

Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil

PRODETUR NE II - PRODETUR SUL

2006

Metodologia e Desenvolvimento

Brasília, 12 de Setembro de 2006

Histórico da Pesquisa

- 1998: 1ª. Pesquisa - 9.000 famílias
- 2001: 2ª. Pesquisa - 15.000 famílias
- 2006: 3ª. Pesquisa - 37.000 famílias
- **Entidade Executora:** Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) da Universidade de São Paulo

Objetivos

Caracterizar e quantificar os seguintes aspectos do turismo:

- Tipos de viagem - Internacional, Rotineira* e Doméstica;
- Origem e destino das viagens;
- Principais motivos e motivações;
- Meios de hospedagem utilizados;
- Meios de transportes utilizados;
- Hábitos de viagem;
- Permanência média;
- Número médio de viagens realizadas;
- Gastos com viagens;
- Estimativa da receita gerada pelo turismo doméstico;
- Estimativa do fluxo interno de turistas;
- Propensão a viajar;
- Razões para não viajar;
- Perfil sócio-demográfico;
- Fatores que impedem romper a sazonalidade;
- Fatores que permitiriam substituir viagens internacionais por nacionais.

* Viagens com frequência mensal para um mesmo destino, pelo menos 10 viagens ao ano

Critérios da Amostra

- O dimensionamento da amostra foi feito com base no tamanho da população brasileira e em sua distribuição de renda (PNAD 2003).
- A população foi representada pelo No. de Domicílios Urbanos, equivalentes a 60.546.244 em 2003.
- Com esses parâmetros chegou-se ao *Número Total da Amostra (planejada): 36.000 domicílios.*
- A distribuição da amostra baseou-se no critério de Mesorregiões do IBGE (137), cobrindo mais de 80% delas em número (112) e, em população, mais de 90% dos domicílios urbanos.
- Em cada uma das Mesoregiões da amostra (112) foi selecionado o município mais populoso.

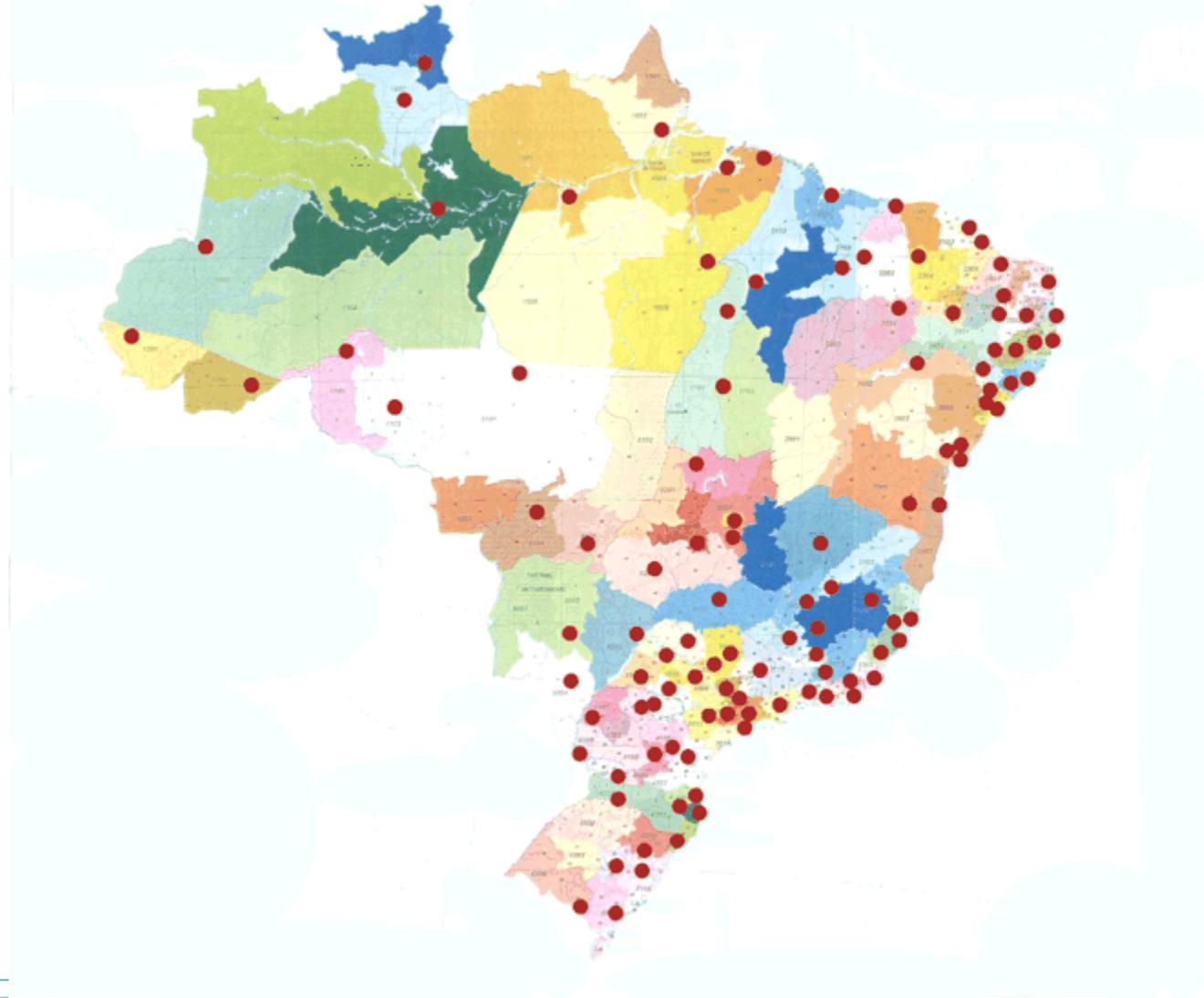
Distribuição da Amostra Planejada, por Região

Brasil					
Região	1-4 SM	4-15 SM	15-30 SM	+ 30 SM	Total
Sudeste	4.797	4.797	3.951	564	14.110
Nordeste	3.283	3.377	2.345	375	9.380
Sul	2.009	2.009	1.655	236	5.910
Norte	1.470	1.512	1.050	168	4.200
Centro-Oeste	1.190	1.224	850	136	3.400
Total	12.750	12.920	9.851	1.480	37.000
Em (%)	34,5%	34,9%	26,6%	4,0%	100,0%
PNAD (em %)(*)	52,5%	32,4%	5,0%	2,0%	91,9% (*)

(*) *PNAD 0-1SM: 8,1%*

- A margem máxima de erro admitida para o agregado País foi fixada em 1,5% e em 5% para o agregado UF, com um nível de confiança de 95%.
- Buscou-se a representatividade da **população urbana**, por estrato de renda, adotando-se como limite inferior **1 salário mínimo** de renda familiar.
- Na distribuição da amostra procurou-se intencionalmente reforçar a representatividade das **classes de renda que mais viajam (1/3 para cada estrato)**.

Cobertura Geográfica da Distribuição da Amostra



RESULTADOS

1. Pesquisa Quantitativa

Proporção da População Brasileira que Viaja

Proporção dos brasileiros que Viajam (em %)			
Tipo de Viagem	2002	2006	Variação
Internacional	1,7	3,9	129,4 ^(**)
Rotineira ^(*)	9,1	9,2	1,1
Doméstica	36,4	39,6	8,8 ^(***)

(*) Viagens com frequência mensal para um mesmo destino, com pelo menos 10 viagens ao ano.

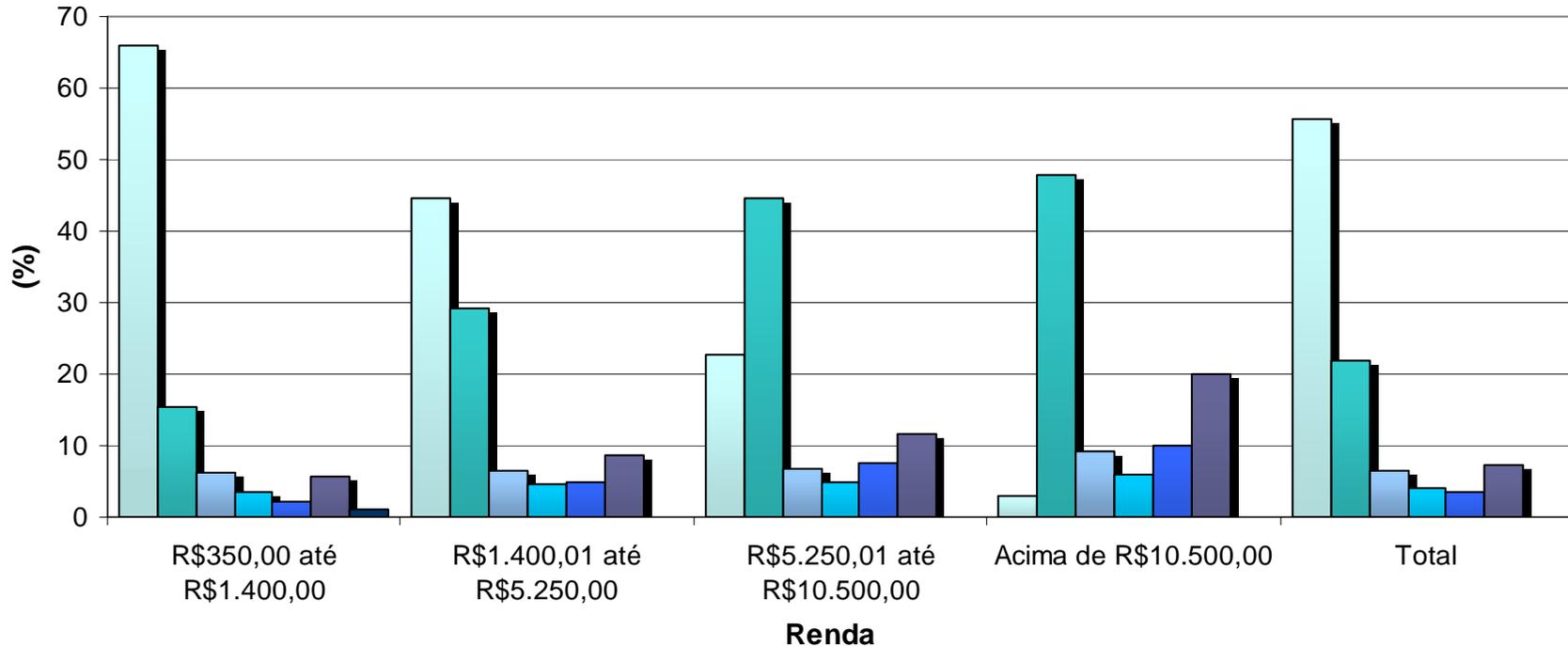
(**) Variação influenciada, de um lado, pela elevação do Câmbio no período da pesquisa de 2002 (de R\$ 1,94 para R\$ 2,74) e, de outro lado, pela redução da mesma em Jan/Fev de 2006 (R\$ 2,27).

(***) Variação no número de viajantes, sem consideração da qualidade de suas viagens.

- Em 2006, em média, de cada 10 brasileiros:
 - ✓ *Pelo menos 1 realiza viagens rotineiras.*
 - ✓ *Pelo menos 4 realizam viagens domésticas.*
- **Cerca de 50% dos brasileiros realizaram pelo menos um dos três tipos de viagem**
 - ✓ *Em média, de cada 2 brasileiros, 1 realiza algum tipo de viagem*
(resultado obtido descontando-se os casos dos indivíduos que realizaram mais de um tipo de viagem).

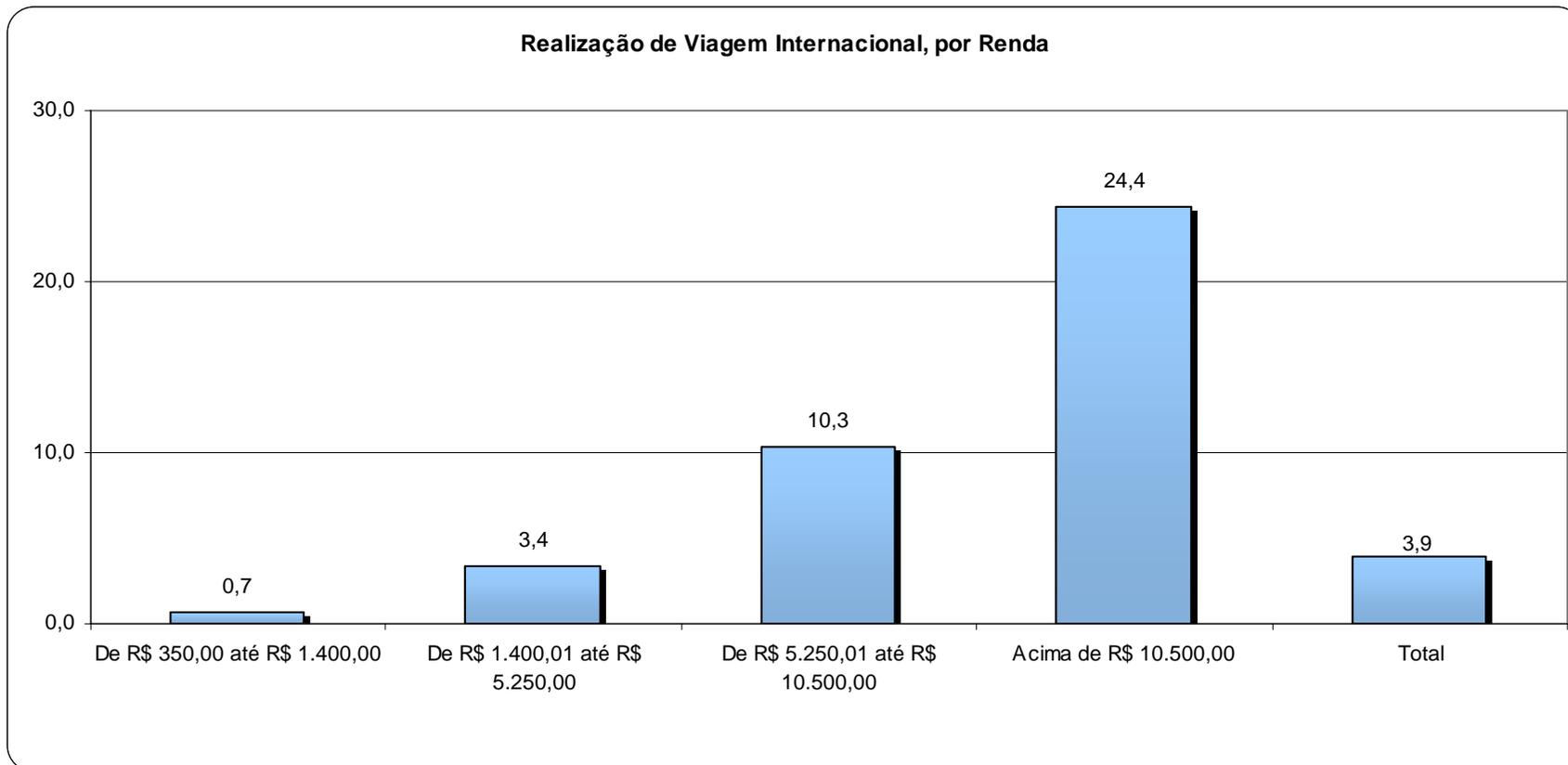
Principal Razão para Não Viajar, por Renda

Principal Razão para Não Viajar, por Renda (em %)



- Não tenho dinheiro
- Não tenho tempo
- Não gosto de viajar / Nunca viajo
- Não tenho costume / hábito
- Não é prioridade de consumo
- Não tenho companhia
- Outro

Viagens Internacionais



Tipo de viagem mais fortemente dependente do nível da renda do viajante.

