



RIMT

Rede de Inteligência
de Mercado no Turismo

BOLETIM DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO NO TURISMO

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

1ª Edição, 2018

FICHA TÉCNICA

Presidente da República Federativa do Brasil

Michel Temer

Ministro de Estado do Turismo

Marx Beltrão

Secretário Executivo

Alberto Alves

Secretária Nacional de Qualificação e Promoção do Turismo

Teté Bezerra

Diretor de Marketing e Apoio à Comercialização do Turismo

Márcio Nascimento

Diretor de Estudos Econômicos e Pesquisas

José Francisco de Salles Lopes

Coordenador Geral de Produtos Turísticos

Cristiano Borges

Coordenadora Geral de Informações Gerenciais

Gilce Battistuz

Coordenação Técnica

Cristiano Borges

Elaboração e Diagramação

Gustavo Soares

Equipe Técnica

CGPRO

Bárbara Souza, Bianca Cabral, Fabiana Oliveira, Laís Campelo, Leiliany Aguiar, Letícia Aguiar, Lorrany Andrade, Nayara Marques, Rafaela Lehmann, Thais Moura.

DEPES

Andre Costa, Cristiano Valério, Daniel Vieira, Ilbert Silva, João Junior, Pedro Neto

Colaboração

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO/MTur

DEMAC

Milena Sousa
Ronald Neri

EMBRATUR

Alexandre Nakagawa, Angela Baltazar,
Humberto Pires, Maressa Rocha

APRESENTAÇÃO

É com grande satisfação que a Coordenação-Geral de Produtos Turísticos do Ministério do Turismo apresenta a **1ª edição do Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo – BIMT**.

O boletim é uma das estratégias previstas pela Rede de Inteligência de Mercado do Turismo – RIMT, para profissionalizar o marketing turístico nos destinos brasileiros. Trata-se do compartilhamento de conteúdo estratégico, necessário para nortear as tomadas de decisão de governos e empresas do setor de turismo, por meio de linguagem simples e concisa. Na medida em que aborda informações sobre os mercados-alvo, pode auxiliar o direcionamento de ações de comunicação e promoção dos destinos.

Nesta primeira edição, são apresentadas informações coletadas pelo Diretoria de Estudos Econômicos e Pesquisas do Ministério do Turismo e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas no “Estudo da Demanda Turística Internacional”, no período de 2012 a 2016. Para compor o boletim, alguns dados desse estudo - motivo de viagem, composição do grupo turístico, principais mercados emissores e destinos visitados, perfil socioeconômico, fonte de informação utilizada para o planejamento da viagem e avaliação que o turista fez da viagem – foram selecionados e apresentados em formato de infográfico, no intuito de compor o perfil do turista internacional de cada Unidade da Federação. O acesso aos dados completos pode ser feito por meio do endereço www.turismo.gov.br.

Criada por Ministério do Turismo e Embratur, com o apoio do Sebrae, em 2016, a RIMT busca aperfeiçoar as estratégias de promoção e apoio à comercialização nos destinos brasileiros, por meio do compartilhamento permanente de informações e experiências entre seus membros.

SUMÁRIO

Região Norte

ACRE	06
AMAPÁ	07
AMAZONAS	08
PARÁ	09
RONDÔNIA	10
RORAIMA	11
TOCANTINS	12

Região Nordeste

ALAGOAS	14
BAHIA	15
CEARÁ	16
MARANHÃO	17
PARAÍBA	18
PERNAMBUCO	19
PIAUI	20
RIO GRANDE DO NORTE	21
SERGIPE	22

Região Centro-Oeste

DISTRITO FEDERAL	24
GOIÁS	25
MATO GROSSO	26
MATO GROSSO DO SUL	27

Região Sudeste

ESPÍRITO SANTO	29
MINAS GERAIS	30
RIO DE JANEIRO	31
SÃO PAULO	32

Região Sul

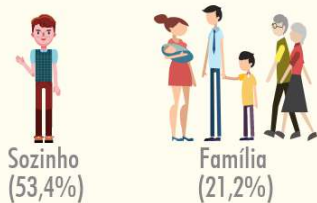
PARANÁ	34
RIO GRANDE DO SUL	35
SANTA CATARINA	36

REGIÃO NORTE

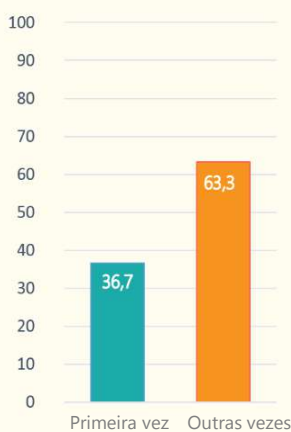
ACRE

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

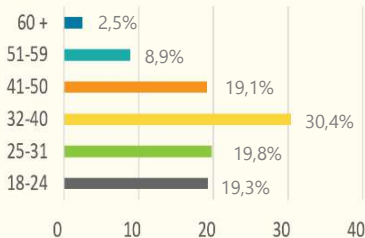
Composição do grupo turístico



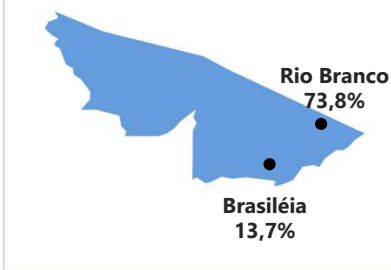
Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



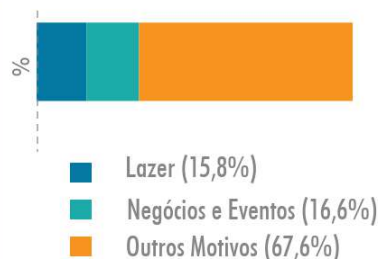
Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

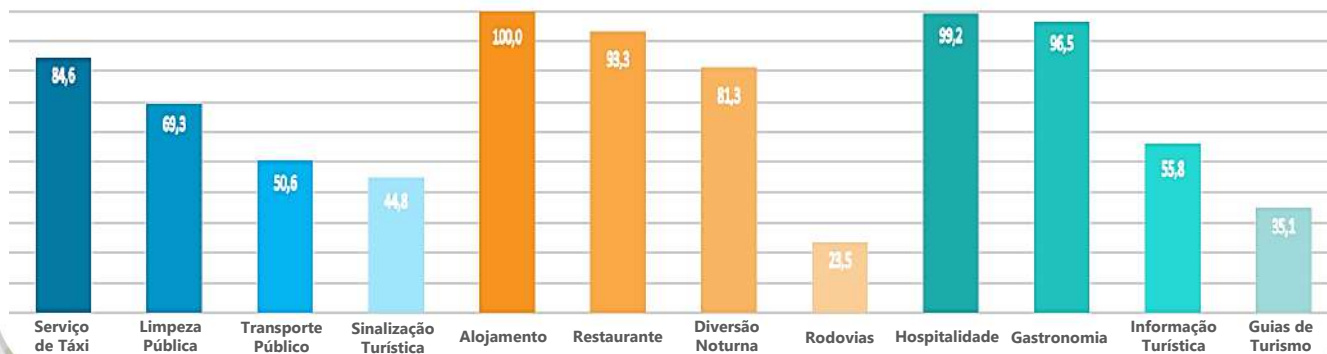
Argentina (18,6%)
Estados Unidos (15,6%)
França (13,0%)

Organização da viagem



Internet (52,1%)
Amigos e Parentes (38,2%)
Viagem Corporativa (9,7%)

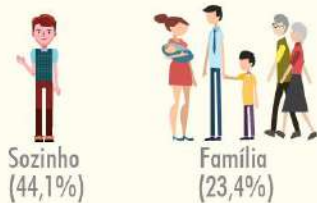
Avaliação positiva da viagem (%)



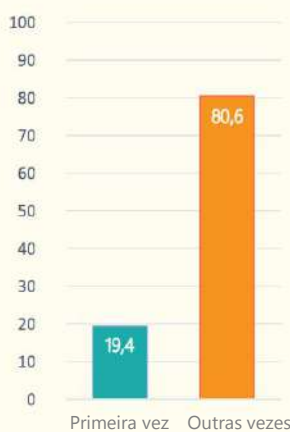
AMAPÁ

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

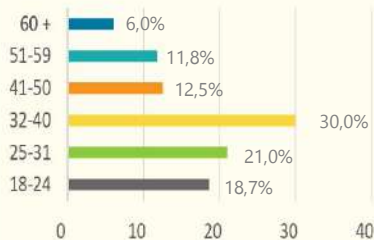
Composição do grupo turístico



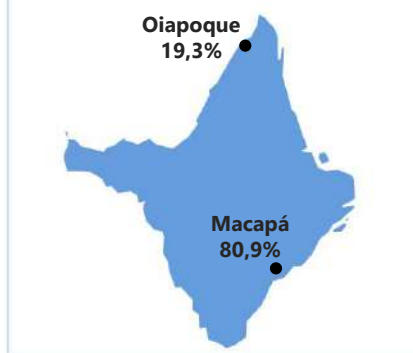
Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



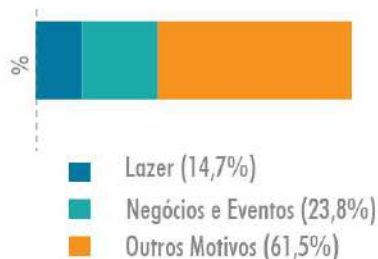
Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

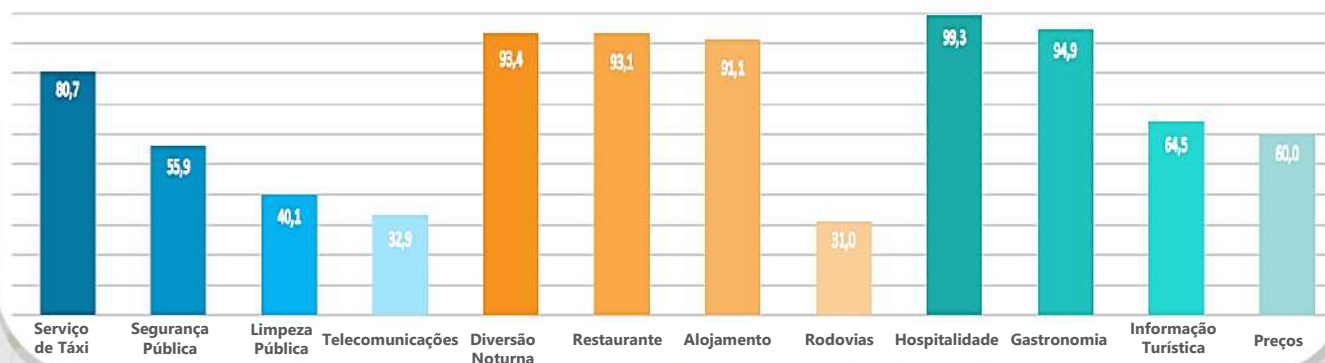
França (25,1%)
Argentina (18,8%)
Suriname (10,0%)

Organização da viagem



Internet (38,6%)
Amigos e Parentes (36,8%)
Viagem Corporativa (15,2%)

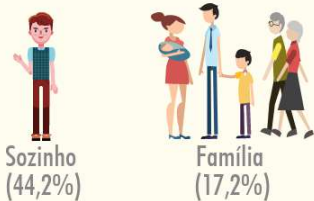
Avaliação positiva da viagem (%)



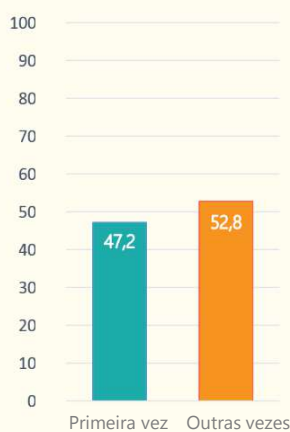
AMAZONAS

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

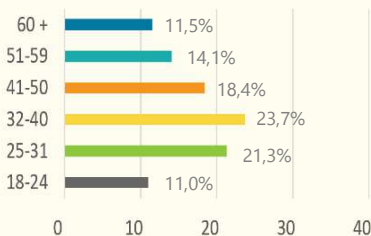
Composição do grupo turístico



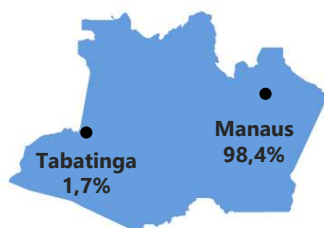
Frequência de visita (%)



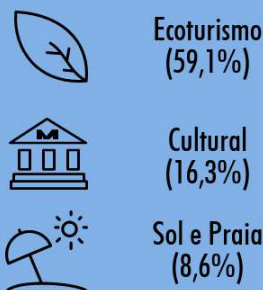
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



