo de alojamento utilizado						Perfil socioeconômico					
Hotel, flat ou pousada	36,7	44,2	40,3	37,7	33,3	Gênero					
Casa de amigos e parentes	54,1	37,2	43,4	45,0	48,5	Masculino					
Casa alugada	1,4	1,9	0,9	1,8	2,4	Feminino					
Camping ou albergue	2,2	8,4	7,0	7,3	7,1	Grupo de idade					
Casa própria	1,9	3,9	3,3	2,0	2,8	18 a 24 anos					
Resort	0,5	2,3	0,6	0,8	3,6	25 a 31 anos					
Outros	3,2	2,1	4,5	5,4	2,3	32 a 40 anos					
Composição do grupo turístico						41 a 50 anos					
Família	33,0	42,3	33,5	32,1	34,4	51 a 59 anos					
Sozinho	41,9	32,7	31,9	36,4	39,5	60 anos ou mais					
Casal sem filhos	11,5	15,0	14,7	17,6	18,0	Grau de instrução					
Amigos	7,9	9,3	15,0	11,8	6,3	Sem educação formal					
Outros	5,7	0,7	4,9	2,1	1,8	Fundamental					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Médio					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Superior					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Pós-graduação					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Renda média mensal					
Total	39,02	48,23	47,99	43,00	45,01	Familiar					
Permanência média no Brasil						Individual					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	3.159,08 2.846,62 3.079,22 2.586,59 2.966,39					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	2.236,14 1.934,91 1.824,27 1.625,86 2.177,92					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	20,0	14,4	16,6	12,4	19,6	Recomendaria o Brasil					
Permanência média na UF						Sim					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Não					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Talvez					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Nível de satisfação com a viagem					
Total	9,7	7,9	8,9	7,7	10,0	Superou					
Destinos mais visitados da UF						Atendeu plenamente					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Atendeu em parte					
Bonito - MS	53,3	57,2	40,5	56,5	48,4	Decepcionou					
Campo Grande - MS	41,9	39,7	43,7	45,5	41,1	2,3 2,1 1,9 1,7 4,7					
Negócios, eventos e convenções						Avaliação da viagem (10)					
Campo Grande - MS	52,5	40,6	66,9	63,2	68,5	Infraestrutura					
Bonito - MS	4,0	28,4	4,9	-	8,1	Avaliação positiva (%)					
Outros motivos						Limpeza pública					
Campo Grande - MS	49,8	58,5	61,8	65,3	62,0	Segurança pública					
Bonito - MS	11,2	18,4	10,3	12,5	16,9	Serviço de táxi					
Destinos mais visitados de outras UF's						Transporte público					
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Telecomunicações					
Foz do Iguaçu - PR	14,4	12,4	12,8	15,1	25,5	Sinalização turística					
Rio de Janeiro - RJ	10,2	11,6	11,7	10,4	21,6	Infraestrutura turística					
Negócios, eventos e convenções						Avaliação positiva (%)					
São Paulo - SP	13,8	4,7	10,6	10,3	13,6	Aeroporto					
Cuiabá - MT	-	10,0	-	-	5,5	Rodovias					
Outros motivos						Restaurante					
São Paulo - SP	6,8	8,1	11,9	10,2	14,3	Alojamento					
Rio de Janeiro - RJ	4,3	2,8	5,4	2,3	4,0	Diversão noturna					
Organização da viagem						Serviços turísticos					
Utilização de agência de viagem						Avaliação positiva (%)					
Pacote	2,5	3,2	1,8	3,0	--	Guias de turismo					
Serviços avulsos	9,5	8,9	9,6	11,4	--	Informação turística					
Não utilizou	88,0	87,9	88,6	85,6	--	Hospitalidade					
						Gastronomia					
						Preços					
						85,8 94,5 91,6 91,2 8,8					
						89,7 90,0 88,3 89,3 8,5					
						96,8 95,2 99,6 96,7 9,1					
						98,4 97,8 96,8 97,2 8,8					
						68,1 72,0 63,5 72,5 7,1					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.10. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Pará - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Fonte de informação ^(7, 8)					
	(%)						(%)				
Suriname	4,1	12,0	12,5	9,0	15,1	Internet	30,1	23,1	33,6	40,4	42,8
França	21,6	29,5	15,1	17,9	13,4	Amigos e parentes	50,4	36,1	41,7	44,7	47,4
Estados Unidos	7,9	7,9	7,9	12,7	11,1	Viagem corporativa	15,7	16,1	11,3	5,6	16,2
Portugal	3,9	2,6	5,3	8,6	8,1	Agência de viagens	2,4	15,0	6,1	6,7	5,0
Argentina	12,8	5,6	8,4	12,4	7,7	Guias, brochuras e outras publicações	0,5	6,2	5,1	2,6	3,5
Alemanha	3,4	5,0	4,3	6,7	5,2	Feiras, eventos e congressos	0,5	0,8	0,8	-	-
Espanha	2,8	2,5	4,0	2,7	4,3	Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	-	-
Japão	2,9	2,1	0,6	1,9	3,0	Outros	0,4	2,7	1,4	-	2,9
Austrália	-	0,4	0,5	0,2	2,8	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾	(%)				
Itália	4,4	3,6	3,9	3,3	2,7	Pacote turístico	-	-	-	-	2,4
Motivo da viagem ^(2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
	(%)						(%)				
Lazer	13,6	29,8	17,2	15,6	19,7	Transporte aéreo no Brasil	-	-	-	-	89,5
Negócios, eventos e convenções	15,1	19,1	17,2	9,6	21,0	Hospedagem	-	-	-	-	29,0
Outros motivos	71,3	51,1	65,6	74,8	59,3	Locação de veículos	-	-	-	-	5,7
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)						Atrativos, passeios ou guias de turismo					
	(%)						(%)				
Sol e praia	32,5	41,0	42,1	25,7	15,7	Outros	-	-	-	-	0,6
Natureza, ecoturismo ou aventura	33,1	28,9	35,7	45,3	47,0	Fidelização ao destino					
Cultura	27,9	28,6	22,2	24,2	37,3	Frequência de visita ao Brasil					
Esportes	2,0	1,5	-	4,8	-		(%)				
Viagem de incentivo	-	-	-	-	-	Primeira vez	22,6	16,3	21,0	32,1	22,6
Outros	4,5	-	-	-	-	Outras vezes	77,4	83,7	79,0	67,9	77,4
Lazer relacionado a grandes eventos	-	-	-	-	-	Intenção de retorno ao Brasil					
Outras motivações de lazer	4,5	-	-	-	-		(%)				
	(%)						(%)				
Sim	95,5	95,4	94,6	95,6	-	Perfil socioeconômico					
Não	4,5	4,6	5,4	4,4	-	Gênero					
Tipo de alojamento utilizado						Masculino					
	(%)						(%)				
Hotel, flat ou pousada	15,5	36,8	30,2	21,1	36,3	Feminino	45,7	53,4	56,2	54,6	47,9
Casa de amigos e parentes	72,3	56,6	58,3	61,9	49,0	Grupo de idade					
Casa alugada	1,5	1,5	4,3	3,4	1,0		(%)				
Camping ou albergue	4,7	1,3	0,6	1,4	2,2	18 a 24 anos	22,2	8,1	13,3	15,1	10,7
Casa própria	3,8	1,6	4,4	9,7	9,7	25 a 31 anos	20,3	19,7	13,8	15,2	14,7
Resort	0,3	-	-	-	-	32 a 40 anos	22,7	21,6	25,8	22,7	23,8
Outros	1,9	2,2	2,2	2,5	1,8	41 a 50 anos	12,2	21,4	21,6	22,5	21,8
Composição do grupo turístico						51 a 59 anos					
	(%)						(%)				
Família	14,3	29,8	21,7	19,2	13,5	60 anos ou mais	9,3	11,4	12,6	8,4	11,5
Sozinho	61,8	44,2	56,1	62,9	61,4	Grau de instrução					
Casal sem filhos	15,7	14,2	10,4	10,2	14,0		(%)				
Amigos	4,8	6,1	6,1	5,9	5,3	Sem educação formal	0,4	0,5	1,4	-	1,2
Outros	3,4	5,7	5,7	1,8	5,8	Fundamental	10,2	9,5	8,9	8,0	3,5
Gasto médio per capita dia no Brasil						Médio					
	(US\$)						(US\$)				
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Médio	35,3	32,2	35,8	33,2	39,3
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Superior	32,2	37,6	36,4	30,9	31,0
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Pós-graduação	21,9	20,2	17,5	27,9	25,0
Total	38,78	36,34	36,25	(6)	45,67	Renda média mensal					
Permanência média no Brasil						Familiar					
	(pernoites)						(US\$)				
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	3.693,76	3.933,42	3.212,42	3.581,78	3.458,82	
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Individual	2.425,91	2.432,91	1.906,35	2.206,36	2.330,03
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	29,9	30,7	31,2	(6)	25,1	Recomendaria o Brasil					
Permanência média na UF						Sim					
	(pernoites)						(%)				
Lazer	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	-	-	-	-	-	89,4
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Não	-	-	-	-	4,6
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Talvez	-	-	-	-	6,0
Total	17,2	17,2	18,4	(6)	13,7	Nível de satisfação com a viagem					
Destinos mais visitados da UF						Superou					
	(%)						(%)				
Lazer						23,9	22,9	20,9	25,3	23,6	
Belém - PA	71,1	87,3	81,4	78,2	83,6	Atendeu plenamente	52,7	54,1	49,4	49,6	38,1
Santarém - PA	23,1	13,0	28,0	28,9	20,2	Atendeu em parte	14,6	20,6	20,7	21,6	30,9
Negócios, eventos e convenções						Decepcionou					
	(%)						(%)				
Belém - PA	70,3	77,2	63,6	60,1	65,8	8,8	2,4	9,0	3,5	7,4	
Santarém - PA	10,0	4,1	11,6	7,1	8,7	Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Outros motivos						Infraestrutura					
Belém - PA	68,0	80,8	64,8	69,8	74,8		Avaliação positiva (%)				
Santarém - PA	7,2	9,5	8,9	10,7	11,0		(média)				
Destinos mais visitados de outras UFs						Limpeza pública					
	(%)						Avaliação positiva (%)				
Lazer							(média)				
Manaus - AM	9,1	7,4	8,9	28,2	26,9	Segurança pública	41,9	42,5	40,9	36,4	5,1
Macapá - AP	15,6	-	4,8	2,0	17,4	Serviço de táxi	76,9	93,3	82,6	83,7	7,1
Negócios, eventos e convenções						Transporte público					
	(%)						Avaliação positiva (%)				
São Paulo - SP	8,0	3,8	9,1	6,6	19,3	Telecomunicações	46,9	45,4	48,7	50,7	6,2
Rio de Janeiro - RJ	3,6	2,5	9,1	4,1	8,6	Sinalização turística	56,3	55,0	50,6	45,3	5,2
Outros motivos						Infraestrutura turística					
São Paulo - SP	6,8	10,0	7,6	9,3	7,0		Avaliação positiva (%)				
Rio de Janeiro - RJ	12,6	10,9	6,4	5,4	6,0		(média)				
Organização da viagem						Aeroporto					
	(%)						Avaliação positiva (%)				
Utilização de agência de viagem							(média)				
Pacote	0,3	4,8	1,6	3,5	-	Rodovias	49,1	51,1	41,0	38,6	4,8
Serviços avulsos	15,4	19,0	23,1	28,0	-	Restaurante	93,4	89,3	91,5	90,2	7,1
Não utilizou	84,3	76,2	75,3	68,5	-	Alojamento	85,3	94,2	93,4	91,0	7,3