Fatores que Permitiriam Substituir a Viagem Internacional

Fatores que Permitiriam Substituir a V. Internacional por V. Doméstica	
	Total
Quais os Fatores?	
Reduzir preços	28,9
Melhorar segurança	12,4
Qualidade serviços e equipam. turísticos	7,7
Facilidades e informações	6,9
Outros	9,7
Subtotal	65,6
Nada	34,4
Total	100,0
Por que Nada?	
Compromissos de trabalho, etc	20,9
Atrativo único	10,6
Status	1,6
Não tem interesse	1,2
Total	34,3

De cada 3 viajantes internacionais, 2 estariam dispostos a trocar por uma viagem doméstica, se encontrassem condições mais propícias

Viagens Domésticas

VIAGENS DOMÉSTICAS						
Características Gerais das Viagens Domésticas, por Região e Total (em %)						
	S	SE	NE	N	CO	Brasil
Fez viagens domésticas?						
Não realizou	53,9	53,9	76,6	82,6	69,7	60,4
Realizou pelo menos uma	46,1	46,1	23,4	17,4	30,4	39,6
Número de viagens						
1	33,0	34,8	30,2	53,4	31,6	34,3
2 ou 3	34,1	31,6	31,9	29,2	33,8	32,1
4 a 6	21,1	20,4	21,0	13,5	23,6	20,6
7 a 10	6,9	8,0	10,2	2,4	7,0	7,8
10 ou mais	4,9	5,3	6,7	1,5	4,0	5,2
Permanência Média (pernoites)						
1	4,4	7,2	5,6	1,3	3,2	6,2
2 ou 3	28,8	33,1	30,4	16,3	18,7	31,0
4 ou 5	18,5	20,0	19,5	13,5	16,0	19,4
6 ou 7	17,8	15,3	7,6	8,2	14,4	14,7
8 a 10	13,0	10,1	11,5	12,3	14,3	11,0
11 a 15	10,0	7,3	9,3	16,8	15,3	8,6
16 a 30	6,6	5,8	10,7	27,9	16,1	7,5
31 ou mais	0,8	1,1	5,4	3,7	2,0	1,6

Viagens Domésticas – Hospedagem

Tipo de Hospedagem da Principal Viagem Doméstica, por Região (em %)								
Tipo de Hospedagem	Região de Origem					Total 2006	Total 2002	Variação
	S	SE	NE	N	CO			
Casa de amigos / parentes	54,4	54,6	62,7	68,2	51,7	55,6	59,8	-7,0
Hotel / Pousada	25,8	28,2	27,4	20,7	30,7	27,6	24,0	15,0
Imóvel alugado	10,1	6,9	3,0	1,2	4,7	6,8	5,9	15,3
Imóvel próprio	5,1	4,5	4,1	6,7	4,8	4,6	5,1	-9,8
Outros	4,8	5,9	2,8	3,3	8,3	5,4	5,2	3,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-

Em relação a 2002, são claras as indicações de melhora na qualidade das viagens:

- Aumento das viagens com utilização de hotéis, pousadas e imóveis alugados;
- Menores proporções dos viajantes que utilizam casas de amigos e parentes.

Viagens Domésticas – Transporte

Meio de Transporte da Principal Viagem Doméstica, por Região (%)								
Meio de Transporte	Região de Origem					Total 2006	Total 2002	Variação
	S	SE	NE	N	CO			
Carro	54,4	49,4	37,9	22,9	52,7	48,7	39,0	24,9
Ônibus de linha	21,8	19,9	29,8	32,8	22,0	21,7	29,1	-25,4
Avião	12,3	14,9	16,3	25,3	16,6	14,9	13,0	14,6
Ônibus de excursão / fretado / turismo	5,8	7,9	8,0	3,5	5,9	7,3	5,7	28,1
Outros	5,8	7,8	8,0	15,5	2,9	7,3	13,2	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-

Indicadores adicionais de melhora na qualidade das viagens em relação a 2002:

- Aumento das viagens com utilização de veículo próprio e também de avião;
- Menor utilização dos ônibus de linha.

Motivos da Viagem Doméstica por Renda

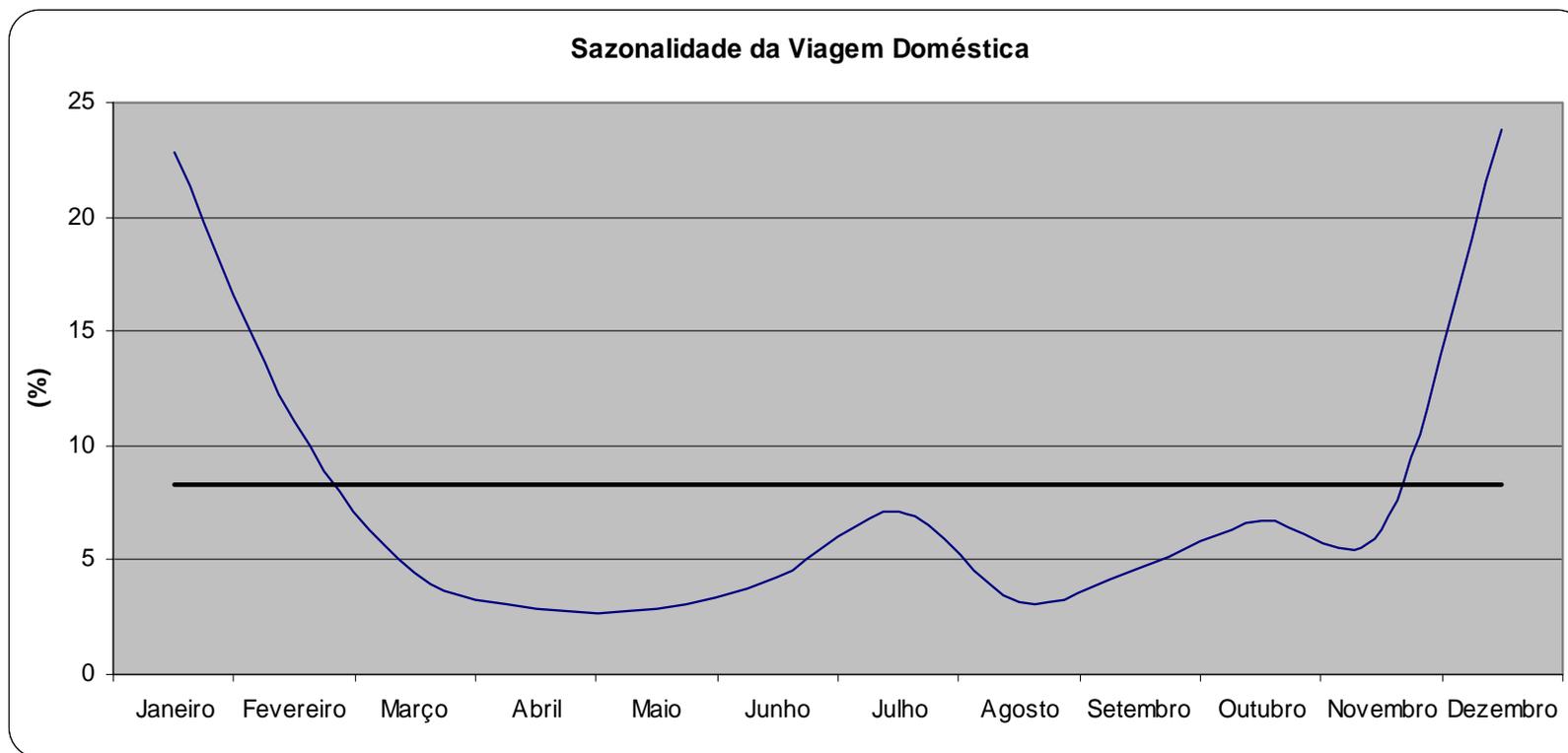
Motivos para Realização da Principal Viagem Doméstica, por Renda (em %)					
	Classe de Renda Mensal Familiar				Total
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00	De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00	De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00	Acima de R\$ 10.500,00	
Visitar amigos e parentes	65,0	52,7	42,3	34,5	53,1
Sol e praia	29,2	42,4	50,5	53,7	40,8
Turismo cultural	8,3	12,2	17,0	19,9	12,5
Eventos culturais / esportivos / sociais	10,1	10,4	10,7	14,3	10,7
Saúde	10,6	10,3	10,3	8,1	10,2
Negócios	6,6	8,5	9,1	11,4	8,3
Compras pessoais	6,5	8,0	9,0	9,8	7,8
Ecoturismo	2,8	5,8	8,9	9,4	5,7
Eventos profissionais	4,1	4,8	5,6	10,2	5,2
Turismo rural	4,0	5,3	4,5	2,3	4,6
Estâncias climáticas / hidrominerais	2,2	4,6	5,5	5,4	4,1
Religião	4,7	3,0	1,6	1,3	3,2
Parques temáticos	0,9	2,4	3,5	3,6	2,2
Resorts / hotéis fazenda	0,7	1,9	3,3	6,2	2,2
Cursos / estudo	1,1	1,7	2,0	3,6	1,8
Praticar esportes	0,2	0,9	1,2	0,7	0,7
Outro	4,9	4,5	3,9	3,9	4,5
Total	162,0	179,4	189,1	198,3	177,5

(*) Pergunta com respostas múltiplas, cuja soma, portanto, pode superar os 100%.

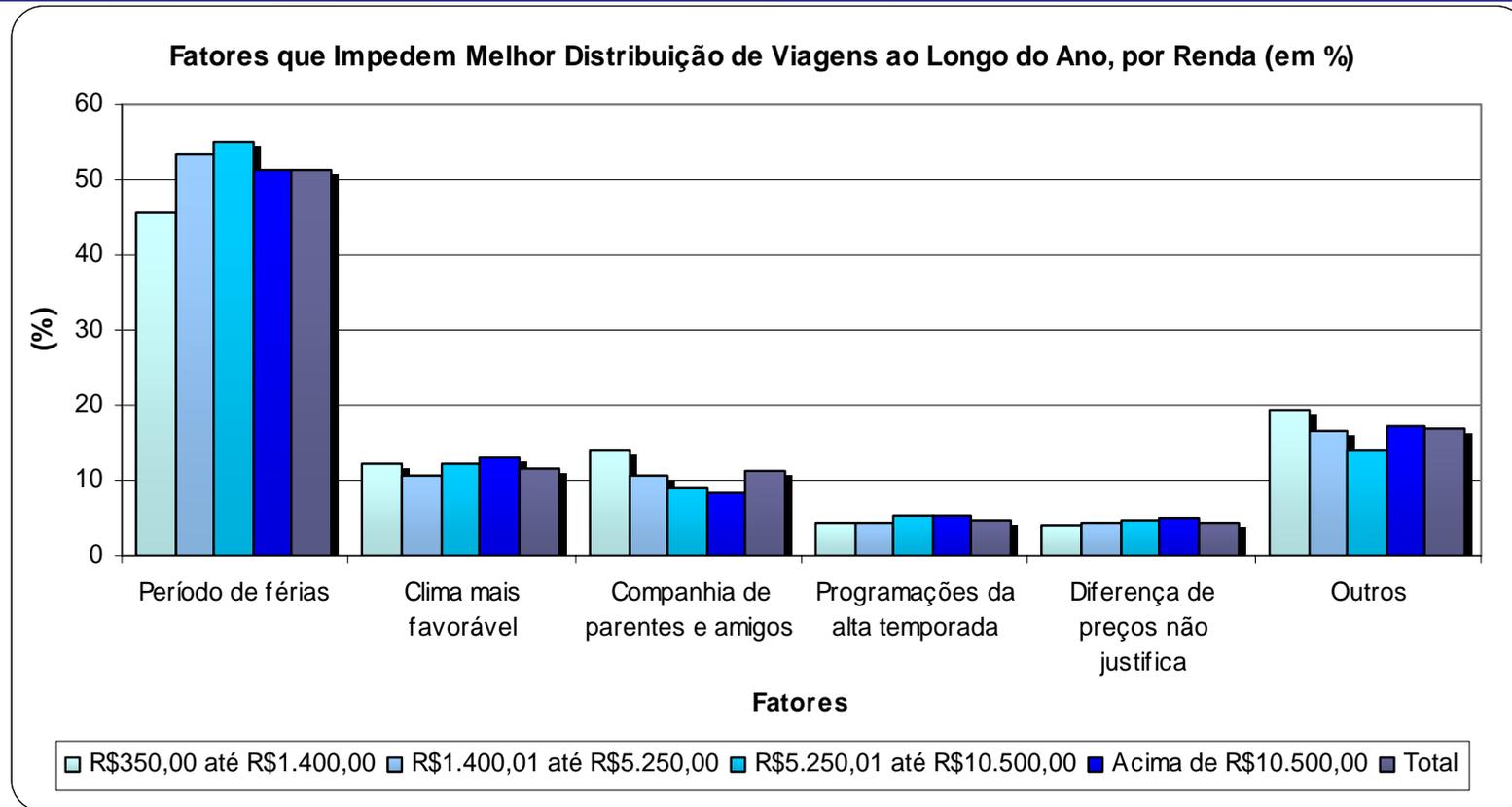
Sazonalidade da Viagem Doméstica

Distribuição Sazonal das Viagens Domésticas no Ano (em %)												
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Proporção das Viagens	22,80	11,10	4,40	2,90	2,90	4,20	7,10	3,20	4,60	6,70	6,30	23,80
Índice de Sazonalidade ^(*)	273,60	133,20	52,80	34,80	34,80	50,40	85,20	38,40	55,20	80,40	75,60	285,60

(*) Mede a relação entre a proporção das viagens no mês e a proporção média mensal no ano



Fatores que Impedem Romper a Sazonalidade



- Independentemente da classe de renda do viajante, as possibilidades de escolha do período das viagens são muito baixas.
- As maiores restrições são dadas pelo período de férias e pelo clima.