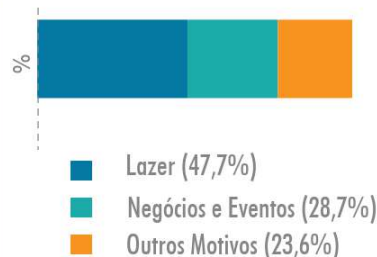
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 5,8

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 105,65

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

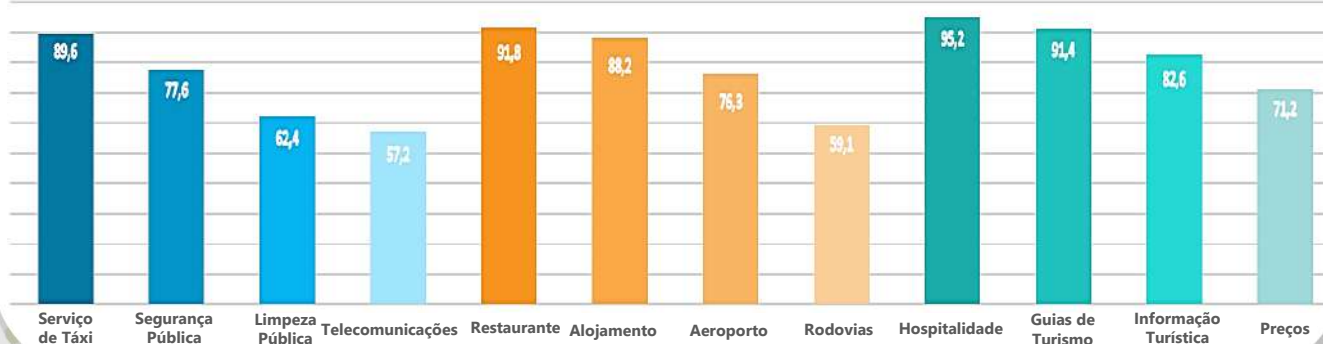
Estados Unidos (25,7%)
Venezuela (11,4%)
Alemanha (7,0%)

Organização da viagem



Internet (40,6%)
Amigos e Parentes (24,9%)
Viagem Corporativa (15,9%)

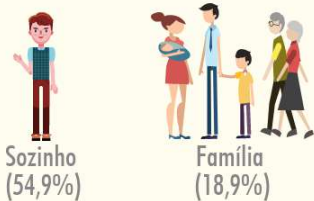
Avaliação positiva da viagem (%)



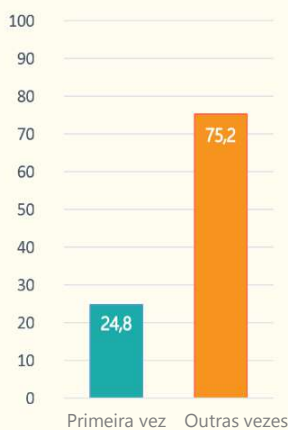
PARÁ

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

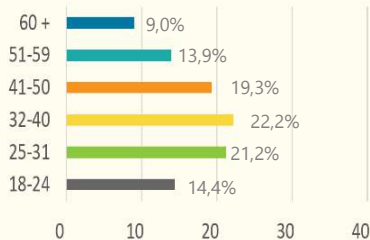
Composição do grupo turístico



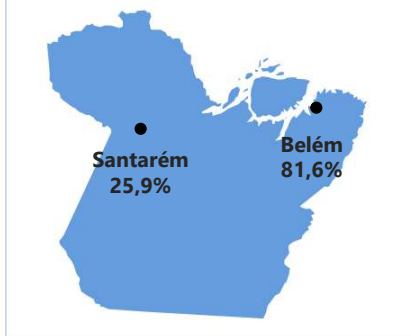
Frequência de visita (%)



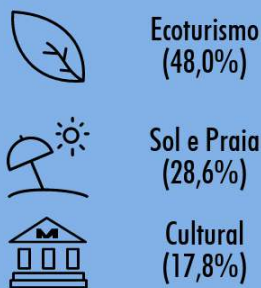
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



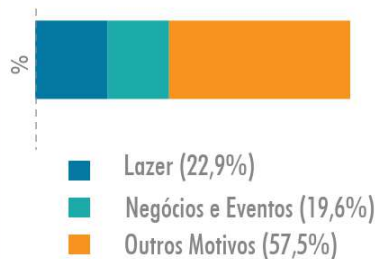
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 9,8

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 43,35

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

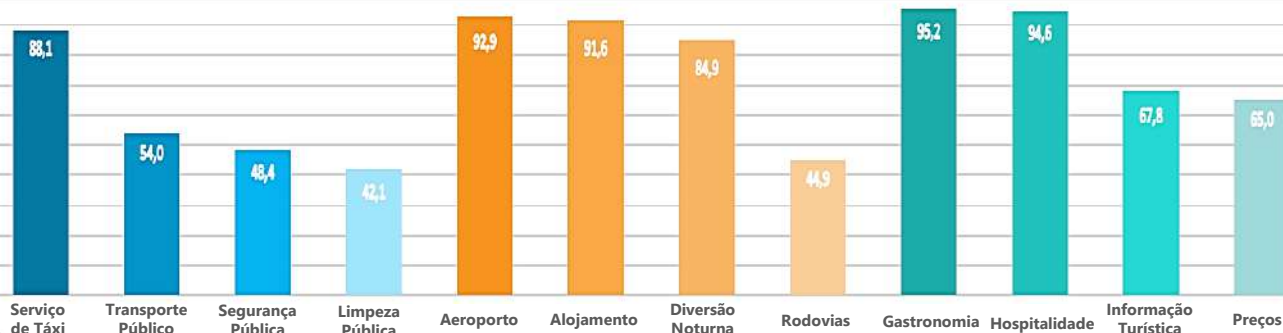
França (20,7%)
Estados Unidos (10,2%)
Suriname (7,6%)

Organização da viagem



Internet (29,5%)
Amigos e Parentes (42,7%)
Viagem Corporativa (14,4%)

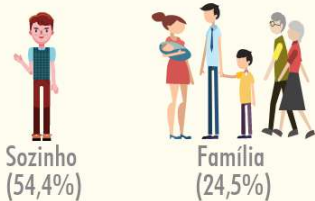
Avaliação positiva da viagem (%)



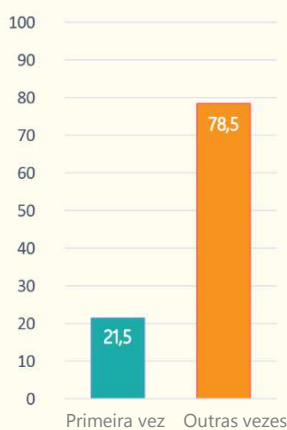
RONDÔNIA

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

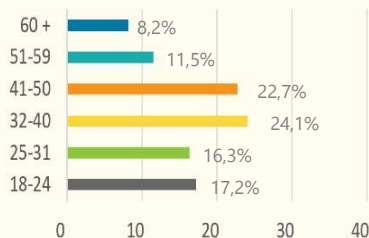
Composição do grupo turístico



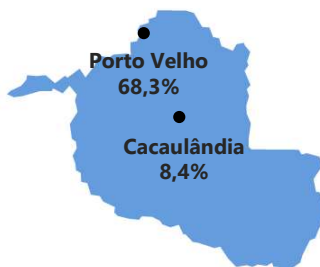
Frequência de visita (%)



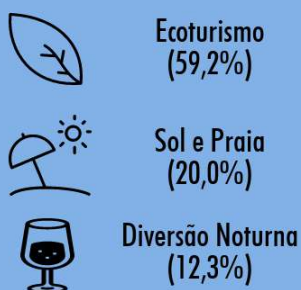
Grupo de idade (%)



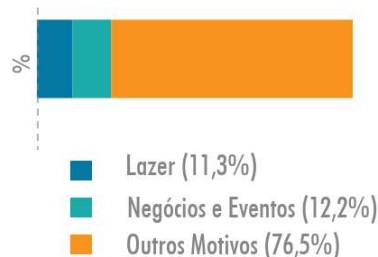
Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

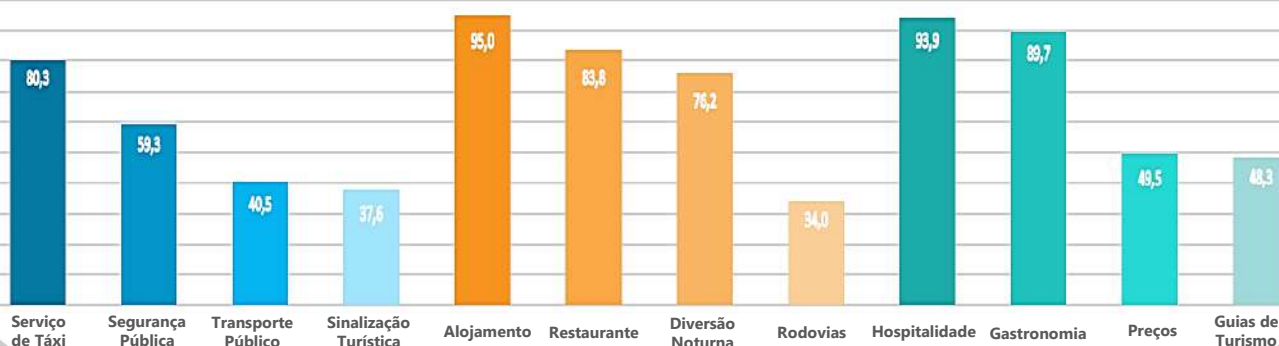
Estados Unidos (22,4%)
Espanha (20,8%)
Portugal (14,2%)

Organização da viagem



Internet (36,8%)
Amigos e Parentes (43,5%)
Viagem Corporativa (11,5%)

Avaliação positiva da viagem (%)



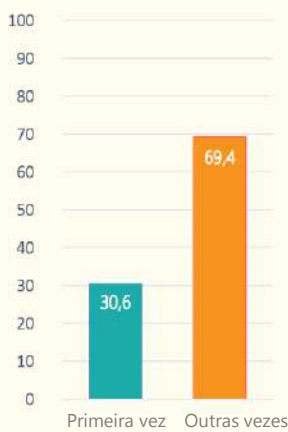
RORAIMA

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

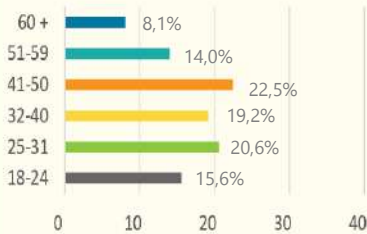
Composição do grupo turístico



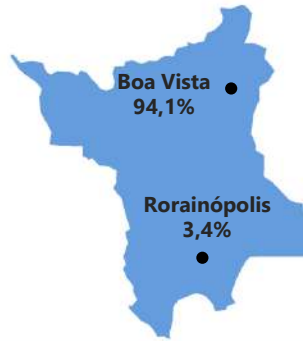
Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Ecoturismo
(74,7%)

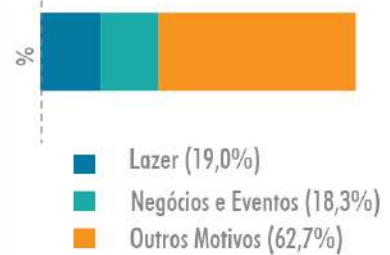


Cultural
(12,9%)



Espportes
(12,4%)

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

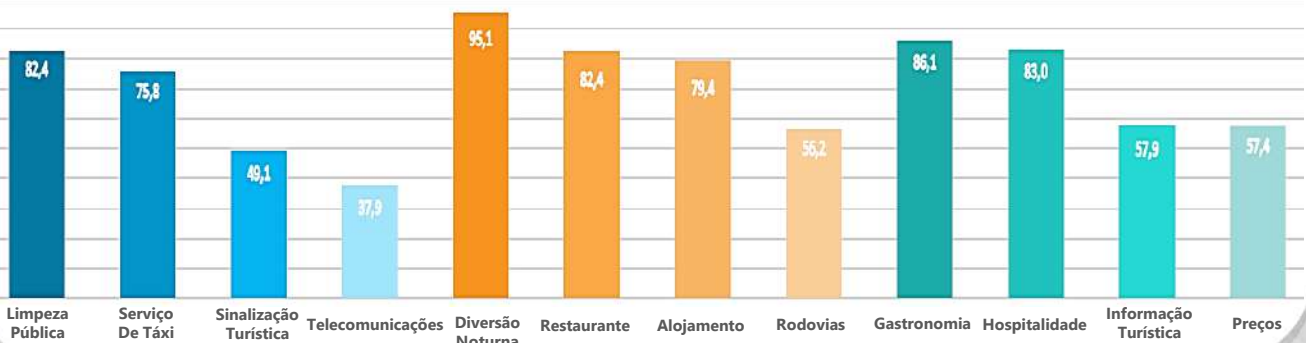
Estados Unidos (21,4%)
Argentina (18,7%)
Venezuela (13,4%)