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.11. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Pernambuco - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Fonte de informação (7, 8)					
			(%)						(%)		
Argentina	26,3	45,7	45,2	46,2	47,3	Internet	37,9	56,8	59,4	58,0	66,8
Uruguai	3,6	8,0	8,3	8,1	11,1	Amigos e parentes	33,0	25,4	25,6	28,6	42,9
Estados Unidos	10,3	7,8	6,4	6,8	6,5	Viagem corporativa	14,4	6,4	6,4	4,2	5,5
Portugal	7,2	5,1	4,1	4,8	4,5	Agência de viagens	8,2	8,5	6,4	8,3	14,4
Itália	5,2	3,5	4,8	4,3	4,1	Guias, brochuras e outras publicações	5,1	1,2	0,5	0,4	5,2
Alemanha	7,6	4,9	3,6	7,1	3,7	Feiras, eventos e congressos	0,6	0,4	1,1	0,3	0,5
Chile	3,0	3,1	4,4	2,4	3,1	Escritórios brasileiros de turismo	-	0,1	-	-	0,3
Paraguai	1,5	0,8	2,3	2,0	2,8	Outros	0,8	1,2	0,6	0,2	1,0
Espanha	4,0	1,8	1,8	1,5	2,6	Serviços adquiridos fora do Brasil (9)			(%)		
França	4,6	1,8	2,0	2,8	2,2	Pacote turístico	--	--	--	--	22,5
Motivo da viagem (2, 3)						Fidelização ao destino					
			(%)						(%)		
Lazer	43,1	63,1	60,4	61,3	70,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	68,6
Negócios, eventos e convenções	16,3	9,4	8,8	8,1	5,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	22,4
Outros motivos	40,6	27,5	30,8	30,6	24,1	Hospedagem	--	--	--	--	45,4
Motivação da viagem a lazer (4, 5)						Intenção de retorno ao Brasil					
			(%)						(%)		
Sol e praia	79,9	90,6	89,5	91,5	85,9	Sim	94,3	96,7	95,7	96,5	--
Natureza, ecoturismo ou aventura	9,6	4,0	6,7	5,4	9,1	Não	5,7	3,3	4,3	3,5	--
Cultura	8,4	4,2	3,3	2,3	3,8	Perfil socioeconômico					
Esportes	0,5	0,9	0,2	0,5	0,5	Gênero					
Viagem de incentivo	1,0	-	0,1	0,2	0,5	Masculino					
Outros	0,6	0,3	0,2	0,1	0,2	Feminino					
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,0	--	--	--	Grupo de idade					
Outras motivações de lazer	0,6	0,3	0,2	0,1	0,2	18 a 24 anos					
Tipo de alojamento utilizado						25 a 31 anos					
			(%)			32 a 40 anos					
Hotel, flat ou pousada	48,0	59,1	56,1	56,7	61,6	41 a 50 anos					
Casa de amigos e parentes	36,3	23,6	25,8	25,4	20,7	51 a 59 anos					
Casa alugada	5,3	4,8	5,7	4,2	7,3	60 anos ou mais					
Camping ou albergue	1,2	1,1	2,6	1,9	2,9	Grau de instrução					
Casa própria	4,1	2,8	3,1	4,6	2,9	Sem educação formal					
Resort	3,5	7,7	4,9	5,5	4,0	Fundamental					
Outros	1,6	0,9	1,8	1,7	0,6	Médio					
Composição do grupo turístico						Superior					
			(%)			Pós-graduação					
Família	19,1	24,9	31,3	33,5	35,1	Renda média mensal					
Sozinho	42,4	29,0	30,4	27,0	23,6	(US\$)					
Casal sem filhos	26,6	34,5	26,8	32,0	31,2	Familiar					
Amigos	7,3	9,0	8,6	5,0	8,7	Individual					
Outros	4,6	2,6	2,9	2,5	1,4	Grau de satisfação em relação à viagem					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Recomendaria o Brasil					
			(US\$)			Sim					
Lazer	65,05	56,51	64,57	66,11	50,88	Não					
Negócios, eventos e convenções	(e)	(e)	(e)	(e)	(e)	Talvez					
Outros motivos	47,97	32,20	38,49	53,45	33,46	Nível de satisfação com a viagem					
Total	56,65	43,73	52,28	59,92	43,59	Superou					
Permanência média no Brasil						Atendeu plenamente					
			(pernoites)			Atendeu em parte					
Lazer	13,9	12,5	11,5	11,1	12,0	Decepcionou					
Negócios, eventos e convenções	(e)	(e)	(e)	(e)	(e)	Avaliação da viagem (10)					
Outros motivos	28,0	35,7	30,5	22,2	31,4	Infraestrutura					
Total	20,7	19,8	17,6	14,9	16,5	Avaliação positiva (%)					
Permanência média na UF						(média)					
			(pernoites)			Limpeza pública					
Lazer	7,4	8,8	7,7	7,7	8,1	Segurança pública					
Negócios, eventos e convenções	(e)	(e)	(e)	(e)	(e)	Serviço de táxi					
Outros motivos	15,8	20,8	18,1	14,1	16,7	Transporte público					
Total	12,1	12,9	11,6	10,1	10,7	Telecomunicações					
Destinos mais visitados da UF						Sinalização turística					
			(%)			Infraestrutura turística					
Lazer						Avaliação positiva (%)					
Ipojuca - PE	39,2	58,6	65,3	64,5	68,7	(média)					
Recife - PE	55,9	43,0	40,5	42,2	41,8	Aeroporto					
Negócios, eventos e convenções						Rodovias					
			(%)			Restaurante					
Recife - PE	82,4	82,0	84,2	78,2	83,6	Alojamento					
Petrolina - PE	5,6	10,7	7,0	4,0	7,2	Diversão noturna					
Outros motivos						Serviços turísticos					
			(%)			Avaliação positiva (%)					
Recife - PE	81,1	78,7	77,0	77,5	76,4	(média)					
Ipojuca - PE	13,3	14,0	12,3	16,5	15,3	Guias de turismo					
Destinos mais visitados de outras UFs						Informação turística					
			(%)			Hospitalidade					
Lazer						Gastronomia					
Maragogi - AL	5,0	2,6	5,0	3,8	4,6	Preços					
Foz do Iguaçu - PR	6,1	2,4	4,5	3,2	4,2						
Negócios, eventos e convenções											
			(%)								
São Paulo - SP	10,7	22,7	8,3	14,7	12,6						
Rio de Janeiro - RJ	7,1	5,4	8,8	6,6	8,6						
Outros motivos											
			(%)								
Rio de Janeiro - RJ	16,0	6,7	8,3	6,5	7,5						
São Paulo - SP	6,9	6,5	5,5	3,8	6,0						
Organização da viagem											
Utilização de agência de viagem											
			(%)								
Pacote	10,3	22,8	16,8	17,1	--						
Serviços avulsos	19,5	14,5	15,2	15,6	--						
Não utilizou	70,2	62,7	68,0	67,3	--						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.12. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Paraná - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Fonte de informação (7, 8)					
			(%)						(%)		
Argentina	21,2	20,8	26,1	30,4	23,2	Internet	43,9	48,7	55,8	58,8	62,1
Paraguai	24,1	18,0	19,6	16,6	16,3	Amigos e parentes	32,6	29,5	30,5	27,7	42,1
Estados Unidos	7,5	7,4	6,5	7,1	8,5	Viagem corporativa	9,0	8,7	5,5	5,2	9,2
Alemanha	4,1	5,0	3,9	3,4	4,5	Agência de viagens	7,3	6,0	4,2	4,5	6,3
Peru	4,7	3,8	3,5	3,7	4,2	Guias, brochuras e outras publicações	5,0	4,9	2,8	2,6	9,6
França	2,8	3,8	3,5	2,2	3,5	Feiras, eventos e congressos	1,5	1,4	0,7	0,7	1,1
Espanha	3,3	4,3	3,8	3,9	3,5	Escritórios brasileiros de turismo	0,0	-	-	-	0,4
Chile	2,3	2,7	3,0	3,0	3,2	Outros	0,7	0,8	0,5	0,5	1,0
Japão	3,5	3,2	2,9	2,8	2,9	Serviços adquiridos fora do Brasil (9)					
Itália	2,2	1,8	2,6	2,4	2,8	Pacote turístico	--	--	--	--	8,8
Motivo da viagem (2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
Lazer	45,4	53,8	55,5	58,7	60,8		--	--	--	--	42,2
Negócios, eventos e convenções	13,7	13,7	9,6	8,6	10,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	11,3
Outros motivos	40,9	32,5	34,9	32,7	28,3	Hospedagem	--	--	--	--	41,6
Motivação da viagem a lazer (4, 5)						Locação de veículos					
Sol e praia	10,2	14,2	15,1	12,7	10,2		--	--	--	--	1,9
Natureza, ecoturismo ou aventura	76,7	74,5	74,1	75,8	67,5	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,6
Cultura	8,6	8,6	7,9	8,3	16,4	Outros	--	--	--	--	1,3
Esportes	2,4	1,2	1,3	1,1	3,9	Fidelização ao destino					
Viagem de incentivo	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	Frequência de visita ao Brasil					
Outros	2,0	1,4	1,4	1,9	1,7	Primeira vez	29,6	31,5	33,8	36,2	35,8
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,1	--	--	--	Outras vezes	70,4	68,5	66,2	63,8	64,2
<i>Outras motivações de lazer</i>	2,0	1,3	1,4	1,9	1,7	Intenção de retorno ao Brasil					
Tipo de alojamento utilizado						Sim					
Hotel, flat ou pousada	47,8	50,8	49,6	49,8	51,7		96,0	95,6	96,5	96,6	--
Casa de amigos e parentes	38,6	30,3	32,6	31,8	26,9	Não	4,0	4,4	3,5	3,4	--
Casa alugada	1,8	3,4	2,9	3,8	5,8	Perfil socioeconômico					
Camping ou albergue	6,6	10,4	10,0	9,8	11,7	Gênero					
Casa própria	2,6	2,4	1,8	1,6	1,9	Masculino	68,2	64,7	62,1	58,7	59,4
Resort	1,0	1,4	1,4	0,8	0,6	Feminino	31,8	35,3	37,9	41,3	40,6
Outros	1,6	1,3	1,7	2,4	1,4	Grupo de idade					
Composição do grupo turístico						18 a 24 anos					
Família	30,7	29,3	31,0	31,5	27,2		9,8	11,3	12,2	12,5	10,4
Sozinho	34,3	36,6	31,4	31,3	32,9	25 a 31 anos	18,6	19,4	22,1	20,0	22,6
Casal sem filhos	20,7	18,8	23,6	20,7	20,6	32 a 40 anos	24,3	23,8	21,7	26,1	24,6
Amigos	10,7	11,5	10,6	13,4	15,6	41 a 50 anos	21,6	19,7	20,8	19,5	20,1
Outros	3,6	3,8	3,4	3,1	3,7	51 a 59 anos	15,0	13,5	13,0	11,3	12,0
Gasto médio per capita dia no Brasil						60 anos ou mais					
Lazer	65,93	63,10	65,72	65,34	64,09		10,7	12,3	10,2	10,6	10,3
Negócios, eventos e convenções	63,76	74,55	85,59	65,47	78,37	Grau de instrução					
Outros motivos	36,65	37,89	39,20	37,88	34,86		0,5	0,5	0,4	0,0	0,0
Total	48,35	50,51	51,23	48,18	48,45	Fundamental	9,3	6,0	6,8	3,9	3,5
Permanência média no Brasil						Médio					
Lazer	5,9	5,6	6,0	5,3	5,5		29,1	28,1	31,0	31,8	26,9
Negócios, eventos e convenções	13,6	13,1	11,6	12,9	11,6	Superior	41,8	41,6	40,2	43,1	43,4
Outros motivos	16,2	19,5	20,7	23,0	23,7	Pós-graduação	19,3	23,8	21,6	21,2	26,2
Total	10,7	10,6	11,2	11,2	10,8	Renda média mensal					
Permanência média na UF						(US\$)					
Lazer	3,4	3,5	3,4	3,4	3,5	Familiar	3.506,11	3.237,57	3.095,77	3.162,05	3.032,30
Negócios, eventos e convenções	7,7	7,7	6,1	7,0	7,1	Individual	2.611,98	2.164,43	2.074,55	2.272,30	2.061,94
Outros motivos	10,7	12,0	11,6	13,5	13,7	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	6,3	6,1	5,9	6,4	6,3	Recomendaria o Brasil					
Destinos mais visitados da UF						Sim					
Lazer							--	--	--	--	95,4
Foz do Iguaçu - PR	88,0	86,0	84,1	84,4	85,0	Não	--	--	--	--	1,5
Curitiba - PR	10,2	11,4	11,1	9,5	9,8	Talvez	--	--	--	--	3,1
Negócios, eventos e convenções						Nível de satisfação com a viagem					
Curitiba - PR	49,9	49,0	51,6	53,3	50,1	Superou	34,3	35,9	35,5	41,2	37,5
Foz do Iguaçu - PR	34,7	33,0	29,0	27,4	32,6	Atendeu plenamente	56,0	53,8	54,2	49,8	52,0
Outros motivos						Atendeu em parte					
Curitiba - PR	29,8	35,0	34,7	38,4	41,1		8,6	8,6	8,8	8,3	9,4
Foz do Iguaçu - PR	39,0	37,6	35,8	31,2	29,5	Decepcionou	1,1	1,7	1,5	0,7	1,1
Destinos mais visitados de outras UFs						Avaliação da viagem (10)					
Lazer						Infraestrutura					
Rio de Janeiro - RJ	6,1	5,5	6,5	4,7	8,0	Limpeza pública	93,9	92,9	94,0	94,6	8,5
São Paulo - SP	4,0	3,3	4,5	2,9	6,3	Segurança pública	89,2	89,8	90,1	91,2	8,4
Negócios, eventos e convenções						Serviço de táxi					
São Paulo - SP	12,3	13,4	11,0	17,8	13,7		93,0	91,5	90,6	90,3	8,2
Rio de Janeiro - RJ	5,5	6,1	5,6	4,9	5,9	Transporte público	85,9	89,2	88,5	88,0	7,9
Outros motivos						Telecomunicações					
São Paulo - SP	5,9	5,5	6,1	7,5	9,7		71,6	77,3	75,9	79,4	7,5
Rio de Janeiro - RJ	4,8	4,3	4,7	4,1	5,1	Sinalização turística	86,1	86,3	86,2	88,8	8,1
Organização da viagem						Infraestrutura turística					
Utilização de agência de viagem											
Pacote	7,8	5,5	6,0	5,4	--	Aeroporto	77,4	66,3	77,0	79,4	7,0
Serviços avulsos	8,3	7,1	7,0	7,9	--	Rodovias	78,2	82,8	83,3	83,6	7,9
Não utilizou	83,9	87,4	87,0	86,7	--	Restaurante	95,5	96,1	95,9	96,5	8,5
						Alojamento					
						Diversão noturna					
						Serviços turísticos					
						Guias de turismo					
						Informação turística					
						Hospitalidade					
						Gastronomia					
						Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.13. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Rio de Janeiro - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Fonte de informação (7, 8)					
			(%)						(%)		
Argentina	26,3	25,6	33,2	35,5	31,9	Internet	55,1	57,0	61,0	61,5	71,4
Chile	7,9	9,0	11,1	12,8	13,0	Amigos e parentes	21,2	20,4	21,0	20,0	44,0
Estados Unidos	11,5	12,2	7,9	7,9	8,4	Viagem corporativa	8,9	9,1	6,7	4,7	6,8
França	6,5	6,0	5,6	5,3	5,6	Agência de viagens	7,8	6,9	6,7	9,1	13,6
Reino Unido	5,5	5,5	5,2	3,3	3,9	Guias, brochuras e outras publicações	5,1	4,8	2,9	3,4	8,7
Uruguai	3,0	2,6	2,7	2,7	3,5	Feiras, eventos e congressos	1,3	0,8	1,2	0,9	0,7
Alemanha	3,9	3,6	3,3	3,0	3,4	Escritórios brasileiros de turismo	0,1	0,1	0,0	0,1	0,3
Colômbia	2,0	2,2	2,4	2,6	2,4	Outros	0,5	0,9	0,5	0,3	0,8
Peru	1,7	1,4	1,7	1,9	2,1	Serviços adquiridos fora do Brasil (9)			(%)		
Itália	3,1	2,7	2,0	2,0	2,0	Pacote turístico	--	--	--	--	19,1
Motivo da viagem (2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
			(%)								
Lazer	67,1	67,6	70,1	75,0	74,5	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	14,2
Negócios, eventos e convenções	16,1	17,4	13,0	9,1	9,0	Hospedagem	--	--	--	--	55,3
Outros motivos	16,8	15,0	16,9	15,9	16,5	Locação de veículos	--	--	--	--	4,0
Motivação da viagem a lazer (4, 5)						Atrativos, passeios ou guias de turismo					
			(%)								
Sol e praia	59,7	55,4	60,6	66,5	61,1	Outros	--	--	--	--	5,2
Natureza, ecoturismo ou aventura	16,1	18,5	19,0	15,9	16,8	Fidelização ao destino					
Cultura	21,6	15,9	18,2	15,8	19,4	Frequência de visita ao Brasil					
Esportes	1,1	1,1	1,1	0,7	1,9				(%)		
Viagem de incentivo	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	Primeira vez	47,0	49,3	45,3	47,1	47,3
Outros	1,1	8,9	0,9	0,8	0,5	Outras vezes	53,0	50,7	54,7	52,9	52,7
Lazer relacionado a grandes eventos	--	8,2	--	--	--	Intenção de retorno ao Brasil					
Outras motivações de lazer	1,1	0,7	0,9	0,8	0,5				(%)		
						Sim	94,4	92,6	93,6	94,2	--
						Não	5,6	7,4	6,4	5,8	--
Tipo de alojamento utilizado						Perfil socioeconômico					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	58,6	58,2	60,7	61,9	60,3	Gênero					
Casa de amigos e parentes	17,3	14,4	15,4	14,5	14,1	Masculino	59,1	60,6	58,2	55,4	56,0
Casa alugada	8,3	13,1	7,0	7,1	13,3	Feminino	40,9	39,4	41,8	44,6	44,0
Camping ou albergue	11,2	10,0	10,3	8,9	9,8	Grupo de idade					
Casa própria	1,6	1,4	1,8	1,7	1,6				(%)		
Resort	0,6	0,5	0,6	0,4	0,4	18 a 24 anos	12,6	12,6	12,7	12,9	13,5
Outros	2,4	2,4	4,2	5,5	0,5	25 a 31 anos	25,5	26,5	24,8	26,1	26,5
Composição do grupo turístico						32 a 40 anos					
			(%)						(%)		
Família	18,6	19,4	21,5	25,0	23,0	24,2	22,2	21,8	22,9	23,4	
Sozinho	32,7	31,6	28,6	26,3	27,8	18,4	17,4	17,5	17,1	16,8	
Casal sem filhos	27,4	25,8	29,0	29,8	29,2	10,9	11,7	13,1	12,0	11,2	
Amigos	15,8	16,7	16,8	15,9	16,6	60 anos ou mais	8,4	9,6	10,1	9,0	8,6
Outros	5,5	6,5	4,1	3,0	3,4	Grau de instrução					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
			(US\$)						(%)		
Lazer	84,92	83,13	76,48	73,90	59,79						
Negócios, eventos e convenções	86,13	82,13	91,38	83,98	85,26	Fundamental	1,3	1,3	1,6	1,6	1,9
Outros motivos	44,07	48,10	44,22	44,12	41,40	Médio	23,1	22,2	24,0	26,6	25,1
Total	73,62	74,16	68,55	66,84	56,39	Superior	48,2	48,0	45,2	46,6	49,7
Permanência média no Brasil						Pós-graduação					
			(pernoites)						(US\$)		
Lazer	11,0	10,7	11,0	10,5	10,8	27,3	28,4	29,2	25,2	23,3	
Negócios, eventos e convenções	15,4	16,5	13,3	13,9	12,1	Renda média mensal					
Outros motivos	23,3	22,7	25,2	23,2	23,6				(US\$)		
Total	13,5	13,2	13,5	12,6	12,8	Familiar	4.247,88	4.027,38	3.863,86	3.550,68	3.227,59
Permanência média na UF						Individual					
			(pernoites)						(US\$)		
Lazer	7,0	7,1	7,3	7,1	7,1	3.059,28	2.609,62	2.481,52	2.336,09	2.123,06	
Negócios, eventos e convenções	10,0	12,2	9,1	9,9	8,3	Grau de satisfação em relação à viagem					
Outros motivos	12,6	13,7	14,2	13,4	12,6				(%)		
Total	8,7	9,2	9,1	8,7	8,4	Recomendaria o Brasil					
Destinos mais visitados da UF						Sim					
			(%)						(%)		
Lazer						Não	--	--	--	--	95,6
Rio de Janeiro - RJ	85,7	86,9	85,4	86,9	88,9	talvez	--	--	--	--	1,5
Armação dos Búzios - RJ	24,0	22,0	23,7	23,9	21,4	Nível de satisfação com a viagem					
Negócios, eventos e convenções						Superou					
			(%)						(%)		
Rio de Janeiro - RJ	90,7	95,1	91,2	91,8	92,7	36,6	38,0	41,4	44,0	42,2	
Macaé - RJ	6,2	3,3	4,2	3,1	2,9	Atendeu plenamente	49,5	48,6	47,0	44,5	44,8
Outros motivos						Atendeu em parte					
			(%)						(%)		
Rio de Janeiro - RJ	89,3	89,4	87,3	86,1	87,2	12,1	11,8	10,2	10,0	11,6	
Parati - RJ	7,0	6,7	6,6	6,1	6,4	Decepcionou	1,8	1,6	1,4	1,5	1,4
Destinos mais visitados de outras UFs						Avaliação da viagem (10)					
			(%)						(%)		
Lazer									(%)		
Foz do Iguaçu - PR	14,9	13,3	13,6	12,8	14,1	Infraestrutura					
São Paulo - SP	11,5	11,2	10,6	8,2	10,1	Avaliação positiva (%)					(média)
Negócios, eventos e convenções						Limpeza pública					
			(%)								
São Paulo - SP	14,0	9,5	10,2	12,2	12,0	79,8	80,5	79,2	77,0	6,6	
Foz do Iguaçu - PR	1,9	2,2	1,1	4,0	2,7	Segurança pública	83,3	81,9	76,7	79,1	7,0
Outros motivos						Serviço de táxi					
			(%)								
São Paulo - SP	12,4	12,2	10,5	11,5	12,3	92,0	90,6	90,7	90,5	8,0	
Salvador - BA	2,8	2,6	2,6	2,5	2,0	Transporte público	87,6	88,3	91,4	90,5	8,0
Organização da viagem						Telecomunicações					
			(%)								
Utilização de agência de viagem						66,5	73,7	75,3	76,2	7,4	
Pacote	12,0	12,9	14,7	19,4	--	Sinalização turística	81,3	83,5	86,8	87,1	7,8
Serviços avulsos	13,0	11,8	14,2	12,3	--	Infraestrutura turística					
Não utilizou	75,0	75,3	71,1	68,3	--	Avaliação positiva (%)					(média)
						76,5	88,6	96,7	96,8	8,7	
						Rodovias	70,4	75,8	79,4	78,2	7,1
						Restaurante	93,4	94,1	94,2	95,0	8,1
						Alojamento	94,8	94,0	96,1	96,0	8,4
						Diversão noturna	94,7	95,4	94,2	95,0	8,2
						Serviços turísticos					
						Avaliação positiva (%)					(média)
						93,0	92,9	93,3	93,9	8,5	
						Guias de turismo	91,6	89,8	91,2	91,8	8,1
						Informação turística	97,3	97,9	97,3	97,3	8,9
						Hospitalidade	94,3	94,0	94,1	94,4	8,2
						Gastronomia	67,6	74,0	68,8	75,7	6,8
						Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.14. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Rio Grande do Norte - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Fonte de informação ^(7, 8)					
			(%)						(%)		
Argentina	32,2	49,5	58,5	60,1	49,8	Internet	45,5	56,9	58,2	61,1	63,3
Paraguai	1,9	2,5	3,6	2,8	7,5	Amigos e parentes	38,7	24,0	28,6	22,6	48,6
Uruguai	5,8	7,2	9,3	7,0	6,7	Viagem corporativa	5,5	3,2	2,7	1,9	3,5
Itália	9,6	5,0	3,0	3,5	5,8	Agência de viagens	7,2	13,2	8,9	12,6	16,9
Portugal	7,0	4,7	3,4	3,4	5,7	Guias, brochuras e outras publicações	1,7	1,5	0,8	0,9	3,2
Chile	5,1	5,7	3,3	4,9	4,3	Feiras, eventos e congressos	1,0	0,7	0,3	0,4	0,7
Estados Unidos	4,7	3,1	2,3	2,3	2,5	Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	0,1	0,2
França	5,4	3,7	2,0	1,8	2,1	Outros	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5
Espanha	5,3	3,3	2,1	1,7	2,1	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾			(%)		
Holanda	1,7	0,9	0,8	0,6	2,0	Pacote turístico	--	--	--	--	28,6
Motivo da viagem ^(2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
			(%)								
Lazer	62,9	78,5	81,3	83,3	79,3	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	61,6
Negócios, eventos e convenções	11,7	5,7	5,7	2,8	4,7	Hospedagem	--	--	--	--	29,5
Outros motivos	25,4	15,8	13,0	13,9	16,0	Locação de veículos	--	--	--	--	44,4
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)						Atrativos, passeios ou guias de turismo					
			(%)								
Sol e praia	82,0	90,0	92,3	89,7	82,7	Outros	--	--	--	--	5,4
Natureza, ecoturismo ou aventura	7,6	5,1	5,1	6,3	10,6	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾	--	--	--	--	2,9
Cultura	5,0	2,0	1,0	2,5	5,2	Fidelização ao destino					
Esportes	2,9	2,5	1,4	1,4	1,2	Frequência de visita ao Brasil					
Viagem de incentivo	0,4	0,3	-	0,1	0,1	Primeira vez					
Outros	2,1	0,1	0,2	-	0,2	Outras vezes					
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,0	--	--	--	Intenção de retorno ao Brasil					
Outras motivações de lazer	2,1	0,1	0,2	-	0,2	Sim					
			(%)			Não					
Tipo de alojamento utilizado						Perfil socioeconômico					
			(%)			Gênero					
Hotel, flat ou pousada	53,4	73,0	70,0	67,9	65,8	Masculino					
Casa de amigos e parentes	25,4	12,8	11,4	13,7	14,5	Feminino					
Casa alugada	6,8	5,6	7,2	7,1	9,0	Grupo de idade					
Camping ou albergue	3,6	3,0	3,7	4,4	4,7	18 a 24 anos					
Casa própria	7,1	3,2	3,6	2,5	3,1	25 a 31 anos					
Resort	3,2	2,3	2,9	2,4	2,4	32 a 40 anos					
Outros	0,5	0,1	1,2	2,0	0,5	41 a 50 anos					
Composição do grupo turístico						51 a 59 anos					
			(%)			60 anos ou mais					
Família	24,1	31,2	27,9	34,3	29,9	Grau de instrução					
Sozinho	32,6	22,0	18,4	18,0	18,9	Sem educação formal					
Casal sem filhos	29,0	29,7	41,2	33,0	36,3	Fundamental					
Amigos	12,1	14,9	10,8	14,2	14,0	Médio					
Outros	2,2	2,2	1,7	0,5	0,9	Superior					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Pós-graduação					
			(US\$)			Renda média mensal					
Lazer	60,72	62,49	66,03	67,31	49,39						
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Individual					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Familiar					
Total	45,88	55,05	57,63	57,56	44,89	Individual					
Permanência média no Brasil						Grau de satisfação em relação à viagem					
			(pernoites)			Recomendaria o Brasil					
Lazer	14,6	11,2	12,1	12,8	12,7	Sim					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Não					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Talvez					
Total	19,5	14,4	15,0	15,8	15,7	Nível de satisfação com a viagem					
Permanência média na UF						Superou					
			(pernoites)			Atendeu plenamente					
Lazer	10,6	8,5	9,0	8,8	8,5	Atendeu em parte					
Negócios, eventos e convenções	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)	Decepcionou					
Outros motivos	(6)	(6)	(6)	(6)	(6)						
Total	14,0	10,5	11,7	11,1	10,6	Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Destinos mais visitados da UF						Infraestrutura					
			(%)			Avaliação positiva (%)					
Lazer			(%)			(média)					
Natal - RN	69,7	74,6	73,3	74,2	69,6	Limpeza pública					
Tibau do Sul - RN	42,1	40,4	44,6	45,6	49,5	Segurança pública					
Negócios, eventos e convenções						Serviço de táxi					
			(%)			Transporte público					
Natal - RN	71,5	73,3	80,4	83,1	76,2	Telecomunicações					
Mossoró - RN	8,2	14,0	3,5	2,9	8,8	Sinalização turística					
Outros motivos						Infraestrutura turística					
			(%)			Avaliação positiva (%)					
Natal - RN	77,2	78,2	73,5	82,0	78,9	(média)					
Tibau do Sul - RN	13,9	21,8	24,8	18,4	21,2	Aeroporto					
Destinos mais visitados de outras UFs						Rodovias					
			(%)			Restaurante					
Lazer			(%)			Alojamento					
Foz do Iguaçu - PR	2,2	3,9	6,8	8,0	9,3	Diversão noturna					
Rio de Janeiro - RJ	8,7	5,2	2,3	2,7	6,2	Serviços turísticos					
Negócios, eventos e convenções						Guias de turismo					
			(%)			Informação turística					
São Paulo - SP	2,2	8,3	4,5	5,5	16,8	Hospitalidade					
Rio de Janeiro - RJ	4,0	4,5	2,5	3,8	8,9	Gastronomia					
Outros motivos						Preços					
			(%)								
Rio de Janeiro - RJ	5,6	11,3	6,0	7,6	8,5						
Fortaleza - CE	13,5	3,9	8,8	4,1	7,6						
Organização da viagem											
Utilização de agência de viagem											
			(%)								
Pacote	16,1	17,4	25,1	18,6	--						
Serviços avulsos	22,8	18,9	14,6	13,6	--						
Não utilizou	61,1	63,7	60,3	67,8	--						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.15. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Rio Grande do Sul - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem						
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019	
País de residência ⁽¹⁾						Fonte de informação ^(7, 8)						
	(%)						(%)					
Argentina	49,5	50,2	46,5	38,5	30,2	Internet	43,8	46,4	52,4	58,2	51,4	
Uruguai	15,9	16,7	18,9	27,6	24,0	Amigos e parentes	34,8	31,8	34,9	29,0	44,0	
Paraguai	2,7	3,3	3,8	5,2	7,0	Viagem corporativa	14,0	11,3	8,7	8,6	14,1	
Estados Unidos	5,0	6,3	5,2	5,5	6,8	Agência de viagens	2,4	1,4	1,3	1,0	5,0	
Alemanha	2,8	2,3	2,9	3,2	3,0	Guias, brochuras e outras publicações	1,9	4,1	0,5	0,9	1,6	
Espanha	1,8	1,1	1,1	1,0	2,5	Feiras, eventos e congressos	1,2	2,6	1,2	1,3	2,3	
Chile	2,8	1,1	1,7	1,7	2,3	Escritórios brasileiros de turismo	0,2	1,1	0,0	-	0,1	
Portugal	1,2	1,1	1,4	0,9	2,2	Outros	1,7	1,3	1,0	1,0	1,5	
China	0,5	0,7	0,7	0,8	2,1	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾						
Peru	1,0	1,6	1,1	1,2	1,9		(%)					
Motivo da viagem ^(2, 3)						Fidelização ao destino						
	(%)						(%)					
Lazer	54,8	65,2	57,9	59,2	53,6	Pacote turístico	--	--	--	--	2,7	
Negócios, eventos e convenções	16,5	15,5	14,4	12,5	16,3	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	47,4	
Outros motivos	28,7	19,3	27,7	28,3	30,1	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	14,5	
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)						Hospedagem						
	(%)						(%)					
Sol e praia	83,3	78,7	75,0	73,7	66,6	Localização de veículos	--	--	--	--	27,2	
Natureza, ecoturismo ou aventura	11,4	14,0	13,9	12,6	13,7	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,1	
Cultura	4,4	5,9	8,1	11,4	14,2	Outros	--	--	--	--	1,4	
Esportes	0,7	1,0	1,6	1,4	4,6		(%)					
Viagem de incentivo	--	0,1	0,2	--	0,2		(%)					
Outros	0,2	0,3	1,2	0,9	0,7	Sim	98,1	96,2	96,6	97,9	--	
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,0	--	--	--	Não	1,9	3,8	3,4	2,1	--	
Outras motivações de lazer	0,2	0,3	1,2	0,9	0,7	Perfil socioeconômico						
Tipo de alojamento utilizado						Gênero						
	(%)						(%)					
Hotel, flat ou pousada	43,7	44,8	39,6	41,4	40,7	Masculino	63,0	58,0	60,3	58,0	57,2	
Casa de amigos e parentes	28,7	19,5	26,6	27,8	31,7	Feminino	37,0	42,0	39,7	42,0	42,8	
Casa alugada	22,4	28,8	24,4	24,1	20,4	Grupo de idade						
Camping ou albergue	1,6	2,5	3,4	1,3	1,5		(%)					
Casa própria	2,0	3,1	3,5	3,2	4,4	18 a 24 anos	7,3	6,6	8,2	8,3	7,8	
Resort	0,4	0,2	0,4	0,2	0,2	25 a 31 anos	13,6	13,8	13,1	13,4	16,5	
Outros	1,2	1,1	2,1	2,0	1,1	32 a 40 anos	25,5	25,8	24,1	26,1	25,6	
Composição do grupo turístico						41 a 50 anos						
	(%)						(%)					
Família	45,7	49,2	50,7	47,5	42,8	51 a 59 anos	16,9	15,1	17,5	14,4	14,9	
Sozinho	28,1	22,7	25,1	22,8	30,8	60 anos ou mais	13,4	12,6	10,1	10,5	8,8	
Casal sem filhos	15,1	17,4	12,8	16,2	13,4	Grau de instrução						
Amigos	5,8	5,9	6,8	9,1	7,0		(%)					
Outros	5,3	4,8	4,6	4,4	6,0	Sem educação formal	0,4	0,0	0,4	0,2	0,2	
Gasto médio per capita dia no Brasil						Fundamental						
	(US\$)						(US\$)					
Lazer	46,34	39,44	49,00	50,76	40,54	Médio	30,5	35,5	34,4	32,1	28,9	
Negócios, eventos e convenções	65,09	67,14	82,56	69,10	44,24	Superior	45,5	38,8	42,8	42,6	43,7	
Outros motivos	34,89	32,42	36,07	28,20	33,87	Pós-graduação	19,8	22,6	17,7	21,8	22,2	
Total	42,90	40,31	47,21	40,31	38,10	Renda média mensal						
Permanência média no Brasil						Familiar						
	(pernoites)						(US\$)					
Lazer	10,3	10,0	9,5	8,6	9,4	3.469,59	3.045,69	3.378,52	3.234,07	2.915,66		
Negócios, eventos e convenções	11,2	12,5	11,5	12,6	19,4	Individual	2.422,36	1.927,99	2.076,54	2.010,56	1.900,54	
Outros motivos	24,5	26,0	21,6	27,7	23,0	Grau de satisfação em relação à viagem						
Total	14,4	13,3	12,9	14,3	15,0		(%)					
Permanência média na UF						Recomendaria o Brasil						
	(pernoites)						(%)					
Lazer	5,0	6,1	4,9	3,9	4,0	Sim	--	--	--	--	95,0	
Negócios, eventos e convenções	6,7	6,9	7,3	8,0	13,3	Não	--	--	--	--	1,6	
Outros motivos	15,9	18,5	13,9	16,5	13,9	Talvez	--	--	--	--	3,4	
Total	7,5	8,3	7,0	6,5	7,1	Nível de satisfação com a viagem						
Destinos mais visitados da UF						Superou						
	(%)						(%)					
Lazer		(%)					Atendeu plenamente					
Porto Alegre - RS	14,6	17,9	16,4	13,5	19,5	Atendeu em parte						
Torres - RS	30,1	28,7	22,8	19,2	18,8	Decepcionou						
Negócios, eventos e convenções							(%)					
Porto Alegre - RS	61,0	65,0	65,0	64,9	61,3	1,2	1,3	1,4	1,1	1,2		
Caxias do Sul - RS	7,1	6,7	6,7	9,5	8,0	Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾						
Outros motivos		(%)						(%)				
Porto Alegre - RS	56,5	63,5	58,9	52,0	56,2		(%)					
Gramado - RS	4,7	7,6	4,6	7,5	8,0		(%)					
Destinos mais visitados de outras UFs							(%)					
	(%)						(%)					
Lazer		(%)						(%)				
Florianópolis - SC	2,9	2,2	2,8	1,2	3,6	Infraestrutura		(%)				
Foz do Iguaçu - PR	0,7	1,2	0,8	1,1	2,0	Limpeza pública	87,0	90,4	89,4	89,0	8,0	
Negócios, eventos e convenções							(%)					
São Paulo - SP	9,4	8,4	7,0	11,0	7,2	Segurança pública	85,8	85,4	84,8	85,6	8,0	
Rio de Janeiro - RJ	3,7	4,4	2,6	3,8	5,8	Serviço de táxi	88,1	86,1	87,7	88,3	8,0	
Outros motivos		(%)						(%)				
São Paulo - SP	6,5	6,0	4,3	6,8	7,6	Transporte público	80,2	81,7	80,0	79,5	6,9	
Rio de Janeiro - RJ	8,0	7,8	7,3	6,3	6,8	Telecomunicações	72,3	70,8	68,6	75,1	7,3	
Organização da viagem							(%)					
	(%)						(%)					
Utilização de agência de viagem		(%)						(%)				
Pacote	1,0	1,0	1,0	1,0	--	Sinalização turística	80,8	84,2	79,0	82,1	7,6	
Serviços avulsos	7,2	6,4	6,0	6,4	--	Infraestrutura turística		(%)				
Não utilizou	91,8	92,6	93,0	92,6	--	Aeroporto	87,7	89,0	84,7	83,9	6,9	