Relação Emissivo / Receptivo

Principais Emissores e Receptores do País, por UF (%)			
UF	% Emissivo	% Receptivo	Relação Emissivo / Receptivo
SP	41,3	29,4	1,4
MG	13,7	10,8	1,3
RJ	8,1	8,7	0,9
RS	7,2	6,4	1,1
PR	6,9	5,9	1,2
SC	3,4	7,2	0,5
BA	3	7,4	0,4
PE	2,8	3,3	0,8
GO	2,1	3,1	0,7
CE	1,6	3,3	0,5
ES	1,6	3,1	0,5
DF	1,4	1	1,5
MT	0,9	1,3	0,7
PB	0,8	1,1	0,8

Principais Emissores e Receptores do País, por UF (%)			
UF	% Emissivo	% Receptivo	Relação Emissivo / Receptivo
PA	0,8	1	0,8
MS	0,7	1,3	0,6
SE	0,6	0,6	1
RO	0,4	0,4	1,2
AL	0,4	1,1	0,4
RN	0,4	1,3	0,3
MA	0,4	0,8	0,5
AM	0,4	0,6	0,7
PI	0,2	0,4	0,6
TO	0,2	0,3	0,7
AC	0,2	0,1	1,3
AP	0,1	0,1	1,5
RR	0,1	0	1,4

Relação > 1 = Preponderantemente Emissivo
 Relação < 1 = Preponderantemente Receptivo

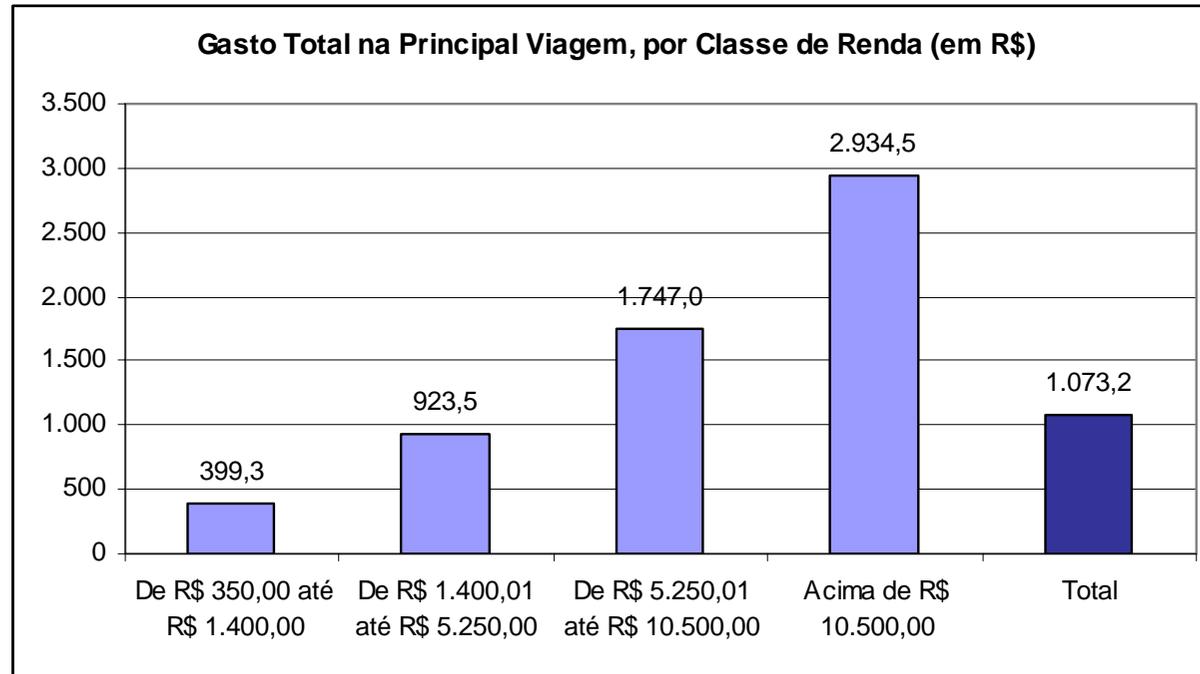
Gastos

- O gasto médio total da principal viagem é de R\$ 1.073,20, que varia com a renda, motivo da viagem, meios de hospedagem e de transportes, entre outros.

Gasto na Principal Viagem, por Classe de Renda										
Classes de renda	Classe de Renda Mensal Familiar									
	De R\$ 350,00		De R\$ 1.400,01		De R\$ 5.250,01		Acima de R\$		Total	
	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>
Gasto (em R\$ - Jan 2006)	399,3	391,3	923,5	851,2	1.747,0	1.389,7	2.934,5	2.245,6	1.073,2	1.283,3

- Seguem-se os gastos segundo os seguintes agregados: Meio de Hospedagem; Meio de Transportes; Período de Permanência; Número de Acompanhantes; e por Região e U.F., de origem e de destino.

Gastos



Gasto Total – Por Tipo de Hospedagem

Gasto na Principal Viagem, por Tipo de Hospedagem, por Renda										
Tipo de hospedagem	Classe de Renda Mensal Familiar									
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00		De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00		De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00		Acima de R\$ 10.500,00		Total	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
Resort	678,49	643,46	1.544,77	1.083,77	3.067,38	1.676,27	5.172,23	2.414,84	3.188,33	2424,49
Hotel 4 ou 5 estrelas	776,53	618,57	1.586,76	1.057,20	2.620,22	1.505,67	3.876,64	2.216,17	2.478,15	1909,13
Hotel 1 a 3 estrelas	539,88	426,20	1.301,03	992,97	2.024,17	1.388,14	3.202,15	2.370,45	1.550,72	1480,32
Imóvel alugado	639,64	488,56	1.219,57	837,08	2.285,53	1.376,60	2.987,35	2.165,97	1.489,80	1317,85
Pousada	486,31	444,36	1.203,30	912,26	1.847,15	1.278,17	2.476,81	1.782,50	1.343,72	1211,60
Colônia de férias	415,47	310,78	1.160,54	759,49	1.807,20	1.197,69	1.397,30	906,12	1.070,22	892,65
Imóvel próprio	507,88	430,64	708,15	671,32	1.256,97	1.026,73	1.734,45	1.376,53	883,87	902,11
Camping / Albergue	411,60	379,62	599,84	432,85	1.207,27	1.126,96	2.152,32	425,42	689,56	718,66
Motel ou pensão	325,95	257,77	1.117,68	887,78	1.207,22	846,38	-	-	663,47	722,80
Casa de amigos/parentes	355,54	354,47	685,37	678,30	1.203,38	1.097,09	1.861,33	1.746,75	662,95	805,74
Outro	286,44	306,19	1.040,88	976,66	2.290,47	1.800,90	3.718,28	1.874,76	1.234,86	1474,10
TOTAL	399,33	391,25	923,49	851,19	1746,96	1389,69	2934,49	2245,64	1.073,21	1283,27

Gasto Total – Por Meio de Transporte

Gasto na Principal Viagem, por Meio de Transporte, por Renda										
Meio de Transporte	Classe de Renda Mensal Familiar									
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00		De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00		De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00		Acima de R\$ 10.500,00		Total	
	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>
Avião	1.032,56	605,31	1.794,53	979,50	2.651,28	1.482,84	4.036,57	2.416,97	2.555,34	1893,24
Navio ou barco	518,56	557,39	1.333,57	1.039,59	2.753,85	1.903,60	2.949,37	1.688,05	1.539,66	1509,05
Carro	425,07	365,88	865,97	780,06	1.502,28	1.224,55	2.209,94	1.767,64	1.019,16	1079,79
Ônibus de excursão / fretado / turismo	483,94	430,16	1.048,41	938,07	1.592,56	1.223,26	2.550,06	1.689,09	934,73	959,33
Van / perueiro	239,28	192,88	851,24	906,80	1.245,02	1.545,04	3.000,00	0,00	572,77	797,23
Ônibus de linha	342,88	327,64	645,86	607,46	948,45	855,49	1.499,64	1.436,72	510,28	563,06
Moto	220,21	126,37	310,49	232,99	1.143,76	740,34	320,00	0,00	382,80	422,65
Carona	197,98	243,46	367,08	378,72	502,82	412,88	1.615,18	1.485,58	290,53	376,17
Outro	277,41	241,10	741,82	779,94	1.364,63	868,61	1.523,75	470,39	549,15	652,43
TOTAL	399,33	391,25	923,49	851,19	1746,96	1389,69	2934,49	2245,64	1.073,21	1283,27

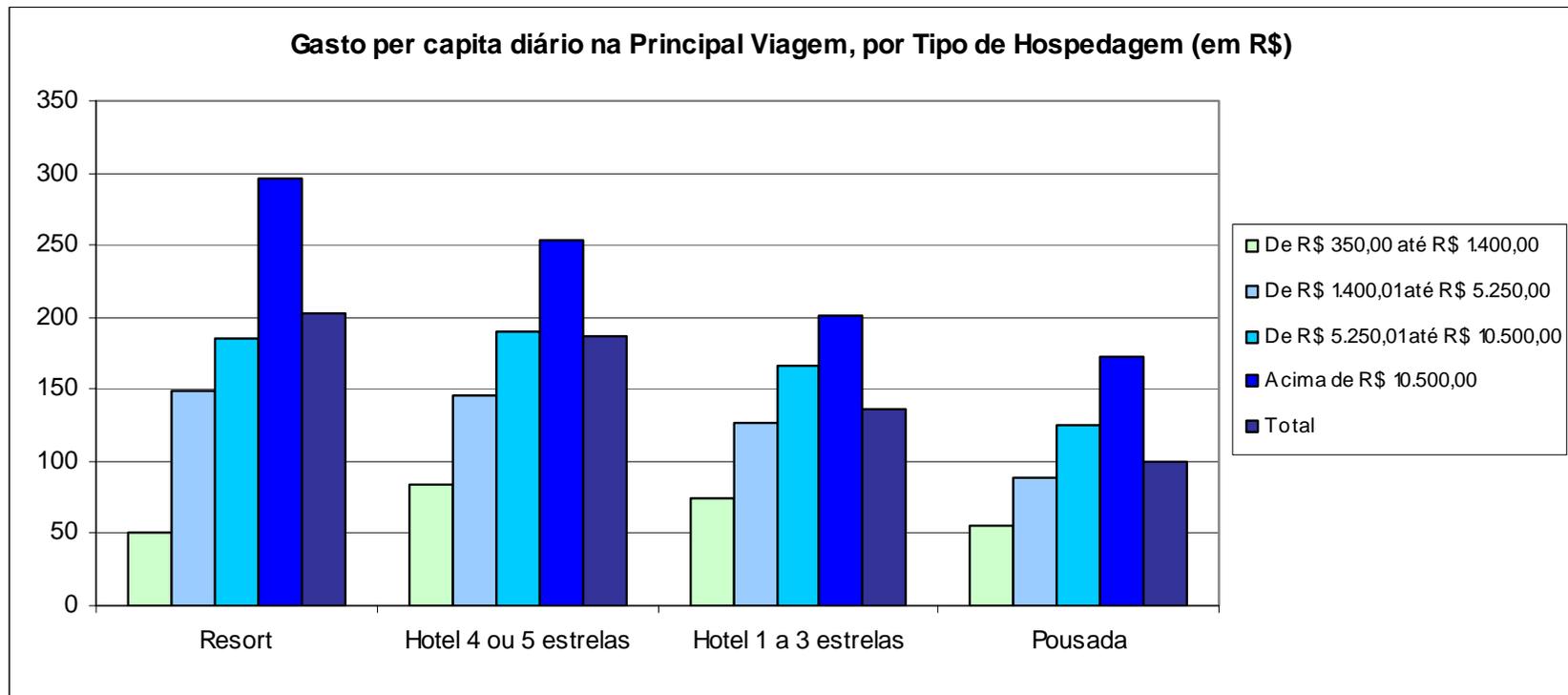
Gasto Total – Por UF de Destino

Estado de Destino	De R\$ 350 até R\$ 1.400	De R\$ 1.400 até R\$ 5.250	De R\$ 5.250 até R\$ 10.500	Acima de R\$ 10.500	Total
RN	497	1.226	2.887	4.883	2.171
AM	860	1.591	1.985	3.187	1.843
AL	506	1.725	2.509	3.415	1.782
PE	447	1.196	2.304	5.189	1.756
CE	419	1.434	2.960	3.443	1.755
RR	877	1.970	1.248	1.558	1.667
BA	482	1.527	2.310	3.501	1.580
DF	716	1.199	1.713	2.812	1.490
MT	598	1.068	2.246	4.113	1.453
SC	465	1.203	2.136	3.161	1.450
MA	536	1.153	2.256	4.329	1.438
AC	524	717	1.551	3.123	1.239
PA	504	1.183	2.200	3.252	1.233
ES	454	1.066	1.852	2.550	1.156
PB	414	1.243	2.300	2.986	1.149
RJ	362	869	1.543	2.771	1.119
PI	833	1.072	1.758	745	1.104
SE	318	1.231	1.570	3.045	1.093
GO	530	943	1.704	3.233	1.074
TO	481	1.044	2.200	2.246	1.060
RS	395	831	1.549	3.305	1.042
AP	379	862	2.038	650	962
MS	263	923	1.708	2.428	891
RO	610	999	1.860	732	857
PR	409	815	1.424	2.634	851
SP	346	736	1.378	1.878	787
MG	325	621	1.198	1.949	642
TOTAL	399	923	1.747	2.934	1.073

Gasto per capita diário – Por Tipo de Hospedagem

Gasto per capita por dia na Principal Viagem, por Tipo de Hospedagem, por de Renda										
Tipo de hospedagem	Classe de Renda Mensal Familiar									
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00		De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00		De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00		Acima de R\$ 10.500,00		Total	
	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>	Média	<i>Desvio Padrão</i>
Resort	50,90	44,82	148,11	73,60	185,68	112,12	296,68	165,88	202,91	142,68
Hotel 4 ou 5 estrelas	83,61	45,76	146,16	72,07	189,59	101,25	252,73	148,77	186,94	120,04
Hotel 1 a 3 estrelas	74,43	42,90	126,30	68,82	166,73	99,51	201,47	134,65	136,40	92,98
Motel ou pensão	74,86	51,28	162,37	62,05	94,61	31,89	.	.	104,34	68,16
Pousada	55,64	34,33	88,23	51,67	124,35	82,71	172,68	128,09	99,45	77,22
Colônia de férias	43,53	44,28	76,64	47,01	94,79	64,87	144,98	167,22	74,00	65,25
Imóvel alugado	37,61	29,31	59,23	42,74	84,63	55,14	94,13	56,66	63,65	48,07
Camping / Albergue	33,69	22,83	51,37	40,22	122,34	79,99	31,25	0,00	53,30	51,36
Casa de amigos/parentes	31,06	29,96	48,66	43,16	77,28	70,46	110,34	99,52	47,41	50,13
Imóvel próprio	27,06	18,41	33,66	28,73	58,56	50,14	103,70	115,68	44,78	55,03
Outro	58,71	45,89	89,47	65,15	175,48	129,30	158,93	155,93	96,56	91,13
Total	36,76	34,52	68,79	59,82	114,92	93,65	178,1	143,32	76,35	82,90