Organização da viagem



Internet (33,6%)
Amigos e Parentes (40,4%)
Viagem Corporativa (18,4%)

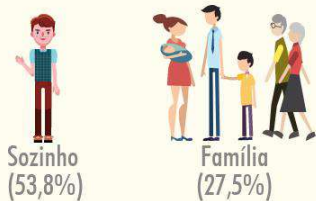
Avaliação positiva da viagem (%)



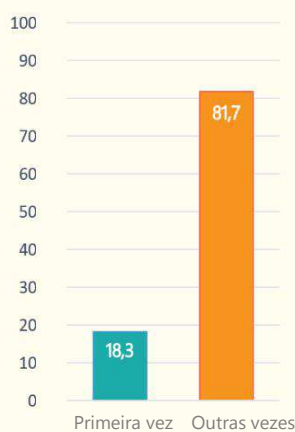
TOCANTINS

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

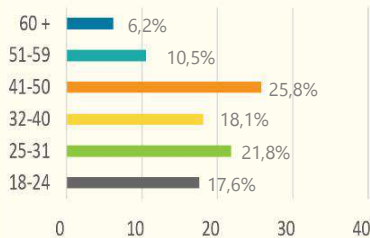
Composição do grupo turístico



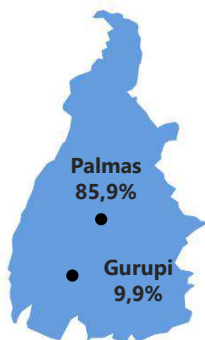
Frequência de visita (%)



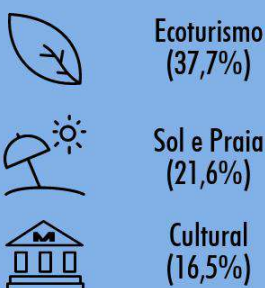
Grupo de idade (%)



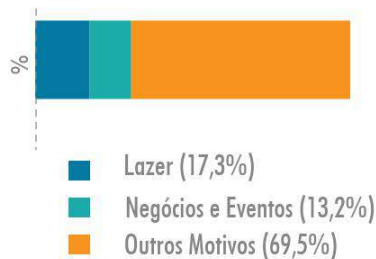
Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



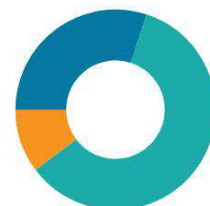
Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

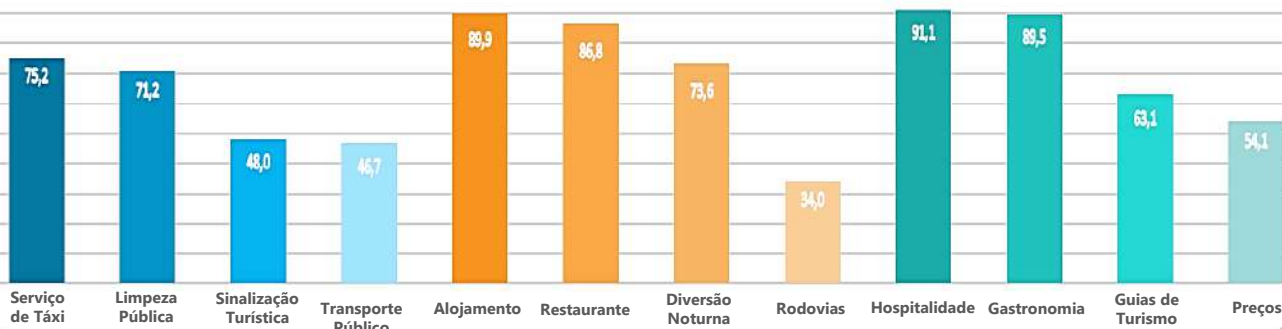
Espanha (20,2%)
Portugal (14,7%)
Argentina (10,0%)

Organização da viagem



Internet (28,9%)
Amigos e Parentes (57,4%)
Viagem Corporativa (9,9%)

Avaliação positiva da viagem (%)

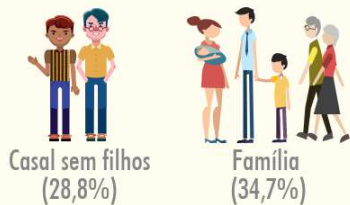


REGIÃO NORDESTE

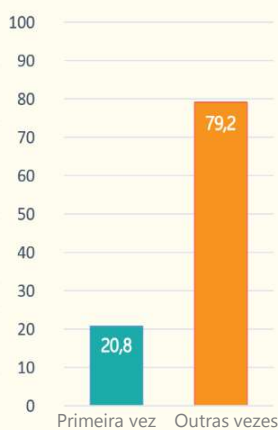
ALAGOAS

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

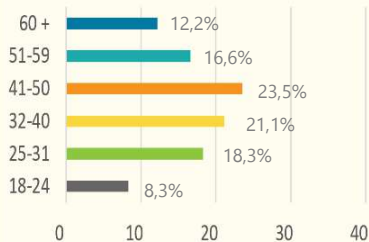
Composição do grupo turístico



Frequência de visita (%)



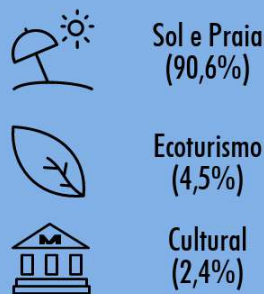
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



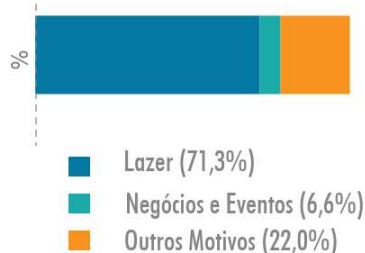
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
 Lazer - 8,7

Gasto Médio no Brasil
 Lazer - USD 59,63

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

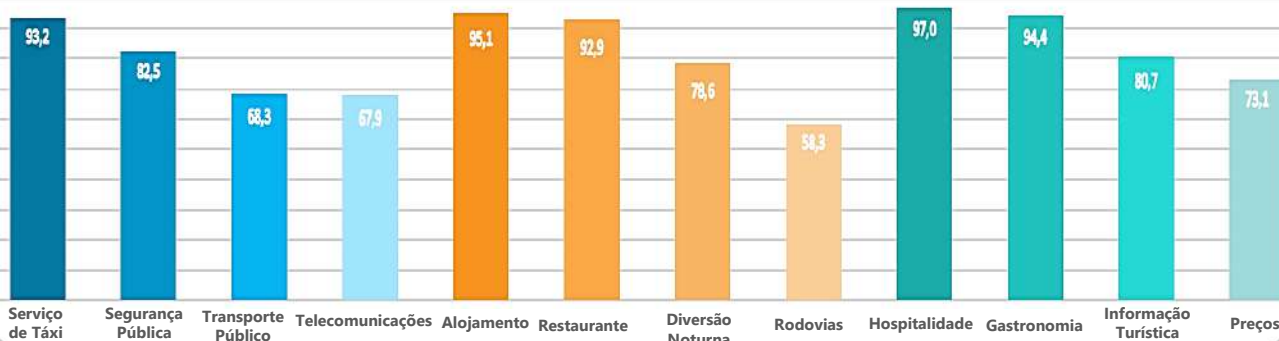
Argentina (48,5%)
 Itália (8,5%)
 Chile (8,2%)

Organização da viagem



Internet (54,8%)
 Amigos e Parentes (21,8%)
 Agência de viagens (15,3%)

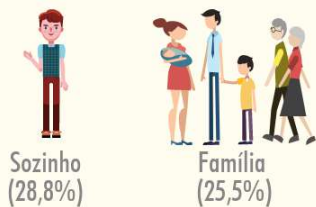
Avaliação positiva da viagem (%)



BAHIA

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

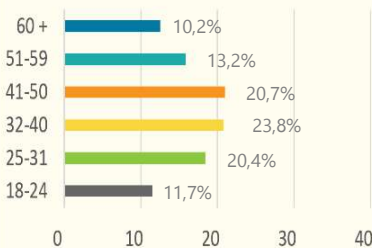
Composição do grupo turístico



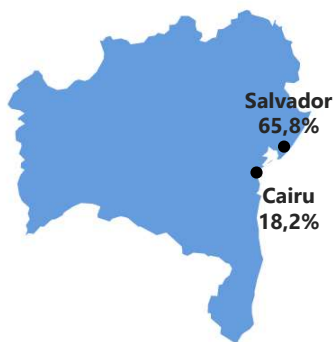
Frequência de visita (%)



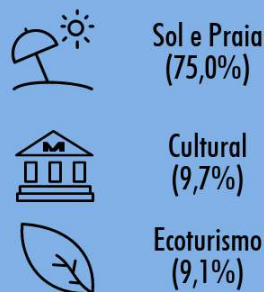
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



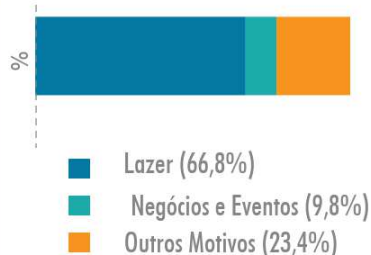
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 8,4

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 67,74

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

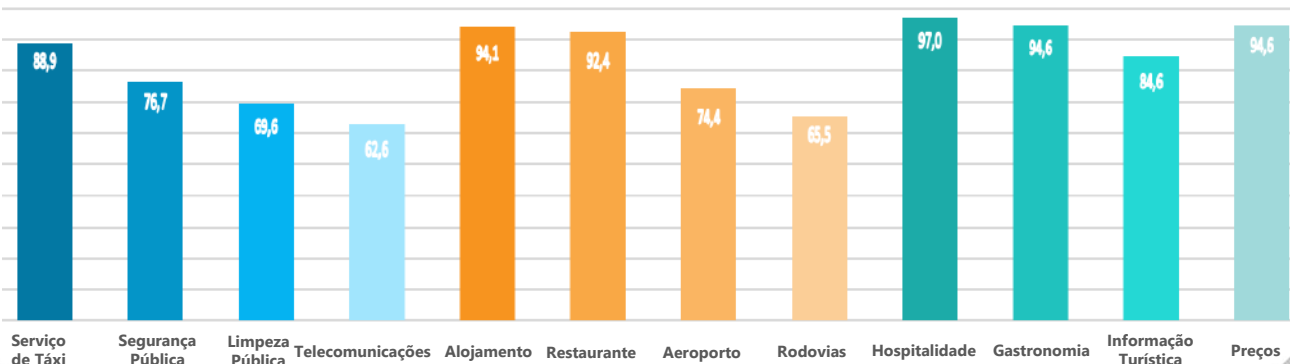
Argentina (42,6%)
Estados Unidos (6,7%)
Itália (6,2%)

Organização da viagem



Internet (42,7%)
Amigos e Parentes (26,7%)
Agência de viagens (18,3%)

Avaliação positiva da viagem (%)



Composição do grupo turístico

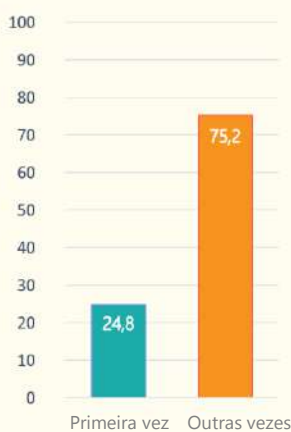


Sozinho
(41,4%)

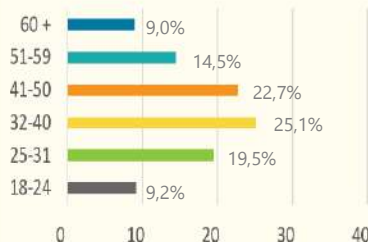


Casal sem filhos
(20,2%)

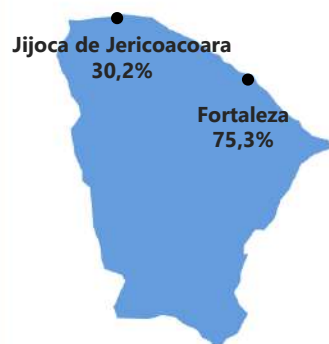
Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Sol e Praia
(64,1%)



Esportes
(13,2%)

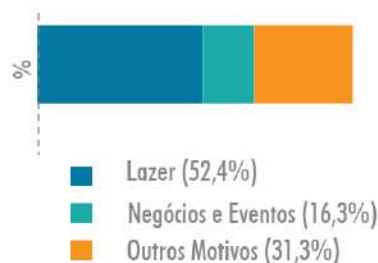


Ecoturismo
(8,4%)