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.16. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: Santa Catarina - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Fonte de informação ^(7, 8)					
			(%)						(%)		
Argentina	71,9	73,4	74,5	66,6	54,0	Internet	53,0	59,0	63,2	66,3	63,0
Paraguai	4,9	6,4	6,6	10,2	15,7	Amigos e parentes	38,2	33,3	31,9	28,2	48,4
Uruguai	9,3	7,5	8,6	10,1	14,8	Viagem corporativa	3,3	2,4	1,5	1,9	3,9
Chile	3,4	2,1	2,2	3,8	3,6	Agência de viagens	2,5	1,6	1,4	1,6	3,9
Estados Unidos	1,6	1,6	1,1	1,4	1,9	Guias, brochuras e outras publicações	1,9	2,6	1,1	1,1	2,0
Alemanha	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	Feiras, eventos e congressos	0,3	0,6	0,7	0,3	0,3
Espanha	0,6	0,5	0,3	0,6	1,0	Escritórios brasileiros de turismo	0,3	0,0	0,0	0,0	0,4
Itália	1,0	0,7	0,8	0,8	0,8	Outros	0,5	0,5	0,2	0,6	0,7
Bolívia	0,2	0,5	0,3	0,4	0,6	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾			(%)		
Reino Unido	0,6	0,7	0,5	0,5	0,6	Pacote turístico	--	--	--	--	4,3
Motivo da viagem ^(2, 3)						Transporte internacional aéreo ou terrestre					
			(%)								
Lazer	88,7	90,3	91,3	90,1	87,8	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	37,2
Negócios, eventos e convenções	3,7	3,2	2,2	2,5	3,4	Hospedagem	--	--	--	--	11,5
Outros motivos	7,6	6,5	6,5	7,4	8,8	Locação de veículos	--	--	--	--	26,8
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)						Locação de veículos					
			(%)								
Sol e praia	96,2	96,3	95,8	95,1	92,2	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,2
Natureza, ecoturismo ou aventura	2,2	2,7	3,1	3,3	4,6	Outros	--	--	--	--	1,0
Cultura	1,0	0,7	0,6	1,1	2,3	Fidelização ao destino					
Esportes	0,3	0,1	0,3	0,2	0,5	Frequência de visita ao Brasil					
Viagem de incentivo	0,0	0,0	-	0,0	0,2				(%)		
Outros	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	Primeira vez	16,7	21,8	21,4	20,9	18,5
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,0	--	--	--	Outras vezes	83,3	78,2	78,6	79,1	81,5
Outras motivações de lazer	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	Intenção de retorno ao Brasil					
Tipo de alojamento utilizado						Sim					
			(%)						(%)		
Hotel, flat ou pousada	36,5	36,4	32,7	32,5	38,4	Sim	98,3	97,6	97,7	98,1	--
Casa de amigos e parentes	10,1	7,2	7,3	8,4	10,6	Não	1,7	2,4	2,3	1,9	--
Casa alugada	47,1	50,0	53,2	54,0	43,7	Perfil socioeconômico					
Camping ou albergue	2,6	3,2	3,8	2,4	3,9				(%)		
Casa própria	2,1	1,8	1,5	1,5	2,2	Masculino	64,4	57,9	59,2	57,6	58,8
Resort	0,9	0,8	0,8	0,3	0,6	Feminino	35,6	42,1	40,8	42,4	41,2
Outros	0,7	0,6	0,7	0,9	0,6	Grupo de idade					
Composição do grupo turístico						18 a 24 anos					
			(%)						(%)		
Família	65,5	69,8	71,0	68,8	62,3	25 a 31 anos	12,6	14,1	14,1	14,4	16,5
Sozinho	9,1	7,8	7,2	8,4	10,5	32 a 40 anos	24,7	25,5	26,5	25,3	25,4
Casal sem filhos	14,5	12,7	11,7	13,6	16,0	41 a 50 anos	30,8	30,8	30,4	31,2	27,9
Amigos	9,6	8,6	9,4	8,4	10,1	51 a 59 anos	16,5	13,8	15,8	14,2	13,8
Outros	1,3	1,1	0,7	0,8	1,1	60 anos ou mais	6,7	6,9	5,6	7,1	7,3
Gasto médio per capita dia no Brasil						Grau de instrução					
			(US\$)						(%)		
Lazer	54,49	45,86	52,42	54,38	43,50	Sem educação formal	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Negócios, eventos e convenções	99,71	66,20	60,37	66,03	50,83	Fundamental	2,8	2,8	3,0	3,5	3,1
Outros motivos	31,64	35,89	37,60	33,67	33,56	Médio	35,2	35,9	40,2	37,1	34,1
Total	52,73	45,10	50,58	51,64	41,99	Superior	50,9	47,3	45,4	45,9	49,8
Permanência média no Brasil						Pós-graduação					
			(pernoites)						(%)		
Lazer	12,0	11,7	11,8	11,5	11,2	10,9	13,9	11,3	13,4	12,9	
Negócios, eventos e convenções	20,5	13,7	13,7	14,1	15,5	Renda média mensal					
Outros motivos	28,0	27,7	28,3	26,7	28,5				(US\$)		
Total	13,4	12,8	12,8	12,6	12,7	Familiar	3.205,74	2.631,45	2.821,55	2.984,35	2.500,39
Permanência média na UF						Individual					
			(pernoites)						(%)		
Lazer	10,3	10,2	10,5	10,1	9,6	2.232,78	1.603,97	1.736,19	1.842,37	1.539,31	
Negócios, eventos e convenções	14,3	9,3	8,4	10,5	8,6	Grau de satisfação em relação à viagem					
Outros motivos	18,3	17,1	17,4	16,9	15,3				(%)		
Total	11,3	10,7	11,1	10,8	10,2	Recomendaria o Brasil			(%)		
Destinos mais visitados da UF						Sim					
			(%)						(%)		
Lazer			(%)			Sim	--	--	--	--	98,7
Florianópolis - SC	54,4	53,9	53,3	50,7	57,9	Não	--	--	--	--	0,4
Bombinhas - SC	22,1	16,7	17,0	18,9	16,3	Talvez	--	--	--	--	0,9
Negócios, eventos e convenções						Nível de satisfação com a viagem					
			(%)						(%)		
Florianópolis - SC	31,8	48,4	40,5	43,7	39,8	Superou	47,9	50,1	54,6	45,5	47,9
Joinville - SC	18,4	13,8	13,8	10,4	13,7	Atendeu plenamente	45,6	43,6	39,1	46,6	45,4
Outros motivos			(%)			Atendeu em parte	5,6	5,7	5,4	7,2	6,0
Florianópolis - SC	56,8	55,2	54,0	51,8	47,5	Decepcionou	0,9	0,6	0,9	0,7	0,7
Balneário Camboriú - SC	11,0	10,9	12,8	13,3	14,1	Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾					
Destinos mais visitados de outras UFs						Infraestrutura					
			(%)						Avaliação positiva (%)	(média)	
Lazer			(%)			Limpeza pública	93,7	95,4	95,9	94,5	8,8
São Gabriel - RS	2,9	1,4	1,9	2,3	4,9	Segurança pública	94,8	94,8	95,0	95,6	9,0
Foz do Iguaçu - PR	1,8	2,9	2,9	2,4	3,3	Serviço de táxi	85,2	86,3	87,7	88,7	8,3
Negócios, eventos e convenções						Transporte público					
			(%)						Avaliação positiva (%)	(média)	
São Paulo - SP	16,5	16,1	10,7	11,4	10,8	Telecomunicações	63,9	67,1	69,2	74,0	7,5
Curitiba - PR	10,3	4,4	4,9	3,4	6,3	Sinalização turística	86,5	86,2	90,3	90,1	8,3
Outros motivos			(%)			Infraestrutura turística					
São Paulo - SP	7,5	8,1	9,6	7,8	8,3				Avaliação positiva (%)	(média)	
Curitiba - PR	6,1	5,9	9,5	5,7	6,8	Aeroporto	83,7	84,6	82,2	87,0	7,7
Organização da viagem						Rodovias					
			(%)						Avaliação positiva (%)	(média)	
Utilização de agência de viagem			(%)			Restaurante	95,5	95,9	96,4	96,4	8,5
Pacote	2,8	2,5	1,8	3,0	--	Alojamento	98,0	97,5	97,6	97,9	8,9
Serviços avulsos	3,5	3,2	3,3	3,3	--	Diversão noturna	89,2	91,6	91,1	92,2	8,2
Não utilizou	93,7	94,3	94,9	93,7	--	Serviços turísticos					
Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.						Guias de turismo					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.17. Perfil da demanda turística internacional - UF visitada: São Paulo - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾	(%)					Fonte de informação ^(7, 8)	(%)				
Estados Unidos	12,6	12,5	13,1	14,2	16,1	Internet	28,1	32,3	38,0	39,4	38,6
Argentina	14,5	13,0	13,6	14,8	13,2	Amigos e parentes	29,1	27,1	27,8	28,0	40,1
Chile	6,3	5,5	6,3	5,7	6,4	Viagem corporativa	34,7	32,8	27,8	26,1	31,0
Bolívia	4,0	5,4	6,0	5,1	4,5	Agência de viagens	2,9	3,1	2,9	3,1	6,9
Paraguai	2,9	4,6	5,4	3,6	4,5	Guias, brochuras e outras publicações	1,1	1,0	0,6	0,6	2,3
Alemanha	4,9	5,0	4,5	4,1	4,2	Feiras, eventos e congressos	2,5	2,0	2,0	1,5	3,3
Portugal	2,8	2,6	2,7	2,8	3,4	Escritórios brasileiros de turismo	0,1	0,1	0,0	0,1	0,3
Itália	3,2	3,8	3,7	3,7	3,2	Outros	1,5	1,6	0,9	1,2	3,4
Reino Unido	3,2	3,2	3,1	2,8	3,2	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁹⁾	(%)				
Peru	2,1	2,4	2,8	2,8	3,2	Pacote turístico	--	--	--	--	2,8
Motivo da viagem ^(2, 3)	(%)					Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	85,9
Lazer	13,4	16,2	15,8	16,1	13,3	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	8,0
Negócios, eventos e convenções	46,3	43,9	42,9	37,8	37,1	Hospedagem	--	--	--	--	40,7
Outros motivos	40,3	39,9	41,3	46,1	49,6	Locação de veículos	--	--	--	--	4,3
Motivação da viagem a lazer ^(4, 5)	(%)					Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,2
Sol e praia	35,5	35,8	41,0	35,9	33,2	Outros	--	--	--	--	1,4
Natureza, ecoturismo ou aventura	22,1	20,3	23,2	20,3	18,2	Fidelização ao destino	(%)				
Cultura	33,3	33,6	28,1	32,0	40,6	Frequência de visita ao Brasil	(%)				
Esportes	3,9	5,7	4,5	9,3	7,0	Primeira vez	27,6	27,9	29,4	29,8	30,0
Viagem de incentivo	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	Outras vezes	72,4	72,1	70,6	70,2	70,0
Outros	4,9	4,4	3,0	2,2	0,7	Intenção de retorno ao Brasil	(%)				
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,9	--	--	--	Sim	93,9	94,4	94,5	93,2	--
Outras motivações de lazer	4,9	3,5	3,0	2,2	0,7	Não	6,1	5,6	5,5	6,8	--
Tipo de alojamento utilizado	(%)					Perfil socioeconômico	(%)				
Hotel, flat ou pousada	54,9	55,6	54,2	49,5	48,8	Gênero	(%)				
Casa de amigos e parentes	35,7	34,6	34,4	39,2	38,7	Masculino	63,1	64,7	63,2	60,6	60,8
Casa alugada	2,9	3,6	3,0	2,7	5,0	Feminino	36,9	35,3	36,8	39,4	39,2
Camping ou albergue	1,8	2,4	2,7	2,4	2,8	Grupo de idade	(%)				
Casa própria	2,6	2,3	3,0	2,8	3,4	18 a 24 anos	9,0	9,6	9,7	10,0	9,4
Resort	0,2	0,3	0,2	0,4	0,1	25 a 31 anos	20,0	18,8	20,2	19,9	20,7
Outros	1,9	1,2	2,5	3,0	1,2	32 a 40 anos	25,8	26,5	25,7	25,1	26,1
Composição do grupo turístico	(%)					41 a 50 anos	22,3	21,4	21,7	21,3	21,7
Família	12,3	11,6	12,2	13,5	13,3	51 a 59 anos	13,3	13,9	13,5	13,1	11,8
Sozinho	59,7	60,5	57,8	59,0	58,0	60 anos ou mais	9,6	9,8	9,2	10,6	10,3
Casal sem filhos	9,9	9,3	9,5	10,3	11,1	Grau de instrução	(%)				
Amigos	5,6	6,7	7,5	6,3	6,1	Sem educação formal	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1
Outros	12,5	11,9	13,0	10,9	11,5	Fundamental	2,3	1,6	1,8	2,0	2,2
Gasto médio per capita dia no Brasil	(US\$)					Médio	17,5	18,1	18,5	18,8	19,6
Lazer	73,66	60,56	63,89	62,71	56,02	Superior	45,5	45,2	46,3	46,1	45,8
Negócios, eventos e convenções	98,07	96,57	110,29	108,54	94,48	Pós-graduação	34,6	35,0	33,1	33,0	32,3
Outros motivos	38,44	42,57	41,26	38,65	39,66	Renda média mensal	(US\$)				
Total	58,53	59,38	61,12	55,40	52,13	Familiar	4.719,45	4.412,25	4.428,88	4.531,36	4.057,29
Permanência média no Brasil	(pernoites)					Individual	3.574,56	3.026,10	2.998,47	3.115,50	2.817,05
Lazer	13,6	14,0	14,4	14,5	13,7	Grau de satisfação em relação à viagem	(%)				
Negócios, eventos e convenções	11,6	11,3	10,6	10,2	10,1	Recomendaria o Brasil	(%)				
Outros motivos	24,0	23,3	24,0	24,0	22,6	Sim	--	--	--	--	91,1
Total	17,5	16,9	17,1	17,7	17,1	Não	--	--	--	--	3,0
Permanência média na UF	(pernoites)					Talvez	--	--	--	--	5,9
Lazer	6,1	6,5	6,6	7,1	6,7	Nível de satisfação com a viagem	(%)				
Negócios, eventos e convenções	8,8	8,2	7,8	7,6	7,5	Superou	26,4	27,7	28,0	28,0	31,1
Outros motivos	15,8	16,2	16,0	15,6	14,7	Atendeu plenamente	58,0	59,2	58,1	57,1	54,4
Total	10,9	10,8	10,8	11,0	10,7	Atendeu em parte	13,4	11,5	12,2	12,9	12,9
Destinos mais visitados da UF	(%)					Decepcionou	2,2	1,6	1,7	2,0	1,6
Lazer	(%)					Avaliação da viagem ⁽¹⁰⁾	(média)				
São Paulo - SP	82,8	81,8	80,1	81,9	82,4	Infraestrutura	(média)				
Ubatuba - SP	6,4	5,7	6,0	6,7	7,5	Limpeza pública	74,6	75,4	75,8	74,7	6,9
Negócios, eventos e convenções	(%)					Segurança pública	76,2	76,7	75,5	74,9	6,9
São Paulo - SP	79,0	77,1	78,7	78,7	79,3	Serviço de táxi	91,4	91,1	90,9	91,7	8,0
Campinas - SP	5,5	5,2	5,8	6,2	4,5	Transporte público	79,4	79,2	81,6	80,1	7,4
Outros motivos	(%)					Telecomunicações	65,7	70,2	71,1	73,3	7,1
São Paulo - SP	70,1	71,9	72,8	70,9	71,6	Sinalização turística	73,7	75,1	77,3	76,3	7,0
Campinas - SP	5,7	6,4	4,9	5,9	5,0	Infraestrutura turística	(média)				
Destinos mais visitados de outras UFs	(%)					Aeroporto	93,3	92,4	91,5	91,4	8,1
Lazer	(%)					Rodovias	74,1	75,3	74,5	74,3	7,0
Rio de Janeiro - RJ	25,8	22,2	20,3	18,6	19,1	Restaurante	96,2	96,3	97,0	96,7	8,3
Foz do Iguaçu - PR	11,8	11,7	11,7	7,7	9,6	Alojamento	94,5	95,8	95,3	96,0	8,2
Negócios, eventos e convenções	(%)					Diversão noturna	92,3	93,0	93,7	91,5	8,0
Rio de Janeiro - RJ	7,6	8,0	7,3	6,2	6,8	Serviços turísticos	(média)				
Curitiba - PR	1,7	1,4	1,8	1,9	1,5	Guias de turismo	83,6	85,0	87,4	84,5	7,6
Outros motivos	(%)					Informação turística	84,3	82,6	83,3	82,3	7,4
Rio de Janeiro - RJ	10,6	9,6	10,3	8,5	10,1	Hospitalidade	98,3	98,0	98,4	97,9	8,9
Foz do Iguaçu - PR	2,6	2,1	3,3	1,8	2,5	Gastronomia	97,0	97,0	97,3	97,0	8,5
Organização da viagem	(%)					Preços	65,6	69,8	67,6	71,1	6,7
Utilização de agência de viagem	(%)										
Pacote	1,6	2,3	1,7	1,9	--						
Serviços avulsos	14,7	11,6	13,5	15,1	--						
Não utilizou	83,7	86,1	84,8	83,0	--						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Refere-se à viagem não necessariamente apenas a esta UF.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(4) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(5) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(6) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(7) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(8) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(9) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(10) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

7.

Perfil da demanda turística internacional - Sínteses dos destinos mais visitados - 2015-2019

Um importante dado coletado na Pesquisa de Demanda Internacional é o perfil do turista por destino escolhido considerando por este e já consolidado no cenário do país.

Tais dados representam insumo fundamental para compreender a maturidade dos destinos, bem como a partir desses dados formular produtos e políticas públicas baseadas em números confiáveis.

Destinos como Angra dos Reis (RJ), Armação de Búzios (RJ), Bombinhas (SC), Brasília (DF), Manaus (AM), Porto Alegre (RS), entre outros estão incluídos nessa lista.

Os dados agrupados nas páginas a seguir mostram, por exemplo, que em Natal (RN) houve uma prevalência de turistas residentes na Argentina em 2019 que, em grande parte, se hospedou em hotel, flat ou

pousada. Outro dado extraído se refere à cidade de Curitiba (PR), onde é possível verificar que o turista internacional já esteve no Brasil em outras oportunidades.

Informações como as apresentadas acima permitem que sejam ofertadas outras possibilidades de aproveitamento das cidades brasileiras, haja vista o potencial delas.

Morro do Careca - Ponta Negra - Natal - Rio Grande do Norte - Brasil - Alexis Regis - Banco de imagens MTur/Destinos



6.1. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Angra dos Reis - RJ - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
	(%)						(%)				
Argentina	54,8	61,9	60,2	63,7	57,6	Pacote	11,6	18,2	11,7	11,1	--
Chile	5,9	8,3	8,7	8,3	8,6	Serviços avulsos	10,8	15,2	10,6	9,1	--
França	5,0	5,7	4,0	5,7	8,4	Não utilizou	77,6	66,6	77,7	79,8	--
Uruguai	4,0	3,2	4,0	3,0	5,7	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Austrália	0,5	1,2	0,3	1,4	3,1	Pacote turístico	--	--	--	--	7,2
Estados Unidos	3,2	4,1	1,8	2,0	3,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	80,9
Reino Unido	4,0	3,2	2,8	1,6	2,2	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	9,6
Alemanha	6,5	2,2	2,2	1,9	2,1	Hospedagem	--	--	--	--	67,0
Canadá	0,4	0,8	0,1	0,7	1,4	Locação de veículos	--	--	--	--	3,7
Espanha	1,0	0,8	3,5	1,2	1,3	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,0
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
	(%)						(%)				
Lazer	86,0	91,7	87,3	88,8	90,6	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	8,4	1,8	4,1	3,5	2,8	Primeira vez	33,5	36,4	35,9	36,7	33,5
Outros motivos	5,6	6,5	8,6	7,7	6,6	Outras vezes	66,5	63,6	64,1	63,3	66,5
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
	(%)						(%)				
Sol e praia	61,8	63,8	62,1	68,1	51,8	Sim	96,7	96,0	96,6	95,5	--
Natureza, ecoturismo ou aventura	24,7	21,4	26,4	21,4	36,0	Não	3,3	4,0	3,4	4,5	--
Cultura	12,8	13,8	10,5	10,0	10,0	Perfil socioeconômico					
Esportes	--	0,5	1,0	0,2	1,6	Gênero					
Viagem de incentivo	--	--	--	--	0,4	(%)					
Outros	0,7	0,5	--	0,3	0,2	Masculino	52,9	55,6	52,0	59,0	54,1
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,5	--	--	--	Feminino	47,1	44,4	48,0	41,0	45,9
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,7	--	--	0,3	0,2	Grupo de idade					
Tipo de alojamento utilizado						(%)					
Hotel, flat ou pousada	65,6	61,4	54,6	57,5	49,6	18 a 24 anos	12,0	11,7	11,6	10,3	10,2
Casa de amigos e parentes	5,7	1,7	6,4	4,2	7,2	25 a 31 anos	29,4	32,4	29,7	30,3	29,0
Casa alugada	3,7	5,9	4,9	6,8	10,7	32 a 40 anos	26,2	20,1	25,8	29,1	24,2
Camping ou albergue	16,2	17,1	22,0	19,2	25,5	41 a 50 anos	17,4	12,8	13,4	12,2	17,5
Casa própria	0,3	1,4	1,5	1,1	1,1	51 a 59 anos	8,3	14,7	9,3	12,2	12,6
Resort	4,8	8,1	6,0	4,2	2,6	60 anos ou mais	6,7	8,3	10,2	5,9	6,5
Outros	3,7	4,4	4,6	7,0	3,3	Grau de instrução					
Composição do grupo turístico						(%)					
Família	21,3	28,4	19,0	24,0	20,7	Sem educação formal	--	--	--	--	--
Sozinho	18,0	12,6	14,8	17,3	18,4	Fundamental	0,4	--	--	0,8	0,7
Casal sem filhos	37,7	42,1	44,4	40,2	41,8	Médio	25,5	25,3	24,9	28,3	21,8
Amigos	21,4	16,9	19,9	18,1	18,2	Superior	50,7	52,3	53,8	51,4	54,2
Outros	1,6	--	1,9	0,4	0,9	Pós-graduação	23,4	22,4	21,3	19,5	23,3
Gasto médio per capita dia no Brasil						(US\$)					
Lazer	⁽⁵⁾	55,03	66,26	66,68	53,80	Renda média mensal					
Negócios, eventos e convenções	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	(US\$)					
Outros motivos	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	Familiar	3.924,59	3.100,12	3.459,22	3.078,79	2.718,03
Total	61,97	54,34	59,94	63,59	53,61	Individual	2.475,49	2.001,64	2.197,80	2.064,45	1.736,90
Permanência média no Brasil						Grau de satisfação em relação à viagem					
	(pernoites)					Recomendaria o Brasil					
	(%)					(%)					
Lazer	⁽⁵⁾	11,5	12,8	13,0	12,6	Sim	--	--	--	--	98,5
Negócios, eventos e convenções	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	Não	--	--	--	--	--
Outros motivos	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	Talvez	--	--	--	--	1,5
Total	14,2	12,5	14,9	14,4	13,1	Nível de satisfação com a viagem					
Permanência média no destino						(%)					
	(pernoites)					Superou					
	(%)					Atendeu plenamente					
Lazer	⁽⁵⁾	4,4	5,1	4,8	4,6	Atendeu em parte	10,1	5,4	5,1	9,9	11,7
Negócios, eventos e convenções	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	Decepcionou	0,6	1,2	0,7	1,4	0,3
Outros motivos	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Total	5,1	4,6	5,8	5,2	4,8	Infraestrutura					
Outros destinos visitados						Avaliação positiva (%)					
	(%)					(média)					
Lazer						Limpeza pública	77,3	74,9	68,3	83,8	7,4
Rio de Janeiro - RJ	66,9	63,3	65,8	65,5	70,7	Segurança pública	94,7	94,9	95,3	95,7	8,9
Parati - RJ	22,3	20,1	19,1	19,2	20,2	Serviço de táxi	88,9	89,0	86,4	93,4	8,0
Negócios, eventos e convenções						Transporte público					
	(%)					Telecomunicações					
Rio de Janeiro - RJ	55,5	44,9	34,4	14,9	29,5	Sinalização turística	78,0	78,7	90,1	86,3	7,5
Armação dos Búzios - RJ	3,4	--	--	--	10,4	Infraestrutura turística					
Outros motivos						Avaliação positiva (%)					
	(%)					(média)					
Rio de Janeiro - RJ	52,6	71,4	56,5	52,2	43,6	Aeroporto ⁽¹⁰⁾	--	--	--	--	--
São Paulo - SP	43,8	8,6	8,7	20,7	16,8	Rodovias	79,5	77,4	78,0	74,3	6,9
Organização da viagem						Restaurante					
	(%)					Alojamento					
Fonte de informação ^(6, 7)						Diversão noturna					
	(%)					Serviços turísticos					
Internet	63,6	67,9	66,1	71,1	78,8	Guias de turismo	94,6	92,8	95,5	89,4	8,2
Amigos e parentes	18,2	18,5	22,2	21,9	52,7	Informação turística	88,1	88,2	88,9	89,4	8,1
Viagem corporativa	2,8	1,2	3,2	1,5	1,9	Hospitalidade	97,9	98,3	99,4	98,0	8,9
Agência de viagens	5,1	8,6	5,6	4,0	5,9	Gastronomia	95,0	92,9	95,2	96,0	7,8
Guias, brochuras e outras publicações	6,9	2,9	2,9	1,5	5,4	Preços	69,3	71,4	71,7	69,6	6,4
Feiras, eventos e congressos	2,4	0,4	--	--	0,5						
Escritórios brasileiros de turismo	0,6	--	--	--	0,4						
Outros	0,4	0,5	--	--	--						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(10) Não existe aeroporto internacional em Angra dos Reis - RJ.

6.2. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Armação dos Búzios - RJ - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
Pais de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Argentina	69,0	67,9	72,4	70,6	65,4	Pacote	38,1	41,1	40,2	44,0	--
Chile	15,6	18,7	17,5	19,9	22,2	Serviços avulsos	17,2	14,3	15,0	14,1	--
Uruguai	8,3	6,8	5,4	5,2	7,4	Não utilizou	44,7	44,6	44,8	41,9	--
Estados Unidos	0,8	0,6	0,2	0,3	0,8	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Peru	0,2	0,9	0,5	0,5	0,6	Pacote turístico	--	--	--	--	38,6
Espanha	0,4	0,2	0,2	0,4	0,5	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	60,6
França	0,5	0,6	0,7	0,8	0,4	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	4,4
Suíça	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	Hospedagem	--	--	--	--	50,7
Colômbia	0,1	0,2	0,2	0,4	0,3	Locação de veículos	--	--	--	--	5,7
Alemanha	0,5	1,0	0,6	0,3	0,3	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,1
Motivo da viagem ⁽²⁾						Outros					
Lazer	95,3	95,9	95,2	95,9	95,4	--	--	--	--	--	9,4
Negócios, eventos e convenções	0,5	0,9	0,9	0,5	0,5	Fidelização ao destino					
Outros motivos	4,2	3,2	3,9	3,6	4,1	Frequência de visita ao Brasil					
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Primeira vez					
Sol e praia	81,9	82,6	82,9	84,9	80,0	37,3	42,6	39,1	41,1	38,7	
Natureza, ecoturismo ou aventura	5,8	8,9	6,6	7,4	12,4	Outras vezes					
Cultura	11,0	7,6	9,2	6,9	6,4	62,7	57,4	60,9	58,9	61,3	
Esportes	0,3	0,2	0,1	0,3	0,3	Intenção de retorno ao Brasil					
Viagem de incentivo	0,4	0,2	0,2	0,3	0,1	Sim					
Outros	0,6	0,5	1,0	0,2	0,8	97,8	97,1	96,8	96,1	--	
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,2	--	--	--	Não					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,6	0,3	1,0	0,2	0,8	2,2	2,9	3,2	3,9	--	
Tipo de alojamento utilizado						Perfil socioeconômico					
Hotel, flat ou pousada						Gênero					
88,6	89,4	88,4	83,3	82,9	Masculino						
Casa de amigos e parentes						Feminino					
5,0	4,0	3,7	4,0	5,2	52,6	50,2	53,7	47,7	48,8		
Casa alugada						Grupo de idade					
3,1	4,4	3,8	5,7	7,6	18 a 24 anos						
Camping ou albergue						25 a 31 anos					
1,8	1,6	2,5	3,5	3,3	10,5	9,0	11,3	11,2	11,1		
Casa própria						32 a 40 anos					
0,3	0,3	0,4	0,5	0,4	26,1	26,2	25,1	25,6	24,2		
Resort						41 a 50 anos					
0,9	0,3	0,4	0,6	0,5	25,3	25,0	22,2	22,2	24,8		
Outros						51 a 59 anos					
0,3	0,0	0,8	2,3	0,1	17,9	17,0	18,4	19,8	19,9		
Composição do grupo turístico						60 anos ou mais					
Família						9,2					
31,4	33,8	33,4	38,6	35,2	9,5						
Sozinho						8,6					
7,5	6,8	5,9	6,8	9,6	0,1						
Casal sem filhos						0,0					
48,3	47,5	47,8	42,0	40,4	0,8						
Amigos						2,3					
12,1	11,6	12,6	12,6	14,7	0,1						
Outros						0,1					
0,7	0,3	0,3	--	0,1	Grau de instrução						
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
Lazer						1,8					
72,29	68,35	69,67	64,88	50,17	Médio						
Negócios, eventos e convenções						35,4					
(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superior						
Outros motivos						51,1					
(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Pós-graduação						
Total						11,7					
70,49	67,82	67,84	63,78	50,25	11,7						
Permanência média no Brasil						Renda média mensal					
(pernoites)						(US\$)					
Lazer						Familiar					
9,2	9,0	8,9	9,0	9,3	3.017,34	2.584,28	2.641,75	2.552,00	2.031,66		
Negócios, eventos e convenções						Individual					
(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	2.018,55	1.682,15	1.727,98	1.543,50	1.284,55		
Outros motivos						Grau de satisfação em relação à viagem					
(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Recomendaria o Brasil						
Total						Sim					
9,7	9,3	9,3	9,4	9,5	--	--	--	--	--	98,1	
Permanência média no destino						Não					
(pernoites)						--					
Lazer						0,6					
6,6	6,4	6,3	6,4	6,4	1,3						
Negócios, eventos e convenções						Nível de satisfação com a viagem					
(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superou						
Outros motivos						42,1					
(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	49,2						
Total						44,0					
6,8	6,5	6,5	6,7	6,5	39,6						
Outros destinos visitados						8,3					
Lazer						6,7					
Rio de Janeiro - RJ						0,9					
39,3	38,6	40,8	44,9	45,9	Decepcionou						
Arraial do Cabo - RJ						1,4					
1,6	0,7	1,5	2,0	3,0	0,9						
Negócios, eventos e convenções						1,2					
Rio de Janeiro - RJ						0,4					
52,2	42,8	28,9	--	19,2	0,1						
Petrópolis - RJ						0,1					
--	--	--	--	9,9	0,3						
Outros motivos						0,2					
Rio de Janeiro - RJ						0,2					
52,6	50,4	35,0	26,3	38,7	0,2						
Arraial do Cabo - RJ						0,2					
--	--	--	6,6	3,4	0,2						
Organização da viagem						0,2					
Fonte de informação ^(6, 7)						0,2					
Internet						0,2					
59,6	58,0	63,1	60,0	71,7	0,2						
Amigos e parentes						0,2					
20,0	23,6	20,0	20,5	49,2	0,2						
Viagem corporativa						0,2					
0,8	0,6	0,3	0,5	1,7	0,2						
Agência de viagens						0,2					
18,4	16,4	15,1	18,3	23,1	0,2						
Guias, brochuras e outras publicações						0,2					
0,9	1,4	1,3	0,7	2,5	0,2						
Feiras, eventos e congressos						0,2					
0,1	--	--	--	0,1	0,2						
Escritórios brasileiros de turismo						0,2					
--	--	0,1	0,0	0,3	0,2						
Outros						0,2					
0,2	--	0,1	--	0,2	0,2						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(10) Não existe aeroporto internacional em Armação dos Búzios - RJ.