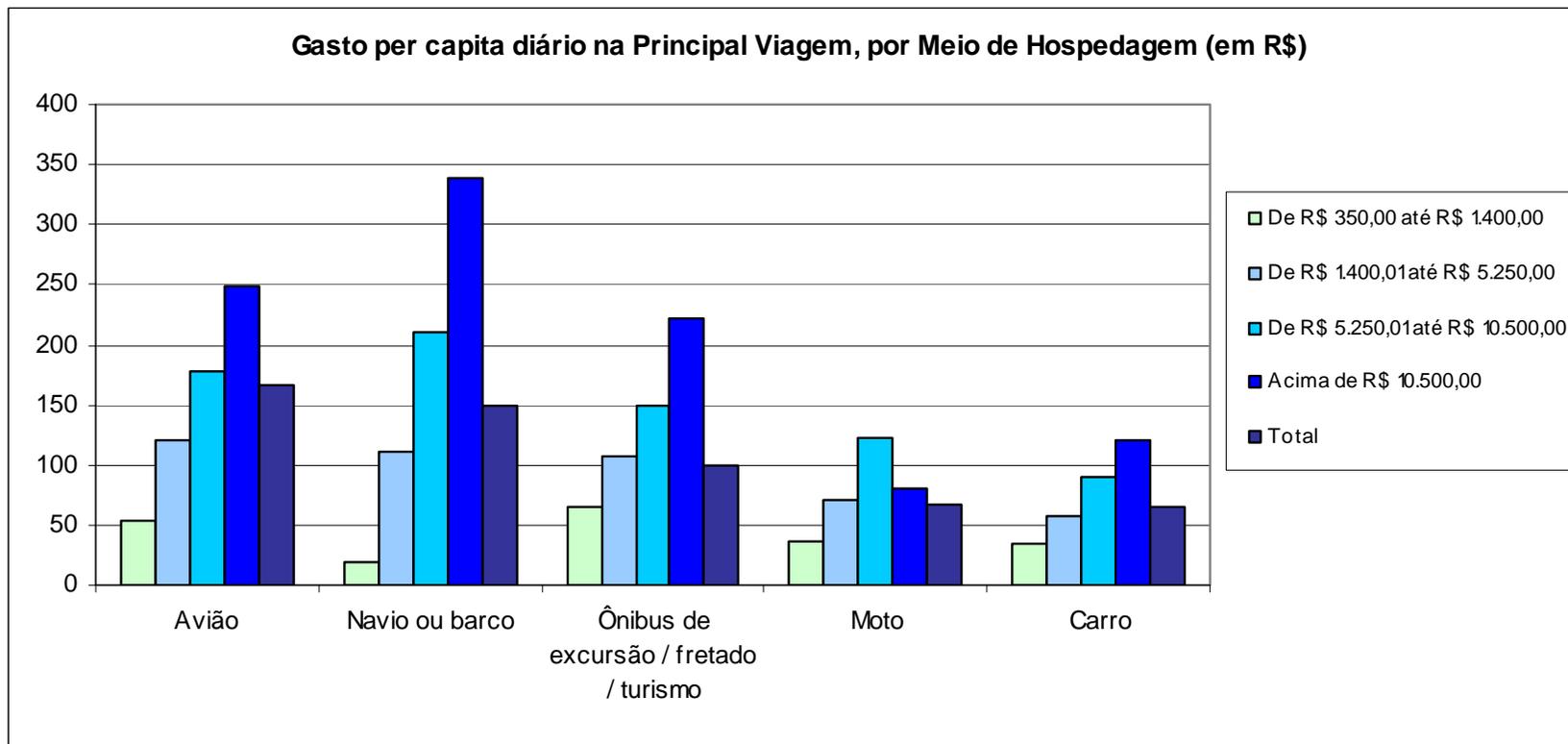
Gasto per capita diário – Por Tipo de Hospedagem



Gasto per capita diário – Por Meio de Transporte

Gasto per capita por dia na Principal Viagem, por Meio de Transporte, por de Renda										
Meio de Transporte	Classe de Renda Mensal Familiar									
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00		De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00		De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00		Acima de R\$ 10.500,00		Total	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
Avião	54,53	45,68	120,27	78,89	177,67	113,13	249,24	149,78	166,03	126,46
Navio ou barco	19,04	21,40	111,19	91,53	211,05	143,88	337,81	149,42	150,00	151,77
Ônibus de excursão / fretado / turismo	64,33	43,26	107,76	67,02	148,56	83,21	222,85	192,66	99,02	74,93
Moto	36,64	30,24	71,52	60,73	122,20	81,04	80,00	0,00	67,87	61,69
Carro	35,10	30,81	57,47	48,64	90,12	71,79	121,16	106,74	64,75	63,54
Ônibus de linha	33,80	32,99	59,69	54,00	94,99	80,35	135,24	93,31	48,47	50,64
Van / perueiro	18,92	14,12	69,66	48,90	84,59	48,06	375,00	0,00	45,40	46,01
Carona	25,52	25,40	52,78	48,18	43,77	46,55	213,42	167,93	38,72	46,00
Outro	33,03	27,06	72,63	55,91	117,03	83,44	107,88	95,22	56,87	56,01
Total	36,76	34,52	68,79	59,82	114,92	93,65	178,1	143,32	76,35	82,90

Gasto per capita diário – Por Meio de Transporte



Gasto per capita diário – Por Tempo de Permanência

Gasto per capita por dia na Principal Viagem, por Tempo de Permanência, por de Renda										
Número de Pernoites	Classe de Renda Mensal Familiar									
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00		De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00		De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00		Acima de R\$ 10.500,00		Total	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
1	58,98	44,43	106,92	61,79	169,91	94,13	259,60	113,28	90,42	70,03
2 ou 3	46,60	36,85	78,04	60,75	122,80	92,27	199,79	167,25	77,69	76,61
4 ou 5	40,23	35,92	76,66	63,05	137,84	101,39	190,68	152,42	88,11	90,64
6 a 7	32,06	29,48	78,01	68,52	143,80	109,01	229,72	151,20	103,22	109,27
8 a 10	29,41	27,25	60,76	52,33	95,54	74,74	160,85	117,38	73,74	76,40
11 a 15	21,67	18,43	40,11	34,93	72,76	50,56	116,44	79,42	47,55	49,88
16 a 30	16,09	12,80	34,51	24,12	57,08	38,82	68,34	42,21	34,78	31,22
31 ou mais	9,20	6,64	18,51	7,91	32,64	16,56	46,34	19,93	16,44	13,72
Total	36,76	34,52	68,79	59,82	114,92	93,65	178,1	143,32	76,35	82,90

Composição dos Gastos de Viagens Sem Pacote (em %)

Composição do Gasto em Viagens Domésticas para quem Viajou NÃO Usando Pacotes (%)					
	Classe de Renda Mensal Familiar				Total
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00	De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00	De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00	Acima de R\$ 10.500,00	
Pacotes	-	-	-	-	-
Transportes	42,27	33,13	28,40	25,21	31,29
Transporte Local	2,39	1,54	2,21	2,64	2,05
Hospedagem	7,35	15,61	21,42	23,34	17,73
Alimentação	23,15	23,50	21,05	21,49	22,45
Compras	12,37	13,88	13,84	14,23	13,79
Passeios e Atrações	4,93	5,50	5,96	5,97	5,64
Diversão Noturna	4,77	5,20	5,67	5,85	5,40
Outros	2,76	1,63	1,46	1,28	1,65
Gasto Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Composição dos Gastos de Viagens Com Pacote (em %)

Composição do Gasto em Viagens Domésticas para quem Viajou Usando Pacotes (%)					
	Classe de Renda Mensal Familiar				Total
	De R\$ 350,00 até R\$ 1.400,00	De R\$ 1.400,01 até R\$ 5.250,00	De R\$ 5.250,01 até R\$ 10.500,00	Acima de R\$ 10.500,00	
Pacotes	66,83	69,78	68,66	72,49	70,23
Transportes	0,80	1,82	1,45	0,93	1,40
Transporte Local	0,77	0,88	2,01	1,53	1,35
Hospedagem	1,16	0,84	1,37	0,39	0,83
Alimentação	9,48	9,40	9,25	9,75	9,46
Compras	12,71	10,34	9,94	7,70	9,54
Passeios e Atrações	3,48	4,18	4,67	4,68	4,43
Diversão Noturna	4,04	2,55	2,36	2,31	2,50
Outros	0,72	0,21	0,29	0,23	0,26
Gasto Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Matriz Região x Região: Gastos (em %)

Matriz Origem-Destino das Viagens Domésticas, por Região (em %)						
Região de Origem	Região de Destino					Total
	Sul	Sudeste	Nordeste	Norte	Centro-Oeste	
Sul	12,9	2,7	1,1	0,1	0,8	17,5
Sudeste	5,6	46,4	8,5	0,6	3,6	64,7
Nordeste	0,3	1,5	8,3	0,2	0,3	10,4
Norte	0,0	0,2	0,5	1,3	0,2	2,2
Centro-Oeste	0,7	1,3	1,0	0,3	1,9	5,1
Total	19,5	52,0	19,3	2,5	6,7	100,0

Os fluxos intra-regionais respondem, em média, por 70,8% das viagens domésticas.

Matriz Origem-Destino Gastos Turísticos, por Região (em %)						
Região de Origem	Região de Destino					Total
	Sul	Sudeste	Nordeste	Norte	Centro-Oeste	
Sul	10,3	3,2	2,6	0,1	1,2	17,4
Sudeste	8,5	33,2	17,7	1,2	4,1	64,7
Nordeste	0,7	2,2	4,6	0,1	0,4	8,0
Norte	0,1	0,5	0,8	1,0	0,3	2,6
Centro-Oeste	1,7	1,8	1,9	0,3	1,5	7,2
Total	21,3	40,8	27,6	2,8	7,5	100,0

Os fluxos intra-regionais respondem, em média, por 50,5% das viagens domésticas.

Matriz UF x UF: Relação intra-estadual – Nº turistas (em %)

Matriz UF x UF: Participação intra-estadual – Nº turistas (em %)

Origem	Destino	Sul			Sudeste				Nordeste							Norte					Centro-Oeste				Total				
		PR	RS	SC	ES	MG	RJ	SP	AL	BA	CE	MA	PB	PE	PI	RN	SE	AC	AM	AP	PA	RO	RR	TO		DF	GO	MS	MT
Sul	PR	49,2%																											6,9
	RS		63,0%																										7,2
	SC			20,4%																									3,4
Sudeste	ES				17,3%																								1,6
	MG					46,4%																							13,7
	RJ						39,1%																						8,1
	SP							77,2%																					41,3
Nordeste	AL								10,7%																				0,4
	BA									24,4%																			3,0
	CE										27,9%																		1,6
	MA											30,0%																	0,4
	PB												39,4%																0,8
	PE													40,9%															2,8
	PI														20,2%														0,2
	RN															8,3%													0,4
	SE																20,9%												0,6
Norte	AC																46,1%												0,2
	AM																	27,6%											0,4
	AP																		25,6%										0,1
	PA																			39,7%									0,8
	RO																				65,8%								0,4
	RR																					31,5%							0,1
	TO																						15,3%						0,2
Centro-Oeste	DF																							0,0%					1,4
	GO																								27,2%				2,1
	MS																									11,7%			0,7
	MT																										18,3%	0,9	
Total		5,9	6,4	7,2	3,1	10,8	8,7	29,4	1,1	7,4	3,3	0,8	1,1	3,3	0,4	1,3	0,6	0,1	0,6	0,1	1,0	0,4	0,0	0,3	1,0	3,1	1,3	1,3	100,0

Participação Média no Receptivo: 47,4%



- O fluxo intra-estadual responde por 47,4%, em número de turistas.
- Para os turistas hospedados em hotéis, essa proporção é de cerca de 25%.

Matriz UF x UF: Relação intra-estadual – Gastos (em %)

Matriz UF x UF: Participação intra-estadual – Gasto principal Viagem (em %)

Origem	Destino	Sul			Sudeste				Nordeste							Norte						Centro-Oeste				Total			
		PR	RS	SC	ES	MG	RJ	SP	AL	BA	CE	MA	PB	PE	PI	RN	SE	AC	AM	AP	PA	RO	RR	TO	DF		GO	MS	MT
Sul	PR	35,7%																											6,9
	RS		34,3%																										7,2
	SC			8,4%																									3,3
Sudeste	ES				7,1%																								1,8
	MG					27,8%																							12,9
	RJ						19,4%																						8,1
	SP							67,2%																					42,0
Nordeste	AL								1,6%																				0,3
	BA									7,9%																			2,1
	CE										6,4%																		1,1
	MA											9,6%																	0,3
	PB												9,0%																0,6
	PE													9,6%															2,1
	PI														13,6%														0,3
	RN															3,0%													0,6
Norte	SE															3,4%													0,6
	AC																52,5%												0,3
	AM																	11,4%											0,6
	AP																		0,0%										0,1
	PA																			0,0%									0,9
	RO																				54,1%								0,5
	RR																					0,0%							0,1
Centro-Oeste	TO																						0,0%						0,2
	DF																							0,0%					1,9
	GO																								0,0%				2,6
	MS																									0,0%			1,3
MT																										0,0%		1,4	
Total		4,9	6,4	10,0	3,4	6,6	9,1	21,7	1,6	10,4	4,9	1,0	1,1	5,1	0,4	2,4	0,6	0,1	0,9	0,1	1,0	0,3	0,1	0,3	1,4	3,2	1,1	1,8	100,0

Participação Média no Receptivo: 25,6%



EMISSORES POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

Região SUL:

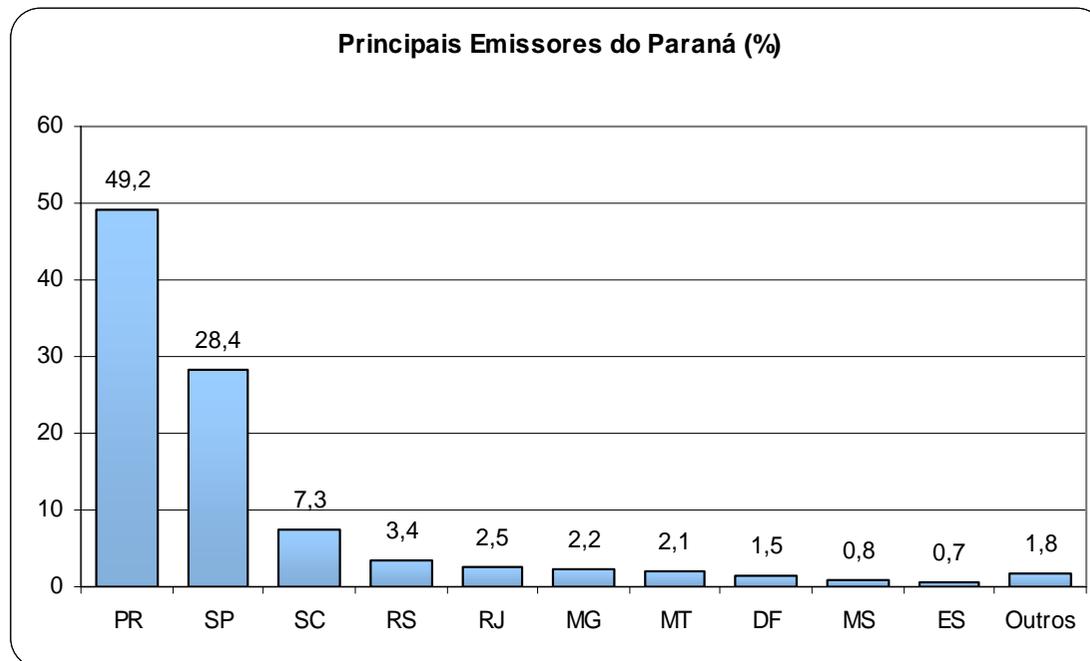
Paraná

Rio Grande do Sul

Santa Catarina

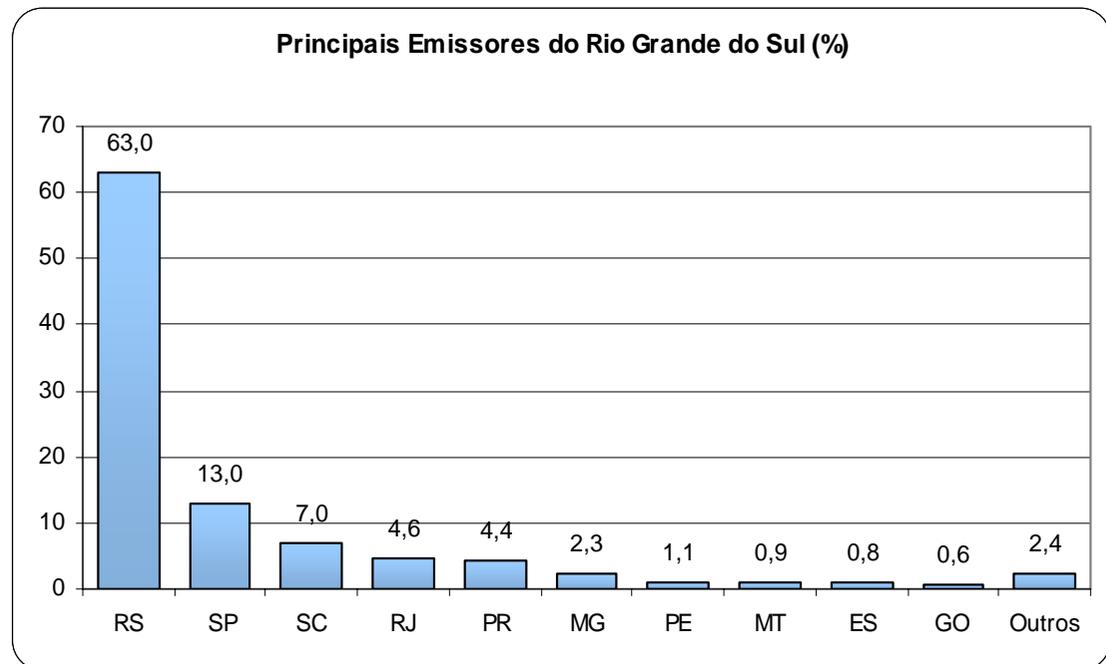
Principais Emissores do Paraná

Principais Emissores do Paraná (%)		
UF	%	% Ac.
PR	49,2	49,2
SP	28,4	77,6
SC	7,3	84,9
RS	3,4	88,4
RJ	2,5	90,8
MG	2,2	93,0
MT	2,1	95,2
DF	1,5	96,7
MS	0,8	97,5
ES	0,7	98,2
Outros	1,8	100,0
Total	100,0	-



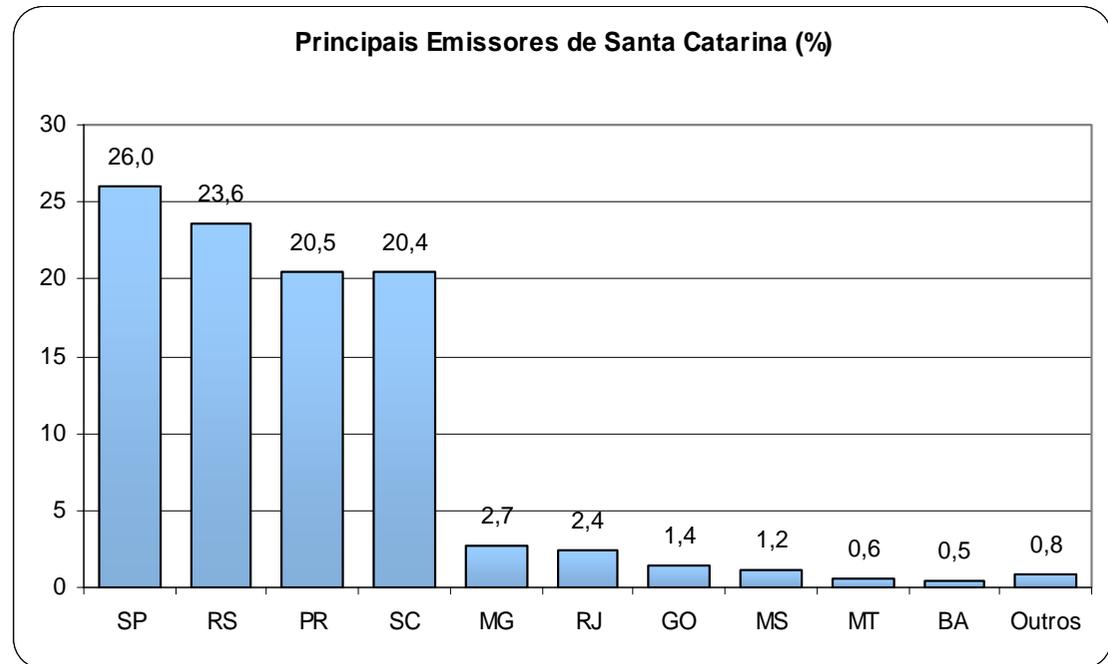
Principais Emissores do Rio Grande do Sul

Principais Emissores do R. G. do Sul (%)		
UF	%	% Ac.
RS	63,0	63,0
SP	13,0	76,0
SC	7,0	83,0
RJ	4,6	87,6
PR	4,4	92,0
MG	2,3	94,3
PE	1,1	95,4
MT	0,9	96,2
ES	0,8	97,1
GO	0,6	97,6
Outros	2,4	100,0
Total	100,0	-



Principais Emissores de Santa Catarina

Principais Emissores de Santa Catarina (%)		
UF	%	% Ac.
SP	26,0	26,0
RS	23,6	49,6
PR	20,5	70,0
SC	20,4	90,5
MG	2,7	93,1
RJ	2,4	95,5
GO	1,4	96,9
MS	1,2	98,1
MT	0,6	98,7
BA	0,5	99,2
Outros	0,8	100,0
Total	100,0	-



EMISSORES POR UNIDADE DA FEDERAÇÃO

Região NORDESTE:

Alagoas

Bahia

Ceará

Maranhão

Paraíba

Pernambuco

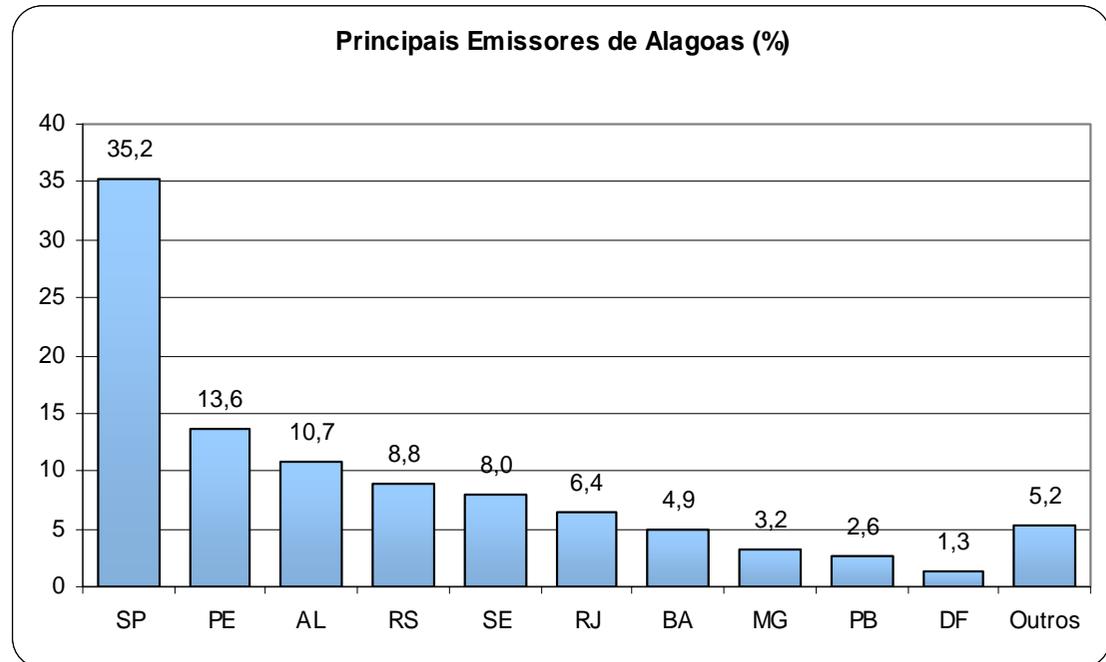
Piauí

Rio Grande do Norte

Sergipe

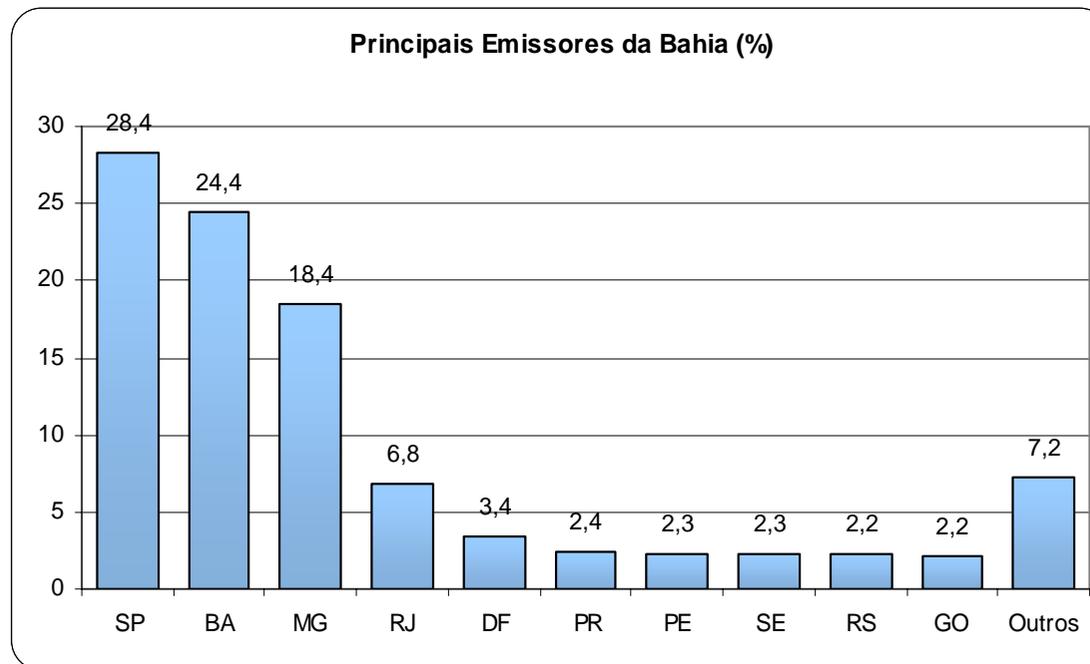
Principais Emissores de Alagoas

Principais Emissores de Alagoas (%)		
UF	%	% Ac.
SP	35,2	35,2
PE	13,6	48,8
AL	10,7	59,6
RS	8,8	68,4
SE	8,0	76,4
RJ	6,4	82,8
BA	4,9	87,7
MG	3,2	90,8
PB	2,6	93,5
DF	1,3	94,8
Outros	5,2	100,0
Total	100,0	-



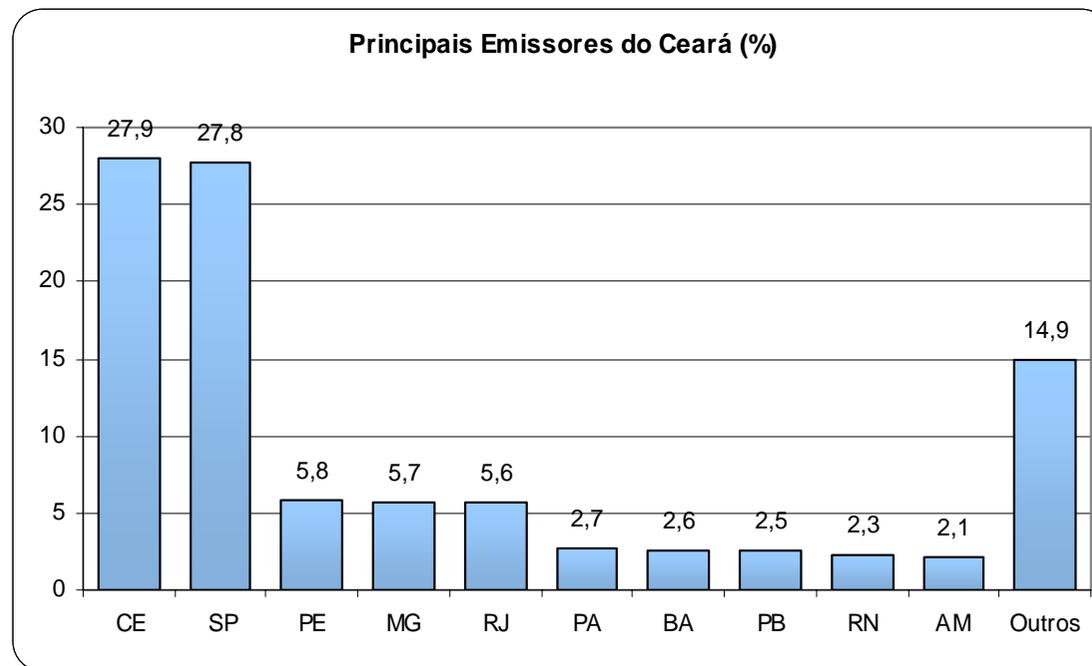
Principais Emissores da Bahia

Principais Emissores da Bahia (%)		
UF	%	% Ac.
SP	28,4	28,4
BA	24,4	52,8
MG	18,4	71,2
RJ	6,8	78,0
DF	3,4	81,4
PR	2,4	83,8
PE	2,3	86,1
SE	2,3	88,4
RS	2,2	90,6
GO	2,2	92,8
Outros	7,2	100,0
Total	100,0	-



Principais Emissores do Ceará

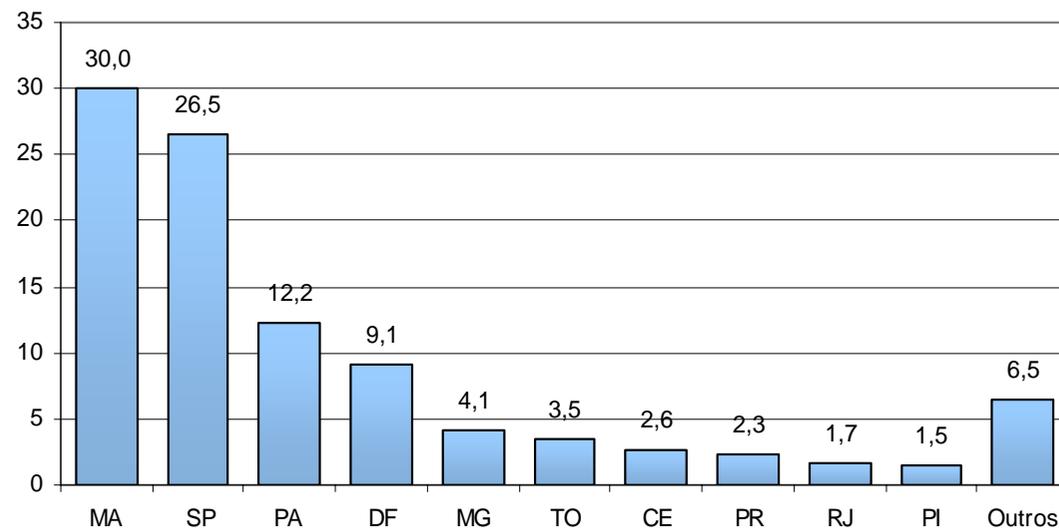
Principais Emissores do Ceará (%)		
UF	%	% Ac.
CE	27,9	27,9
SP	27,8	55,7
PE	5,8	61,5
MG	5,7	67,2
RJ	5,6	72,9
PA	2,7	75,6
BA	2,6	78,2
PB	2,5	80,7
RN	2,3	83,0
AM	2,1	85,1
Outros	14,9	100,0
Total	100,0	-