Permanência Média (pernoite)
Lazer - 9,6

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 77,07

Motivo de viagem ao Brasil



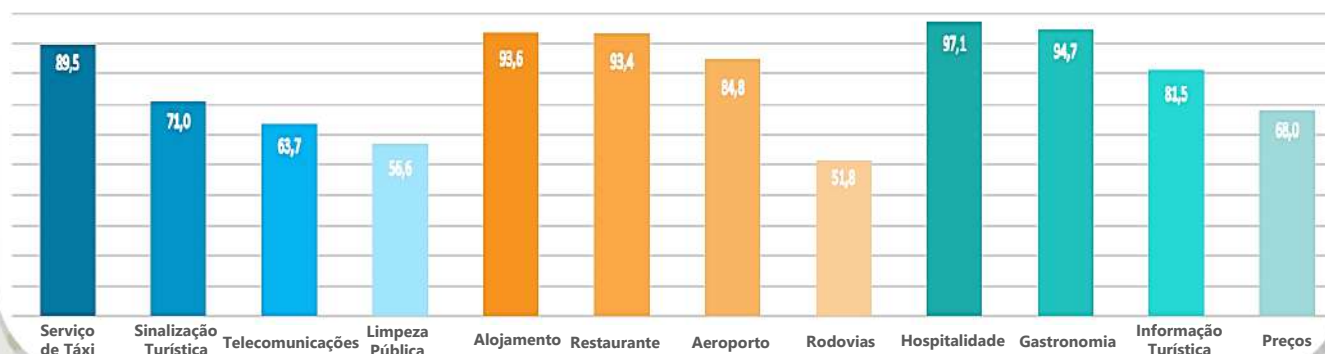
Principais mercados emissores

Argentina (16,2%)
Itália (15,5%)
França (8,7%)

Organização da viagem



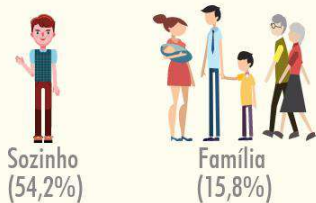
Avaliação positiva da viagem (%)



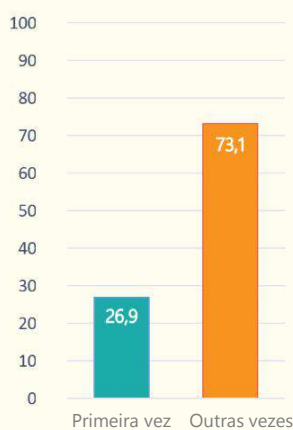
MARANHÃO

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

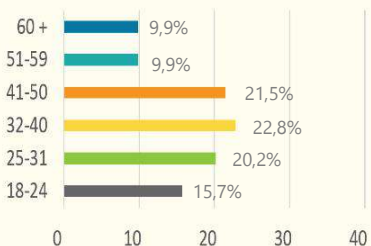
Composição do grupo turístico



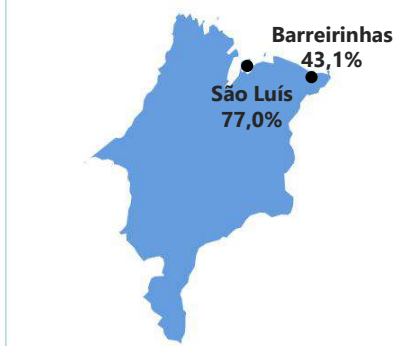
Frequência de visita (%)



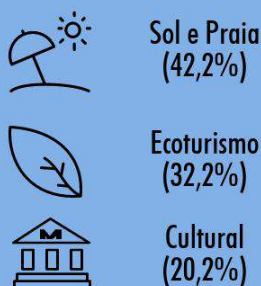
Grupo de idade (%)



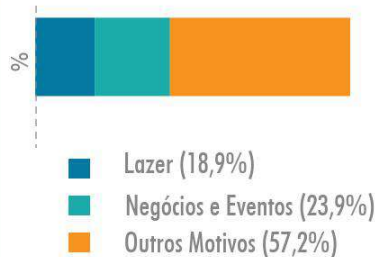
Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



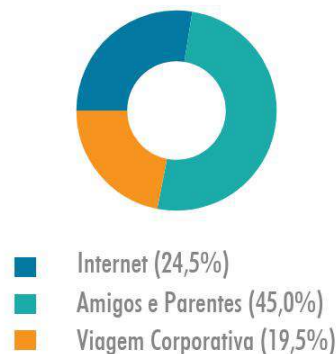
Motivo de viagem ao Brasil



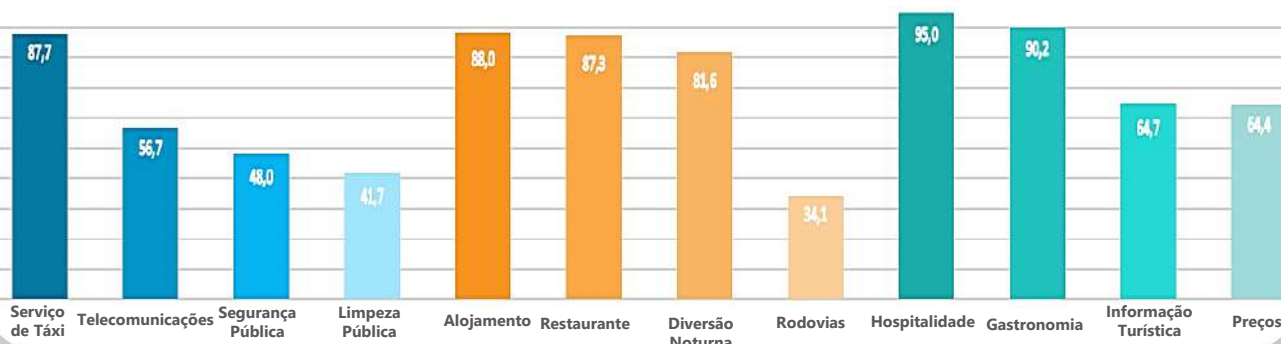
Principais mercados emissores

Itália (11,4%)
França (9,1%)
Argentina (8,5%)

Organização da viagem



Avaliação positiva da viagem (%)



PARAÍBA

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

Composição do grupo turístico

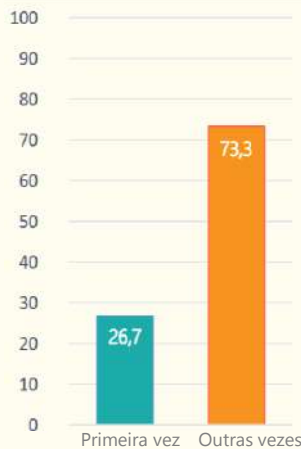


Sozinho
(51,9%)

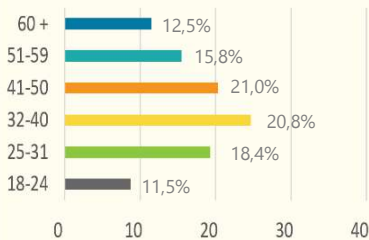


Casal sem filhos
(16,6%)

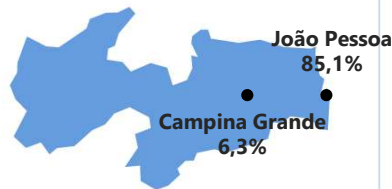
Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Sol e Praia
(65,9%)



Ecoturismo
(11,8%)

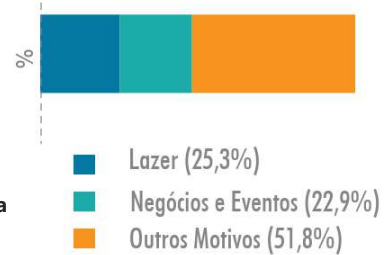


Cultural
(11,6%)

Permanência Média (pernoite)
Lazer - 11,5

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 50,80

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

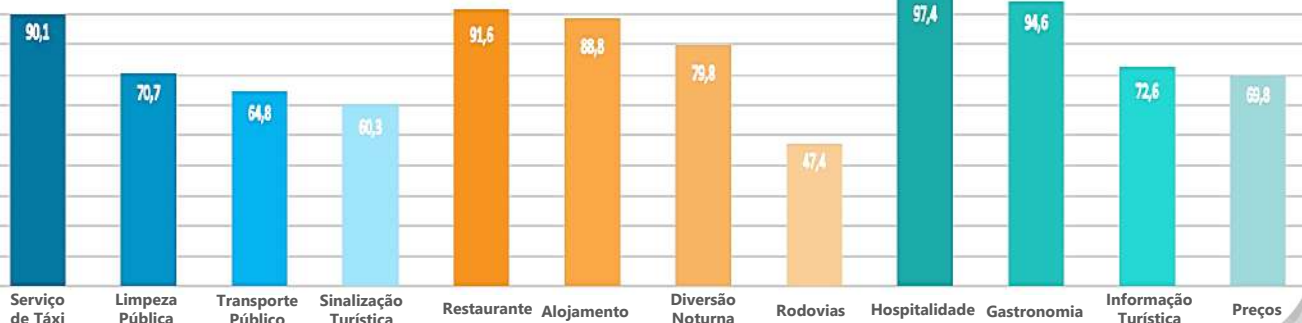
Estados Unidos (15,0%)
Itália (14,8%)
Alemanha (9,2%)

Organização da viagem



Internet (34,8%)
Amigos e Parentes (38,9%)
Viagem Corporativa (15,5%)

Avaliação positiva da viagem (%)



PERNAMBUCO

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

Composição do grupo turístico

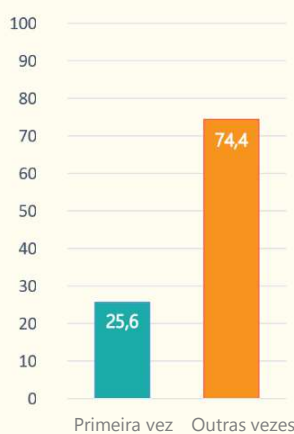


Sozinho
(39,2%)

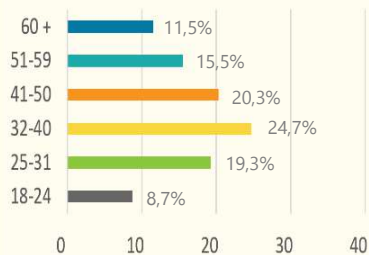


Casal sem filhos
(25,0%)

Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Sol e Praia
(71,9%)



Ecoturismo
(7,9%)

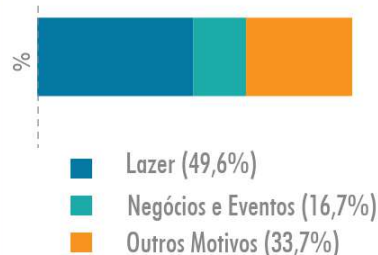


Cultural
(7,4%)

Permanência Média (pernoite)
Lazer - 7,8

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 73,99

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

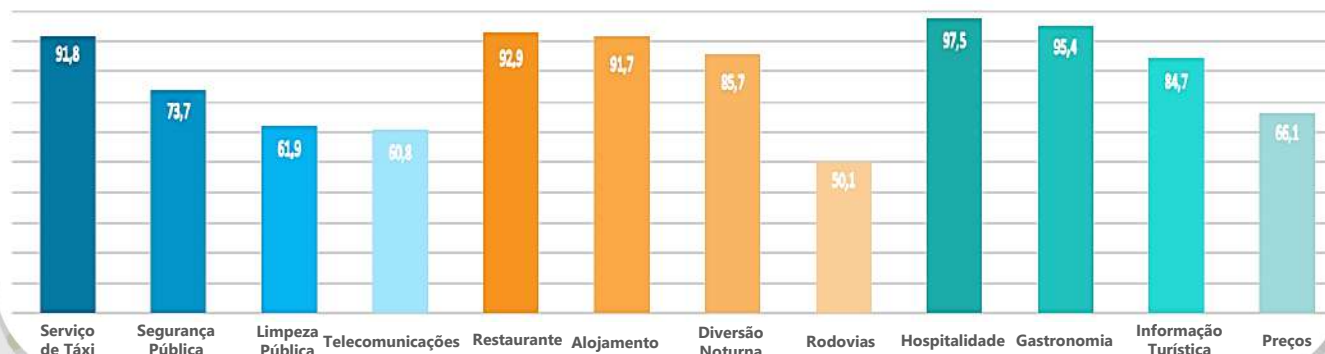
Argentina (26,5%)
Estados Unidos (11,6%)
Alemanha (7,7%)

Organização da viagem



Internet (46,9%)
Amigos e Parentes (27,9%)
Viagem Corporativa (11,5%)

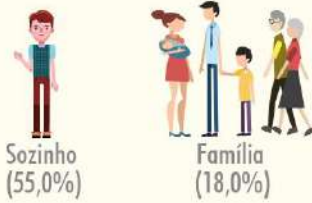
Avaliação positiva da viagem (%)