6.3. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Balneário Camboriú - SC - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Paraguai	17,2	19,1	20,5	28,8	42,1	Pacote	9,8	6,7	7,5	8,8	--
Argentina	58,7	63,5	64,1	56,8	39,5	Serviços avulsos	4,6	2,8	2,6	3,3	--
Chile	13,7	7,8	9,1	8,9	8,6	Não utilizou	85,6	90,5	89,9	87,9	--
Uruguai	3,6	2,6	1,5	0,7	2,9	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Estados Unidos	2,3	1,0	1,0	0,6	1,4	Pacote turístico	--	--	--	--	11,4
Bolívia	0,4	1,5	0,9	0,8	1,3	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	37,2
França	0,2	0,3	0,2	--	0,5	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	8,3
Itália	0,6	1,4	0,4	0,7	0,5	Hospedagem	--	--	--	--	24,3
Colômbia	0,4	0,2	0,1	0,2	0,4	Locação de veículos	--	--	--	--	1,7
Espanha	0,3	0,0	0,0	0,1	0,4	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,6
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	90,4	91,9	91,6	93,2	89,3	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	3,2	2,2	1,6	1,7	3,3	Primeira vez					
Outros motivos	6,4	5,9	6,8	5,1	7,4	Outras vezes					
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	95,4	95,2	94,0	92,4	90,2	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	2,8	3,5	3,7	4,7	4,8	Não					
Cultura	0,9	1,0	1,0	1,4	3,1	Perfil socioeconômico					
Esportes	0,1	0,1	1,0	1,1	1,5	Gênero					
Viagem de incentivo	--	0,2	--	0,1	--	Masculino					
Outros	0,8	0,0	0,3	0,3	0,4	Feminino					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,0	--	--	--	Grupo de idade					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,8	0,0	0,3	0,3	0,4	18 a 24 anos					
Tipo de alojamento utilizado						25 a 31 anos					
Hotel, flat ou pousada	40,6	45,2	36,9	31,8	39,6	32 a 40 anos					
Casa de amigos e parentes	12,1	6,5	9,0	7,5	11,3	41 a 50 anos					
Casa alugada	39,5	42,8	48,8	54,9	41,6	51 a 59 anos					
Camping ou albergue	1,6	1,4	2,0	1,1	1,3	60 anos ou mais					
Casa própria	5,6	4,1	2,7	3,9	5,5	Grau de instrução					
Resort	0,5	--	0,3	0,2	0,2	Sem educação formal					
Outros	0,1	0,0	0,3	0,6	0,5	Fundamental					
Composição do grupo turístico						Médio					
Família	63,9	67,3	64,6	64,9	55,4	Superior					
Sozinho	9,3	6,4	7,9	6,3	11,4	Pós-graduação					
Casal sem filhos	16,7	13,0	15,3	16,4	20,3	Renda média mensal					
Amigos	8,7	12,5	11,1	11,7	11,6	Familiar					
Outros	1,4	0,8	1,1	0,7	1,3	Individual					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Grau de satisfação em relação à viagem					
Lazer	82,61	46,54	49,14	52,62	49,54	Recomendaria o Brasil					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sim					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Não					
Total	75,71	45,45	48,68	51,59	47,09	Talvez					
Permanência média no Brasil						Nível de satisfação com a viagem					
Lazer	11,1	10,6	10,3	10,5	9,8	Superou					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Atendeu plenamente					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Atendeu em parte					
Total	12,4	11,4	11,1	11,0	11,1	Decepcionou					
Permanência média no destino						Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Lazer	8,8	8,9	8,6	8,4	7,8	Infraestrutura					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Limpeza pública					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Segurança pública					
Total	9,8	9,4	9,0	8,7	8,5	Serviço de táxi					
Outros destinos visitados						Transporte público					
Lazer						Telecomunicações					
Florianópolis - SC	3,7	2,6	4,4	5,9	5,7	Sinalização turística					
Foz do Iguaçu - PR	1,8	1,7	4,0	2,0	3,5	Infraestrutura turística					
Negócios, eventos e convenções						Aeroporto ⁽¹⁰⁾					
Joinville - SC	--	3,7	--	--	8,6	Rodovias					
Rio de Janeiro - RJ	2,9	--	--	--	4,2	Restaurante					
Outros motivos						Alojamento					
Florianópolis - SC	15,6	16,3	10,6	6,2	9,2	Diversão noturna					
Curitiba - PR	7,5	8,9	4,0	4,4	7,3	Serviços turísticos					
Organização da viagem						Guias de turismo					
Fonte de informação ^(6, 7)						Informação turística					
Internet	54,2	51,0	53,5	61,4	51,5	Hospitalidade					
Amigos e parentes	34,3	37,9	38,8	29,1	45,0	Gastronomia					
Viagem corporativa	3,5	1,5	0,8	1,2	3,4	Preços					
Agência de viagens	6,1	6,5	5,6	5,5	9,0						
Guias, brochuras e outras publicações	1,7	1,8	0,5	1,9	3,0						
Feiras, eventos e congressos	--	0,6	0,8	0,4	--						
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	--						
Outros	0,2	0,7	--	0,5	2,8						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(10) Não existe aeroporto internacional em Balneário Camboriú - SC.

6.4. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Belém - PA - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Suriname	6,4	16,7	13,5	11,2	16,9	Pacote	-	5,7	1,6	5,6	--
França	24,7	33,6	17,3	20,7	15,6	Serviços avulsos	18,7	19,5	20,7	22,4	--
Estados Unidos	11,0	6,8	8,4	9,2	9,3	Não utilizou	81,3	74,8	77,7	72,0	--
Argentina	6,3	3,6	6,8	9,8	6,4	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Portugal	3,0	1,9	4,7	8,5	5,3	Pacote turístico	--	--	--	--	3,5
Alemanha	3,3	3,6	5,9	10,6	5,3	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	89,2
Espanha	1,8	1,1	3,3	1,8	4,7	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	34,9
Japão	4,1	1,8	1,0	1,0	3,4	Hospedagem	--	--	--	--	30,3
Holanda	5,9	5,9	4,5	5,9	3,2	Locação de veículos	--	--	--	--	3,4
Colômbia	2,6	3,2	2,9	3,7	3,0	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,8
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	11,0	32,4	21,8	16,8	25,6	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	14,7	20,0	18,9	7,7	17,4	Primeira vez					
Outros motivos	74,3	47,6	59,3	75,5	57,0	26,6	16,4	22,4	27,7	23,1	
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Outras vezes					
Sol e praia	29,0	43,2	35,0	12,3	14,8	73,4	83,6	77,6	72,3	76,9	
Natureza, ecoturismo ou aventura	24,7	23,2	39,4	52,1	46,7	Intenção de retorno ao Brasil					
Cultura	46,3	32,6	25,6	35,6	38,5	Sim					
Esportes	-	1,0	-	-	-	94,0	95,7	95,9	96,9	--	
Viagem de incentivo	-	-	-	-	-	Não					
Outros	-	-	-	-	-	6,0	4,3	4,1	3,1	--	
Lazer relacionado a grandes eventos	--	--	--	--	--	Perfil socioeconômico					
Outras motivações de lazer	-	-	-	-	-	Gênero					
Tipo de alojamento utilizado						Masculino					
Hotel, flat ou pousada	13,8	41,3	43,3	25,0	41,6	53,2	47,0	42,0	49,5	54,2	
Casa de amigos e parentes	71,6	55,6	47,1	57,4	46,2	Feminino					
Casa alugada	2,3	1,3	3,3	1,5	0,5	46,8	53,0	58,0	50,5	45,8	
Camping ou albergue	6,7	-	-	2,3	1,2	Grupo de idade					
Casa própria	3,6	1,4	3,2	10,7	9,7	18 a 24 anos					
Resort	-	-	-	-	-	20,4	5,9	11,2	11,0	9,0	
Outros	2,0	0,4	3,1	3,1	0,8	25 a 31 anos					
Composição do grupo turístico						32 a 40 anos					
Família	13,4	31,5	19,0	17,3	12,1	26,8	23,4	24,6	20,9	25,5	
Sozinho	59,8	44,3	55,0	68,0	64,5	41 a 50 anos					
Casal sem filhos	21,1	13,9	11,1	10,6	15,4	11,3	18,5	24,3	22,1	20,3	
Amigos	3,9	5,7	11,0	3,6	5,8	51 a 59 anos					
Outros	1,8	4,6	3,9	0,5	2,2	10,8	14,9	10,8	15,8	15,1	
Gasto médio per capita dia no Brasil						60 anos ou mais					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	12,3	13,6	12,0	10,8	15,7	
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de instrução					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sem educação formal					
Total	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	-	0,6	0,3	-	0,1	
Permanência média no Brasil						Fundamental					
(pernoites)						11,9	11,0	11,5	6,3	2,7	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Médio					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	30,0	29,1	26,6	27,7	32,5	
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superior					
Total	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	31,2	40,7	43,8	35,2	35,4	
Permanência média no destino						Pós-graduação					
(pernoites)						26,9	18,6	17,8	30,8	29,3	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Renda média mensal					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(US\$)					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Familiar					
Total	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	3.234,86	3.927,22	3.230,86	3.538,75	3.380,97	
Outros destinos visitados						Individual					
Lazer	9,0	2,8	7,0	41,5	23,3	2.284,58	2.523,31	1.975,97	2.152,81	2.511,69	
Manaus - AM	-	2,1	9,5	24,9	19,1	Grau de satisfação em relação à viagem					
Santarém - PA	-	-	-	-	-	Recomendaria o Brasil					
Negócios, eventos e convenções						(%)					
São Paulo - SP	9,7	-	4,5	13,2	16,0	Sim					
Rio de Janeiro - RJ	5,9	-	10,4	-	9,3	--	--	--	--	93,3	
Outros motivos						Não					
São Paulo - SP	9,7	12,7	11,5	12,4	8,2	--	--	--	--	2,7	
Rio de Janeiro - RJ	17,7	12,0	6,1	7,6	6,3	Talvez					
Organização da viagem						(%)					
Fonte de informação ^(6, 7)						Nível de satisfação com a viagem					
Internet	27,3	20,6	45,2	37,2	51,0	(%)					
Amigos e parentes	52,8	33,4	30,3	45,4	46,1	Superou					
Viagem corporativa	15,9	16,0	10,0	5,1	10,8	21,9	21,5	19,5	27,9	21,9	
Agência de viagens	2,9	19,6	2,4	8,3	5,2	Atendeu plenamente					
Guias, brochuras e outras publicações	0,3	7,9	9,9	4,0	3,3	53,8	55,1	50,3	51,7	36,3	
Feiras, eventos e congressos	0,8	1,1	1,5	-	-	Atendeu em parte					
Escritórios brasileiros de turismo	-	-	-	-	-	11,3	21,3	23,4	19,3	36,4	
Outros	-	1,4	0,7	-	1,2	Decepcionou					
						13,0	2,1	6,8	1,2	5,4	
						Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
						Infraestrutura					
						Avaliação positiva (%)					
						(média)					
						32,6	46,6	20,3	28,4	3,6	
						38,4	40,6	32,7	34,6	4,7	
						87,1	96,2	91,3	85,4	7,0	
						54,1	53,3	44,7	35,3	4,6	
						58,9	49,5	55,2	54,8	6,5	
						59,9	59,7	49,4	41,2	5,4	
						Infraestrutura turística					
						Aeroporto					
						93,0	91,7	82,4	81,6	7,6	
						Rodovias					
						48,5	52,5	45,0	36,3	5,0	
						Restaurante					
						95,0	94,1	96,8	89,4	7,3	
						Alojamento					
						92,9	99,3	92,7	91,2	7,2	
						Diversão noturna					
						85,7	95,5	90,9	85,1	7,8	
						Serviços turísticos					
						Avaliação positiva (%)					
						(média)					
						83,7	93,9	84,2	71,6	8,2	
						Guias de turismo					
						73,9	72,3	80,7	62,1	5,7	
						Informação turística					
						95,8	91,8	95,7	96,6	8,5	
						Hospitalidade					
						96,0	99,2	96,7	99,0	8,3	
						Gastronomia					
						71,1	69,1	62,6	71,0	7,4	

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.5. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Belo Horizonte - MG - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Estados Unidos	21,5	18,5	13,8	24,2	21,4	Pacote	2,3	1,3	1,0	2,7	--
Portugal	3,0	4,3	5,2	4,8	8,8	Serviços avulsos	18,1	14,5	11,9	14,4	--
Argentina	9,9	10,2	16,6	9,7	8,3	Não utilizou	79,6	84,2	87,1	82,9	--
Alemanha	5,8	5,6	6,4	6,7	5,7	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Chile	5,2	3,4	4,3	4,5	5,3	Pacote turístico	--	--	--	--	2,4
França	5,6	5,0	6,1	5,0	5,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	92,9
Itália	5,9	7,7	7,0	6,0	4,6	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	36,6
Colômbia	4,1	3,7	3,8	2,8	4,2	Hospedagem	--	--	--	--	32,6
Reino Unido	3,1	5,3	3,6	3,9	3,5	Locação de veículos	--	--	--	--	4,5
Austrália	0,7	1,0	1,6	1,8	2,7	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	0,9
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	9,8	11,5	14,0	9,4	8,2	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	28,0	33,3	27,0	21,1	22,1	Primeira vez	23,5	23,6	18,1	26,3	27,3
Outros motivos	62,2	55,2	59,0	69,5	69,7	Outras vezes	76,5	76,4	81,9	73,7	72,7
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	15,2	32,3	10,8	7,0	21,3	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	24,2	23,5	37,4	34,5	28,9	Não					
Cultura	43,0	39,7	22,0	51,9	30,3	Sim	95,3	93,4	94,9	95,3	--
Esportes	11,3	--	23,4	1,3	17,0	Não	4,7	6,6	5,1	4,7	--
Viagem de incentivo	5,0	1,3	--	--	--	Perfil socioeconômico					
Outros	1,3	3,2	6,4	5,3	2,5	Gênero					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	1,3	--	--	--	Masculino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,3	1,9	6,4	5,3	2,5	Feminino					
Tipo de alojamento utilizado						Grupo de idade					
Hotel, flat ou pousada	33,2	37,1	33,3	27,7	26,1	18 a 24 anos					
Casa de amigos e parentes	55,8	51,7	54,3	60,1	60,1	25 a 31 anos					
Casa alugada	2,0	3,1	2,0	2,1	3,9	32 a 40 anos					
Camping ou albergue	0,8	0,6	0,6	0,2	0,4	41 a 50 anos					
Casa própria	6,1	6,1	7,6	5,9	7,5	51 a 59 anos					
Resort	0,2	--	0,2	--	--	60 anos ou mais					
Outros	1,9	1,4	2,0	4,0	2,0	Grau de instrução					
Composição do grupo turístico						Sem educação formal					
Família						Fundamental					
Família						Médio					
Família						Superior					
Família						Pós-graduação					
Família						Renda média mensal (US\$)					
Família						Familiar					
Família						Individual					
Família						Grau de satisfação em relação à viagem					
Família						Recomendaria o Brasil					
Família						Sim					
Família						Não					
Família						Talvez					
Família						Nível de satisfação com a viagem					
Família						Superou					
Família						Atendeu plenamente					
Família						Atendeu em parte					
Família						Decepcionou					
Família						Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Família						Infraestrutura					
Família						Limpeza pública					
Família						Segurança pública					
Família						Serviço de táxi					
Família						Transporte público					
Família						Telecomunicações					
Família						Sinalização turística					
Família						Infraestrutura turística					
Família						Aeroporto					
Família						Rodovias					
Família						Restaurante					
Família						Alojamento					
Família						Diversão noturna					
Família						Serviços turísticos					
Família						Guias de turismo					
Família						Informação turística					
Família						Hospitalidade					
Família						Gastronomia					
Família						Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.6. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Bombinhas - SC - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Argentina	90,5	88,5	87,7	83,6	64,9	Pacote	0,6	0,6	0,1	0,8	--
Uruguai	6,8	6,5	7,1	8,2	18,9	Serviços avulsos	1,4	2,0	1,4	0,6	--
Paraguai	2,1	4,0	4,6	7,2	14,8	Não utilizou	98,0	97,4	98,5	98,6	--
Bolívia	0,1	0,3	0,1	-	0,5	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Alemanha	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	Pacote turístico	--	--	--	--	1,0
Estados Unidos	0,1	0,2	0,1	0,1	0,3	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	13,3
Chile	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	3,4
Itália	0,1	-	0,1	-	0,2	Hospedagem	--	--	--	--	31,2
-	-	-	-	-	-	Locação de veículos	--	--	--	--	5,2
-	-	-	-	-	-	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	0,4
-	-	-	-	-	-	Outros	--	--	--	--	1,5
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	98,6	98,9	99,2	99,6	98,3	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	0,5	0,1	0,1	0,1	0,3	Primeira vez	15,7	19,7	13,0	18,9	13,2
Outros motivos	0,9	1,0	0,7	0,3	1,4	Outras vezes	84,3	80,3	87,0	81,1	86,8
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	99,2	98,3	98,5	97,9	94,9	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	0,7	1,7	1,3	2,0	3,6	Não					
Cultura	0,1	0,0	0,2	0,1	1,2	Sim	98,3	97,5	97,7	98,0	--
Esportes	-	-	-	-	-	Não	1,7	2,5	2,3	2,0	--
Viagem de incentivo	-	-	-	-	0,3	Perfil socioeconômico					
Outros	-	-	-	-	-	Gênero					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	--	--	--	--	Masculino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	-	-	-	-	-	Feminino					
Tipo de alojamento utilizado						Grupo de idade					
Hotel, flat ou pousada	31,7	29,9	26,9	29,5	37,9	18 a 24 anos					
Casa de amigos e parentes	3,6	1,6	2,2	1,6	2,2	25 a 31 anos					
Casa alugada	61,7	66,8	68,2	67,2	56,1	32 a 40 anos					
Camping ou albergue	1,8	1,3	1,5	1,0	1,5	41 a 50 anos					
Casa própria	0,1	0,0	0,6	0,6	1,6	51 a 59 anos					
Resort	0,5	0,4	0,6	-	0,4	60 anos ou mais					
Outros	0,6	-	0,0	0,1	0,3	Grau de instrução					
Composição do grupo turístico						Sem educação formal					
Família	79,0	82,9	84,7	85,0	79,1	Fundamental					
Sozinho	0,9	0,8	1,0	1,2	1,1	Médio					
Casal sem filhos	13,2	11,3	9,2	9,4	13,0	Superior					
Amigos	6,4	4,7	5,1	4,4	6,6	Pós-graduação					
Outros	0,5	0,3	-	0,0	0,2	Renda média mensal (US\$)					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Familiar					
Lazer	51,15	44,60	57,52	54,90	43,99	Individual					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	2.821,08 2.635,84 2.804,22 2.884,91 2.338,03					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	1.852,96 1.535,12 1.671,06 1.802,23 1.441,30					
Total	50,68	44,75	57,21	55,09	43,96	Grau de satisfação em relação à viagem					
Permanência média no Brasil (pernoites)						Recomendaria o Brasil					
Lazer	11,5	11,4	11,7	11,8	11,1	Sim					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Não					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Talvez					
Total	11,6	11,5	11,7	11,8	11,1	Nível de satisfação com a viagem					
Permanência média no destino (pernoites)						Superou					
Lazer	10,1	10,4	10,8	10,5	9,7	Atendeu plenamente					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Atendeu em parte					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Decepcionou					
Total	10,1	10,3	10,7	10,5	9,6	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Outros destinos visitados						Infraestrutura					
Lazer						Avaliação positiva (%) (média)					
São Gabriel - RS	3,3	2,6	2,4	3,3	7,3	Limpeza pública					
Torres - RS	4,1	1,3	2,4	3,4	3,3	Segurança pública					
Negócios, eventos e convenções						Serviço de táxi					
Florianópolis - SC	-	-	-	-	25,7	Transporte público					
-	-	-	-	-	-	Telecomunicações					
Outros motivos						Sinalização turística					
Florianópolis - SC	20,3	-	11,1	16,8	14,4	Infraestrutura turística					
Itajaí - SC	-	-	-	-	4,8	Aeroporto ⁽¹⁰⁾					
Organização da viagem						Rodovias					
Fonte de informação ^(6, 7)						Restaurante					
Internet	52,4	63,5	70,6	68,3	67,2	Alojamento					
Amigos e parentes	43,3	33,5	26,0	29,3	50,8	Diversão noturna					
Viagem corporativa	-	0,9	1,1	0,6	0,3	Serviços turísticos					
Agência de viagens	0,8	0,1	0,2	0,6	1,7	Guias de turismo					
Guias, brochuras e outras publicações	2,9	1,7	1,9	1,2	1,2	Informação turística					
Feiras, eventos e congressos	-	0,3	0,2	-	-	Hospitalidade					
Escritórios brasileiros de turismo	0,6	-	-	-	0,2	Gastronomia					
Outros	-	-	-	-	-	Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(10) Não existe aeroporto internacional em Bombinhas - SC.