Principais Emissores do Maranhão

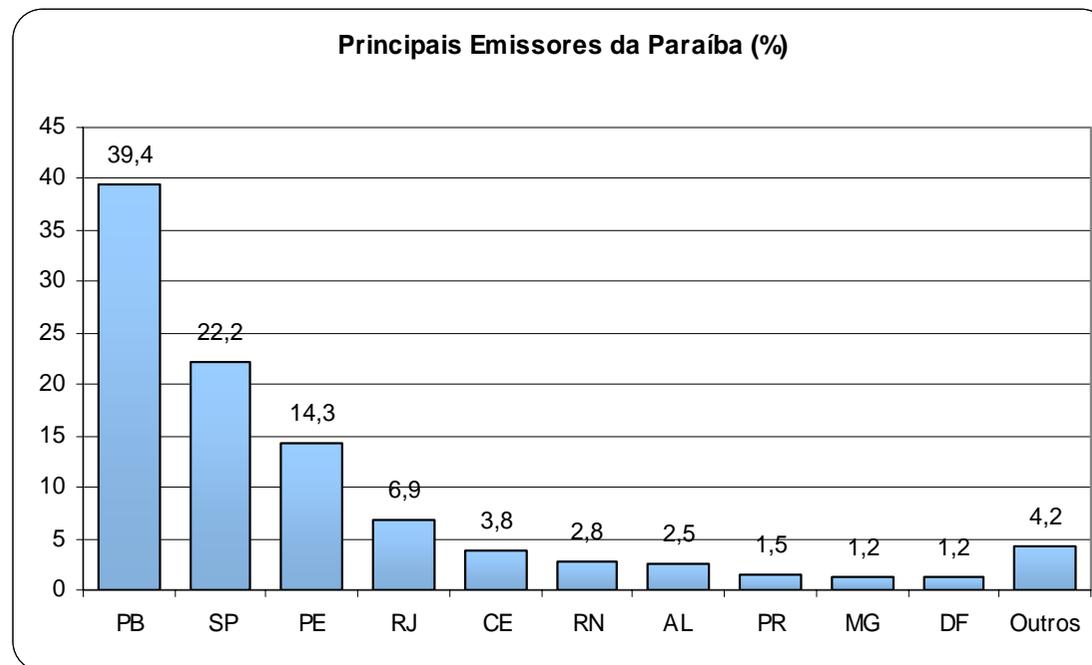
Principais Emissores do Maranhão (%)		
UF	%	% Ac.
MA	30,0	30,0
SP	26,5	56,5
PA	12,2	68,7
DF	9,1	77,8
MG	4,1	81,9
TO	3,5	85,4
CE	2,6	88,0
PR	2,3	90,3
RJ	1,7	92,0
PI	1,5	93,5
Outros	6,5	100,0
Total	100,0	-

Principais Emissores do Maranhão (%)



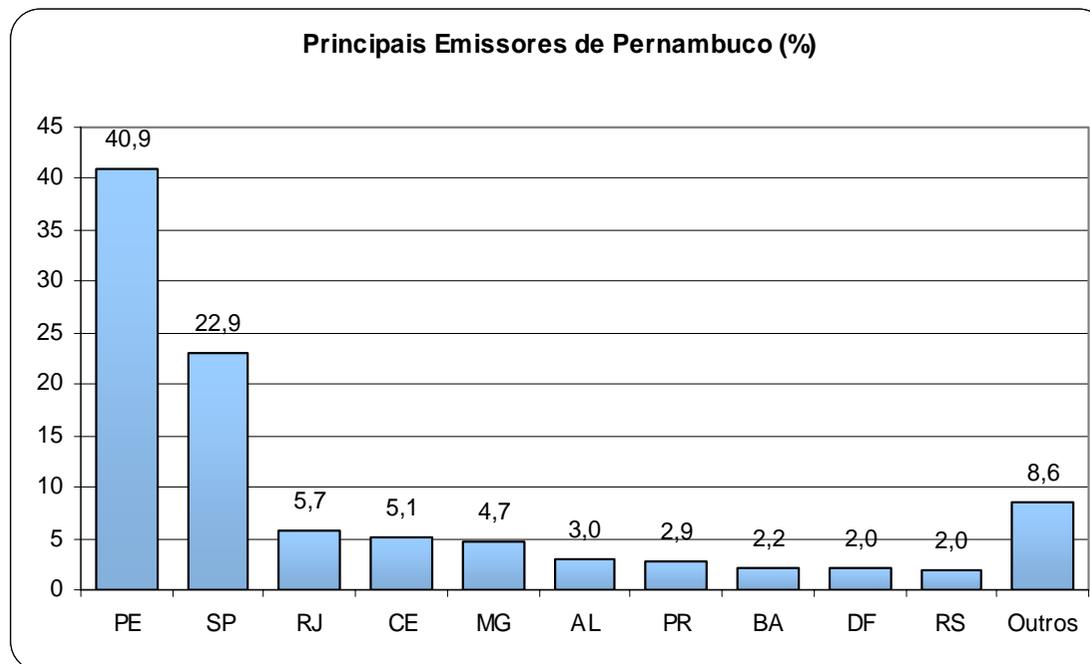
Principais Emissores da Paraíba

Principais Emissores da Paraíba (%)		
UF	%	% Ac.
PB	39,4	39,4
SP	22,2	61,6
PE	14,3	75,9
RJ	6,9	82,8
CE	3,8	86,6
RN	2,8	89,4
AL	2,5	91,9
PR	1,5	93,4
MG	1,2	94,6
DF	1,2	95,8
Outros	4,2	100,0
Total	100,0	-



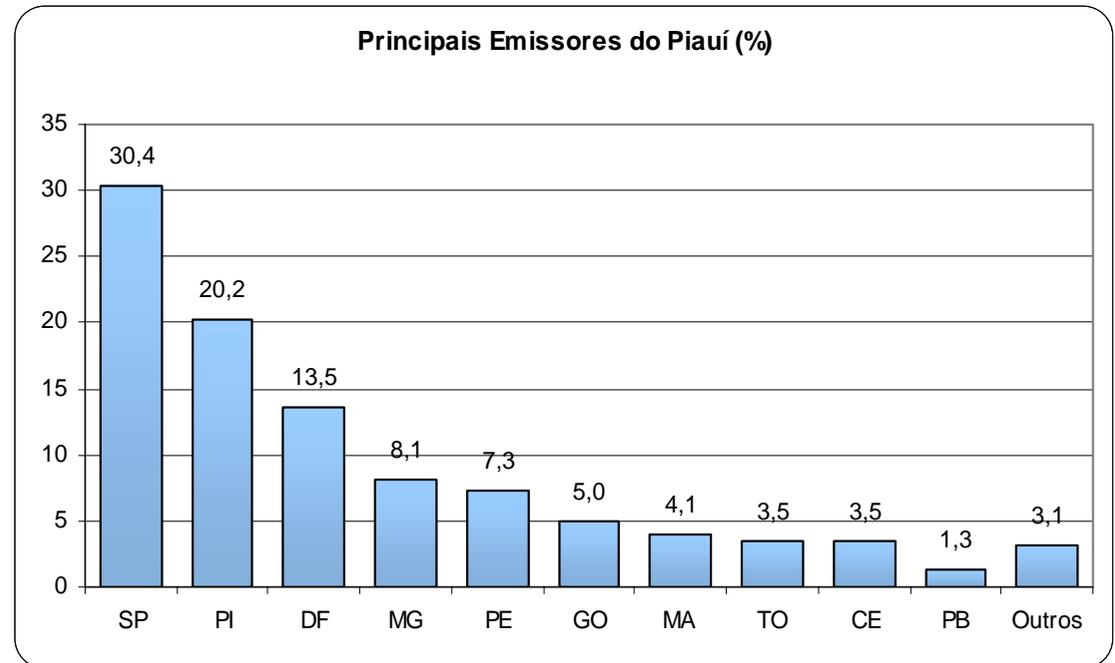
Principais Emissores de Pernambuco

Principais Emissores de Pernambuco (%)		
UF	%	% Ac.
PE	40,9	40,9
SP	22,9	63,8
RJ	5,7	69,5
CE	5,1	74,6
MG	4,7	79,3
AL	3,0	82,3
PR	2,9	85,2
BA	2,2	87,3
DF	2,0	89,4
RS	2,0	91,4
Outros	8,6	100,0
Total	100,0	-



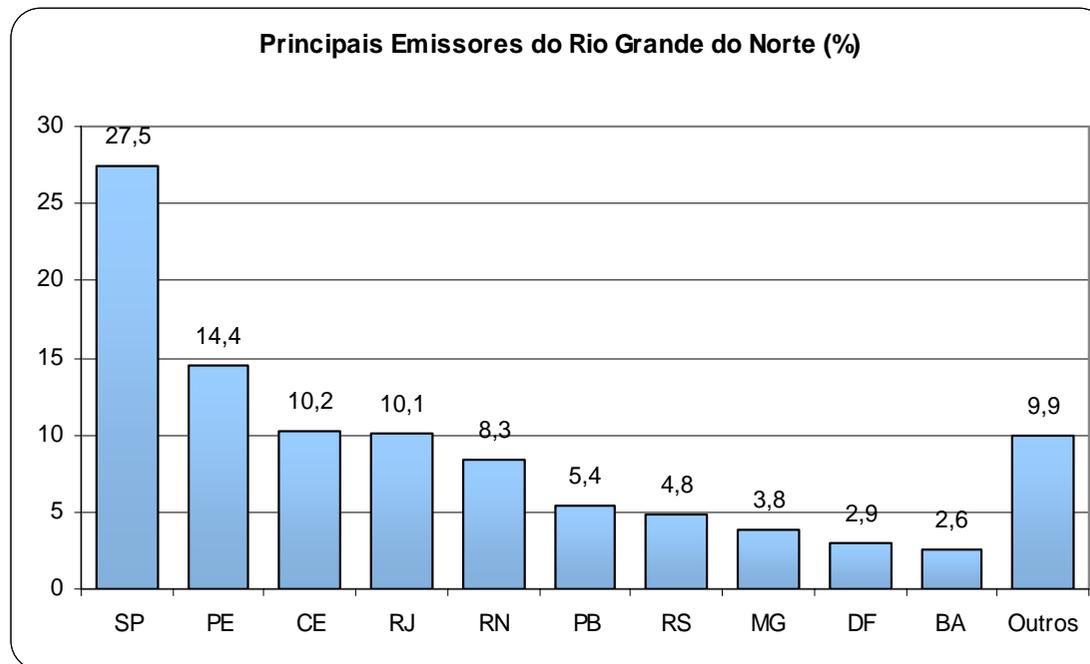
Principais Emissores do Piauí

Principais Emissores do Piauí (%)		
UF	%	% Ac.
SP	30,4	30,4
PI	20,2	50,6
DF	13,5	64,2
MG	8,1	72,2
PE	7,3	79,5
GO	5,0	84,6
MA	4,1	88,6
TO	3,5	92,2
CE	3,5	95,6
PB	1,3	96,9
Outros	3,1	100,0
Total	100,0	-



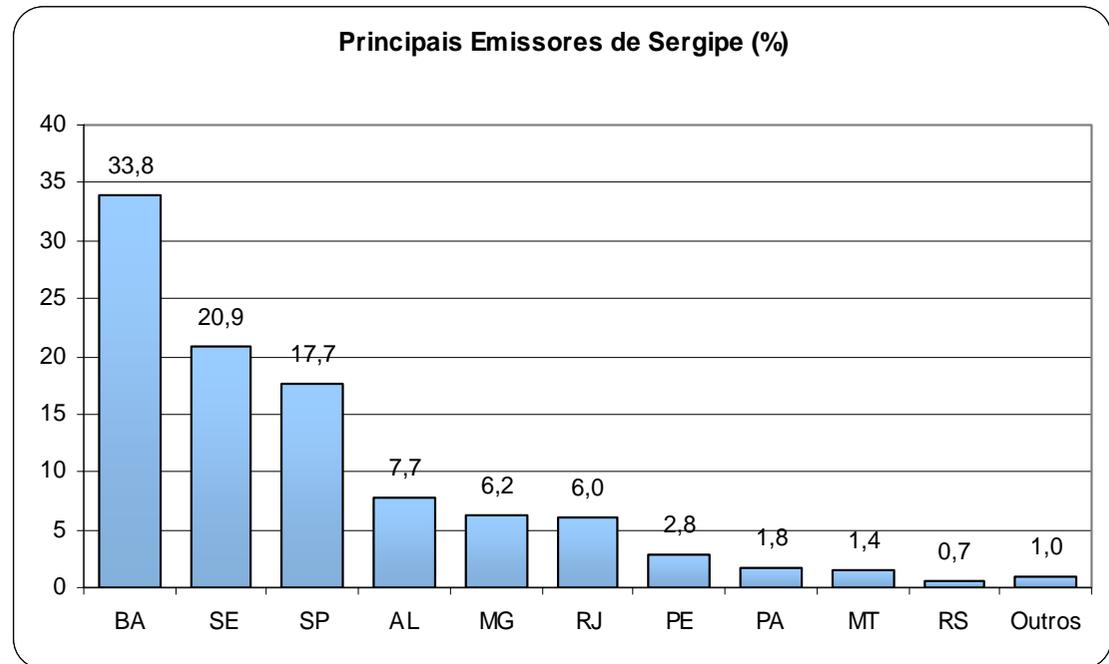
Principais Emissores do Rio Grande do Norte

Principais Emissores do R. G. do Norte (%)		
UF	%	% Ac.
SP	27,5	27,5
PE	14,4	42,0
CE	10,2	52,1
RJ	10,1	62,3
RN	8,3	70,6
PB	5,4	76,0
RS	4,8	80,8
MG	3,8	84,6
DF	2,9	87,5
BA	2,6	90,1
Outros	9,9	100,0
Total	100,0	-



Principais Emissores de Sergipe

Principais Emissores de Sergipe (%)		
UF	%	% Ac.
BA	33,8	33,8
SE	20,9	54,7
SP	17,7	72,4
AL	7,7	80,1
MG	6,2	86,3
RJ	6,0	92,4
PE	2,8	95,1
PA	1,8	96,9
MT	1,4	98,4
RS	0,7	99,0
Outros	1,0	100,0
Total	100,0	-



RESULTADOS

2. Pesquisas Qualitativas

2.1 Com Canais de Comercialização

Objetivos

- **Evolução dos fluxos de viagens** de turismo e lazer no Brasil, em particular para o Nordeste e Sul.
- **Demanda** por tipo de viagem e motivação
- **Comportamento** dos turistas.
- Características da **Oferta** de Pacotes turísticos
- Principais **entraves e ameaças** para o Turismo Doméstico, em particular ao Nordeste e Sul.