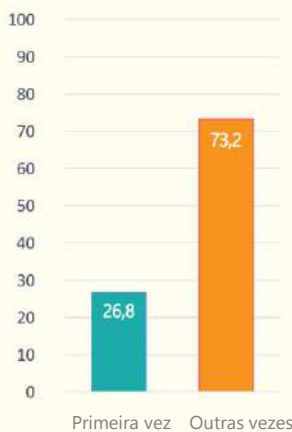
PIAUÍ

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

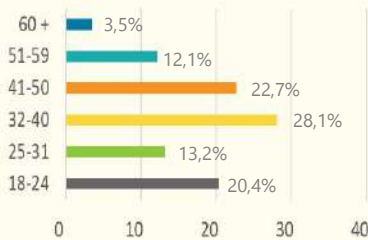
Composição do grupo turístico



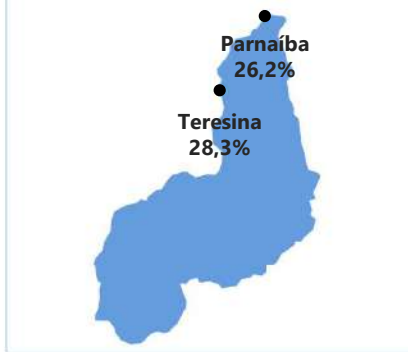
Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



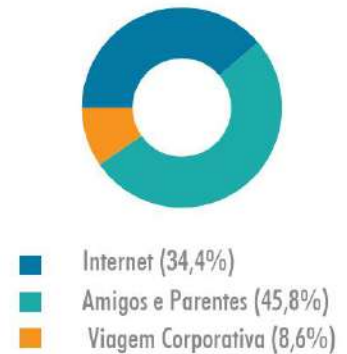
Motivo de viagem ao Brasil



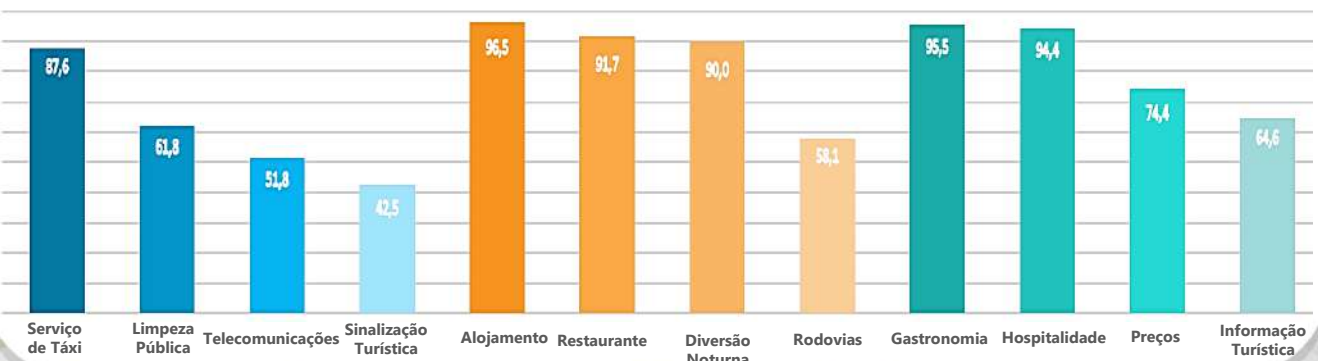
Principais mercados emissores

Alemanha (13,5%)
 Estados Unidos (12,6%)
 Portugal (10,1%)

Organização da viagem



Avaliação positiva da viagem (%)



RIO GRANDE DO NORTE

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

Composição do grupo turístico

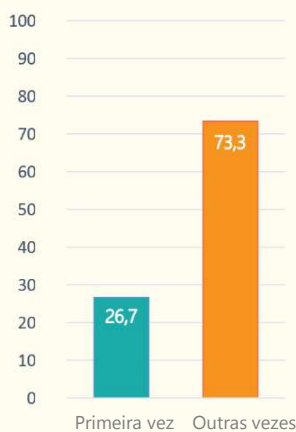


Sozinho
(29,2%)

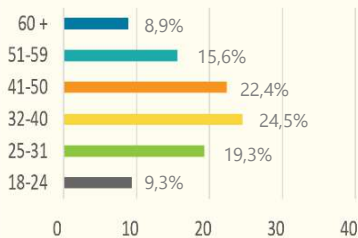


Casal sem filhos
(27,3%)

Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Sol e Praia
(78,8%)



Ecoturismo
(7,2%)

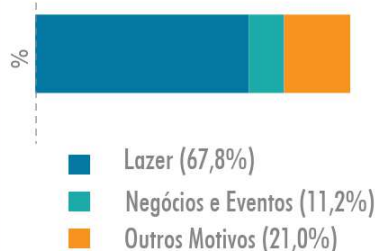


Cultural
(3,4%)

Permanência Média (pernoite)
Lazer - 8,8

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 76,69

Motivo de viagem ao Brasil



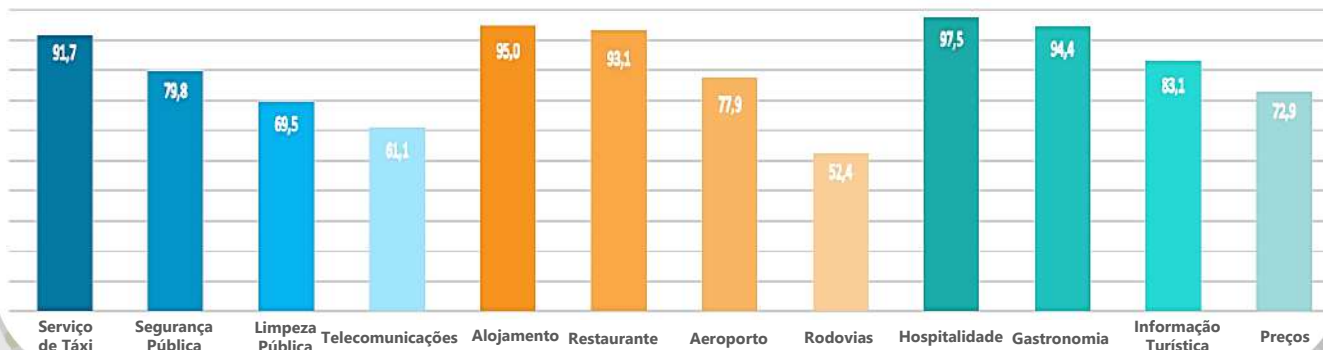
Principais mercados emissores

Argentina (32,4%)
Itália (10,0%)
Portugal (7,4%)

Organização da viagem



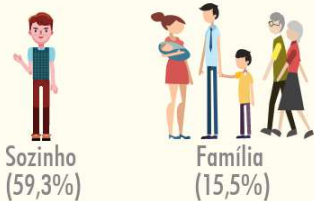
Avaliação positiva da viagem (%)



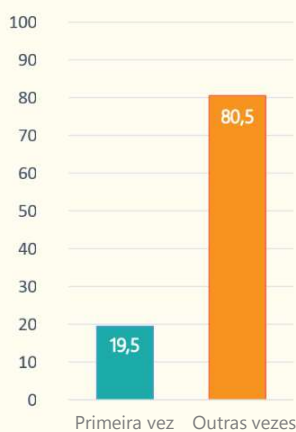
SERGIPE

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

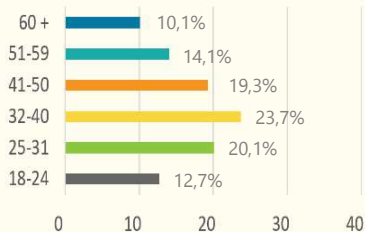
Composição do grupo turístico



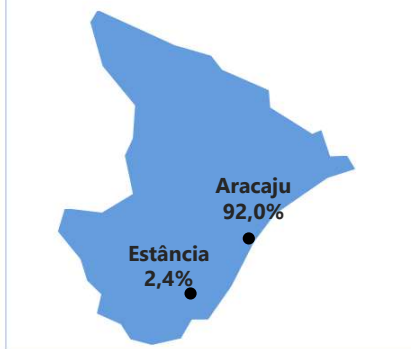
Frequência de visita (%)



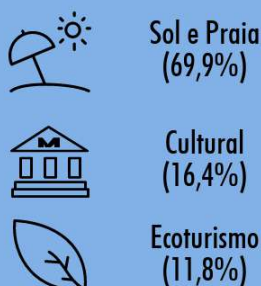
Grupo de idade (%)



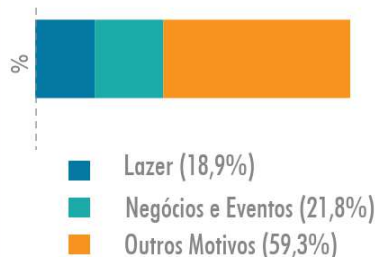
Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



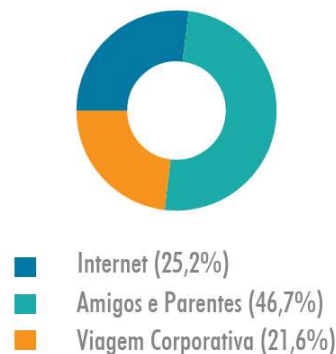
Motivo de viagem ao Brasil



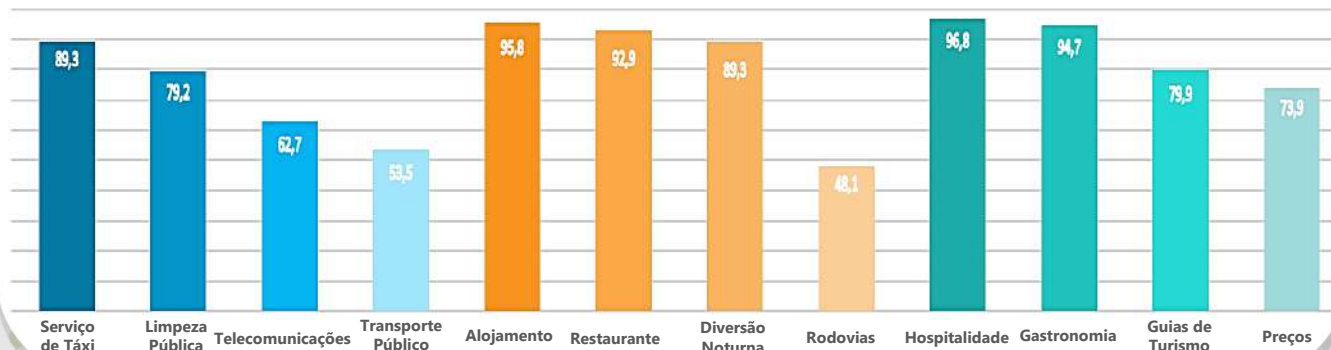
Principais mercados emissores

Estados Unidos (13,3%)
Argentina (11,2%)
Itália (9,5%)

Organização da viagem



Avaliação positiva da viagem (%)

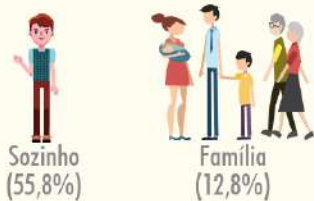


REGIÃO CENTRO-OESTE

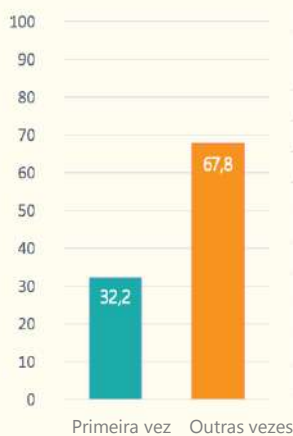
DISTRITO FEDERAL

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

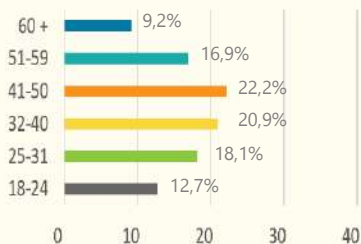
Composição do grupo turístico



Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Cultural (26,4%)



Ecoturismo (17,8%)

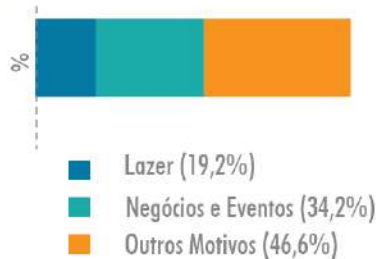


Sol e Praia (11,5%)