6.7. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Brasília - DF - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Argentina	14,0	11,2	14,4	13,0	18,4	Pacote	0,9	1,5	1,8	0,6	--
Estados Unidos	20,0	19,3	20,0	22,1	18,2	Serviços avulsos	14,9	10,3	16,3	16,7	--
França	3,7	5,9	5,0	4,2	7,0	Não utilizou	84,2	88,2	81,9	82,7	--
Chile	4,6	3,4	4,1	2,4	4,4	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Uruguai	1,4	0,4	2,1	1,1	3,7	Pacote turístico	--	--	--	--	3,6
Portugal	2,3	2,8	4,2	4,3	3,5	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	80,0
Colômbia	1,8	7,9	5,5	3,0	3,1	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	30,5
Espanha	2,0	3,9	2,2	3,7	3,1	Hospedagem	--	--	--	--	27,6
Paraguai	3,0	2,2	2,6	0,6	2,8	Locação de veículos	--	--	--	--	5,1
Reino Unido	2,3	1,4	2,0	2,9	2,7	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,1
Motivo da viagem ⁽²⁾						Outros					
Lazer	13,8	8,9	9,6	9,4	8,1	--	--	--	--	--	0,5
Negócios, eventos e convenções	27,1	29,3	34,5	25,4	29,0	Fidelização ao destino					
Outros motivos	59,1	61,8	55,9	65,2	62,9	Frequência de visita ao Brasil					
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Primeira vez					
Sol e praia	17,4	27,0	16,3	15,5	19,5	26,7	27,8	26,0	27,0	27,4	
Natureza, ecoturismo ou aventura	36,8	25,8	39,7	40,5	25,3	Outras vezes	73,3	72,2	74,0	73,0	72,6
Cultura	37,8	38,4	32,8	36,7	44,6	Intenção de retorno ao Brasil					
Esportes	5,9	--	8,9	3,7	10,6	Sim					
Viagem de incentivo	--	--	--	1,7	--	92,7	96,2	95,3	93,6	--	
Outros	2,1	8,8	2,3	1,9	--	Não	7,3	3,8	4,7	6,4	--
Lazer relacionado a grandes eventos	--	3,5	--	--	--	Perfil socioeconômico					
Outras motivações de lazer	2,1	5,3	2,3	1,9	--	Gênero					
Tipo de alojamento utilizado						Masculino					
Hotel, flat ou pousada	26,4	30,9	37,1	30,1	35,4	55,3	52,3	59,2	46,7	52,6	
Casa de amigos e parentes	66,2	59,4	52,5	56,7	55,0	Feminino	44,7	47,7	40,8	53,3	47,4
Casa alugada	0,9	2,9	1,4	3,7	2,1	Grupo de idade					
Camping ou albergue	1,5	1,2	0,7	0,9	0,7	18 a 24 anos					
Casa própria	4,4	4,9	3,6	6,1	5,4	18,4	13,5	12,2	15,8	15,1	
Resort	--	--	0,7	--	--	25 a 31 anos	13,6	22,8	17,5	20,1	19,3
Outros	0,6	0,7	4,0	2,5	1,4	32 a 40 anos	19,5	18,5	23,2	21,0	25,3
Composição do grupo turístico						41 a 50 anos					
Família	12,0	13,3	14,1	18,5	12,1	19,7	19,8	20,0	17,8	20,1	
Sozinho	62,4	66,9	60,5	64,7	60,2	51 a 59 anos	21,9	16,2	15,6	13,2	11,4
Casal sem filhos	9,2	8,1	9,3	9,9	9,5	60 anos ou mais	6,9	9,2	11,5	12,1	8,8
Amigos	7,0	4,5	5,7	2,4	6,6	Grau de instrução					
Outros	9,4	7,2	10,4	4,5	11,6	Sem educação formal					
Gasto médio per capita dia no Brasil						2,3					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Médio	22,8	17,2	17,7	20,6	23,2
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superior	38,8	43,9	39,2	40,8	35,2
Outros motivos	(5)	31,03	34,08	35,08	35,31	Pós-graduação	36,1	37,4	41,0	37,8	40,6
Total	42,54	41,43	46,66	39,12	40,32	Renda média mensal					
Permanência média no Brasil						(US\$)					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Familiar	5.064,18	4.474,93	4.944,77	4.535,89	4.017,20
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Individual	3.219,12	2.639,91	2.812,55	3.013,89	2.664,18
Outros motivos	(5)	29,4	29,4	29,6	32,8	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	21,5	25,5	24,8	25,7	26,7	Recomendaria o Brasil					
Permanência média no destino						(pernoites)					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sim					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	--	--	--	--	--	93,2
Outros motivos	(5)	17,5	18,0	18,9	17,8	Não	--	--	--	--	1,4
Total	11,6	12,6	13,5	14,5	13,5	Talvez	--	--	--	--	5,4
Outros destinos visitados						Nível de satisfação com a viagem					
Lazer						Superou					
Salvador - BA	--	2,6	6,9	2,1	15,6	31,3	24,2	27,9	23,1	29,6	
São Paulo - SP	17,7	16,3	11,4	15,2	14,0	Atendeu plenamente	51,7	55,2	56,4	58,0	52,1
Negócios, eventos e convenções						Atendeu em parte					
São Paulo - SP	14,5	19,1	10,3	13,4	12,2	14,9	15,0	13,5	16,7	16,3	
Rio de Janeiro - RJ	9,7	11,5	7,4	8,5	6,4	Decepcionou	2,1	5,6	2,2	2,2	2,0
Outros motivos						Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Rio de Janeiro - RJ	13,3	13,0	15,9	15,0	14,8	Infraestrutura					
São Paulo - SP	10,8	9,7	10,7	9,4	14,4	Avaliação positiva (%)					
Organização da viagem						(média)					
Fonte de informação ^(6, 7)						Limpeza pública					
Internet	37,2	32,3	43,2	48,9	41,7	84,5	84,2	86,7	85,3	7,8	
Amigos e parentes	37,5	41,5	32,7	32,2	43,6	Segurança pública	80,9	79,4	77,5	72,2	7,4
Viagem corporativa	15,4	20,5	18,1	15,6	26,3	Serviço de táxi	81,8	75,3	85,1	86,6	7,9
Agência de viagens	3,5	2,3	2,3	0,6	6,8	Transporte público	51,2	63,2	56,5	45,4	5,4
Guias, brochuras e outras publicações	2,4	1,1	1,8	0,3	3,1	Telecomunicações	65,6	71,0	76,0	69,8	7,1
Feiras, eventos e congressos	3,1	0,5	0,8	1,8	3,6	Sinalização turística	74,2	76,3	76,3	79,1	7,2
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	0,2	--	0,3	Infraestrutura turística					
Outros	0,9	1,8	0,9	0,6	3,2	Avaliação positiva (%)					
						(média)					
						Guias de turismo					
						Informação turística					
						Hospitalidade					
						Gastronomia					
						Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.8. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Campinas - SP - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Estados Unidos	19,8	16,3	17,0	16,6	17,5	Pacote	0,6	1,8	0,7	1,6	--
Argentina	15,0	12,2	11,4	9,9	9,7	Serviços avulsos	15,7	11,6	16,3	17,5	--
Alemanha	9,1	8,0	7,1	7,6	6,9	Não utilizou	83,7	86,6	83,0	80,9	--
Chile	4,4	5,4	6,4	6,4	6,4	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Reino Unido	1,5	3,7	4,2	1,8	6,2	Pacote turístico	--	--	--	--	0,7
Itália	3,3	6,2	4,6	5,1	4,9	Transporte internacional aéreo ou terrestre					
México	4,3	3,4	2,2	4,5	4,5	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	84,6
Paraguai	1,3	2,8	1,8	2,4	3,9	Hospedagem	--	--	--	--	34,9
Colômbia	4,0	3,8	3,0	4,9	3,2	Locação de veículos	--	--	--	--	6,9
Canadá	2,2	1,1	3,7	2,0	3,1	Atrativos, passeios ou guias de turismo					
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	4,3	6,9	4,1	5,1	4,9	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	53,2	43,5	54,0	44,9	39,3	Primeira vez					
Outros motivos	42,5	49,6	41,9	50,0	55,8	Outras vezes					
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	44,0	13,8	17,7	32,1	15,9	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	42,5	18,3	32,4	15,7	38,0	Não					
Cultura	13,5	55,8	40,8	38,9	39,6	Perfil socioeconômico					
Esportes	--	--	9,1	13,3	6,5	Gênero					
Viagem de incentivo	--	5,5	--	--	--	Masculino					
Outros	--	6,6	--	--	--	Feminino					
Lazer relacionado a grandes eventos	--	1,7	--	--	--	Grupo de idade					
Outras motivações de lazer	--	4,9	--	--	--	18 a 24 anos					
Tipo de alojamento utilizado						25 a 31 anos					
Hotel, flat ou pousada	56,1	48,6	57,7	44,4	40,8	32 a 40 anos					
Casa de amigos e parentes	34,6	41,5	32,1	42,6	49,8	41 a 50 anos					
Casa alugada	1,5	4,2	4,3	1,5	3,3	51 a 59 anos					
Camping ou albergue	1,5	0,6	1,1	1,7	0,6	60 anos ou mais					
Casa própria	3,0	1,8	2,4	4,2	3,3	Grau de instrução					
Resort	0,8	--	--	0,5	0,4	Sem educação formal					
Outros	2,5	3,3	2,4	5,1	1,8	Fundamental					
Composição do grupo turístico						Médio					
Família	8,4	7,8	8,9	12,5	11,9	Superior					
Sozinho	63,5	65,7	60,4	60,1	62,7	Pós-graduação					
Casal sem filhos	9,4	13,6	6,1	7,6	9,6	Renda média mensal					
Amigos	3,7	2,9	3,8	3,5	4,0	Familiar					
Outros	15,0	10,0	20,8	16,3	11,8	Individual					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Grau de satisfação em relação à viagem					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Recomendaria o Brasil					
Negócios, eventos e convenções	101,26	(5)	(5)	(5)	(5)	Sim					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	33,69	36,00	Não					
Total	53,02	47,82	56,97	43,40	44,25	Talvez					
Permanência média no Brasil						Nível de satisfação com a viagem					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superou					
Negócios, eventos e convenções	11,4	(5)	(5)	(5)	(5)	Atendeu plenamente					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	25,0	26,2	Atendeu em parte					
Total	20,3	23,5	19,1	20,2	20,2	Decepcionou					
Permanência média no destino						Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Infraestrutura					
Negócios, eventos e convenções	7,7	(5)	(5)	(5)	(5)	Limpeza pública					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	14,6	16,4	Segurança pública					
Total	12,7	13,4	11,3	11,1	12,3	Serviço de táxi					
Outros destinos visitados						Transporte público					
Lazer						Telecomunicações					
São Paulo - SP	33,8	26,8	35,8	36,9	33,5	Sinalização turística					
Manaus - AM	--	--	--	--	10,5	Infraestrutura turística					
Negócios, eventos e convenções						Aeroporto					
São Paulo - SP	11,9	13,7	11,7	16,9	19,1	Rodovias					
Rio de Janeiro - RJ	5,9	2,7	5,1	5,1	7,4	Restaurante					
Outros motivos						Alojamento					
São Paulo - SP	17,4	32,7	27,4	19,6	22,7	Diversão noturna					
Rio de Janeiro - RJ	10,3	12,4	21,6	9,9	9,5	Serviços turísticos					
Organização da viagem						Guias de turismo					
Fonte de informação ^(6, 7)						Informação turística					
Internet	21,6	27,5	32,0	38,7	34,1	Hospitalidade					
Amigos e parentes	25,7	29,9	25,9	23,8	43,0	Gastronomia					
Viagem corporativa	42,9	34,9	35,0	30,9	30,1	Preços					
Agência de viagens	3,5	2,6	2,6	3,4	8,0						
Guias, brochuras e outras publicações	0,3	0,0	0,3	0,0	1,6						
Feiras, eventos e congressos	3,3	1,8	2,4	1,8	1,9						
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	--						
Outros	2,7	3,3	1,8	1,4	3,7						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.9. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Curitiba - PR - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾ (%)						Utilização de agência de viagem (%)					
Argentina	13,8	12,2	10,1	18,5	16,5	Pacote	2,0	1,4	1,9	1,3	--
Estados Unidos	10,7	11,6	11,9	13,0	13,7	Serviços avulsos	12,7	14,1	12,1	14,0	--
Paraguai	11,1	10,9	11,4	13,9	13,7	Não utilizou	85,3	84,5	86,0	84,7	--
Alemanha	9,0	7,2	5,0	3,4	6,2	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾ (%)					
Itália	5,4	3,4	4,8	2,6	4,3	Pacote turístico	--	--	--	--	1,6
Chile	4,7	2,2	5,9	4,6	3,9	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	73,4
França	3,8	3,4	5,7	1,9	3,3	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	25,6
Colômbia	2,3	4,8	9,6	2,2	3,0	Hospedagem	--	--	--	--	35,6
Espanha	3,2	4,7	4,2	4,4	2,7	Locação de veículos	--	--	--	--	3,8
Portugal	2,7	3,0	1,2	2,9	2,7	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,2
Motivo da viagem ⁽²⁾ (%)						Outros (%)					
Lazer	14,5	15,3	21,0	17,3	16,3	--	--	--	--	--	3,9
Negócios, eventos e convenções	32,1	32,5	26,8	24,2	27,2	Fidelização ao destino					
Outros motivos	53,4	52,2	52,2	58,5	56,5	Frequência de visita ao Brasil (%)					
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4) (%)						Primeira vez					
Sol e praia	13,5	31,4	25,0	23,5	27,6	25,3	28,7	28,8	27,2	25,7	
Natureza, ecoturismo ou aventura	38,0	35,6	30,1	32,8	17,8	Outras vezes					
Cultura	33,8	25,5	33,3	36,9	26,4	74,7	71,3	71,2	72,8	74,3	
Esportes	8,7	3,5	10,7	3,8	28,2	Intenção de retorno ao Brasil (%)					
Viagem de incentivo	--	0,6	--	2,1	--	Sim					
Outros	6,0	3,4	0,9	0,9	--	93,0	96,1	96,7	96,8	--	
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,9	--	--	--	Não					
Outras motivações de lazer	6,0	2,5	0,9	0,9	--	7,0	3,9	3,3	3,2	--	
Tipo de alojamento utilizado (%)						Perfil socioeconômico					
Hotel, flat ou pousada	39,6	41,6	36,2	34,6	36,9	Gênero (%)					
Casa de amigos e parentes	50,1	47,1	52,5	53,4	50,4	Masculino					
Casa alugada	2,8	3,1	2,8	3,2	5,3	63,9	62,6	58,7	59,5	60,8	
Camping ou albergue	2,2	2,7	2,3	2,3	1,3	Feminino					
Casa própria	3,4	4,5	2,6	3,3	4,3	36,1	37,4	41,3	40,5	39,2	
Resort	--	0,3	--	--	0,1	Grupo de idade (%)					
Outros	1,9	0,7	3,6	3,2	1,7	18 a 24 anos					
Composição do grupo turístico (%)						25 a 31 anos					
Família	14,3	14,7	17,4	19,6	16,3	21,8	22,6	26,9	22,0	23,2	
Sozinho	58,6	59,0	55,4	54,7	51,9	32 a 40 anos					
Casal sem filhos	11,3	11,4	11,0	13,2	12,6	24,8	23,5	20,0	21,7	25,7	
Amigos	7,0	5,7	8,1	3,6	10,3	41 a 50 anos					
Outros	8,8	9,2	8,1	8,9	8,9	20,3	20,2	20,3	21,3	18,7	
Gasto médio per capita dia no Brasil (US\$)						51 a 59 anos					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	14,9	13,4	14,0	11,9	11,7	
Negócios, eventos e convenções	(5)	78,58	(5)	(5)	82,62	60 anos ou mais					
Outros motivos	42,45	34,57	35,62	34,70	35,83	9,3	11,1	8,3	12,2	10,5	
Total	50,45	43,44	43,95	39,47	45,00	Grau de instrução (%)					
Permanência média no Brasil (pernoites)						Sem educação formal					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	--	0,2	--	0,2	--	
Negócios, eventos e convenções	(5)	12,5	(5)	(5)	13,4	Fundamental					
Outros motivos	26,2	25,3	27,9	29,6	25,6	3,9	2,1	2,7	2,0	3,2	
Total	22,6	20,3	22,6	23,2	20,8	Médio					
Permanência média no destino (pernoites)						23,3					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superior					
Negócios, eventos e convenções	(5)	7,5	(5)	(5)	8,7	41,7	45,7	42,4	38,1	40,4	
Outros motivos	14,9	15,4	15,2	17,8	15,5	Pós-graduação					
Total	10,9	10,1	10,5	11,9	10,9	31,1	29,6	27,1	31,1	33,3	
Outros destinos visitados						Renda média mensal (US\$)					
Lazer	%					Familiar					
Rio de Janeiro - RJ	11,8	17,6	21,0	3,4	17,8	4.387,86	4.080,08	4.050,93	4.056,37	3.578,08	
São Paulo - SP	10,5	13,1	12,2	7,9	14,3	Individual					
Negócios, eventos e convenções	%					3.179,23					
São Paulo - SP	16,2	13,7	16,5	17,7	19,0	2.695,76					
Rio de Janeiro - RJ	5,1	6,5	5,6	4,3	9,1	2.739,86					
Outros motivos	%					2.849,49					
São Paulo - SP	11,7	6,7	10,6	10,5	13,7	2.572,09					
Rio de Janeiro - RJ	10,7	7,7	9,2	5,8	8,8	Grau de satisfação em relação à viagem					
Organização da viagem						Recomendaria o Brasil					
Fonte de informação ^(6, 7) (%)						Sim					
Internet	34,1	31,6	43,7	39,4	41,7	--	--	--	--	94,4	
Amigos e parentes	35,8	37,4	35,0	38,2	49,8	Não					
Viagem corporativa	22,6	25,0	14,4	16,5	23,0	--	--	--	--	1,9	
Agência de viagens	2,6	3,0	3,0	3,6	4,3	Talvez					
Guias, brochuras e outras publicações	1,6	0,9	0,6	0,4	2,2	--	--	--	--	3,7	
Feiras, eventos e congressos	2,2	1,5	1,7	1,2	3,8	Nível de satisfação com a viagem (%)					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	0,2	Superou					
Outros	1,1	0,6	1,6	0,7	1,3	27,1	33,7	31,8	34,9	31,3	
Organização da viagem						Atendeu plenamente					
Fonte de informação ^(6, 7) (%)						Atendeu em parte					
Internet	34,1	31,6	43,7	39,4	41,7	58,4	54,6	56,0	53,5	56,0	
Amigos e parentes	35,8	37,4	35,0	38,2	49,8	Decepcionou					
Viagem corporativa	22,6	25,0	14,4	16,5	23,0	12,6	8,9	9,9	10,5	12,3	
Agência de viagens	2,6	3,0	3,0	3,6	4,3	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Guias, brochuras e outras publicações	1,6	0,9	0,6	0,4	2,2	Infraestrutura					
Feiras, eventos e congressos	2,2	1,5	1,7	1,2	3,8	Avaliação positiva (%)					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	0,2	(média)					
Outros	1,1	0,6	1,6	0,7	1,3	Limpeza pública					
Organização da viagem						85,4					
Fonte de informação ^(6, 7) (%)						85,8					
Internet	34,1	31,6	43,7	39,4	41,7	Serviço de táxi					
Amigos e parentes	35,8	37,4	35,0	38,2	49,8	95,2					
Viagem corporativa	22,6	25,0	14,4	16,5	23,0	Transporte público					
Agência de viagens	2,6	3,0	3,0	3,6	4,3	90,8					
Guias, brochuras e outras publicações	1,6	0,9	0,6	0,4	2,2	Telecomunicações					
Feiras, eventos e congressos	2,2	1,5	1,7	1,2	3,8	73,8					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	0,2	Sinalização turística					
Outros	1,1	0,6	1,6	0,7	1,3	84,5					
Organização da viagem						86,4					
Fonte de informação ^(6, 7) (%)						85,2					
Internet	34,1	31,6	43,7	39,4	41,7	Avaliação positiva (%)					
Amigos e parentes	35,8	37,4	35,0	38,2	49,8	(média)					
Viagem corporativa	22,6	25,0	14,4	16,5	23,0	Aeroporto					
Agência de viagens	2,6	3,0	3,0	3,6	4,3	87,9					
Guias, brochuras e outras publicações	1,6	0,9	0,6	0,4	2,2	Rodovias					
Feiras, eventos e congressos	2,2	1,5	1,7	1,2	3,8	67,5					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	0,2	Restaurante					
Outros	1,1	0,6	1,6	0,7	1,3	97,6					
Organização da viagem						97,7					
Fonte de informação ^(6, 7) (%)						97,7					
Internet	34,1	31,6	43,7	39,4	41,7	Alojamento					
Amigos e parentes	35,8	37,4	35,0	38,2	49,8	98,0					
Viagem corporativa	22,6	25,0	14,4	16,5	23,0	Diversão noturna					
Agência de viagens	2,6	3,0	3,0	3,6	4,3	96,5					
Guias, brochuras e outras publicações	1,6	0,9	0,6	0,4	2,2	Serviços turísticos					
Feiras, eventos e congressos	2,2	1,5	1,7	1,2	3,8	Avaliação positiva (%)					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	0,2	(média)					
Outros	1,1	0,6	1,6	0,7	1,3	Guias de turismo					
Organização da viagem						84,7					
Fonte de informação ^(6, 7) (%)						92,7					
Internet	34,1	31,6	43,7	39,4	41,7	Informação turística					
Amigos e parentes	35,8	37,4	35,0	38,2	49,8	87,6					
Viagem corporativa	22,6	25,0	14,4	16,5	23,0	Hospitalidade					
Agência de viagens	2,6	3,0	3,0	3,6	4,3	97,0					
Guias, brochuras e outras publicações	1,6	0,9	0,6	0,4	2,2	Gastronomia					
Feiras, eventos e congressos	2,2	1,5	1,7	1,2	3,8	98,0					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	0,2	Preços					
Outros	1,1	0,6	1,6	0,7	1,3	72,6					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.10. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Florianópolis - SC - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Argentina	69,8	73,1	74,1	64,0	56,4	Pacote	3,0	2,4	1,8	3,4	--
Uruguai	13,0	9,5	11,4	14,4	18,1	Serviços avulsos	3,3	3,7	4,0	3,8	--
Paraguai	3,1	3,8	4,0	6,6	9,5	Não utilizou	93,7	93,9	94,2	92,8	--
Chile	3,7	2,3	2,1	5,0	4,4	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Espanha	0,8	0,6	0,4	0,9	1,5	Pacote turístico	--	--	--	--	5,0
Estados Unidos	1,4	1,3	0,8	1,7	1,4	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	35,4
Alemanha	1,0	0,8	0,8	1,1	1,2	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	10,9
Reino Unido	0,6	0,8	0,5	0,5	0,8	Hospedagem	--	--	--	--	27,9
Portugal	0,3	0,5	0,4	0,4	0,7	Locação de veículos	--	--	--	--	2,9
França	0,8	0,7	0,6	0,8	0,6	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,3
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	91,1	91,1	92,7	90,9	91,7	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	1,9	3,1	1,7	2,3	1,7	Primeira vez	17,1	24,6	25,4	25,0	22,7
Outros motivos	7,0	5,8	5,6	6,8	6,6	Outras vezes	82,9	75,4	74,6	75,0	77,3
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	95,8	96,1	95,4	94,6	92,2	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	2,2	2,8	3,7	3,5	5,1	Não					
Cultura	1,6	1,1	0,6	1,5	2,1	Sim	98,3	97,4	97,2	98,1	--
Esportes	0,2	0,0	0,3	0,2	0,4	Não	1,7	2,6	2,8	1,9	--
Viagem de incentivo	0,0	0,0	--	--	0,2	Perfil socioeconômico					
Outros	0,2	0,0	0,0	0,2	0,0	Gênero					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,0	--	--	--	Masculino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,2	0,0	0,0	0,2	0,0	Feminino					
Tipo de alojamento utilizado						Grupo de idade					
Hotel, flat ou pousada	39,2	39,1	35,9	37,5	41,5	18 a 24 anos					
Casa de amigos e parentes	8,9	6,0	5,7	7,3	8,0	25 a 31 anos					
Casa alugada	44,8	46,6	49,8	48,3	41,9	32 a 40 anos					
Camping ou albergue	3,6	4,7	6,0	3,8	6,0	41 a 50 anos					
Casa própria	1,6	1,8	1,1	1,2	1,2	51 a 59 anos					
Resort	1,5	1,2	1,0	0,5	1,0	60 anos ou mais					
Outros	0,4	0,6	0,5	1,3	0,4	Grau de instrução					
Composição do grupo turístico						Sem educação formal					
Família						Fundamental					
Sozinho						Médio					
Casal sem filhos						Superior					
Amigos						Pós-graduação					
Outros						Renda média mensal (US\$)					
Gasto médio per capita dia no Brasil (US\$)						Familiar					
Lazer	51,98	48,20	52,58	56,38	44,56	Individual					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de satisfação em relação à viagem					
Outros motivos	36,32	40,00	40,18	37,79	36,51	Recomendaria o Brasil					
Total	50,15	47,98	51,27	54,20	43,88	Sim					
Permanência média no Brasil (pernoites)						Não					
Lazer	12,1	11,9	11,9	11,5	11,3	Talvez					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Nível de satisfação com a viagem					
Outros motivos	27,1	26,8	30,5	26,1	27,6	Superou					
Total	13,2	12,8	12,8	12,4	12,3	Atendeu plenamente					
Permanência média no destino (pernoites)						Atendeu em parte					
Lazer	10,3	10,1	10,5	10,0	9,4	Decepcionou					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Outros motivos	16,7	16,6	19,2	15,2	14,7	Infraestrutura					
Total	11,0	10,6	11,2	10,5	9,9	Avaliação positiva (%) (média)					
Outros destinos visitados						Limpeza pública					
Lazer						Segurança pública					
São Gabriel - RS						Serviço de táxi					
Foz do Iguaçu - PR						Transporte público					
Negócios, eventos e convenções						Telecomunicações					
Rio de Janeiro - RJ						Sinalização turística					
São Paulo - SP						Infraestrutura turística					
Outros motivos						Aeroporto					
Rio de Janeiro - RJ						Rodovias					
São Paulo - SP						Restaurante					
Organização da viagem						Alojamento					
Fonte de informação ^(6, 7)						Diversão noturna					
Internet						Serviços turísticos					
Amigos e parentes						Guias de turismo					
Viagem corporativa						Informação turística					
Agência de viagens						Hospitalidade					
Guias, brochuras e outras publicações						Gastronomia					
Feiras, eventos e congressos						Preços					
Escritórios brasileiros de turismo											
Outros											