Amostra

- Operadoras do Emissivo: 40
- Operadoras do Receptivo (NE = 9; S = 6): 14
- Amostra Total: 54 empresas

U.F.	Emissivo	Receptivo
São Paulo	23	0
Bahia	2	1
Rio Grande do Sul	1	2
Pernambuco	1	1
Espírito Santo	1	0
Minas Gerais	1	0
Ceará	1	1
Distrito Federal	1	0
Paraná	2	1
Alagoas	1	1
Rio de Janeiro	5	0
Goiás	1	0
Maranhão	0	1
Paraíba	0	1
Piauí	0	1
Rio Grande do Norte	0	1
Sergipe	0	1
Mato Grosso do Sul	0	1
Santa Catarina	0	1
Total	40	14

Destinos Comercializados e Canais de Comercialização

- Destinos Comercializados:

- 81% possuem algum pacote para o Nordeste e 78% para o Sul.
- O principal Destino é o Nordeste (45%); depois o Sudeste (20%); e o Sul (16%); juntos respondem por mais de 80% do mercado nacional.

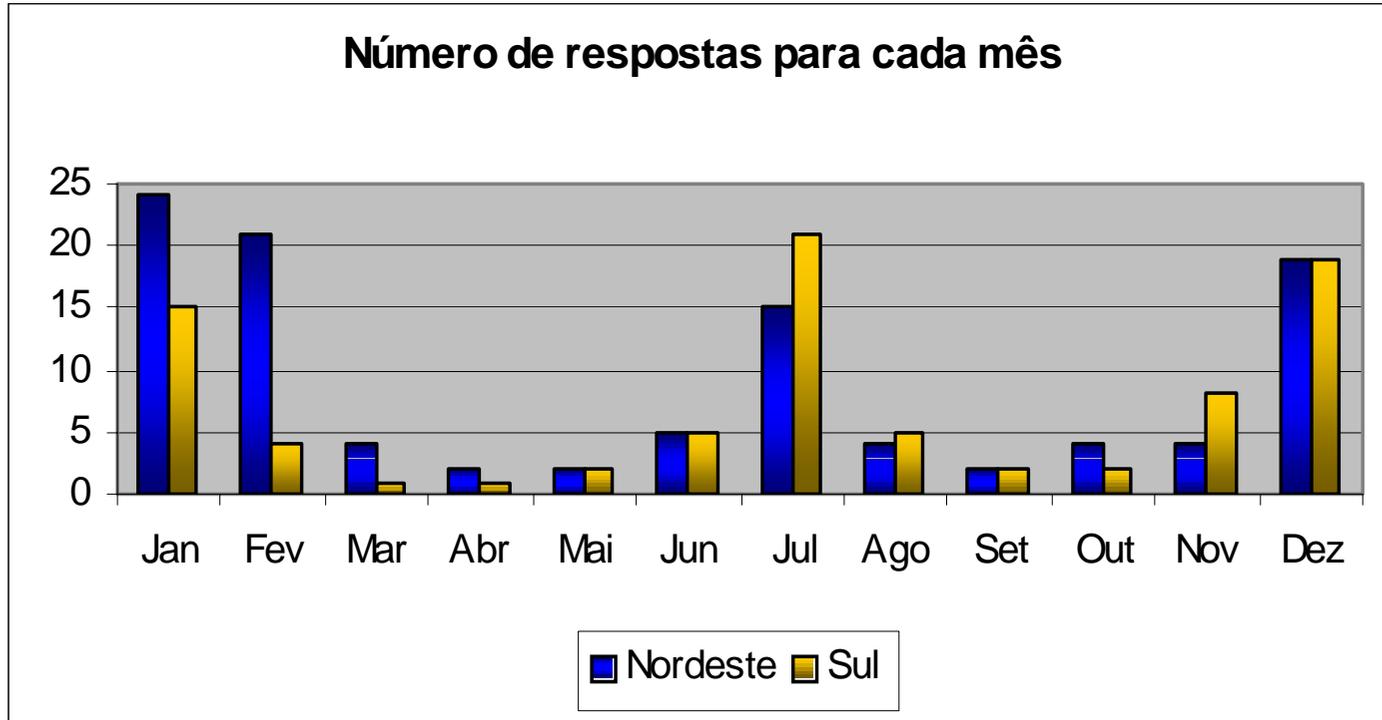
- Canais de Comercialização:

- Operadoras – a **Mídia Impressa (jornais e revistas)** é o principal; seguem-se: *Website* próprio; **Mala Direta** para agências de viagens, Feiras e Eventos; Outdoors; Televisão e Folhetos.
- Receptivo – **Venda Direta**; Parcerias com Operadoras; *Free Lancers*; e Meios de Hospedagem.

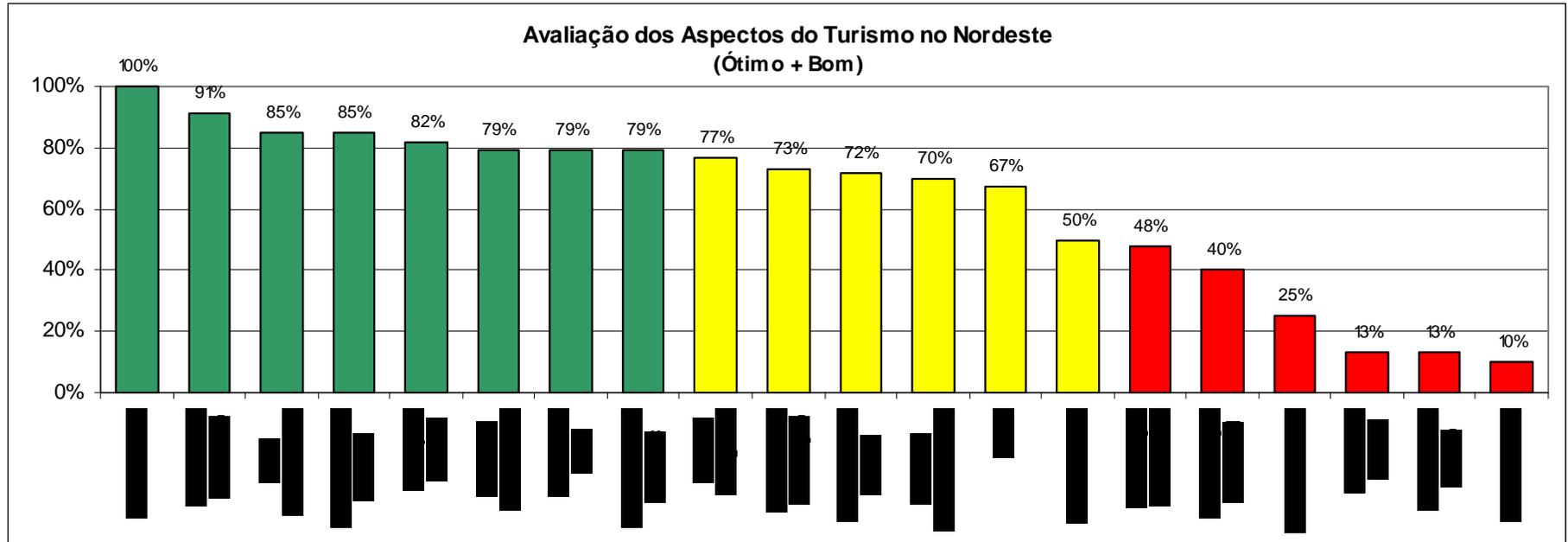
Segmentos Comercializados

- **Nordeste:**
 - Operadoras - o produto mais comercializado é **Sol e Praia**, seguido do **Turismo Cultural e Religioso**. Os destinos são as **Capitais e outras cidades litorâneas**, tais como: Natal, Salvador, Fortaleza, Recife e Porto Seguro.
 - Receptivas - Predomina **Sol e Praia**, que também engloba os **Cruzeiros Marítimos**, um dos principais produtos comercializados na Região. Mais os segmentos de **Áreas Naturais, Ecoturismo e Turismo de Aventura**; e ainda **Turismo de Negócios e Turismo Cultural/Religioso**.
- **Sul:**
 - Operadoras - produtos mais procurados **Turismo Cultural e Ecoturismo**. Os destinos mais comercializados são **Foz do Iguaçu, Florianópolis, Serras Gaúchas, Gramado e Canela** e, entre os atrativos, o **Parque Beto Carreiro**.
 - Receptivas - principais segmentos são **Ecoturismo e Turismo de Aventura**; mais **Turismo de Negócios/Eventos**, nas Capitais.

Sazonalidade

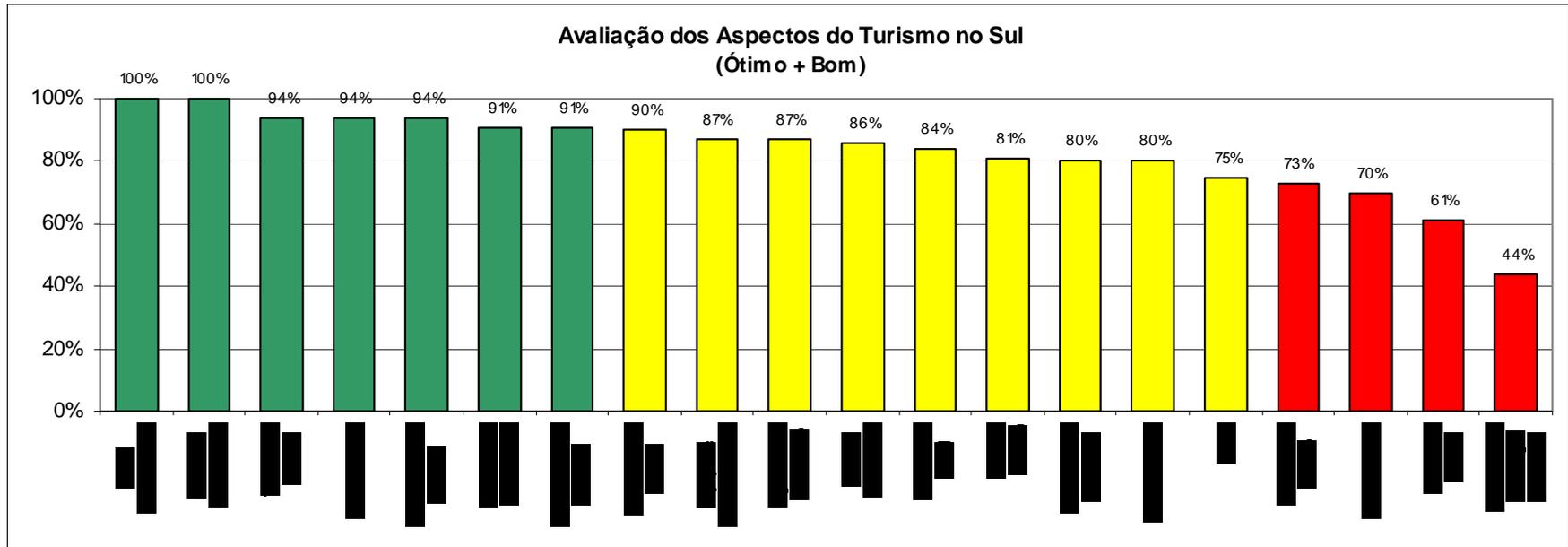


Avaliação - Nordeste



- **Melhores Resultados:** Hospitalidade (100%); Agencia Receptiva (91%); Meios de Hospedagem (85%); Atrativo Natural (85%); Transporte de Acesso à Região (82%); Alimentação (79%); Atrativo Cultural (79%); entre outros.
- **Piores Resultados:** Saúde Pública (10%); Saneamento Básico (13%); Segurança Pública (13%); Limpeza Urbana (25%); Conservação Ambiental (40%); e Qualificação Profissional (48%).

Avaliação - Sul



- **Melhores Resultados:** Meios de Hospedagem e Alimentação (100% entre Ótimo e Bom); Hospitalidade, Atrativos Naturais e Transporte de Acesso à Região (94%); Qualificação Profissional e Atrativos Culturais (91%); entre outros.
- **Piores Resultados:** Mesmo os piores merecem mais de 60% entre Ótimo e Bom. Segurança Pública (61%); Saúde (70%); e Saneamento Básico (73%).

Pontos Fortes e Fracos do Nordeste

- Pontos Fortes:

- Beleza Natural de suas Praias;
- Clima (sol o ano todo);
- Diversidade e Riqueza Cultural;
- Infra-estrutura Hoteleira;
- Entre outros.

- Pontos Fracos:

- Infra-estrutura Urbana
 - Saneamento básico, transporte, limpeza, segurança, sinalização e acesso aos atrativos;
- Mão-de-obra pouco qualificada
 - Áreas de Alimentos, Transportes (táxis) e Hotelaria;
- Divulgação e Promoção;
- Turismo Sexual e a Prostituição Infantil.

Pontos Fortes e Fracos do Sul

- **Pontos Fortes:**

- Atrativos Culturais, Festas e Eventos, a Gastronomia, o Clima e as Belezas Paisagísticas;
- Infra-estrutura Turística e Qualificação Profissional;
- A proximidade dos maiores emissores de turistas do País (a região Sudeste) e a acessibilidade.

- **Pontos Fracos:**

- Falta de Divulgação e de Promoção, no Brasil e no exterior;
- Falta de Informação sobre os atrativos;
- Preços, quando comparados com outros destinos do País;
- Segurança.

Concorrentes - Nordeste

- **Concorrentes Nacionais:**

- **Litoral do Sudeste (Rio de Janeiro, Búzios e Litoral Norte de São Paulo)**
 - Vantagens: proximidade com centros emissores do País, além da diversidade e a qualidade de seus serviços turísticos.
 - Desvantagens: falta de segurança, custo dos serviços e clima (menor período de tempo ensolarado comparado ao Nordeste).
- **Região Sul (Litoral de Santa Catarina)**
 - Vantagens: qualidade da mão-de-obra e dos serviços turísticos; limpeza, infra-estrutura urbana e proximidade dos grandes centros emissores.
 - Desvantagens: preços, menor oferta de produtos turísticos e a baixa temperatura das águas do mar.
- **Cruzeiros Marítimos**
 - Serviços hoteleiros da Região são dispensados quando o turista opta por este tipo de viagem;
 - Vantagem possibilidade de o turista conhecer vários destinos.

Concorrentes - Nordeste

● Concorrentes Internacionais:

- Caribe (Aruba, Jamaica, República Dominicana e Porto Rico)
 - Vantagens: maior oferta e concentração de opções de lazer, cassinos; beleza paisagística, cor do mar, praias de areia branca e fina; ambiente exótico; segurança; limpeza e boa infra-estrutura urbana; variedade e qualidade dos serviços turísticos; qualidade da mão-de-obra turística, *status* de uma viagem internacional; promoção e divulgação do turismo.
 - Desvantagens: alto custo da viagem, distância, idioma e ocorrência de furacões.
- Cancun
 - Vantagens: maiores opções de lazer; infra-estrutura turística; qualificação profissional; e preço acessível.
 - Desvantagens: distância e concentração excessiva de hotéis na orla.
- Taiti e Indonésia
 - Vantagens: cultura exótica; e excelente infra-estrutura turística.
 - Desvantagens: distância, o alto custo da viagem e o idioma.
- América do Sul → Argentina (Buenos Aires) e Chile (Santiago do Chile)
 - Vantagens: qualidade dos serviços turísticos e preço acessível aos brasileiros.