Permanência Média (pernoite)
Lazer - 5,7

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 89,64

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

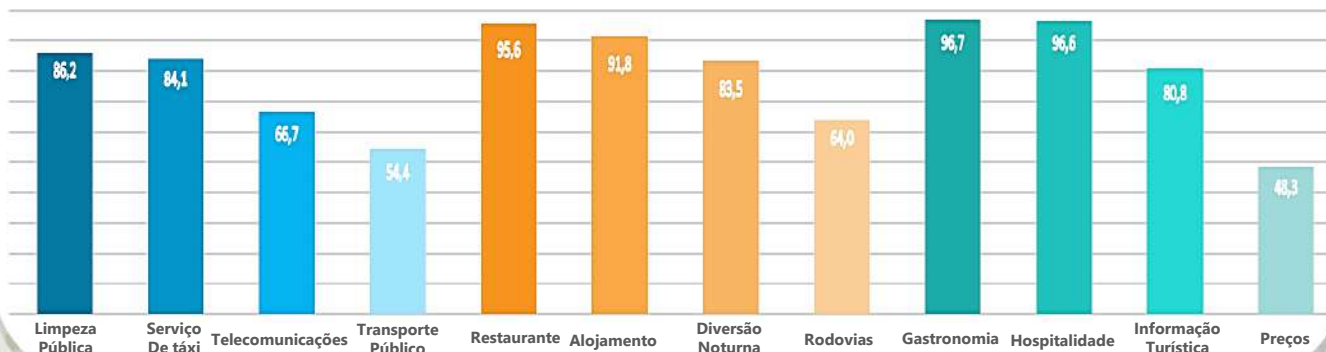
Estados Unidos (18,2%)
Argentina (14,3%)
França (6,4%)

Organização da viagem



Internet (35,4%)
Amigos e Parentes (30,5%)
Viagem corporativa (19,4%)

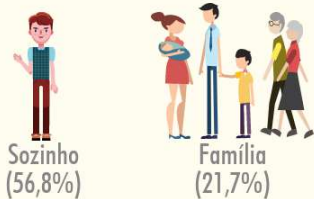
Avaliação positiva da viagem (%)



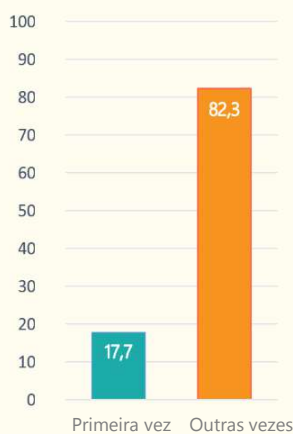
GOIÁS

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

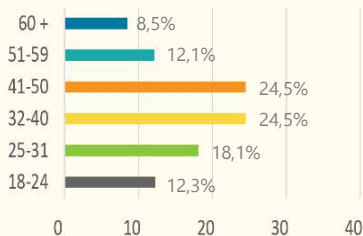
Composição do grupo turístico



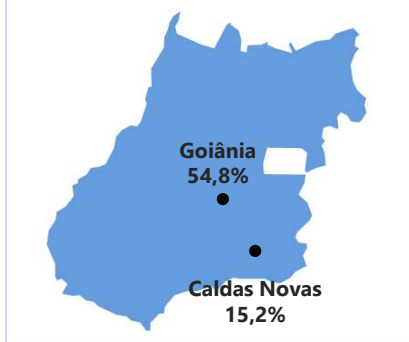
Frequência de visita (%)



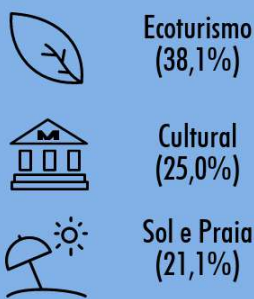
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



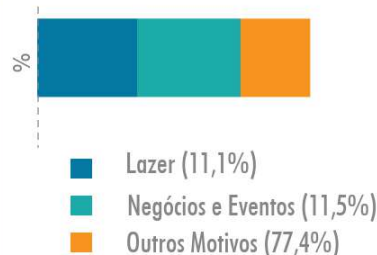
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 11,7

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 41,08

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

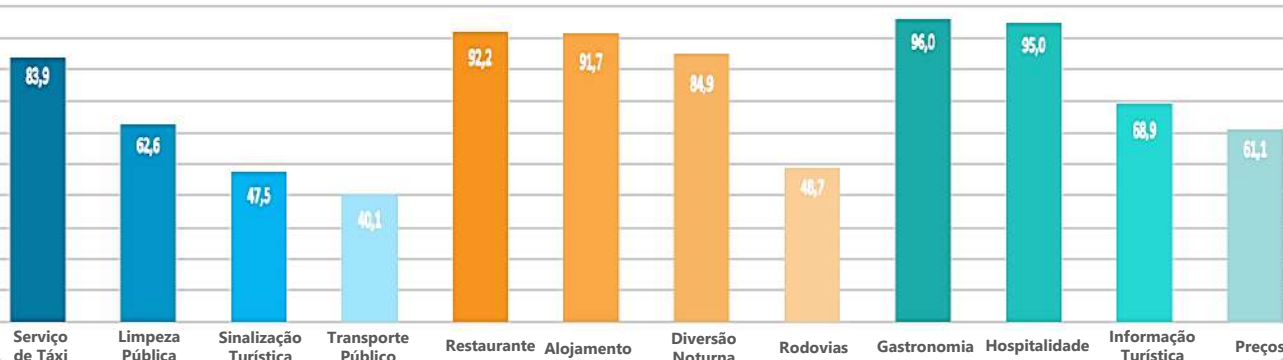
Estados Unidos (23,3%)
Espanha (11,0%)
Argentina (8,4%)

Organização da viagem



Internet (28,4%)
Amigos e Parentes (53,1%)
Viagem corporativa (9,4%)

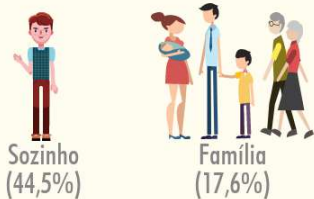
Avaliação positiva da viagem (%)



MATO GROSSO

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

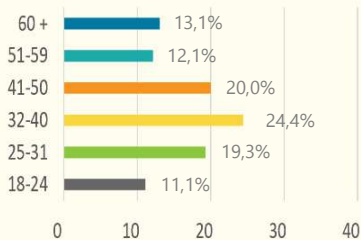
Composição do grupo turístico



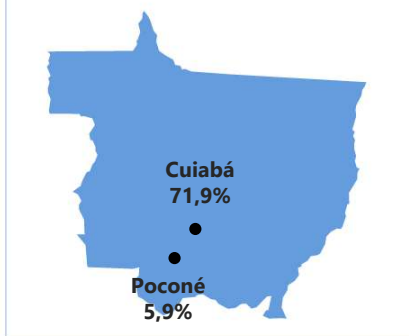
Frequência de visita (%)



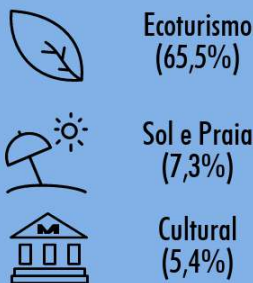
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



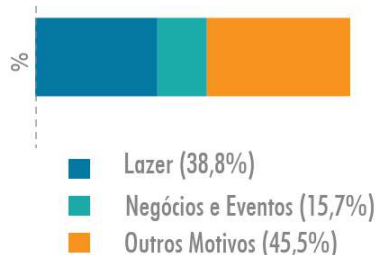
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
 Lazer - 5,4

Gasto Médio no Brasil
 Lazer - USD 92,57

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

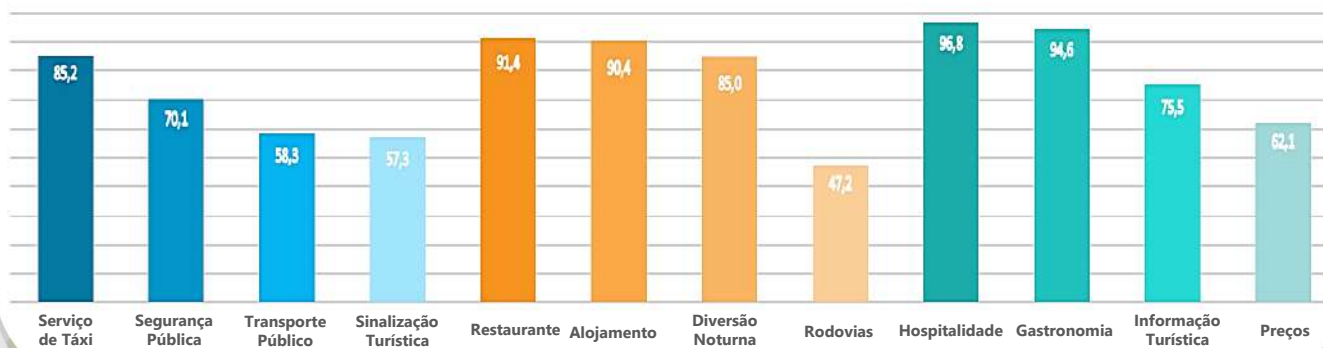
Estados Unidos (18,0%)
 Argentina (8,2%)
 Espanha (7,8%)

Organização da viagem



Internet (38,1%)
 Amigos e Parentes (35,4%)
 Viagem corporativa (9,5%)

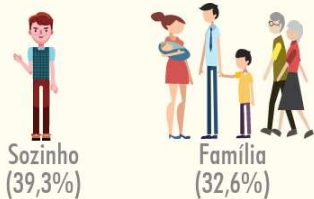
Avaliação positiva da viagem (%)



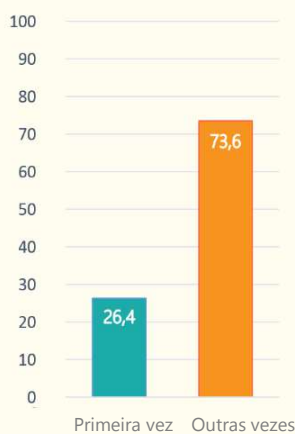
MATO GROSSO DO SUL

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

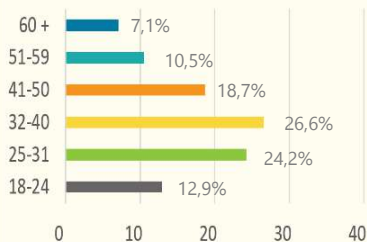
Composição do grupo turístico



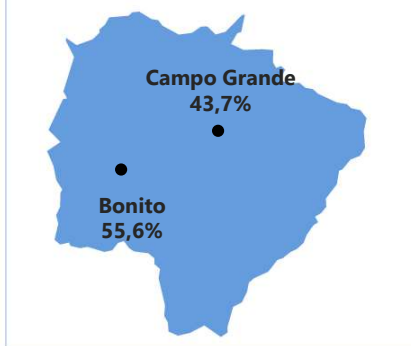
Frequência de visita (%)



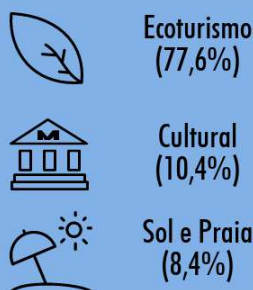
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



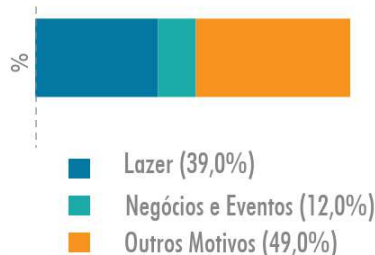
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 4,3

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 76,54

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

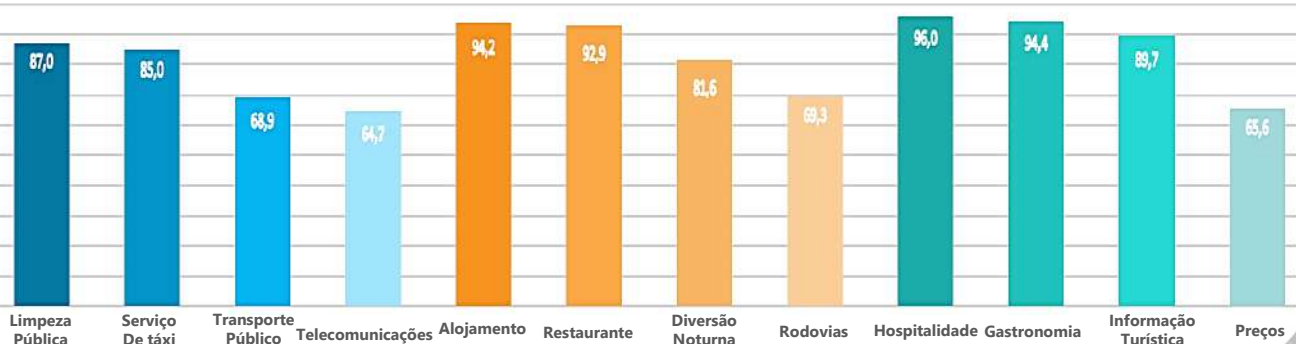
Paraguai (25,9%)
Bolívia (12,7%)
Estados Unidos (7,3%)