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.11. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Fortaleza - CE - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Utilização de agência de viagem					
Argentina	17,2	28,5	28,6	30,8	21,6	Pacote	5,9	10,1	7,3	6,5	--
Portugal	9,6	8,6	7,2	5,4	11,4	Serviços avulsos	20,3	21,9	18,5	16,2	--
Estados Unidos	6,9	9,3	7,3	9,7	11,0	Não utilizou	73,8	68,0	74,2	77,3	--
Itália	15,8	10,4	7,2	11,0	11,0	Serviços adquiridos fora do Brasil (8)					
Holanda	3,9	2,9	2,5	4,9	6,8	Pacote turístico	--	--	--	--	8,6
França	5,9	6,7	7,7	7,3	5,5	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	76,3
Alemanha	4,8	4,5	4,6	5,3	3,5	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	21,9
Chile	2,0	1,7	2,1	3,2	2,8	Hospedagem	--	--	--	--	36,4
Espanha	2,6	2,5	3,6	1,6	2,5	Locação de veículos	--	--	--	--	6,0
Paraguai	1,1	0,8	2,3	1,1	2,1	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	6,2
Motivo da viagem (2)						Outros					
Lazer	37,7	50,6	47,6	48,7	40,6	--	--	--	--	--	2,3
Negócios, eventos e convenções	22,7	13,7	15,1	10,9	13,5	Fidelização ao destino					
Outros motivos	39,6	35,7	37,3	40,4	45,9	Frequência de visita ao Brasil					
Motivação da viagem a lazer (3, 4)											
Sol e praia	77,4	89,0	82,6	79,1	76,1						
Natureza, ecoturismo ou aventura	11,1	4,4	8,6	11,0	8,8	Primeira vez					
Cultura	6,6	3,8	5,3	6,8	11,2						
Esportes	2,7	1,2	2,6	1,8	3,7	Outras vezes					
Viagem de incentivo	--	--	0,5	0,9	--						
Outros	2,2	1,6	0,4	0,4	0,2	Intenção de retorno ao Brasil					
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,1	--	--	--	Sim					
Outras motivações de lazer	2,2	1,5	0,4	0,4	0,2						
Tipo de alojamento utilizado						Não					
Hotel, flat ou pousada	46,6	51,3	48,4	50,2	45,1						
Casa de amigos e parentes	35,7	29,6	31,1	30,4	38,3	Perfil socioeconômico					
Casa alugada	6,4	8,7	8,7	8,9	9,1	Gênero					
Camping ou albergue	1,5	2,1	1,0	0,6	0,2	Masculino					
Casa própria	6,3	5,3	5,7	7,0	4,8						
Resort	3,3	2,3	3,0	0,9	1,3	Feminino					
Outros	0,2	0,7	2,1	2,0	1,2						
Composição do grupo turístico						Grupo de idade					
Família	22,3	22,2	24,4	20,2	22,7						
Sozinho	45,7	43,7	44,5	42,0	49,8	18 a 24 anos					
Casal sem filhos	15,2	20,6	19,7	24,4	17,5						
Amigos	9,1	10,7	8,2	11,0	7,7	25 a 31 anos					
Outros	7,7	2,8	3,2	2,4	2,3						
Gasto médio per capita dia no Brasil						32 a 40 anos					
Lazer	68,97	52,70	62,60	71,03	50,53						
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	41 a 50 anos					
Outros motivos	32,94	40,22	38,52	47,96	43,26						
Total	50,45	49,29	49,75	55,84	47,31	51 a 59 anos					
Permanência média no Brasil											
Lazer	17,6	19,3	16,0	13,9	16,0	60 anos ou mais					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)						
Outros motivos	31,1	30,2	34,9	24,9	28,3	Grau de instrução					
Total	24,3	22,5	22,5	19,8	21,2						
Permanência média no destino						Sem educação formal					
Lazer	9,4	10,0	9,6	7,8	8,4						
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Fundamental					
Outros motivos	19,9	19,2	19,8	15,8	16,8						
Total	13,8	12,9	13,5	11,3	12,0	Médio					
Outros destinos visitados											
Lazer						Superior					
Jijoca de Jericoacoara - CE	13,0	18,9	16,2	17,8	11,0						
Rio de Janeiro - RJ	9,3	7,5	5,3	3,1	7,0	Pós-graduação					
Negócios, eventos e convenções											
São Paulo - SP	6,4	6,9	7,0	11,5	11,6	Renda média mensal					
Rio de Janeiro - RJ	4,2	10,7	9,2	4,7	9,1						
Outros motivos						Familiar					
Jijoca de Jericoacoara - CE	7,5	12,4	12,5	4,7	6,5						
Aracati - CE	5,0	5,2	5,7	4,0	6,5	Individual					
Organização da viagem											
Fonte de informação (6, 7)						Grau de satisfação em relação à viagem					
Internet	40,5	55,9	57,5	63,7	57,4	Recomendaria o Brasil					
Amigos e parentes	34,6	29,7	28,5	26,3	47,0						
Viagem corporativa	9,4	6,7	7,8	4,8	9,0	Sim					
Agência de viagens	11,2	5,4	3,4	3,9	5,2						
Guias, brochuras e outras publicações	0,5	0,8	0,4	0,5	1,0	Não					
Feiras, eventos e congressos	2,2	0,2	1,6	0,1	0,8						
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	--	Talvez					
Outros	1,6	1,3	0,8	0,7	2,7						
						Nível de satisfação com a viagem					
						Superou					
						Atendeu plenamente					
						Atendeu em parte					
						Decepcionou					
						Avaliação da viagem (9)					
						Infraestrutura					
						Infraestrutura turística					
						Aeroporto					
						Rodovias					
						Restaurante					
						Alojamento					
						Diversão noturna					
						Serviços turísticos					
						Guias de turismo					
						Informação turística					
						Hospitalidade					
						Gastronomia					
						Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.12. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Foz do Iguaçu - PR - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Argentina	29,5	27,5	37,6	38,0	28,2	Pacote	13,9	9,4	10,0	9,0	--
Estados Unidos	4,9	4,1	3,3	4,3	7,1	Serviços avulsos	5,8	3,7	5,1	3,6	--
Peru	8,1	5,4	5,6	5,9	6,5	Não utilizou	80,3	86,9	84,9	87,4	--
Paraguai	18,6	12,3	10,0	9,2	5,8	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Alemanha	3,1	5,2	4,0	4,2	5,0	Pacote turístico	--	--	--	--	13,4
Espanha	3,1	3,9	3,3	3,9	4,1	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	30,6
França	2,7	4,5	3,2	2,6	4,1	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	6,3
Uruguai	3,5	6,3	5,6	4,3	4,1	Hospedagem	--	--	--	--	51,6
Chile	2,1	3,1	2,6	3,2	3,8	Locação de veículos	--	--	--	--	1,0
Japão	5,5	4,3	4,2	3,5	3,1	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,1
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	71,5	80,4	81,3	85,9	88,3	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	7,6	6,2	4,4	2,5	4,6	Primeira vez	41,5	41,3	44,7	47,8	47,9
Outros motivos	20,9	13,4	14,3	11,6	7,1	Outras vezes	58,5	58,7	55,3	52,2	52,1
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	4,5	5,1	6,1	4,7	2,6	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	86,5	85,0	87,0	87,7	79,2	Não					
Cultura	6,8	7,4	5,3	7,0	16,4	Sim	96,4	94,8	96,0	96,2	--
Esportes	0,6	1,2	0,2	0,1	1,3	Não	3,6	5,2	4,0	3,8	--
Viagem de incentivo	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3	Perfil socioeconômico					
Outros	1,5	1,2	1,2	0,4	0,2	Gênero					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,7	--	--	--	Masculino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,5	1,1	1,2	0,4	0,2	Feminino					
Tipo de alojamento utilizado						Grupo de idade					
Hotel, flat ou pousada	65,8	67,4	69,0	67,5	69,4	18 a 24 anos					
Casa de amigos e parentes	18,6	10,5	10,5	11,3	5,1	25 a 31 anos					
Casa alugada	0,2	0,9	0,3	1,5	3,8	32 a 40 anos					
Camping ou albergue	10,8	16,9	16,1	15,9	19,0	41 a 50 anos					
Casa própria	1,6	0,4	0,4	0,2	0,3	51 a 59 anos					
Resort	2,0	2,3	2,4	1,3	0,9	60 anos ou mais					
Outros	1,0	1,6	1,3	2,3	1,5	Grau de instrução					
Composição do grupo turístico						Sem educação formal					
Família	34,4	31,2	32,0	32,9	28,0	Fundamental					
Sozinho	23,2	25,8	22,2	20,9	25,0	Médio					
Casal sem filhos	25,7	24,8	31,4	25,7	25,4	Superior					
Amigos	14,3	16,0	12,2	19,1	19,8	Pós-graduação					
Outros	2,4	2,2	2,2	1,4	1,8	Renda média mensal					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Familiar					
Lazer	71,33	80,37	90,49	76,91	70,93	Individual					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	3.446,40 2.873,86 2.695,63 2.862,44 2.867,37					
Outros motivos	50,26	62,36	(5)	(5)	(5)	2.552,07 1.964,56 1.879,70 2.110,19 1.966,71					
Total	69,35	77,88	85,34	73,93	67,14	Grau de satisfação em relação à viagem					
Permanência média no Brasil						Recomendaria o Brasil					
(pernoites)						Sim					
Lazer	4,6	3,9	3,7	4,0	4,5	Não					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Talvez					
Outros motivos	5,0	7,3	(5)	(5)	(5)	Nível de satisfação com a viagem					
Total	4,7	4,5	4,0	4,4	4,9	Superou					
Permanência média no destino						Atendeu plenamente					
(pernoites)						Atendeu em parte					
Lazer	3,0	2,8	2,7	2,9	3,0	Decepcionou					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Outros motivos	4,0	4,6	(5)	(5)	(5)	Infraestrutura					
Total	3,2	3,1	2,9	3,2	3,3	Avaliação positiva (%)					
Outros destinos visitados						(média)					
Lazer						Limpeza pública					
Rio de Janeiro - RJ	6,2	5,0	5,8	5,2	8,4	Segurança pública					
São Paulo - SP	3,8	2,9	4,0	2,7	6,4	Serviço de táxi					
Negócios, eventos e convenções						Transporte público					
Salvador - BA	--	--	1,3	1,8	10,6	Telecomunicações					
Florianópolis - SC	--	--	--	--	10,4	Sinalização turística					
Outros motivos						Infraestrutura turística					
São Paulo - SP	2,5	5,4	1,7	3,9	5,4	Aeroporto					
Rio de Janeiro - RJ	1,9	3,1	2,4	1,7	3,7	Rodovias					
Organização da viagem						Restaurante					
Fonte de informação ^(6, 7)						Alojamento					
Internet	54,9	58,3	66,5	69,9	75,5	Diversão noturna					
Amigos e parentes	22,0	22,1	20,9	18,3	33,9	Serviços turísticos					
Viagem corporativa	3,3	2,3	2,2	1,3	4,5	Guias de turismo					
Agência de viagens	10,3	7,9	5,4	5,7	7,8	Informação turística					
Guias, brochuras e outras publicações	7,7	7,3	4,2	3,8	13,9	Hospitalidade					
Feiras, eventos e congressos	1,4	1,5	0,6	0,5	0,4	Gastronomia					
Escritórios brasileiros de turismo	0,0	--	--	--	0,5	Preços					
Outros	0,4	0,6	0,2	0,5	0,8	81,1 85,5 82,7 87,5 7,4					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.13. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Manaus - AM - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾	(%)					Utilização de agência de viagem	(%)				
Estados Unidos	16,7	25,1	17,7	19,9	17,9	Pacote	7,6	8,1	7,9	7,4	--
Venezuela	24,0	17,1	21,9	20,3	16,5	Serviços avulsos	18,1	11,4	13,8	13,9	--
Argentina	5,8	3,8	11,6	10,3	8,6	Não utilizou	74,3	80,5	78,3	78,7	--
China	2,3	5,4	1,5	2,0	6,4	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾	(%)				
Alemanha	6,5	4,7	4,7	6,7	6,2	Pacote turístico	--	--	--	--	19,9
Japão	4,4	3,0	3,7	3,8	4,6	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	74,2
França	2,8	2,6	4,9	6,1	4,4	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	38,8
Reino Unido	2,2	3,4	4,7	3,1	4,1	Hospedagem	--	--	--	--	35,6
Itália	4,9	3,0	3,2	1,7	3,2	Locação de veículos	--	--	--	--	4,3
República Da Coréia	--	--	0,5	0,4	3,2	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	8,7
Motivo da viagem ⁽²⁾	(%)					Outros	--	--	--	--	3,1
Lazer	56,5	48,0	48,0	41,5	37,6	Fidelização ao destino	(%)				
Negócios, eventos e convenções	24,0	24,0	19,8	12,6	20,2	Frequência de visita ao Brasil	(%)				
Outros motivos	19,5	28,0	32,2	45,9	42,2	Primeira vez	49,3	49,2	42,4	47,9	49,0
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)	(%)					Outras vezes	50,7	50,8	57,6	52,1	51,0
Sol e praia	13,9	10,1	11,7	13,2	13,1	Intenção de retorno ao Brasil	(%)				
Natureza, ecoturismo ou aventura	68,3	71,3	66,5	67,6	64,6	Sim	92,2	93,9	91,2	92,6	--
Cultura	13,2	14,0	12,9	10,0	16,9	Não	7,8	6,1	8,8	7,4	--
Esportes	3,9	3,3	7,2	8,6	4,8	Perfil socioeconômico	(%)				
Viagem de incentivo	0,3	--	1,1	--	0,6	Gênero	(%)				
Outros	0,4	1,3	0,6	0,6	--	Masculino	72,5	60,0	61,3	57,2	58,0
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,9	--	--	--	Feminino	27,5	40,0	38,7	42,8	42,0
Outras motivações de lazer	0,4	0,4	0,6	0,6	--	Grupo de idade	(%)				
Tipo de alojamento utilizado	(%)					18 a 24 anos	6,9	10,5	12,4	16,4	9,5
Hotel, flat ou pousada	66,1	58,3	50,5	47,6	51,4	25 a 31 anos	22,8	22,3	18,5	16,5	19,3
Casa de amigos e parentes	14,9	23,1	28,5	33,7	30,0	32 a 40 anos	27,7	23,4	16,7	16,8	24,7
Casa alugada	1,1	2,6	2,2	1,4	3,1	41 a 50 anos	17,7	19,0	20,7	18,5	20,9
Camping ou albergue	10,0	7,8	8,6	7,8	4,1	51 a 59 anos	14,9	14,3	13,8	18,0	12,3
Casa própria	1,1	2,1	2,0	0,8	2,1	60 anos ou mais	10,0	10,5	17,9	13,8	13,3
Resort	1,8	2,3	1,4	0,2	1,5	Grau de instrução	(%)				
Outros	5,0	3,8	6,8	8,5	7,8	Sem educação formal	--	--	0,2	--	--
Composição do grupo turístico	(%)					Fundamental	1,6	1,7	1,5	0,7	3,7
Família	23,0	12,7	15,0	20,2	18,2	Médio	19,4	20,9	18,2	23,6	20,9
Sozinho	40,5	46,8	46,8	44,2	43,4	Superior	45,8	44,9	50,6	47,5	46,5
Casal sem filhos	15,5	18,6	18,0	18,7	13,6	Pós-graduação	33,2	32,5	29,5	28,2	28,9
Amigos	12,9	14,8	17,1	13,7	18,6	Renda média mensal	(US\$)				
Outros	8,1	7,1	3,1	3,2	6,2	Familiar	5.137,54	5.100,49	4.357,63	4.464,58	3.675,90
Gasto médio per capita dia no Brasil	(US\$)					Individual	3.391,72	3.235,04	2.794,25	2.998,67	2.482,63
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de satisfação em relação à viagem	(%)				
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Recomendaria o Brasil	(%)				
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sim	--	--	--	--	92,0
Total	72,31	67,54	80,34	55,75	55,92	Não	--	--	--	--	3,2
Permanência média no Brasil	(pernoites)					Talvez	--	--	--	--	4,8
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Nível de satisfação com a viagem	(%)				
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superou	33,6	34,4	31,6	32,7	36,3
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Atendeu plenamente	48,4	52,6	49,8	52,3	47,4
Total	15,8	17,4	14,2	19,6	20,0	Atendeu em parte	16,2	10,5	15,0	13,7	13,4
Permanência média no destino	(pernoites)					Decepcionou	1,8	2,5	3,6	1,3	2,9
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Avaliação da viagem ⁽⁹⁾	(%)				
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Infraestrutura	Avaliação positiva (%)		(média)		
Outros motivos	(13)	(13)	(13)	(13)	(5)	Limpeza pública	67,9	64,4	72,3	66,4	6,0
Total	8,7	8,3	7,3	9,5	10,2	Segurança pública	77,4	76,5	74,7	68,8	6,4
Outros destinos visitados	(%)					Serviço de táxi	90,5	91,4	91,7	90,9	7,9
Lazer	(%)					Transporte público	77,5	73,5	78,8	65,5	6,2
Rio de Janeiro - RJ	24,3	32,8	24,4	30,0	35,1	Telecomunicações	64,3	65,9	65,6	66,7	6,6
Foz do Iguaçu - PR	16,7	23,6	9,2	16,9	20,1	Sinalização turística	79,5	78,1	73,9	70,9	6,6
Negócios, eventos e convenções	(%)					Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%)		(média)		
São Paulo - SP	12,6	6,4	18,9	15,9	23,6	Aeroporto	90,4	93,3	97,2	90,2	7,8
Rio de Janeiro - RJ	3,6	2,7	11,9	0,8	4,9	Rodovias	67,8	68,2	69,1	63,5	6,0
Outros motivos	(%)					Restaurante	91,7	93,0	93,8	94,8	7,8
São Paulo - SP	11,2	9,1	9,6	8,0	10,4	Alojamento	89,7	96,7	95,5	94,3	7,8
Boa Vista - RR	--	4,1	6,8	11,4	9,4	Diversão noturna	91,3	89,3	94,2	86,7	6,9
Organização da viagem	(%)					Serviços turísticos	Avaliação positiva (%)		(média)		
Fonte de informação ^(6, 7)	(%)					Guias de turismo	90,6	95,4	93,9	91,1	7,9
Internet	41,2	45,6	45,0	52,9	54,4	Informação turística	89,7	88,6	85,8	89,2	7,3
Amigos e parentes	19,5	27,9	29,3	31,8	48,5	Hospitalidade	98,6	98,2	97,7	96,2	8,6
Viagem corporativa	14,2	13,3	12,2	7,6	10,8	Gastronomia	93,1	95,3	92,2	97,5	8,2
Agência de viagens	13,4	7,8	10,4	6,3	13,0	Preços	72,8	83,9	79,2	80,1	7,2
Guias, brochuras e outras publicações	7,8	3,4	2,7	1,3	10,2						
Feiras, eventos e congressos	2,2	2,0	--	--	0,5						
Escritórios brasileiros de turismo	0,5	--	--	--	--						
Outros	1,2	--	0,4	0,1	1,3						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.14. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Maceió - AL - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Utilização de agência de viagem					
Argentina	47,7	67,9	72,0	63,4	54,9	Pacote	18,3	24,9	29,4	28,0	--
Chile	8,9	7,6	5,9	7,5	10,9	Serviços avulsos	11,4	18,4	18,9	14,6	--
Paraguai	0,5	2,1	4,0	5,7	5,4	Não utilizou	70,3	56,7	51,7	57,4	--
Itália	7,0	4,4	2,9	3,2	5,1	Serviços adquiridos fora do Brasil (8)					
Estados Unidos	8,5	2,8	2,3	3,7	4,9	Pacote turístico	--	--	--	--	33,4
Uruguai	1,4	2,5	3,0	3,9	3,9	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	62,5
Alemanha	3,5	0,8	0,6	1,8	2,5	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	25,7
Portugal	1,8	1,0	1,4	1,1	1,9	Hospedagem	--	--	--	--	41,9
Espanha	2,4	0,7	1,1	1,4	1,5	Locação de veículos	--	--	--	--	9,7
França	3,4	1,0	1,1	2,6	1,2	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,9
Motivo da viagem (2)						Outros					
Lazer	59,9	83,6	85,2	79,7	78,9	--	--	--	--	--	2,7
Negócios, eventos e convenções	5,6	2,9	1,5	2,9	6,4	Fidelização ao destino					
Outros motivos	34,5	13,5	13,3	17,4	14,7	Frequência de visita ao Brasil					
Motivação da viagem a lazer (3, 4)											
Sol e praia	97,9	93,9	93,0	92,9	91,2	Primeira vez	20,0	18,0	17,3	20,8	20,6
Natureza, ecoturismo ou aventura	1,5	4,9	4,1	6,0	6,6	Outras vezes	80,0	82,0	82,7	79,2	79,4
Cultura	0,6	1,2	2,3	0,8	1,5	Intenção de retorno ao Brasil					
Esportes	--	--	0,6	--	0,3	Sim	94,5	95,4	97,4	97,4	--
Viagem de incentivo	--	--	--	--	0,4	Não	5,5	4,6	2,6	2,6	--
Outros	--	--	--	0,3	--	Perfil socioeconômico					
Lazer relacionado a grandes eventos	--	--	--	--	--	Gênero					
Outras motivações de lazer	--	--	--	0,3	--	Masculino	48,3	54,0	47,8	45,8	57,4
Tipo de alojamento utilizado						Feminino					
Hotel, flat ou pousada	50,6	68,1	72,9	69,5	66,0	51,7	46,0	52,2	54,2	42,6	
Casa de amigos e parentes	34,3	12,1	11,6	12,5	13,4	Grupo de idade					
Casa alugada	2,7	5,8	7,5	8,0	14,5						
Camping ou albergue	0,6	0,8	0,9	0,6	0,4	18 a 24 anos	8,9	7,4	5,1	8,9	10,0
Casa própria	1,6	2,1	1,9	2,7	3,3	25 a 31 anos	19,5	17,6	20,2	20,6	15,9
Resort	9,3	10,5	4,8	2,6	2,0	32 a 40 anos	18,4	24,6	24,3	23,7	26,8
Outros	0,9	0,6	0,4	4,1	0,4	41 a 50 anos	25,7	23,2	23,1	20,7	24,6
Composição do grupo turístico						51 a 59 anos					
Família	36,9	43,5	33,6	42,2	36,7	16,4	16,5	14,4	17,4	11,4	
Sozinho	26,9	15,4	13,4	13,0	15,9	60 anos ou mais	11,1	10,7	12,9	8,7	11,3
Casal sem filhos	26,9	30,1	42,4	30,2	32,2	Grau de instrução					
Amigos	9,3	10,2	10,0	13,0	13,2						
Outros	--	0,8	0,6	1,6	2,0						
Gasto médio per capita dia no Brasil						Sem educação formal					
Lazer	(5)	61,85	68,65	69,10	44,87	--	--	0,3	--	--	
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Fundamental	1,2	1,6	2,1	2,3	3,4
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Médio	23,7	27,8	35,1	33,7	28,2
Total	(5)	56,58	60,65	60,49	39,89	Superior	48,2	51,5	43,8	49,1	50,7
Permanência média no Brasil						Pós-graduação					
						26,9 19,1 18,7 14,9 17,7					
Lazer	(5)	10,5	10,5	9,8	11,2	Renda média mensal					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)						
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)						
Total	(5)	12,4	12,6	12,7	14,8						
Permanência média no destino						Familiar					
						4.178,44 3.458,08 3.153,38 3.020,81 2.944,15					
Lazer	(5)	8,5	8,8	7,6	8,4	Individual					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	2.711,79 2.153,16 1.853,79 1.856,87 1.796,66					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	(5)	9,6	9,9	10,1	10,4						
Outros destinos visitados						Recomendaria o Brasil					
Lazer											
Maragogi - AL	7,5	1,8	5,4	3,2	7,1						
Foz do Iguaçu - PR	3,0	7,5	5,2	1,7	6,5						
Negócios, eventos e convenções						Sim					
São Paulo - SP	6,7	--	--	7,0	21,5	-- -- -- -- 97,5					
Rio de Janeiro - RJ	6,7	13,9	11,2	--	12,1	-- -- -- -- 0,6					
Outros motivos						Não					
Recife - PE	8,4	11,2	8,4	5,3	16,2	-- -- -- -- 1,9					
São Paulo - SP	8,4	13,1	1,5	14,9	9,5						
Organização da viagem						Nível de satisfação com a viagem					
Fonte de informação (6, 7)						Superou					
Internet	64,8	56,7	65,7	60,6	67,3	42,3 38,5 45,8 42,4 44,0					
Amigos e parentes	21,1	23,8	19,1	21,0	35,7	35,2 47,0 43,3 42,5 46,5					
Viagem corporativa	3,0	1,7	0,6	0,9	4,6	18,6 12,8 9,3 14,2 8,7					
Agência de viagens	9,7	16,4	13,3	16,6	21,9	3,9 1,7 1,6 0,9 0,8					
Guias, brochuras e outras publicações	0,0	0,9	0,5	0,0	2,6	Avaliação da viagem (9)					
Feiras, eventos e congressos	--	0,5	0,5	0,4	2,2						
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	--						
Outros	1,4	--	0,3	0,5	1,6						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(10) Pesquisa não realizada no aeroporto internacional em Maceió - AL.

6.15. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: NATAL - RN - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Utilização de agência de viagem					
Argentina	30,8	50,3	57,4	60,9	44,4	Pacote	20,1	20,2	30,6	22,8	--
Paraguai	2,3	3,4	5,3	4,4	12,5	Serviços avulsos	23,7	19,6	15,4	13,2	--
Itália	9,3	6,7	3,1	4,8	8,7	Não utilizou	56,2	60,2	54,0	64,0	--
Uruguai	5,2	7,2	8,4	4,8	6,3	Serviços adquiridos fora do Brasil (8)					
Portugal	6,4	3,6	4,1	2,5	4,7	Pacote turístico	--	--	--	--	34,4
Chile	4,8	3,3	2,2	4,4	3,1	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	52,1
Estados Unidos	7,0	4,3	2,2	2,7	2,7	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	29,2
Holanda	1,3	0,6	0,6	0,8	2,2	Hospedagem	--	--	--	--	37,7
Espanha	4,2	3,5	2,2	2,0	2,0	Locação de veículos	--	--	--	--	6,3
Alemanha	2,5	1,9	1,3	2,1	1,6	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	5,0
Motivo da viagem (2)						Fidelização ao destino					
Lazer	57,5	76,3	78,5	81,1	75,0	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	13,1	5,7	6,8	3,9	5,2	Primeira vez	26,2	20,2	22,0	25,0	20,6
Outros motivos	29,4	18,0	14,7	15,0	19,8	Outras vezes	73,8	79,8	78,0	75,0	79,4
Motivação da viagem a lazer (3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	83,6	91,5	93,5	91,4	84,0	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	7,2	4,7	4,7	5,7	8,3	Não					
Cultura	5,8	2,9	1,0	2,8	7,2	Sim					
Esportes	0,9	0,5	0,6	--	--	Não					
Viagem de incentivo	0,5	0,4	--	0,1	--	Sim					
Outros	2,0	--	0,2	--	0,5	Não					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	--	--	--	--	Gênero					
<i>Outras motivações de lazer</i>	2,0	--	0,2	--	0,5	Masculino					
Tipo de alojamento utilizado						Feminino					
Hotel, flat ou pousada	56,6	70,8	71,7	71,9	71,8	Grupo de idade					
Casa de amigos e parentes	27,2	16,6	12,2	14,6	15,5	18 a 24 anos					
Casa alugada	5,2	4,0	5,8	5,7	5,8	25 a 31 anos					
Camping ou albergue	1,3	1,7	1,3	1,2	1,0	32 a 40 anos					
Casa própria	5,6	3,6	4,2	2,6	3,1	41 a 50 anos					
Resort	3,5	3,3	4,0	2,7	2,3	51 a 59 anos					
Outros	0,6	--	0,8	1,3	0,5	60 anos ou mais					
Composição do grupo turístico						Grau de instrução					
Família	25,3	32,5	30,5	37,5	32,9	Sem educação formal					
Sozinho	37,0	24,9	20,8	17,2	20,9	Fundamental					
Casal sem filhos	26,3	28,4	39,4	32,8	35,2	Médio					
Amigos	9,7	12,3	7,0	12,0	10,0	Superior					
Outros	1,7	1,9	2,3	0,5	1,0	Pós-graduação					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Renda média mensal					
Lazer	(5)	62,72	65,50	67,09	54,91	Familiar					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Individual					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	2.963,09 2.291,96 1.943,34 2.144,68 1.808,06					
Total	45,89	56,57	56,12	56,21	46,23	Grau de satisfação em relação à viagem					
Permanência média no Brasil						Recomendaria o Brasil					
Lazer	(5)	11,1	11,2	11,6	11,2	Sim					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Não					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Talvez					
Total	18,5	14,1	14,7	15,1	15,3	Nível de satisfação com a viagem					
Permanência média no destino						Superou					
Lazer	(5)	8,1	8,3	8,0	7,4	Atendeu plenamente					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Atendeu em parte					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Decepcionou					
Total	12,3	9,9	11,4	10,7	10,3	Decepcionou					
Outros destinos visitados						Avaliação da viagem (9)					
Lazer						Infraestrutura					
Tibau do Sul - RN	8,7	12,3	10,3	15,2	13,9	Avaliação positiva (%)					
Foz do Iguaçu - PR	2,6	5,5	8,7	10,6	11,9	Limpeza pública					
Negócios, eventos e convenções						Segurança pública					
São Paulo - SP	3,0	12,7	5,8	2,9	21,0	Serviço de táxi					
Rio de Janeiro - RJ	5,6	6,8	--	4,2	9,8	Transporte público					
Outros motivos						Telecomunicações					
Rio de Janeiro - RJ	4,5	13,3	5,5	6,3	7,2	Sinalização turística					
Recife - PE	4,2	9,0	5,8	7,5	6,2	Infraestrutura turística					
Organização da viagem						Avaliação positiva (%)					
Fonte de informação (6, 7)						Aeroporto					
Internet	45,4	58,1	59,9	59,3	62,7	Rodovias					
Amigos e parentes	37,2	22,5	23,7	19,0	44,1	Restaurante					
Viagem corporativa	4,8	3,2	3,2	2,7	2,9	Alojamento					
Agência de viagens	8,6	13,8	11,0	16,5	20,7	Diversão noturna					
Guias, brochuras e outras publicações	1,7	1,1	1,1	1,2	2,4	Serviços turísticos					
Feiras, eventos e congressos	1,6	0,7	0,4	0,6	1,1	Guias de turismo					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	0,1	0,2	Informação turística					
Outros	0,7	0,6	0,7	0,6	0,9	Hospitalidade					
						Gastronomia					
						Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.16. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Parati - RJ - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Argentina	35,0	24,4	48,0	38,3	39,7	Pacote	4,4	3,8	4,1	5,2	--
França	7,8	14,7	7,4	8,9	12,6	Serviços avulsos	11,7	4,0	9,7	5,8	--
Holanda	3,4	2,5	3,3	0,6	6,4	Não utilizou	83,9	92,2	86,2	89,0	--
Alemanha	9,1	11,1	4,3	11,2	6,0	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁸⁾					
Estados Unidos	4,7	3,8	4,1	3,2	5,3	Pacote turístico	--	--	--	--	9,1
Chile	7,6	4,8	5,1	3,8	5,1	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	71,1
Uruguai	4,5	--	0,9	3,8	3,4	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	6,3
Espanha	4,8	1,7	0,6	5,9	3,2	Hospedagem	--	--	--	--	42,1
Reino Unido	5,1	12,3	5,3	4,9	2,3	Locação de veículos	--	--	--	--	7,7
Finlândia	--	0,8	--	--	2,2	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	2,5
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	69,2	79,2	73,0	77,5	74,1	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	1,4	4,0	2,0	1,7	5,2	Primeira vez	38,2	54,1	46,8	51,6	40,9
Outros motivos	29,4	16,8	25,0	20,8	20,7	Outras vezes	61,8	45,9	53,2	48,4	59,1
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	62,6	43,0	72,5	36,3	66,4	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	24,6	35,2	13,5	41,5	15,8	Não					
Cultura	12,8	21,8	12,2	21,4	16,1	Sim	96,8	95,8	97,4	95,5	--
Esportes	--	--	1,8	--	1,7	Não	3,2	4,2	2,6	4,5	--
Viagem de incentivo	--	--	--	--	--	Perfil socioeconômico					
Outros	--	--	--	0,8	--	Gênero					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	--	--	--	--	Masculino					
<i>Outras motivações de lazer</i>	--	--	--	0,8	--	Feminino					
Tipo de alojamento utilizado						Grupo de idade					
Hotel, flat ou pousada	41,4	55,4	42,3	37,4	42,8	18 a 24 anos					
Casa de amigos e parentes	24,3	7,4	21,5	14,4	19,2	25 a 31 anos					
Casa alugada	3,7	5,0	7,8	6,9	4,8	32 a 40 anos					
Camping ou albergue	23,6	27,4	20,7	31,6	25,5	41 a 50 anos					
Casa própria	3,5	3,9	2,8	2,7	1,3	51 a 59 anos					
Resort	--	0,9	--	--	0,8	60 anos ou mais					
Outros	3,5	--	4,9	7,0	5,6	Grau de instrução					
Composição do grupo turístico						Sem educação formal					
Família						Fundamental					
Família						Médio					
Família						Superior					
Família						Pós-graduação					
Família						Renda média mensal					
Família						Familiar					
Família						Individual					
Família						Grau de satisfação em relação à viagem					
Família						Recomendaria o Brasil					
Família						Sim					
Família						Não					
Família						Talvez					
Família						Nível de satisfação com a viagem					
Família						Superou					
Família						Atendeu plenamente					
Família						Atendeu em parte					
Família						Decepcionou					
Família						Avaliação da viagem ⁽⁹⁾					
Família						Infraestrutura					
Família						Limpeza pública					
Família						Segurança pública					
Família						Serviço de táxi					
Família						Transporte público					
Família						Telecomunicações					
Família						Sinalização turística					
Família						Infraestrutura turística					
Família						Aeroporto ⁽¹⁰⁾					
Família						Rodovias					
Família						Restaurante					
Família						Alojamento					
Família						Diversão noturna					
Família						Serviços turísticos					
Família						Guias de turismo					
Família						Informação turística					
Família						Hospitalidade					
Família						Gastronomia					
Família						Preços					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(10) Não existe aeroporto internacional em Parati - RJ.