Concorrentes - Sul

- **Concorrentes Nacionais:**

- Região Sudeste → Campos do Jordão, Serra Negra, cidades históricas de MG, Vale do Paraíba e Rio de Janeiro
 - Vantagens: variedade de atrativos culturais; diversão noturna; proximidade dos grandes centros; bom acesso, preços mais baratos que na região Sul.
 - Desvantagem: falta de segurança.
- Região Nordeste
 - Vantagens: o atrativo "Sol e Praia", pacotes mais bem formatados e divulgados e o preço.
 - Desvantagens: infra-estrutura urbana e a baixa qualidade da mão-de-obra.
- Chapada da Diamantina (BA) e Chapada dos Veadeiros (GO)
 - Vantagens: marketing turístico e clima.
 - Desvantagem: acesso e a distância à São Paulo.

Concorrentes - Sul

- **Concorrentes Internacionais:**

- **Argentina → Buenos Aires e Bariloche**

- Vantagens: oferta de serviços, preço similar ao da alta estação no Sul, presença de neve e opções de diversão noturna.
- Desvantagem: distância.

- **Chile → Santiago do Chile**

- Vantagens: estações de esqui, status, diversidade de produtos turísticos.
- Desvantagem: alto custo da viagem.

- **Paraguai**

- Vantagem: preço dos serviços turísticos.
- Desvantagem: falta de infra-estrutura urbana e turística.

- **Europa**

- Vantagens: infra-estrutura urbana e turística, status e maior variedade de atrativos culturais.
- Desvantagens: preço e distância.

Elementos da Demanda - Nordeste

- **Caracterização Geral:**

- Os turistas que visitam o Nordeste **não possuem um perfil homogêneo**. Apresentam **variedades** de classes sociais, faixa etária, escolaridade, tipo de grupos e número de pessoas. Assim, há diversos segmentos de demanda e de produtos.

- **Fatores Determinantes:**

- **Sol e Praia**.
- Outros itens: o **Preço**, quando em pacote, que torna o Nordeste acessível para grandes parcelas da população brasileira. **Entretenimento** e **Lazer Noturno** também são fortes.

- **Imagem da Região:**

- A imagem está bastante ligada ao **Sol e Praia**, à **alegria** da população local e a **agitação** da vida noturna.

- **Grau de Satisfação dos Turistas:**

- A maior parte dos visitantes ficam **muito satisfeitos** com a viagem.

Elementos da Demanda - Nordeste

- **Fatores Inibidores:**

- Principal inibidor: **preço**, apesar de receber turistas de classes menos privilegiadas.
- Outros: falta de **informação**; **infra-estrutura urbana**; qualidade dos **serviços**; **acesso**; e medo da **violência**.
- Recomendam o **combate ao turismo sexual** como forma de desenvolver a atividade turística na Região

- **Fatores Propulsores:**

- Principais fatores: o binômio **Sol e Praia**; qualidade dos **meios de hospedagem**, notadamente dos *resorts* e hotéis de cadeias; a **divulgação** e **promoção** dos destinos.
- Outros: variedade de **atrativos**; descontração e **hospitalidade** da população local; e **gastronomia**.

Elementos da Demanda - Sul

- **Caracterização Geral:**
 - Recebe turistas de **diferentes perfis**, mas predominam as viagens de **grupos familiares**, por pessoas com **idade acima dos 30 anos**, com **alto poder aquisitivo** e **alto nível de escolaridade**.
 - Destaca-se o grande número de estrangeiros em Foz do Iguaçu.
- **Fatores Determinantes:**
 - **Clima frio, gastronomia e cultura** do local. Outro fator: a **qualidade dos serviços**.
- **Imagem da Região:**
 - A imagem é bastante semelhante aos fatores que motivam a sua viagem, ou seja, **imagem de clima frio, gastronomia e qualidade dos serviços**.
 - A **imagem** que os turistas possuem da Região é bastante **positiva**, não tendo sido citado um único item negativo.

Elementos da Demanda - Sul

- **Grau de Satisfação dos Turistas:**
 - A maior parte dos turistas também retornam **muito satisfeitos** com a viagem.
- **Intenção de Retorno:**
 - O número de turistas que **pretendem retornar** à região Sul também é alto (cerca de **70%** do total).
 - A **intenção de retorno não é para a mesma localidade**, mas para algum outro destino da mesma Região.
- **Fatores Inibidores:**
 - Principal fator: **Preço**, válido para qualquer destino turístico.
 - Outros: falta de **informação**; qualidade do **receptivo**; **clima**, para alguns; e falta de **atratividade**.

Perspectivas de Mercado

- Nas intenções de ampliar operações, a região Nordeste é a mais promissora (38%), seguida do Norte (27%), acumulando 65%. Seguem-se: Sul, Centro Oeste e Sudeste.

Regiões mais Interessantes para Ampliar Operações	
Regiões	(%)
Norte	26,7%
Nordeste	38,3%
Centro-Oeste	11,7%
Sudeste	10,0%
Sul	13,3%
Total	100,0%

- Justificativas:**
 - Nordeste:** maior demanda e em expansão; diversidade de atrativos; construção de *resorts* e grandes empreendimentos; grande potencial turístico.
 - Norte:** grande potencial; demanda especial; público estrangeiro; ecoturismo.
 - Sul:** negócios e eventos; novos atrativos; grande potencial.
 - Centro-oeste:** ecoturismo; alternativa à concorrência (diferencial); grande potencial;
 - Sudeste:** fácil acesso; negócios; eventos; roteiros novos (interior).

RESULTADOS

2. Pesquisas Qualitativas

2.2 Com *Focus Groups*

Focus Grous

- **Grupos focais:** entrevistas realizadas de forma não-estruturada e natural, conduzidas por moderador junto a grupo de indivíduos, que se processa de modo participante e interativo.
- **Objetivo:** tratar em profundidade questões de motivações, escolhas, planejamento das viagens, envolvimento pessoais, aspectos de decisões, a respeito do Turismo Doméstico, e verificar as variáveis que norteiam as escolhas ou não das viagens.

Aspectos de Observação

- Associações espontâneas relacionadas aos estados do Nordeste e Sul.
- Motivações para a realização de viagens turísticas no Brasil e no Nordeste e Sul.
- Importância dos aspectos da oferta de serviços e equipamentos na decisão do destino e na satisfação efetiva das expectativas.
- Atividades desenvolvidas durante as viagens e sua importância para a satisfação das expectativas.
- Momentos mais favoráveis à realização de viagens e motivos destas preferências.
- Canais comerciais preferidos e motivos destas preferências.
- Comparações dos destinos turísticos das regiões Nordeste e Sul com os principais competidores.

Amostra

Localidades	Idade	Sexo	Classe sócio-econ.	Estado Civil
Belém	22 / 30	M	B+/C	Casados
	35 / 50	M	A / B	Casados
Fortaleza	50 e +	M	A / B	Casados
Recife	22 / 30	M	B+ / C	SDV
	35 / 50	F	B+ / C	Casadas
Campinas	50 e +	F	A / B	Casadas
Salvador	22 / 30	F	B+ / C	SDV
Belo Horizonte	35 / 50	M	B+ / C	SDV
	50 e +	F	A / B	Casadas
Brasília	35 / 50	F	B+ / C	SVD
Goiânia	35 / 50	M	B+ / C	Casados
Rio de Janeiro	35 / 50	M	A / B	Casados
	35 / 50	F	A / B	SDV
São Paulo	50 e +	M	A / B	SDV
	35 / 50	F	B+ / C	Casadas
Curitiba	35 / 50	M	A / B	Casados
Florianópolis	50 e +	M	A / B	Casados
Porto Alegre	22 / 30	M	B+ / C	Casados
	35 / 50	F	A / B	Casadas
Ribeirão Preto	35 / 50	M	B+ / C	Casados

Conceito sobre viagens

- Turismo no Brasil tem um grande potencial a ser desenvolvido.
- O turismo atende as expectativas de prazer dos indivíduos.
- Passeio e pequenas viagens próximas preparam o consumidor para viagens mais complexas: mais longas, avião, hotéis...
- O turismo interno é fortemente associado ao Sol e Praia. Montanha e campo também estão presentes, mas com menor intensidade.
- São destacadas as viagens de Visita à Amigos e Parentes, inclusive em outros estados. Não são reconhecidas como viagem de turismo ou de lazer.
- As viagens têm muito de sonho e menos de concreto...
- A viagem é um fato que rende assunto durante muito tempo, às vezes para a vida toda.

Ciclo de vida das famílias

- Casais recém formados têm dificuldades para viajar, como filhos pequenos e restrições orçamentárias.
- As férias dos filhos influem na época das viagens.
- O hábito de turismo na infância tem influência na vida adulta.
- Há diferenças de gostos de viagens dentro da família. Conciliar os conflitos, em geral, é papel da mulher.
- Os jovens preferem ambientes agitados, enquanto os de mais idade são atraídos pela tranquilidade.
- Os indivíduos de mais idade, casados, buscam locais mais convencionais.
- Os pais de hoje voltam a viajar sozinhos mais cedo em razão da precoce independência dos filhos.
- O homem necessita sair do ambiente de trabalho, e a mulher da casa (quando não trabalha fora). São apelos diferentes.
- A comunicação para a mulher deve, em geral, envolver o aspecto emocional. Para o homem deve conter informações mais concretas.

Fidelidade e Expectativas das Viagens

- As pessoas voltariam aos locais visitados que deixaram boas lembranças.
- As viagens constituem-se num processo de aprendizagem. Os destinos escolhidos gradativamente vão se tornando mais ousados.
- Os destinos das viagens mais freqüentes são as localidades mais próximas da residência.
- Viajar é seguir rumo ao desconhecido. A falta de informações corretas gera muita insegurança, inclusive o medo.
- Em geral os homens tendem a tratar a viagem como um simples produto, não a reconhecendo como um evento diferenciado.

Fatores de Motivação e Restrição às Viagens

- A conscientização que o trabalho será mais produtivo após as férias é um apelo positivo a funcionários e empresas.
- O dinheiro torna mais fácil superar as deficiências de estrutura das localidades.
- A viagem traz um sentimento de culpa por se afastar dos deveres.
- Ser explorado é um sentimento presente nas viagens. Os serviços têm preços diferentes para turistas e para os residentes.
- A volta para casa, para o seu mundo, é vista positivamente.
- A viagem cansa, mas é um cansaço diferente.
- Viagens curtas não permitem o total desligamento das questões do trabalho.
- Desligar o celular, não ler e-mail, são atitudes simbólicas de desligamento total para aproveitar as férias com tranquilidade.
- A viagem precisa compensar o esforço da rotina do dia a dia.
- A pobreza no destino é um fator que incomoda as pessoas.

Tipos de Viagens

- Viagem longa de carro, somente se houver mais tempo.
- Viagem programada, embora dê muita segurança, restringe a liberdade.
- Viagem semi-programada com agência, sentindo-se livre nos destinos, é uma alternativa a ser trabalhada.
- Hábitos de fins de semana estão correlacionados com prática de turismo.
- Têm-se diferentes tipos de público: o de espírito aventureiro, que vive a incerteza da viagem, e o tipo que deseja tudo muito previsto, programado.
- Alugar casa ou apartamento é uma prática que pode estimular as viagens.
- Tem-se verificado uma tendência a parcelar o período de férias, períodos menores e mais frequentes.

Oferta de Serviços e Equipamentos Turísticos

- Más condições das estradas geram desconforto.
- A pousada é uma alternativa mais econômica que o hotel, mas falta divulgação e organização.
- Hotel e/ou pousada tem preferência, mesmo quando em visita a parentes ou amigos.
- Os gastos da viagem podem acabar superando as expectativas. Empréstimos, cartão de crédito, etc. Alternativa viagem com pacote.
- Nas estradas e nas cidades, falta sinalização. Ser bem informado na rua é um desejo do turista.
- O preço das passagens aéreas tem facilitado as viagens.
- O brasileiro é menos bem tratado que o estrangeiro, mais rico, mais poderoso.

Comunicação e Marketing

- A recomendação boca a boca tem-se revelado um veículo de comunicação determinante.
- O momento de volta de férias pode ser o início do planejamento das férias futuras.
- Fazer turismo no exterior transmite uma melhor imagem, sinal de "*status*".

Peculiaridades do Nordeste e do Sul

- O Turismo de Inverno é uma alternativa importante para pessoas que o curtem, embora o Sol e Praia venham em primeiro lugar.
- O Nordeste, de Porto Seguro ao Maranhão é uma área desejada para os amantes de praia e sol.
- O Nordeste apresenta uma imagem de que há falta de estrutura.
- O Nordeste perde na comparação com o Sul em aspectos como: estrutura de turismo; nível cultural e de educação das pessoas
- O Nordeste ganha em comparação com o Sul em aspectos como: hospitalidade, sol e belezas naturais.

Peculiaridades do Nordeste e do Sul

- O Sul têm-se melhores estradas, as quais oferecem mais segurança e melhor desenvolvimento da velocidade; menos pobreza e sujeira.
- O turismo sexual faz parte do imaginário em relação ao Nordeste.
- A culinária regional do Nordeste é considerada muito forte.
- Em locais mais frios, os residentes se sentem mais atraídos pelo produto Sol e Praia.
- No Sul são destacadas as influências das colônias alemãs, italianas, polonesas.
- Fernando de Noronha é desejo de consumo. O preço é a maior resistência.

Experiências Positivas de Viagens

- Para o **Nordeste** relacionam-se à integração dos Atrativos Naturais com outros de sua estrutura turística. Destaques são os Hotéis e Resorts, propiciando uma maior integração às diferentes expectativas de lazer. Também as Agências de Viagens, com bom atendimento. Deficiências em alguns serviços, compensadas pela natureza e cultura.
- No **Sul** são também devidas aos Atrativos Naturais e Culturais. São ainda destacadas: as Praias do Sul, com ênfase à Santa Catarina; a região de Canela e Gramado; e as Festas Tradicionais, como Oktoberfest.

Pontos Negativos

- No **Nordeste** destacam-se a pobreza, sujeira, culinária típica rejeitada, lentidão no atendimento, estradas perigosas e falta de segurança pública. Além disso, destaca-se o problema do turismo sexual.
- Em relação ao **Sul** as críticas se referem à temperatura da água, muito fria, bem como sua coloração e opacidade. Também foram ressaltados aspectos culturais, particularmente a pouca receptividade da população.

Expectativas de Viagens Futuras

- É muito freqüente a intenção de futuras viagens ao **Nordeste**, especialmente com destino a Fernando de Noronha.
- Para o **Sul** a intenção de **retorno** também freqüente. Florianópolis e as Serras Gaúchas estão indicados como principais destinos destas viagens.