Organização da viagem



Internet (29,8%)
Amigos e Parentes (50,2%)
Viagem corporativa (8,6%)

Avaliação positiva da viagem (%)

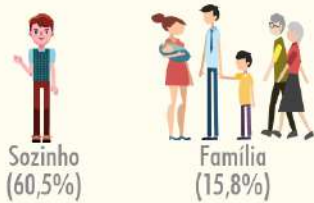


REGIÃO SUDESTE

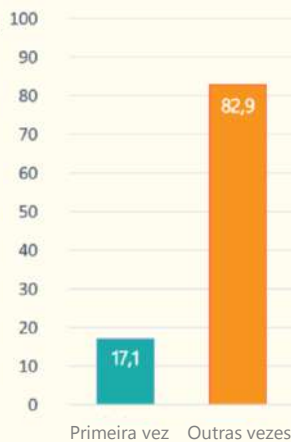
ESPÍRITO SANTO

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

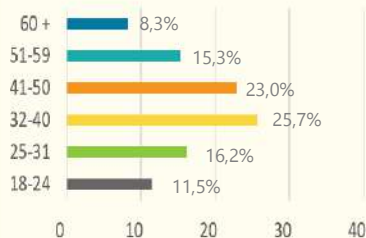
Composição do grupo turístico



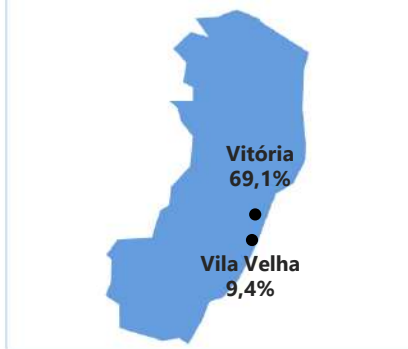
Frequência de visita (%)



Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



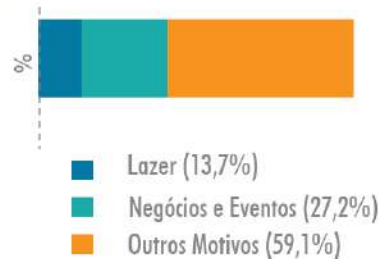
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 12,7

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 50,19

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

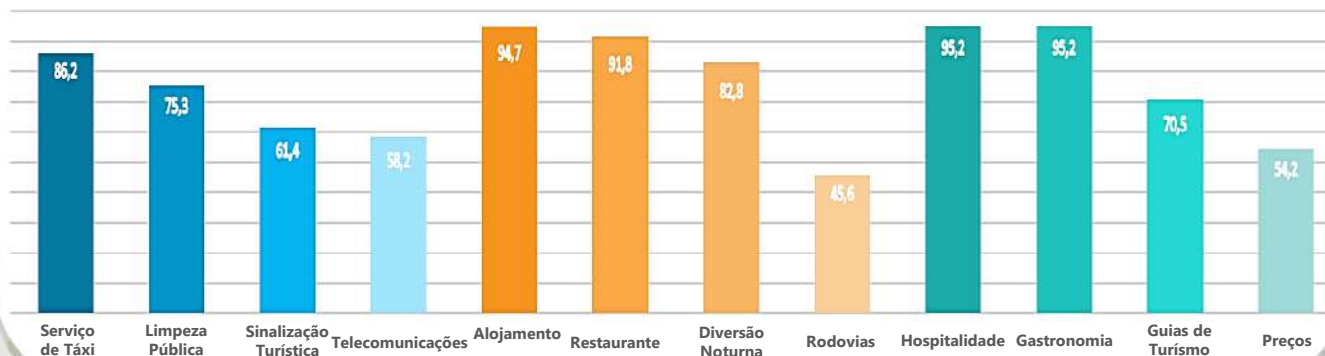
Estados Unidos (25,6%)
Portugal (9,8%)
Itália (8,9%)

Organização da viagem



Internet (26,6%)
Amigos e Parentes (36,0%)
Viagem corporativa (27,8%)

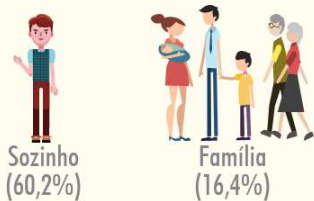
Avaliação positiva da viagem (%)



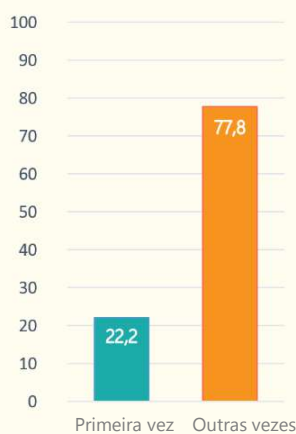
MINAS GERAIS

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

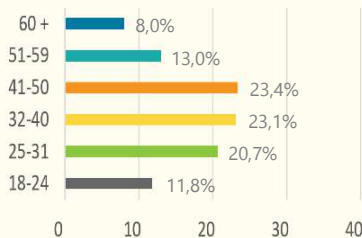
Composição do grupo turístico



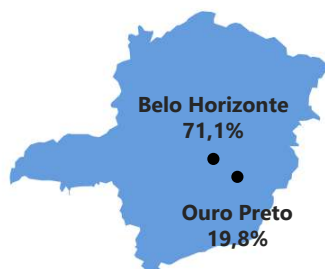
Frequência de visita (%)



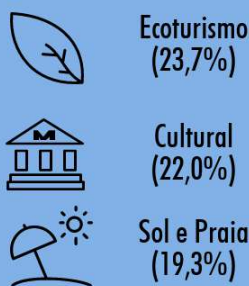
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



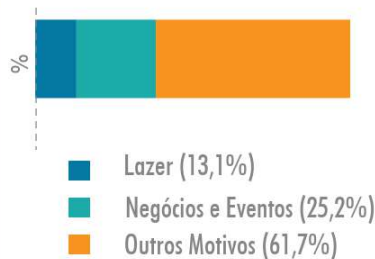
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 6,8

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 68,22

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

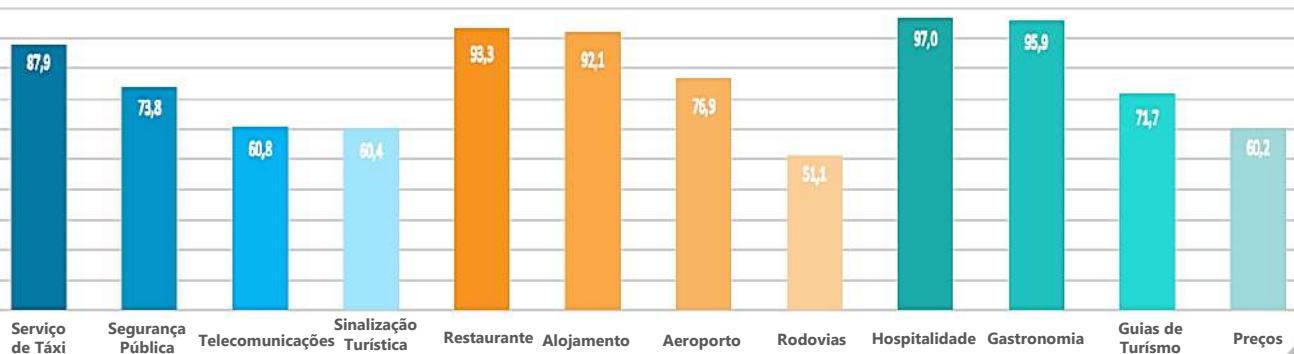
Estados Unidos (25,6%)
Argentina (9,5%)
Itália (6,7%)

Organização da viagem



Internet (30,3%)
Amigos e Parentes (38,6%)
Viagem corporativa (21,5%)

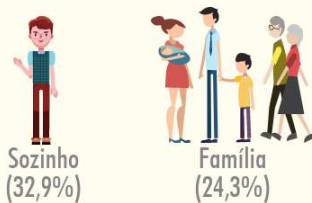
Avaliação positiva da viagem (%)



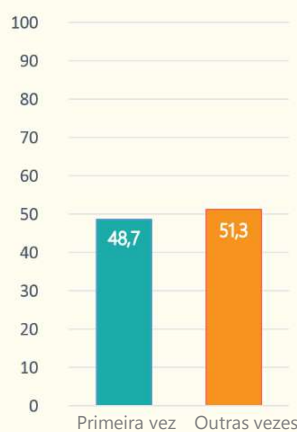
RIO DE JANEIRO

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

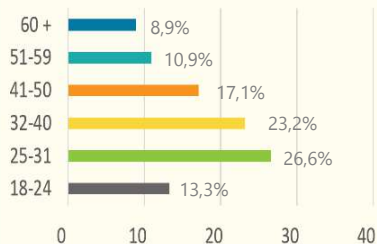
Composição do grupo turístico



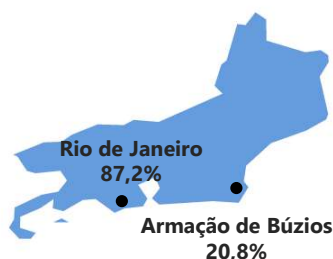
Frequência de visita (%)



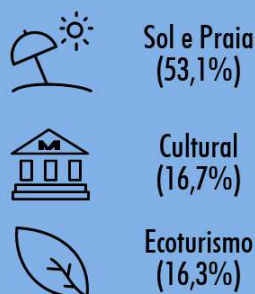
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



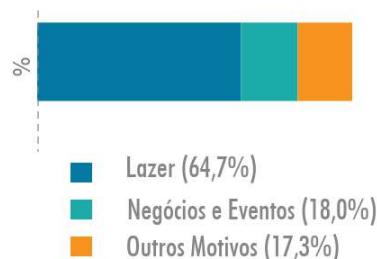
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 7,1

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 95,79

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

Argentina (26,2%)
Estados Unidos (12,0%)
Chile (7,9%)

Organização da viagem



Internet (50,4%)
Amigos e Parentes (21,7%)
Viagem corporativa (10,8%)

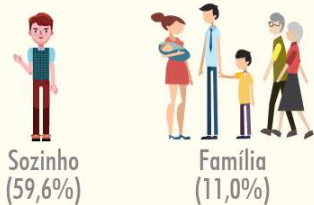
Avaliação positiva da viagem (%)



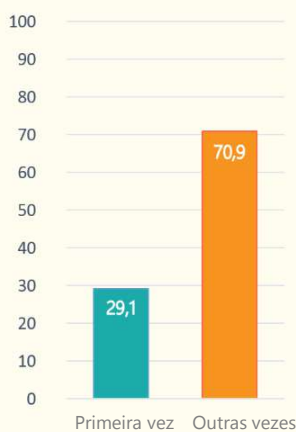
SÃO PAULO

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

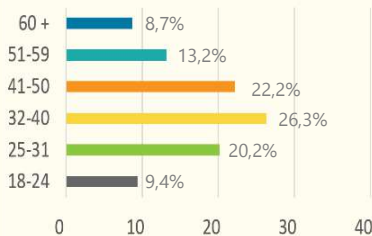
Composição do grupo turístico



Frequência de visita (%)



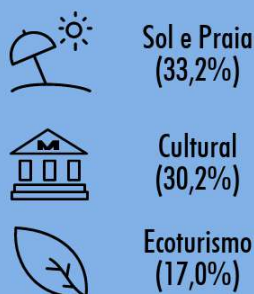
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



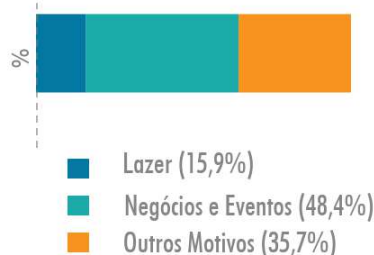
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 6,8

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 79,92

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

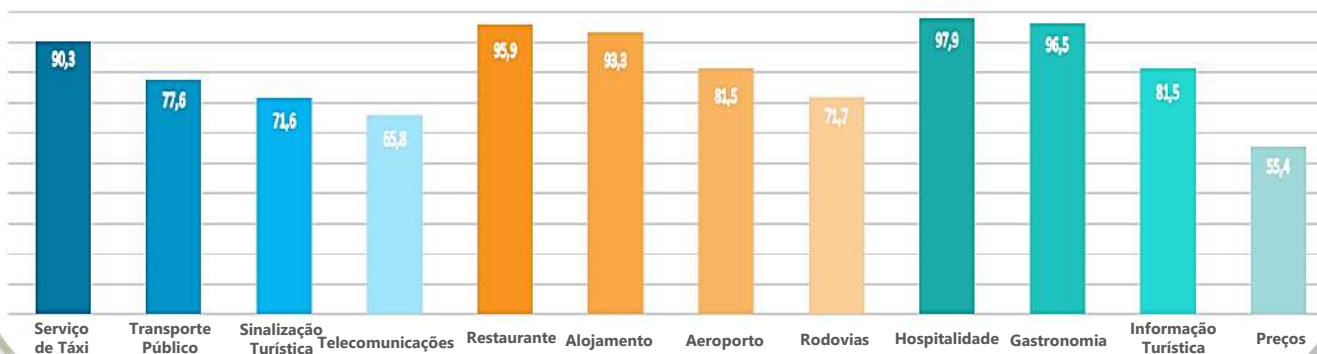
Argentina (15,2%)
Estados Unidos (14,0%)
Chile (6,0%)