6.17. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Porto Alegre - RS - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Utilização de agência de viagem					
Estados Unidos	12,9	15,8	13,0	13,0	13,1	Pacote	2,0	1,3	2,0	0,6	--
Uruguai	8,7	8,6	13,2	14,3	12,2	Serviços avulsos	14,6	13,2	14,4	12,7	--
Argentina	20,0	16,8	18,0	16,7	12,0	Não utilizou	83,4	85,5	83,6	86,7	--
Chile	5,8	2,9	3,6	2,6	5,6	Serviços adquiridos fora do Brasil (8)					
Espanha	4,4	2,5	2,8	2,8	4,9	Pacote turístico	--	--	--	--	3,0
Alemanha	4,5	6,0	5,8	6,3	4,7	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	71,0
Paraguai	3,6	3,9	3,0	5,0	4,3	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	22,9
Portugal	2,2	1,7	2,9	2,0	4,3	Hospedagem	--	--	--	--	34,0
França	3,3	4,3	2,8	2,7	3,9	Locação de veículos	--	--	--	--	3,3
Peru	1,8	2,4	2,2	2,2	3,2	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	0,6
Motivo da viagem (2)						Outros					
Lazer	13,0	21,8	19,0	16,0	21,5	--	--	--	--	--	0,6
Negócios, eventos e convenções	34,8	34,3	29,1	30,8	29,6	Fidelização ao destino					
Outros motivos	52,2	43,9	51,9	53,2	48,9	Frequência de visita ao Brasil					
Motivação da viagem a lazer (3, 4)						Primeira vez					
Sol e praia	47,1	21,1	41,8	42,8	18,9	22,4	27,6	30,4	23,2	26,5	
Natureza, ecoturismo ou aventura	28,6	38,2	17,2	16,0	11,5	Outras vezes					
Cultura	21,3	34,1	30,4	33,0	33,6	77,6	72,4	69,6	76,8	73,5	
Esportes	3,0	2,1	6,9	8,2	28,7	Intenção de retorno ao Brasil					
Viagem de incentivo	--	--	--	--	--	Sim					
Outros	--	4,5	3,7	--	7,3	96,4	95,1	95,3	96,3	--	
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,3	--	--	--	Não					
Outras motivações de lazer	--	4,2	3,7	--	7,3	3,6	4,9	4,7	3,7	--	
Tipo de alojamento utilizado						Perfil socioeconômico					
Hotel, flat ou pousada	44,3	46,3	36,6	37,1	42,8	Gênero					
Casa de amigos e parentes	46,0	39,5	50,2	48,0	44,2	Masculino					
Casa alugada	3,1	5,1	2,0	6,1	5,4	63,5	60,8	64,3	60,3	60,1	
Camping ou albergue	0,7	3,7	4,5	--	2,4	Feminino					
Casa própria	3,2	3,2	3,0	5,0	4,2	36,5	39,2	35,7	39,7	39,9	
Resort	--	0,3	0,2	--	--	Grupo de idade					
Outros	2,7	1,9	3,5	3,8	1,0	18 a 24 anos					
Composição do grupo turístico						25 a 31 anos					
Família	15,0	17,6	16,6	14,3	18,6	18,3	20,5	16,0	17,4	18,5	
Sozinho	56,3	56,0	55,7	51,0	57,4	32 a 40 anos					
Casal sem filhos	9,6	11,3	12,1	14,5	8,6	25,3	24,5	23,2	24,6	27,3	
Amigos	7,3	5,8	8,4	10,1	6,0	41 a 50 anos					
Outros	11,8	9,3	7,2	10,1	9,4	20,6	20,6	23,8	21,8	21,8	
Gasto médio per capita dia no Brasil						51 a 59 anos					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	16,6	12,7	13,9	14,4	13,6	
Negócios, eventos e convenções	67,78	64,32	97,69	(5)	(5)	60 anos ou mais					
Outros motivos	36,01	36,46	41,56	25,45	37,73	10,0	11,6	12,0	10,3	8,5	
Total	42,63	43,67	50,43	34,12	43,96	Grau de instrução					
Permanência média no Brasil						Sem educação formal					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	--	0,2	--	--	--	
Negócios, eventos e convenções	10,7	13,9	9,8	(5)	(5)	Fundamental					
Outros motivos	29,5	25,0	23,1	33,5	22,6	3,3	0,9	4,0	1,2	3,4	
Total	20,9	18,8	17,4	25,1	17,0	Médio					
Permanência média no destino						Superior					
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	16,9	23,9	23,2	20,9	16,6	
Negócios, eventos e convenções	6,3	7,5	5,2	(5)	(5)	Pós-graduação					
Outros motivos	18,4	18,3	13,7	20,5	13,2	46,1	37,7	42,4	42,2	43,8	
Total	10,5	9,9	8,1	10,9	7,8	Renda média mensal					
Outros destinos visitados						Familiar					
Lazer						4.452,00 4.671,16 4.893,69 4.100,05 3.745,29					
Florianópolis - SC	12,8	15,6	7,2	6,9	14,5	Individual					
Gramado - RS	7,5	2,9	6,6	12,6	6,4	3.210,66 2.882,22 2.832,95 2.762,63 2.524,59					
Negócios, eventos e convenções						Grau de satisfação em relação à viagem					
São Paulo - SP	11,7	7,1	8,7	13,7	9,5	Recomendaria o Brasil					
Rio de Janeiro - RJ	5,3	2,8	4,0	4,7	7,8	Sim					
Outros motivos						Não					
São Paulo - SP	11,8	7,9	4,2	7,5	9,7	--	--	--	--	91,0	
Florianópolis - SC	8,2	5,3	6,5	9,5	6,5	Talvez					
Organização da viagem						Nível de satisfação com a viagem					
Fonte de informação (6, 7)						Superou					
Internet	32,3	38,7	39,1	45,9	44,1	25,6	25,9	24,9	29,5	27,3	
Amigos e parentes	33,6	27,0	35,1	30,3	38,5	Atendeu plenamente					
Viagem corporativa	22,9	23,0	18,0	16,1	24,1	59,5	58,1	54,0	51,4	49,6	
Agência de viagens	3,2	3,6	2,7	2,2	6,5	Atendeu em parte					
Guias, brochuras e outras publicações	2,6	4,5	0,2	1,3	1,3	14,0	13,1	17,4	16,5	19,4	
Feiras, eventos e congressos	2,9	1,7	2,7	2,5	2,9	Decepcionou					
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	--	0,9	2,9	3,7	2,6	3,7	
Outros	2,5	1,5	2,2	1,7	3,2	Avaliação da viagem (9)					
Infraestrutura turística						Avaliação positiva (%)					
Aeroporto						(média)					
Rodovias						72,1 76,5 70,0 71,4 6,6					
Restaurante						70,2 58,2 54,8 61,1 6,2					
Alojamento						89,9 86,2 88,5 90,8 8,0					
Diversão noturna						81,4 78,1 83,1 81,2 6,6					
Serviços turísticos						70,5 68,1 70,7 81,4 7,1					
Guias de turismo						64,6 72,3 70,1 71,8 6,7					
Informação turística						87,7 89,0 84,7 83,9 6,9					
Hospitalidade						59,6 65,8 55,6 59,4 6,3					
Gastronomia						96,0 97,4 96,8 96,9 8,2					
Preços						93,4 96,1 97,6 97,7 8,2					
						91,5 94,9 94,9 91,0 8,0					
						84,7 88,3 81,6 87,2 7,6					
						81,8 83,5 84,3 81,1 7,3					
						98,0 98,2 97,8 99,4 9,0					
						98,4 98,2 97,7 96,5 8,4					
						74,3 72,5 72,3 76,9 6,9					

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.18. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Porto Seguro - BA - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Utilização de agência de viagem					
Argentina	68,4	59,3	57,0	60,5	56,2	Pacote	36,6	32,7	37,8	23,3	--
Uruguai	9,1	14,1	12,6	5,8	7,8	Serviços avulsos	16,7	13,0	14,6	23,5	--
Itália	6,8	5,1	4,4	2,6	5,9	Não utilizou	46,7	54,3	47,6	53,2	--
Estados Unidos	1,9	2,4	3,9	2,9	4,4	Serviços adquiridos fora do Brasil (8)					
França	2,0	3,4	1,2	1,2	3,6	Pacote turístico	--	--	--	--	36,5
Chile	1,6	5,0	5,6	5,1	3,0	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	59,5
Canadá	--	0,3	0,5	0,3	2,6	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	25,2
Alemanha	1,2	0,7	1,5	2,6	2,5	Hospedagem	--	--	--	--	40,6
Suíça	0,7	2,6	1,4	1,0	1,9	Locação de veículos	--	--	--	--	6,6
Bolívia	0,6	0,5	0,1	2,4	1,9	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,0
Motivo da viagem (2)						Fidelização ao destino					
Lazer	81,1	86,1	80,9	79,8	74,3	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	5,3	1,5	4,9	3,6	2,3	Primeira vez					
Outros motivos	13,6	12,4	14,2	16,6	23,4	Outras vezes					
Motivação da viagem a lazer (3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	93,9	90,2	89,6	86,9	86,4	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	4,1	4,5	4,9	6,2	10,0	Não					
Cultura	0,5	4,3	2,2	2,8	2,5	Gênero					
Esportes	--	0,4	2,9	3,8	1,1	Masculino					
Viagem de incentivo	0,5	--	--	--	--	Feminino					
Outros	1,0	0,6	0,4	0,3	--	Grupo de idade					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,3	--	--	--	18 a 24 anos					
<i>Outras motivações de lazer</i>	1,0	0,3	0,4	0,3	--	25 a 31 anos					
Tipo de alojamento utilizado						32 a 40 anos					
Hotel, flat ou pousada	56,2	67,8	72,6	68,2	61,7	41 a 50 anos					
Casa de amigos e parentes	8,7	10,0	10,1	8,9	16,8	51 a 59 anos					
Casa alugada	3,2	6,5	1,7	4,5	10,8	60 anos ou mais					
Camping ou albergue	2,6	1,7	4,2	3,2	1,2	Grau de instrução					
Casa própria	1,7	3,7	4,3	3,6	3,0	Sem educação formal					
Resort	27,4	10,0	7,1	10,6	6,5	Fundamental					
Outros	0,2	0,3	--	1,0	--	Médio					
Composição do grupo turístico						Superior					
Família	43,1	41,2	27,7	49,1	34,3	Pós-graduação					
Sozinho	16,1	12,8	16,3	15,5	19,6	Renda média mensal (US\$)					
Casal sem filhos	24,0	29,5	33,5	17,8	29,7	Familiar					
Amigos	13,5	15,8	21,0	15,6	15,0	Individual					
Outros	3,3	0,7	1,5	2,0	1,4	Grau de satisfação em relação à viagem					
Gasto médio per capita dia no Brasil (US\$)						Recomendaria o Brasil					
Lazer	(5)	62,3	(5)	64,33	(5)	Sim					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Não					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Talvez					
Total	63,46	54,65	55,05	59,85	43,73	Nível de satisfação com a viagem					
Permanência média no Brasil (pernoites)						Superou					
Lazer	(13)	10,8	(5)	10,8	(5)	Atendeu plenamente					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Atendeu em parte					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Decepcionou					
Total	13,0	14,6	13,8	12,5	15,3	Avaliação da viagem (9)					
Permanência média no destino (pernoites)						Infraestrutura					
Lazer	(5)	8,9	(5)	9,3	(5)	Avaliação positiva (%)					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Limpeza pública					
Outros motivos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Segurança pública					
Total	10,1	11,2	11,0	9,6	11,6	Serviço de táxi					
Outros destinos visitados						Transporte público					
Lazer						Telecomunicações					
Rio de Janeiro - RJ	5,0	4,3	2,6	5,8	5,7	Sinalização turística					
Foz do Iguaçu - PR	0,2	3,8	3,1	3,1	5,2	Infraestrutura turística					
Negócios, eventos e convenções						Avaliação positiva (%)					
São Paulo - SP	3,6	--	16,6	20,6	34,8	Aeroporto (10)					
Salvador - BA	--	25,5	9,6	--	25,5	Rodovias					
Outros motivos						Restaurante					
São Paulo - SP	13,9	21,6	15,9	8,9	15,4	Alojamento					
Rio de Janeiro - RJ	15,7	16,8	18,8	7,6	11,0	Diversão noturna					
Organização da viagem						Serviços turísticos					
Fonte de informação (6, 7)						Guias de turismo					
Internet	53,1	49,8	51,6	48,0	60,4	Informação turística					
Amigos e parentes	23,0	24,0	21,9	30,2	43,3	Hospitalidade					
Viagem corporativa	3,5	1,8	2,3	1,6	2,8	Gastronomia					
Agência de viagens	19,5	23,8	23,3	17,1	19,1	Preços					
Guias, brochuras e outras publicações	0,9	0,6	0,9	2,7	2,4						
Feiras, eventos e congressos	--	--	--	0,4	0,5						
Escritórios brasileiros de turismo	--	--	--	--	--						
Outros	--	--	--	--	--						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

(10) Pesquisa não realizada no aeroporto internacional de Porto Seguro - BA.

6.19. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Recife - PE - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem						
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019	
País de residência (1)	(%)					Utilização de agência de viagem	(%)					
Argentina	12,8	23,1	17,6	19,8	21,0	Pacote	4,1	7,2	5,2	7,8	--	
Estados Unidos	12,8	13,0	13,5	12,2	13,7	Serviços avulsos	17,1	14,2	17,7	13,9	--	
Itália	7,0	5,6	8,4	5,3	7,5	Não utilizou	78,8	78,6	77,1	78,3	--	
Alemanha	9,9	8,8	5,7	13,6	6,8	Serviços adquiridos fora do Brasil (8)	(%)					
Portugal	7,5	7,2	5,8	6,4	6,2	Pacote turístico	--	--	--	--	8,1	
Canadá	1,4	0,9	1,4	3,1	5,9	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	80,3	
Espanha	4,9	3,1	2,9	2,4	4,7	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	28,7	
França	5,0	2,9	2,7	5,1	4,7	Hospedagem	--	--	--	--	32,4	
Uruguai	2,6	0,9	4,6	4,4	4,6	Locação de veículos	--	--	--	--	6,2	
Chile	2,9	3,5	4,9	4,0	3,6	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,4	
Motivo da viagem (2)	(%)					Outros	--	--	--	--	--	1,8
Lazer	25,9	34,7	31,4	33,2	41,4	Fidelização ao destino	(%)					
Negócios, eventos e convenções	22,2	14,7	17,0	14,1	12,3	Frequência de visita ao Brasil	(%)					
Outros motivos	51,9	50,6	51,6	52,7	46,3	Primeira vez	27,7	23,1	21,6	22,0	23,9	
Motivação da viagem a lazer (3, 4)	(%)					Outras vezes	72,3	76,9	78,4	78,0	76,1	
Sol e praia	70,5	86,3	81,6	83,3	78,8	Intenção de retorno ao Brasil	(%)					
Natureza, ecoturismo ou aventura	7,0	5,1	8,0	9,7	10,7	Sim	92,9	94,5	93,8	95,1	--	
Cultura	17,8	8,3	9,3	5,5	8,8	Não	7,1	5,5	6,2	4,9	--	
Esportes	1,4	--	--	0,9	1,3	Perfil socioeconômico	(%)					
Viagem de incentivo	2,6	--	0,3	0,6	0,4	Gênero	(%)					
Outros	0,7	0,3	0,8	--	--	Masculino	56,3	58,5	57,4	54,7	52,9	
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	0,3	--	--	--	Feminino	43,7	41,5	42,6	45,3	47,1	
<i>Outras motivações de lazer</i>	0,7	--	0,8	--	--	Grupo de idade	(%)					
Tipo de alojamento utilizado	(%)					18 a 24 anos	15,5	9,4	12,4	8,1	10,0	
Hotel, flat ou pousada	37,1	39,4	37,8	39,4	38,5	25 a 31 anos	18,5	18,7	18,4	16,0	20,1	
Casa de amigos e parentes	46,7	45,0	46,8	45,2	44,1	32 a 40 anos	19,3	25,2	20,6	25,1	23,6	
Casa alugada	5,9	5,5	5,6	2,4	6,5	41 a 50 anos	21,8	20,0	22,4	24,0	20,4	
Camping ou albergue	1,8	1,2	1,4	0,9	2,9	51 a 59 anos	13,0	15,3	15,7	17,4	14,4	
Casa própria	5,3	5,0	4,6	7,4	5,9	60 anos ou mais	11,9	11,4	10,5	9,4	11,5	
Resort	1,1	1,9	0,8	2,1	1,0	Grau de instrução	(%)					
Outros	2,1	2,0	3,0	2,6	1,1	Sem educação formal	0,2	0,1	--	0,2	0,1	
Composição do grupo turístico	(%)					Fundamental	4,1	2,6	2,9	3,0	3,2	
Família	16,5	18,9	21,4	24,7	23,8	Médio	29,7	22,1	26,8	23,1	27,9	
Sozinho	54,1	51,5	53,2	45,5	42,8	Superior	37,9	50,7	44,2	47,0	43,6	
Casal sem filhos	18,0	21,4	12,2	23,3	19,5	Pós-graduação	28,1	24,5	26,1	26,7	25,2	
Amigos	4,6	3,9	8,4	2,7	10,9	Renda média mensal	(US\$)					
Outros	6,8	4,3	4,8	3,8	3,0	Familiar	4.573,89	3.935,24	4.084,55	3.876,20	3.711,85	
Gasto médio per capita dia no Brasil	(US\$)					Individual	3.185,37	2.687,58	2.456,90	2.537,08	2.319,54	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Grau de satisfação em relação à viagem	(%)					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Recomendaria o Brasil	(%)					
Outros motivos	49,10	30,14	40,53	53,86	30,58	Sim	--	--	--	--	92,2	
Total	51,34	35,13	49,28	57,52	40,06	Não	--	--	--	--	3,6	
Permanência média no Brasil	(pernoites)					Talvez	--	--	--	--	4,2	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Nível de satisfação com a viagem	(%)					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Superou	25,8	31,3	26,3	24,7	31,5	
Outros motivos	28,5	37,3	31,3	22,5	33,1	Atendeu plenamente	48,7	51,1	53,2	57,1	49,8	
Total	24,6	28,2	24,2	20,0	25,1	Atendeu em parte	21,1	12,0	17,9	16,8	16,1	
Permanência média no destino	(pernoites)					Decepcionou	4,4	5,6	2,6	1,4	2,6	
Lazer	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Avaliação da viagem (9)	(%)					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Infraestrutura	Avaliação positiva (%) (média)					
Outros motivos	17,3	22,9	17,9	14,6	18,5	Limpeza pública	49,5	53,5	46,7	48,9	5,4	
Total	13,5	14,5	12,5	10,7	11,9	Segurança pública	59,7	60,6	47,8	54,1	6,0	
Outros destinos visitados	(%)					Serviço de táxi	92,2	90,9	85,0	91,2	8,1	
Lazer	(%)					Transporte público	49,1	62,5	56,3	55,0	6,1	
Rio de Janeiro - RJ	13,6	11,2	5,8	3,4	11,4	Telecomunicações	59,3	61,4	66,8	68,0	7,1	
Ipojuca - PE	12,0	9,5	9,9	16,4	10,7	Sinalização turística	70,1	70,0	67,8	73,2	6,9	
Negócios, eventos e convenções	(%)					Infraestrutura turística	Avaliação positiva (%) (média)					
São Paulo - SP	12,7	22,8	6,4	15,4	14,9	Aeroporto	91,1	91,8	92,0	86,5	7,3	
Rio de Janeiro - RJ	8,4	3,6	11,5	7,8	9,3	Rodovias	44,0	51,9	43,4	47,5	5,5	
Outros motivos	(%)					Restaurante	95,1	92,2	94,7	95,9	8,1	
Ipojuca - PE	8,7	5,2	5,8	6,8	8,4	Alojamento	89,5	96,2	96,0	97,6	8,3	
Rio de Janeiro - RJ	17,2	5,6	9,4	6,5	7,2	Diversão noturna	93,5	88,0	87,4	85,1	7,7	
Organização da viagem	(%)					Serviços turísticos	Avaliação positiva (%) (média)					
Fonte de informação (6, 7)	(%)					Guias de turismo	74,9	93,9	82,8	96,3	8,0	
Internet	33,0	51,8	40,8	49,4	56,3	Informação turística	83,7	83,5	84,7	84,6	7,7	
Amigos e parentes	33,8	30,7	40,8	38,9	53,2	Hospitalidade	97,1	97,2	96,4	97,3	8,8	
Viagem corporativa	20,5	11,0	12,8	7,9	11,1	Gastronomia	98,5	95,8	95,7	98,9	8,3	
Agência de viagens	4,6	4,6	1,5	2,8	5,9	Preços	65,0	68,5	64,9	70,9	6,8	
Guias, brochuras e outras publicações	6,4	0,3	0,3	0,0	7,4							
Feiras, eventos e congressos	0,5	0,6	2,3	0,7	1,2							
Escritórios brasileiros de turismo	--	0,2	--	--	0,5							
Outros	1,2	0,8	1,5	0,3	0,9							