Organização da viagem



Internet (29,3%)
Amigos e Parentes (26,2%)
Viagem corporativa (35,3%)

Avaliação positiva da viagem (%)

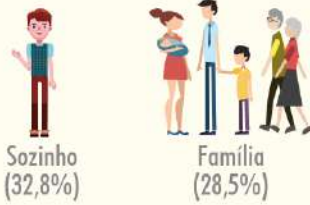


REGIÃO SUL

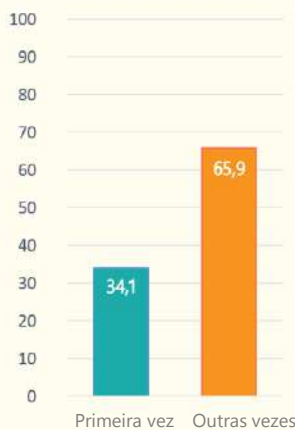
PARANÁ

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

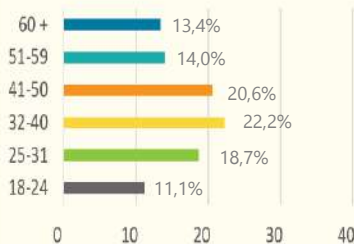
Composição do grupo turístico



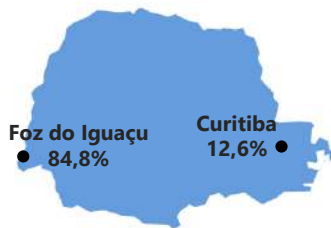
Frequência de visita (%)



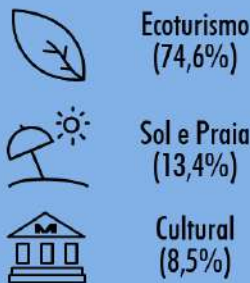
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



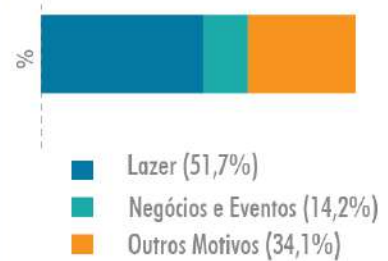
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 3,4

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 70,63

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

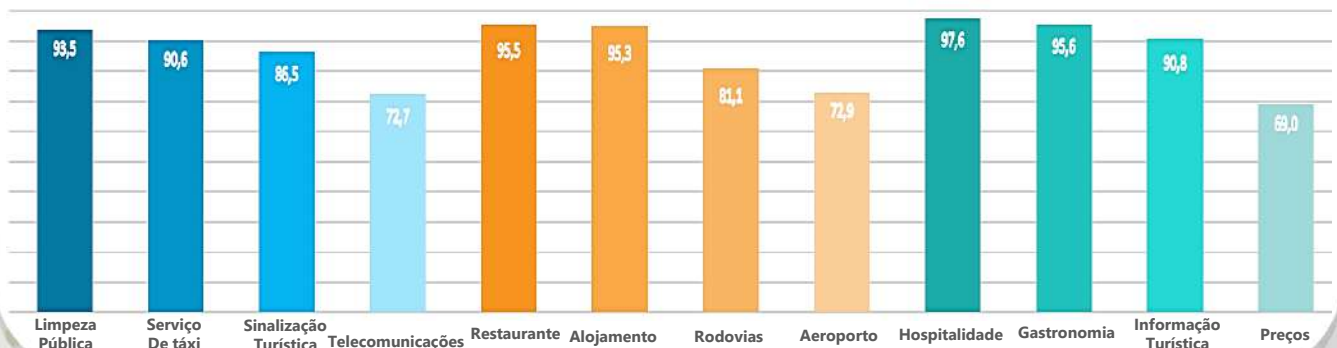
Argentina (25,2%)
Paraguai (20,0%)
Estados Unidos (7,2%)

Organização da viagem



Internet (34,1%)
Amigos e Parentes (32,8%)
Agência de viagens (14,3%)

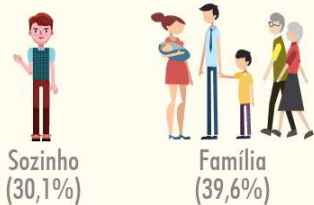
Avaliação positiva da viagem (%)



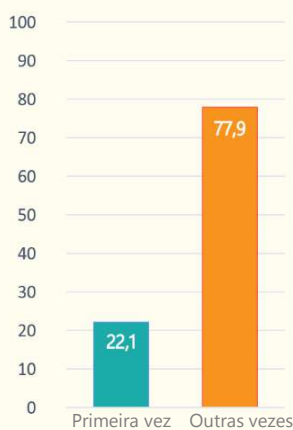
RIO GRANDE DO SUL

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

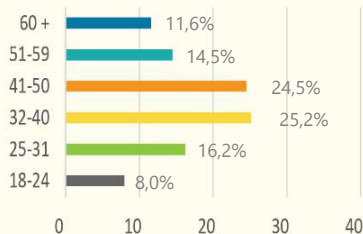
Composição do grupo turístico



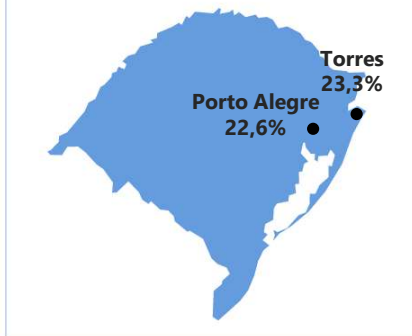
Frequência de visita (%)



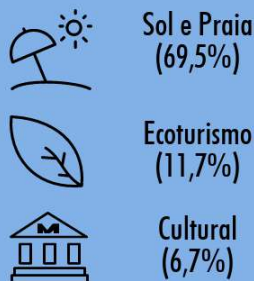
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



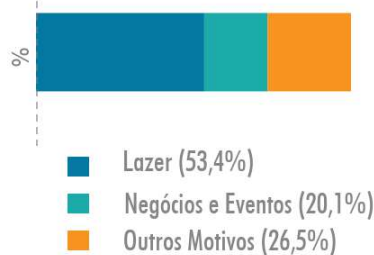
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
 Lazer - 4,6

Gasto Médio no Brasil
 Lazer - USD 50,59

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

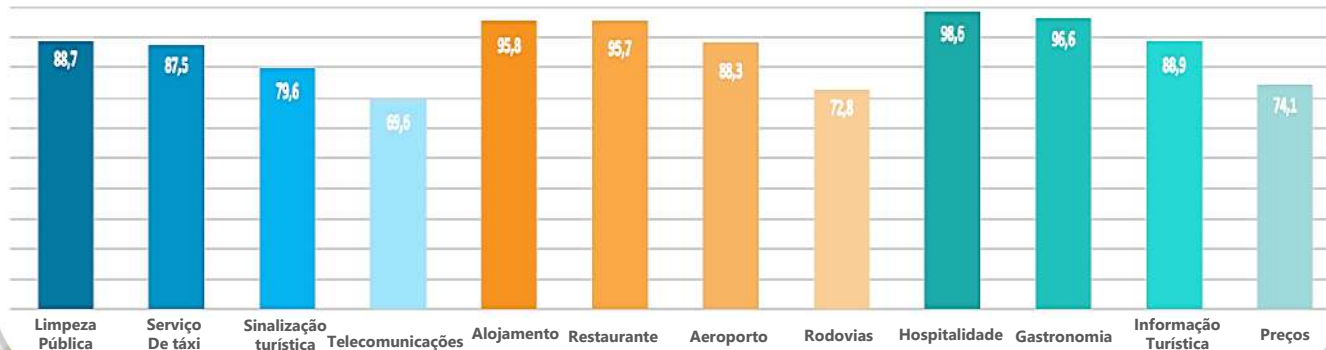
Argentina (44,0%)
 Uruguai (16,7%)
 Estados Unidos (6,7%)

Organização da viagem



Internet (42,6%)
 Amigos e Parentes (32,4%)
 Viagem Corporativa (15,1%)

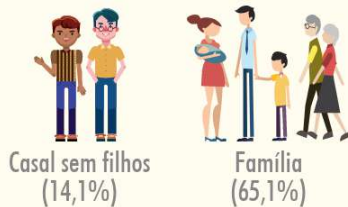
Avaliação positiva da viagem (%)



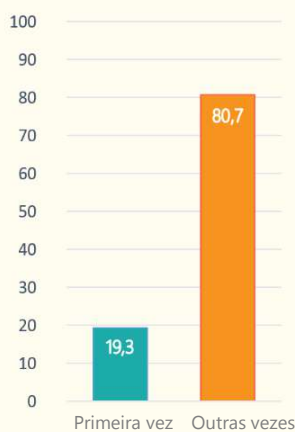
SANTA CATARINA

Estudo da Demanda Turística Internacional 2012 - 2016

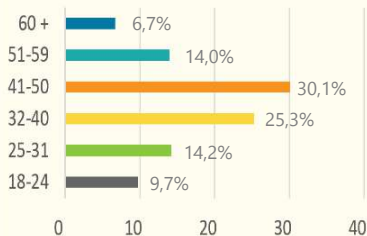
Composição do grupo turístico



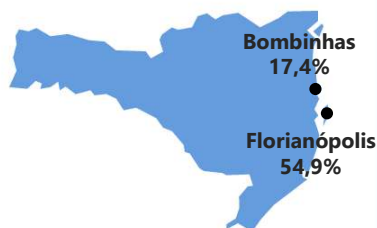
Frequência de visita (%)



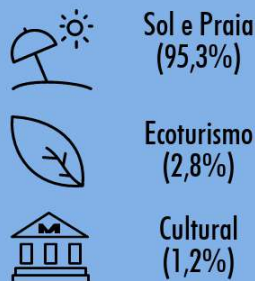
Grupo de idade (%)



Principais destinos de lazer do estado



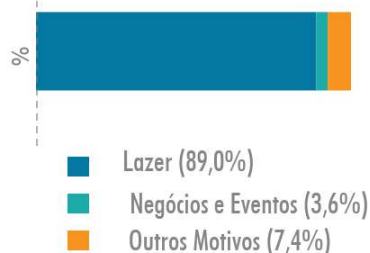
Principais motivos da viagem a lazer ao Brasil



Permanência Média (pernoite)
Lazer - 10,3

Gasto Médio no Brasil
Lazer - USD 54,03

Motivo de viagem ao Brasil



Principais mercados emissores

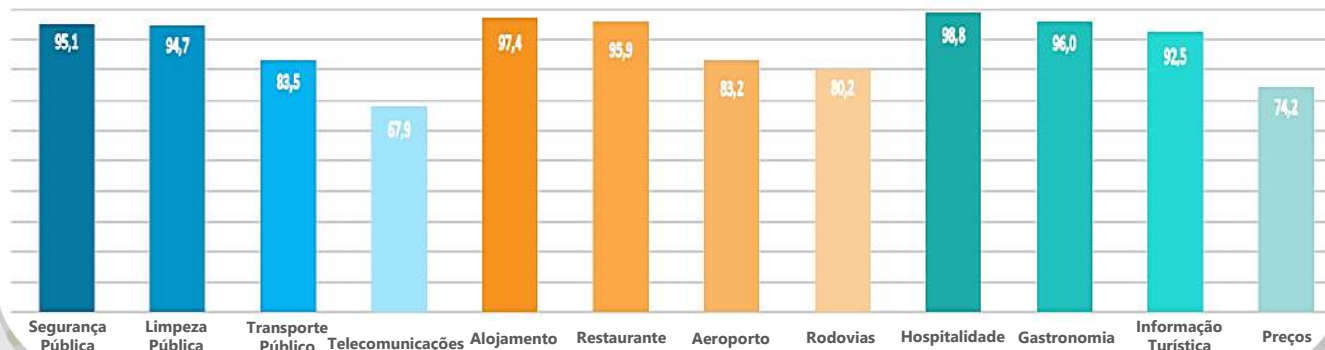
Argentina (68,8%)
Uruguai (10,0%)
Paraguai (6,5%)

Organização da viagem



Internet (50,0%)
Amigos e Parentes (38,0%)
Agência de Viagens (4,0%)

Avaliação positiva da viagem (%)





MINISTÉRIO DO
TURISMO