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.20. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Rio de Janeiro - RJ - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Utilização de agência de viagem					
	(%)						(%)				
Argentina	17,4	17,7	24,6	27,4	24,8	Pacote	7,7	8,7	11,1	16,2	--
Chile	6,9	7,8	10,7	12,4	12,5	Serviços avulsos	12,4	11,4	14,3	12,1	--
Estados Unidos	13,1	14,2	9,1	9,2	9,6	Não utilizou	79,9	79,9	74,6	71,7	--
França	7,8	6,7	6,5	6,3	6,4	Serviços adquiridos fora do Brasil (7)					
Reino Unido	6,5	6,2	6,3	3,9	4,7	Pacote turístico	--	--	--	--	17,6
Alemanha	4,3	4,0	3,8	3,4	3,9	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	75,3
Uruguai	2,1	2,0	2,3	2,3	2,9	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	16,8
Colômbia	2,5	2,6	3,0	3,2	2,9	Hospedagem	--	--	--	--	56,6
Peru	2,0	1,6	2,0	2,2	2,6	Locação de veículos	--	--	--	--	3,2
Paraguai	1,1	1,5	2,2	3,0	2,4	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	5,0
Motivo da viagem (2)						Fidelização ao destino					
	(%)						(%)				
Lazer	64,0	64,1	67,2	72,8	72,8	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	18,2	20,2	15,0	10,5	10,3	Primeira vez	51,5	52,1	48,7	50,3	50,6
Outros motivos	17,8	15,7	17,8	16,7	16,9	Outras vezes	48,5	47,9	51,3	49,7	49,4
Motivação da viagem a lazer (3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
	(%)						(%)				
Sol e praia	52,8	48,0	53,7	61,7	56,5	Sim	93,7	91,8	92,8	93,6	--
Natureza, ecoturismo ou aventura	18,7	20,5	22,4	17,9	17,2	Não	6,3	8,2	7,2	6,4	--
Cultura	25,4	18,2	21,5	18,4	23,2	Perfil socioeconômico					
Esportes	1,5	1,4	1,2	0,8	2,2	Gênero					
Viagem de incentivo	0,4	0,2	0,3	0,3	0,3	(%)					
Outros	1,2	11,7	0,9	0,9	0,6	Masculino	60,0	62,4	58,9	56,8	57,0
Lazer relacionado a grandes eventos	--	10,8	--	--	--	Feminino	40,0	37,6	41,1	43,2	43,0
Outras motivações de lazer	1,2	0,9	0,9	0,9	0,6	Grupo de idade					
Tipo de alojamento utilizado						(%)					
Hotel, flat ou pousada	54,3	54,3	57,7	60,1	59,1	18 a 24 anos	13,4	13,2	13,2	13,4	14,4
Casa de amigos e parentes	18,2	15,2	16,0	15,0	13,9	25 a 31 anos	25,9	26,9	24,9	26,4	26,7
Casa alugada	9,6	15,1	7,5	7,2	14,4	32 a 40 anos	23,7	21,9	21,5	22,8	23,1
Camping ou albergue	13,5	11,2	11,8	9,7	10,7	41 a 50 anos	18,2	17,3	17,0	16,5	16,4
Casa própria	1,5	1,3	1,7	1,5	1,5	51 a 59 anos	10,7	11,2	12,9	11,4	10,6
Resort	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	60 anos ou mais	8,1	9,5	10,5	9,5	8,8
Outros	2,7	2,7	5,0	6,2	0,2	Grau de instrução					
Composição do grupo turístico						(%)					
Família	16,3	17,0	19,3	22,6	21,4	Sem educação formal	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Sozinho	36,4	35,2	32,3	29,1	29,7	Fundamental	1,1	1,2	1,3	1,6	1,7
Casal sem filhos	23,7	22,2	25,6	27,4	27,4	Médio	20,4	19,3	21,1	24,0	23,1
Amigos	17,2	17,9	18,0	17,2	17,4	Superior	47,8	47,9	45,1	46,5	49,9
Outros	6,4	7,7	4,8	3,7	4,1	Pós-graduação	30,7	31,5	32,5	27,9	25,3
Gasto médio per capita dia no Brasil						Renda média mensal					
	(US\$)						(US\$)				
Lazer	91,61	90,12	80,57	76,93	62,77	Familiar	4.474,24	4.258,21	4.109,85	3.746,70	3.429,84
Negócios, eventos e convenções	95,41	85,21	107,80	89,78	92,80	Individual	3.245,84	2.759,76	2.625,73	2.487,96	2.266,66
Outros motivos	45,51	51,55	46,91	46,73	43,48	Grau de satisfação em relação à viagem					
Total	78,37	79,49	72,86	69,95	59,52	Recomendaria o Brasil					
Permanência média no Brasil						(pernoites)					
Lazer	11,1	10,8	11,1	10,5	10,9	Sim	--	--	--	--	95,4
Negócios, eventos e convenções	14,0	16,0	11,2	13,2	11,1	Não	--	--	--	--	1,7
Outros motivos	23,4	21,6	24,8	22,3	23,1	Talvez	--	--	--	--	2,9
Total	13,7	13,3	13,4	12,5	12,8	Nível de satisfação com a viagem					
Permanência média no destino						(pernoites)					
Lazer	7,0	7,2	7,3	7,1	7,1	Superou	36,3	36,9	39,4	42,2	40,8
Negócios, eventos e convenções	9,0	12,0	7,4	9,4	7,7	Atendeu plenamente	49,0	49,1	48,5	45,7	45,5
Outros motivos	13,8	13,7	15,0	14,0	13,7	Atendeu em parte	12,8	12,5	10,8	10,4	12,2
Total	8,9	9,3	9,0	8,7	8,6	Decepcionou	1,9	1,5	1,3	1,7	1,5
Outros destinos visitados						Avaliação da viagem (8)					
	(%)						Avaliação positiva (%)				
							(média)				
Lazer						Infraestrutura					
Foz do Iguaçu - PR	19,5	16,4	17,1	15,9	17,5	Limpeza pública	78,2	80,1	79,5	75,5	6,4
São Paulo - SP	15,1	13,8	13,8	9,6	12,1	Segurança pública	80,0	78,9	71,5	74,6	6,6
Negócios, eventos e convenções						Serviço de táxi	91,8	90,3	90,5	90,2	8,0
						Transporte público	86,3	87,6	91,2	90,3	8,0
São Paulo - SP	15,9	9,8	11,1	13,3	12,9	Telecomunicações	69,3	76,0	78,1	78,5	7,4
Foz do Iguaçu - PR	2,1	2,0	1,3	4,6	2,9	Sinalização turística	82,7	84,6	88,5	88,8	7,8
Outros motivos						Infraestrutura turística					
São Paulo - SP	13,8	13,6	11,2	12,6	13,5	Aeroporto	76,5	88,6	96,7	96,8	8,7
Armação dos Búzios - RJ	4,9	4,4	4,7	4,3	5,1	Rodovias	70,2	75,8	79,8	79,3	7,2
Organização da viagem						Restaurante	93,0	94,0	94,1	95,0	8,1
						Alojamento	94,6	94,0	96,3	96,2	8,3
						Diversão noturna	96,0	96,4	95,5	96,3	8,3
Fonte de informação (5, 6)						Serviços turísticos					
	(%)						Avaliação positiva (%)				
							(média)				
Internet	55,3	57,6	61,7	62,5	72,1	Guias de turismo	92,5	92,7	93,3	94,0	8,5
Amigos e parentes	20,8	19,2	20,2	18,8	42,1	Informação turística	91,9	89,6	91,7	91,8	8,1
Viagem corporativa	9,5	10,3	7,3	5,0	7,6	Hospitalidade	97,1	97,8	97,3	97,2	8,8
Agência de viagens	6,0	5,4	5,4	7,9	12,8	Gastronomia	94,1	93,9	93,8	94,3	8,2
Guias, brochuras e outras publicações	6,2	5,4	3,3	4,1	10,3	Preços	68,3	74,4	69,2	77,8	6,9
Feiras, eventos e congressos	1,5	0,8	1,5	1,1	0,8						
Escritórios brasileiros de turismo	0,0	0,1	0,0	0,1	0,3						
Outros	0,7	1,2	0,6	0,5	0,9						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.21. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: Salvador - BA - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência (1)						Utilização de agência de viagem					
Argentina	35,1	37,4	45,5	47,7	41,1	Pacote	14,7	16,8	19,3	27,5	--
Estados Unidos	8,7	8,0	6,5	7,6	7,8	Serviços avulsos	16,8	12,8	16,5	11,9	--
Chile	5,8	7,1	7,4	8,0	7,0	Não utilizou	68,5	70,4	64,2	60,6	--
Portugal	3,6	4,9	3,4	2,7	5,0	Serviços adquiridos fora do Brasil (8)					
França	5,2	5,0	4,2	3,6	4,9	Pacote turístico	--	--	--	--	21,0
Itália	5,9	5,0	3,9	4,1	4,2	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	72,5
Espanha	3,2	2,4	2,2	2,6	3,8	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	21,6
Uruguai	3,5	2,3	4,0	3,2	3,6	Hospedagem	--	--	--	--	39,2
Alemanha	5,4	4,5	4,3	4,1	3,1	Locação de veículos	--	--	--	--	5,3
Paraguai	1,3	1,8	3,6	3,6	2,8	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	3,4
Motivo da viagem (2)						Fidelização ao destino					
Lazer	60,3	59,9	64,7	69,2	64,3	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	11,3	13,1	10,7	6,1	6,4	Primeira vez	25,7	28,0	25,3	27,6	23,4
Outros motivos	28,4	27,0	24,6	24,7	29,3	Outras vezes	74,3	72,0	74,7	72,4	76,6
Motivação da viagem a lazer (3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	69,8	75,0	74,3	76,5	72,8	Sim	96,3	95,0	95,9	94,6	--
Natureza, ecoturismo ou aventura	8,3	10,0	10,4	7,7	10,3	Não	3,7	5,0	4,1	5,4	--
Cultura	21,3	13,0	13,6	14,2	15,3	Perfil socioeconômico					
Esportes	0,4	0,3	0,6	0,8	0,6	Gênero					
Viagem de incentivo	--	--	0,4	0,3	0,5	Masculino	50,4	56,6	51,6	47,1	52,5
Outros	0,2	1,7	0,7	0,5	0,5	Feminino	49,6	43,4	48,4	52,9	47,5
Lazer relacionado a grandes eventos	--	0,5	--	--	--	Grupo de idade					
Outras motivações de lazer	0,2	1,2	0,7	0,5	0,5	18 a 24 anos					
Tipo de alojamento utilizado						25 a 31 anos					
Hotel, flat ou pousada	50,7	55,9	53,8	59,7	52,7	32 a 40 anos					
Casa de amigos e parentes	25,6	24,7	22,8	20,4	24,0	41 a 50 anos					
Casa alugada	4,5	4,3	5,6	4,0	8,9	51 a 59 anos					
Camping ou albergue	8,1	4,0	4,4	4,5	4,1	60 anos ou mais					
Casa própria	4,9	3,8	3,8	3,1	3,6	Grau de instrução					
Resort	4,6	6,3	8,2	6,1	5,5	Sem educação formal					
Outros	1,6	1,0	1,4	2,2	1,2	Fundamental					
Composição do grupo turístico						Médio					
Família	20,2	26,2	25,4	29,9	29,6	Superior					
Sozinho	39,3	33,4	31,5	26,2	31,4	Pós-graduação					
Casal sem filhos	23,7	23,9	27,8	30,2	24,2	Renda média mensal					
Amigos	13,0	11,7	11,8	11,4	11,9	Familiar					
Outros	3,8	4,8	3,5	2,3	2,9	Individual					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Grau de satisfação em relação à viagem					
Lazer	67,98	63,57	74,83	63,34	45,86	Recomendaria o Brasil					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Sim					
Outros motivos	39,16	37,84	36,78	44,91	38,71	Não					
Total	54,90	54,57	55,92	56,73	46,45	Talvez					
Permanência média no Brasil						Nível de satisfação com a viagem					
Lazer	11,7	12,8	12,0	11,6	13,7	Superou					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Atendeu plenamente					
Outros motivos	31,0	27,2	31,3	24,1	28,7	Atendeu em parte					
Total	17,1	16,5	17,5	15,0	18,2	Decepcionou					
Permanência média no destino						Avaliação da viagem (9)					
Lazer	6,1	6,7	6,8	6,4	7,1	Infraestrutura					
Negócios, eventos e convenções	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	Avaliação positiva (%)					
Outros motivos	16,0	14,2	18,0	13,3	15,8	Limpeza pública					
Total	9,1	8,6	9,9	8,4	9,5	Segurança pública					
Outros destinos visitados						Serviço de táxi					
Lazer	(%)					Transporte público					
Cairu - BA	10,4	9,3	11,9	10,6	14,4	Telecomunicações					
Rio de Janeiro - RJ	13,3	15,4	10,7	10,7	9,1	Sinalização turística					
Negócios, eventos e convenções						Infraestrutura turística					
São Paulo - SP	7,9	15,0	11,9	9,3	18,0	Aeroporto					
Rio de Janeiro - RJ	9,3	7,5	8,6	10,9	10,3	Rodovias					
Outros motivos						Restaurante					
São Paulo - SP	10,6	14,0	7,0	11,0	12,1	Alojamento					
Rio de Janeiro - RJ	13,8	15,3	12,5	11,1	10,4	Diversão noturna					
Organização da viagem						Serviços turísticos					
Fonte de informação (6, 7)	(%)					Avaliação positiva (%)					
Internet	42,8	50,0	55,1	58,2	58,4	Guias de turismo					
Amigos e parentes	29,9	25,7	23,1	20,4	43,7	Informação turística					
Viagem corporativa	7,9	7,7	5,9	3,9	4,7	Hospitalidade					
Agência de viagens	12,1	12,6	12,2	13,8	17,5	Gastronomia					
Guias, brochuras e outras publicações	5,7	2,3	1,4	2,3	6,8	Preços					
Feiras, eventos e congressos	1,1	0,9	1,5	0,8	0,1						
Escritórios brasileiros de turismo	--	0,2	0,3	0,2	0,2						
Outros	0,5	0,6	0,5	0,4	1,3						

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) Amostra insuficiente para a estimativa deste parâmetro.

(6) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(7) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(8) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(9) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

6.22. Perfil da demanda turística internacional - Destino visitado: São Paulo - SP - 2015-2019

Característica da viagem						Organização da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019		2015	2016	2017	2018	2019
País de residência ⁽¹⁾						Utilização de agência de viagem					
Estados Unidos	11,7	12,3	12,2	14,4	16,8	Pacote	1,8	2,6	1,9	2,3	--
Argentina	13,8	12,2	12,2	13,6	12,2	Serviços avulsos	14,9	11,9	14,0	14,6	--
Chile	6,4	5,3	6,1	5,4	6,1	Não utilizou	83,3	85,5	84,1	83,1	--
Bolívia	4,5	5,8	7,0	5,6	5,3	Serviços adquiridos fora do Brasil ⁽⁷⁾					
Paraguai	2,9	4,7	5,8	4,0	4,3	Pacote turístico	--	--	--	--	3,0
Alemanha	4,5	4,1	3,7	3,9	4,2	Transporte internacional aéreo ou terrestre	--	--	--	--	84,9
México	3,4	3,8	3,2	3,0	3,5	Transporte aéreo no Brasil	--	--	--	--	9,0
França	4,4	4,1	4,9	3,6	3,3	Hospedagem	--	--	--	--	45,0
Portugal	2,5	2,6	2,8	2,5	3,3	Locação de veículos	--	--	--	--	2,9
Colômbia	3,7	4,1	3,7	3,9	3,2	Atrativos, passeios ou guias de turismo	--	--	--	--	1,3
Motivo da viagem ⁽²⁾						Fidelização ao destino					
Lazer	12,9	16,3	15,1	16,4	12,9	Frequência de visita ao Brasil					
Negócios, eventos e convenções	51,6	47,4	47,0	42,4	42,1	Primeira vez					
Outros motivos	35,5	36,3	37,9	41,2	45,0	Outras vezes					
Motivação da viagem a lazer ^(3, 4)						Intenção de retorno ao Brasil					
Sol e praia	21,7	24,7	29,9	24,2	21,8	Sim					
Natureza, ecoturismo ou aventura	21,3	21,9	25,1	19,3	16,4	Não					
Cultura	46,5	42,8	37,7	42,8	54,0	Perfil socioeconômico					
Esportes	3,5	5,0	3,5	10,1	6,4	Gênero					
Viagem de incentivo	0,4	0,1	0,2	0,5	0,5	Masculino					
Outros	6,6	5,5	3,6	3,1	0,9	Feminino					
<i>Lazer relacionado a grandes eventos</i>	--	1,3	--	--	--	Grupo de idade					
<i>Outras motivações de lazer</i>	6,6	4,2	3,6	3,1	0,9	18 a 24 anos					
Tipo de alojamento utilizado						25 a 31 anos					
Hotel, flat ou pousada	60,4	60,1	58,0	54,6	55,6	32 a 40 anos					
Casa de amigos e parentes	31,0	30,9	31,6	35,1	34,5	41 a 50 anos					
Casa alugada	2,6	3,0	2,4	2,1	4,4	51 a 59 anos					
Camping ou albergue	2,0	3,0	2,9	2,6	1,8	60 anos ou mais					
Casa própria	2,3	1,9	2,5	2,4	2,7	Grau de instrução					
Resort	0,1	0,1	0,1	0,2	0,0	Sem educação formal					
Outros	1,6	1,0	2,5	3,0	1,0	Fundamental					
Composição do grupo turístico						Médio					
Família	10,3	9,7	10,8	11,7	11,1	Superior					
Sozinho	62,1	62,8	58,5	60,7	60,4	Pós-graduação					
Casal sem filhos	8,3	8,2	9,3	9,4	10,4	Renda média mensal (US\$)					
Amigos	5,6	7,0	7,6	6,3	5,8	Familiar					
Outros	13,7	12,3	13,8	11,9	12,3	Individual					
Gasto médio per capita dia no Brasil						Grau de satisfação em relação à viagem					
Lazer	88,74	68,95	75,61	73,94	67,60	Recomendaria o Brasil					
Negócios, eventos e convenções	108,38	102,56	125,87	122,33	107,04	Sim					
Outros motivos	42,26	50,60	43,07	41,10	45,58	Não					
Total	68,99	69,80	69,86	64,82	62,69	Talvez					
Permanência média no Brasil						Nível de satisfação com a viagem					
(pernoites)						Superou					
Lazer	12,8	13,9	13,4	12,9	12,8	Atendeu plenamente					
Negócios, eventos e convenções	10,9	10,6	9,6	9,6	9,2	Atendeu em parte					
Outros motivos	22,1	20,2	22,6	22,3	20,2	Decepcionou					
Total	15,6	14,9	15,5	15,7	14,9	Avaliação da viagem ⁽⁸⁾					
Permanência média no destino						Infraestrutura					
(pernoites)						Avaliação positiva (%)					
Lazer	5,3	6,1	6,0	6,7	6,2	(média)					
Negócios, eventos e convenções	8,3	7,7	7,2	7,3	6,8	Limpeza pública					
Outros motivos	14,4	14,1	15,0	14,8	13,5	Segurança pública					
Total	9,7	9,5	9,8	10,2	9,6	Serviço de táxi					
Outros destinos visitados						Transporte público					
Lazer						Telecomunicações					
Rio de Janeiro - RJ	29,0	28,0	24,7	21,7	22,3	Sinalização turística					
Foz do Iguaçu - PR	14,0	14,4	15,9	9,7	12,4	Infraestrutura turística					
Negócios, eventos e convenções						Avaliação positiva (%)					
Rio de Janeiro - RJ	8,8	9,7	8,5	7,4	7,8	(média)					
Curitiba - PR	2,1	1,6	2,0	2,0	1,9	Aeroporto					
Outros motivos						Rodovias					
Rio de Janeiro - RJ	11,5	10,7	11,2	10,2	10,8	Restaurante					
Foz do Iguaçu - PR	2,8	1,2	3,3	1,8	3,1	Alojamento					
Organização da viagem						Diversão noturna					
Fonte de informação ^(5, 6)						Serviços turísticos					
Internet						Avaliação positiva (%)					
Amigos e parentes						(média)					
Viagem corporativa						Guias de turismo					
Agência de viagens						Informação turística					
Guias, brochuras e outras publicações						Hospitalidade					
Feiras, eventos e congressos						Gastronomia					
Escritórios brasileiros de turismo						Preços					
Outros											

Fonte: Ministério do Turismo - MTur e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIEPE, Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2019.

Notas: (1) Foram realizadas etapas adicionais de pesquisa durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.

(2) Os turistas que visitaram o Brasil devido aos Jogos Rio 2016 foram classificados nas categorias "Lazer" ou "Negócios ou trabalho", conforme cada caso.

(3) Os turistas que visitaram o Brasil em viagens a lazer motivadas pelos Jogos Rio 2016 foram classificados dentro da categoria "Outros", na subcategoria "Lazer relacionado a grandes eventos".

(4) A partir de 2019, a opção "Diversão Noturna" foi inserida em "Outros".

(5) A partir de 2019, a questão admite mais de uma resposta.

(6) A partir de 2019, as opções "Guias turísticos impressos" e "Folders e brochuras" foram agregadas em "Guias, brochuras e outras publicações".

(7) Apenas resultados das três últimas etapas de 2019.

(8) A partir de 2019, o método de avaliação mudou para escala de 0 (muito ruim) a 10 (muito bom), com o resultado sendo a nota média. Os resultados até 2018 referem-se à proporção de respostas de avaliação positiva (bom ou muito bom).

Praia dos coqueiros - Trancoso - Bahia - Brasil - Márcio Filho - Banco de imagens MTur/Destinos



A Retomada e o Turismo Internacional

Dados & Informações

O Brasil iniciou o novo ano com o forte desejo de vencer a pandemia de COVID-19 e assim retomar plenamente não só a atividade turística, mas toda atividade econômica.

O mês de janeiro apresentou um ingrediente especial a esse desejo: o início de campanhas de vacinação com a aprovação em regime emergencial das duas primeiras vacinas em âmbito nacional.

A campanha é apenas o primeiro passo, ainda há um longo caminho pela frente e alguns obstáculos que se apresentam, como a ocorrência de casos de variantes em alguns países e estados brasileiros. Com isso, a retomada atualmente vivenciada deve observar os protocolos de biossegurança já estabelecidos, além de outras medidas já implementadas para mitigar os efeitos da pandemia.

Os dados coletados e apresentados nas páginas anteriores são a fotografia mais recente do norte a ser perseguido pelo país tendo por base o ambiente de pandemia, bem como as campanhas de vacinação em curso.

O governo, empresários do setor, sociedade organizada, podem e devem observar os dados com atenção para a partir destes elaborar produtos, repensar destinos e atrações em busca da retomada do patamar visualizado em 2019 no momento inicial e posteriormente diversificar produtos para angariar novos turistas.

A pandemia e as limitações geradas por ela implicam na elaboração de questões importantes. Uma destas está relacionada ao turismo de negócios e eventos e as ferramentas necessárias para aquecer o mercado, haja vista as novas tecnologias desenvolvidas para aproximar pessoas em momentos de isolamento. A partir dos dados apresentados e analisando o cenário é importante discutir como tornar o país um polo de eventos e negócios.

Outro ponto que merece destaque se refere à atratividade de turistas, haja vista que a pandemia transformou os interesses da sociedade em geral. A busca por experiências impactantes e atrações com potencial de compartilhamento em redes sociais ganham destaque neste momento de retomada. Nesse sentido, a discussão acerca do potencial tecnológico de destinos com acesso facilitado a internet com boa conexão ganha destaque.

O tema das fronteiras e da facilitação de acesso também merece destaque nesse ambiente considerando as atuais restrições impostas em diferentes países e as diferentes considerações sobre o momento de reabertura e condições para tanto. Compreender os principais países emissores no momento anterior à pandemia e os potenciais emissores é essencial para a retomada.

O ano de 2020 foi um ano de desafios para a sociedade e para os órgãos oficiais de turismo no país,



“ A partir dos dados apresentados e analisando o cenário é importante discutir como tornar o país um polo de eventos e negócios.”

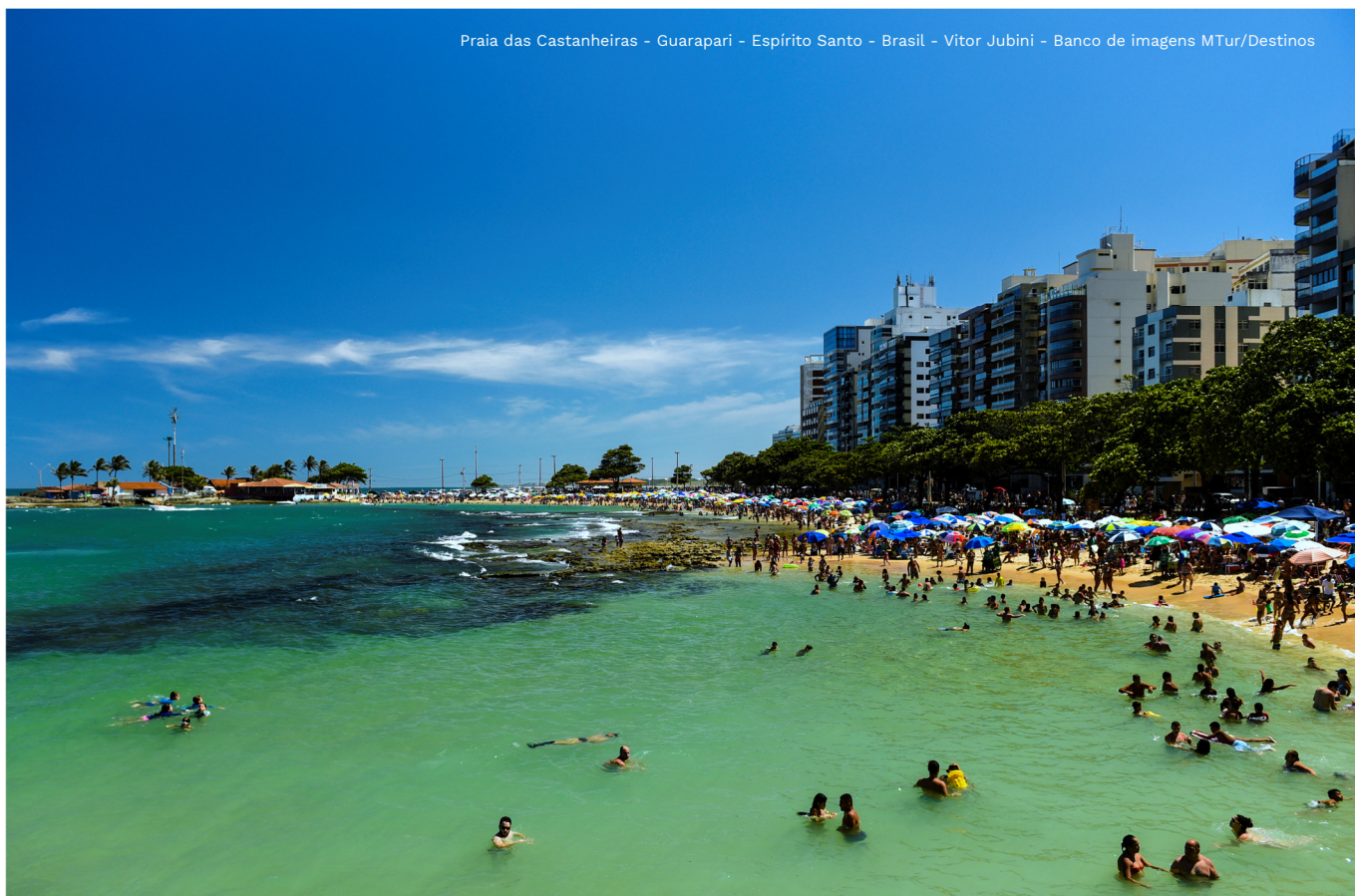
para a Coordenação Geral de Dados e Informações não foi diferente. Com as fronteiras fechadas, com a paralisação da atividade turística em âmbito doméstico e internacional, não foi possível coletar os dados sobre a demanda turística internacional, contudo, não estão sendo medidos esforços para prover soluções e alternativas para mitigar tal feito.

Para esse objetivo é fundamental o estreitamento dos laços com diferentes atores, tais como o Departamento de Polícia Federal, o Banco Central, a Receita Federal e outras agências reguladoras. Tais atores possuem dados e elementos que são caros à estruturação de informações para prover gestores e

empresários sobre o turismo brasileiro. Vencer a pandemia e retomar o turismo é um desafio de todos e tornar públicos dados e informações sobre turismo é o primeiro passo para esse objetivo.

“ Vencer a pandemia e **retomar o turismo** é um desafio de todos e tornar públicos dados e informações sobre turismo é o primeiro passo para esse objetivo.”

Praia das Castanheiras - Guarapari - Espírito Santo - Brasil - Vitor Jubini - Banco de imagens MTur/Destinos





Nota de encerramento

As páginas anteriores, os dados expostos, as problematizações estabelecidas e os comentários tecidos demonstraram como os números coletados são importantes para compreender a dinâmica do turismo internacional no país.

A pandemia de COVID-19 e o seu impacto sobre o ano de 2020 impuseram e ainda impõem obstáculos para a retomada do turismo internacional. O País enfrenta um momento de reflexão, de planejamento e estabelecimento de novos caminhos.

O ano de 2021 já é uma realidade e ainda há um caminho longo a ser percorrido para superar a pandemia e todos os esforços estão sendo empreendidos pelos governos a partir da colaboração da ciência. Cabe ao demais setores planejar o próximo passo, o momento da reabertura, da retomada e de criação de novas oportunidades.

É tempo de olhar para os últimos anos, avaliar os números coletados e planejar os próximos passos, o futuro. A ponte para esse caminho é o planejamento, o delineamento da estratégia com o apoio dos dados, de uma série histórica consistente e do contínuo estudo.

É preciso apaixonar-se diariamente pelo estudo, pela busca de dados e informações confiáveis para apoiar o setor para que o turista internacional possa deliciar-se nas diferentes oportunidades de lazer, cultura e negócios que o Brasil possui.

Esta primeira edição é também um convite para essa paixão, para a travessia e para a compreensão da realidade do setor de turismo. Vamos juntos nesta caminhada?

“ É preciso apaixonar-se diariamente pelo estudo, pela busca de dados e informações confiáveis para apoiar o setor para que o turista internacional possa deliciar-se nas diferentes oportunidades de lazer, cultura e negócios que o Brasil possui.”



Casarão Fazenda do Centro - Castelo - Espírito Santo - Brasil - Fernando Madeira - Banco de imagens MTur/Destinos

Referências

AHMED, Younis Ali. Analytical review of tourism demand studies from 1960 to 2014. **International Journal of Science and Research**, v. 4, n.1, pp. 2421-2427, 2015.

CROUCH, Geoffrey I. A meta-analysis of tourism demand. **Annals of Tourism Research**, v. 22, n. 1, p. 103-118, 1995.

JOHNSON, Peter; ASHWORTH, John (1990) Modelling tourism demand: a summary review. **Leisure Studies**, v. 9, n.2, p. 145-161, DOI: 10.1080/02614369000390131, 1990.

LI, Gang; SONG, Haiyan; WITT, Stephen F. Recent developments in econometric modeling and forecasting. **Journal of Travel Research**, v. 44, p. 82-99, 2005.

WITT, Stephen; WITT, Christine A. Forecasting tourism demand: a review of empirical research. **International Journal of Forecasting**, v. 11, p. 447-475, 1995.



Vila dos Remédios - Fernando de Noronha - Pernambuco - Brasil - Bruno Lima - Banco de imagens MTur/Destinos

DADOS & INFORMAÇÕES

DO TURISMO NO BRASIL

Ano 1 □ 1ª Edição □ Fevereiro de 2021

Gilson Machado Neto
Ministro de Estado do Turismo

Daniel Diniz Nepomuceno
Secretário Executivo

Luana Mara Nunes Boldori
Subsecretária de Gestão Estratégica

Elton Gomes de Medeiros
Coordenador-Geral de Dados e Informações

Jaqueline Silva Campos Magalhães
Coordenadora de Estudos e Pesquisas

João Felismario Batista Junior
Coordenador de Informações Estratégicas

André Ricardo Santana da Costa
Gabriel de Lacerda Rangel
Isabel Christina Kelli
Marina de Lima Rabelo
Equipe Técnica

Alan Maciel Francisquini
Gustavo Alves Gusmão
Apoio operacional



Coordenação-Geral de Dados e Informações (CGDI)
Subsecretaria de Gestão Estratégica (SGE)
Secretaria Executiva (SE)
Esplanada dos Ministérios, Bloco U, Sala 209,
2º Andar - CEP: 70065-900 - Brasília - DF



Mais dados e informações sobre o turismo brasileiro disponíveis no **Portal Dados e Fatos** do **Ministério do Turismo**:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br>

@ cgdi@turismo.gov.br

+55 61 2023-8250

Foto da capa: Museu do Amanhã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil.

(*) Fotografias cedidas gentilmente por Mubarroso (https://www.flickr.com/photos/mubarroso_fotos/).

Mais fotografias dos destinos brasileiros podem ser acessadas no Banco de imagens MTur/Destinos (<https://www.flickr.com/photos/mturdestinos/>)





**DADOS E
INFORMAÇÕES**
SUBSECRETARIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA



MINISTÉRIO DO
TURISMO



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL