







## Roteiro



- I. Metodologia**
- II. Segmentação do mercado**
- III. Caracterização dos entrevistados**
- IV. Percepções sobre o turismo no Brasil**
- V. Hábitos e comportamentos sobre turismo**
- VI. Prioridade de investimento pessoal**
- VII. A última viagem ao Brasil (clientes atuais)**
- VIII. A próxima viagem ao Brasil (clientes potenciais)**



## I. Metodologia



## Metodologia



- Pesquisa quantitativa realizada entre os dias 19 e 21 de dezembro de 2007, no estado de São Paulo e principais cidades emissoras de turismo doméstico.
- **Objetivos:** Mapear os hábitos de consumo de turismo dos brasileiros, detendo principais opiniões sobre serviços e produtos turísticos.
- **População pesquisada:** Turistas brasileiros maiores de 18 anos, das classes sociais A, B, C e D, residentes em São Paulo (capital, grande São Paulo e Interior), e nas cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Salvador e Recife, com os seguintes perfis:
  - **Clientes Atuais:** consumidores que compraram serviços de turismo em pacotes ou em partes nos últimos dois anos;
  - **Clientes potenciais:** consumidores que podem vir a comprar serviços e produtos turísticos em pacote ou em partes nos próximos dois anos.
- **Amostra:** estratificada por cotas, com o total de 2.420 entrevistas assim distribuídas:
  - 1.376 entrevistas para o mercado emissor do estado de São Paulo.
  - 1.044 entrevistas com resultados representativos para o conjunto dos mercados emissores do Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Salvador e Recife.
- Margem de erro de mais ou menos 2,0 pontos percentuais, em um intervalo de confiança de 95%.



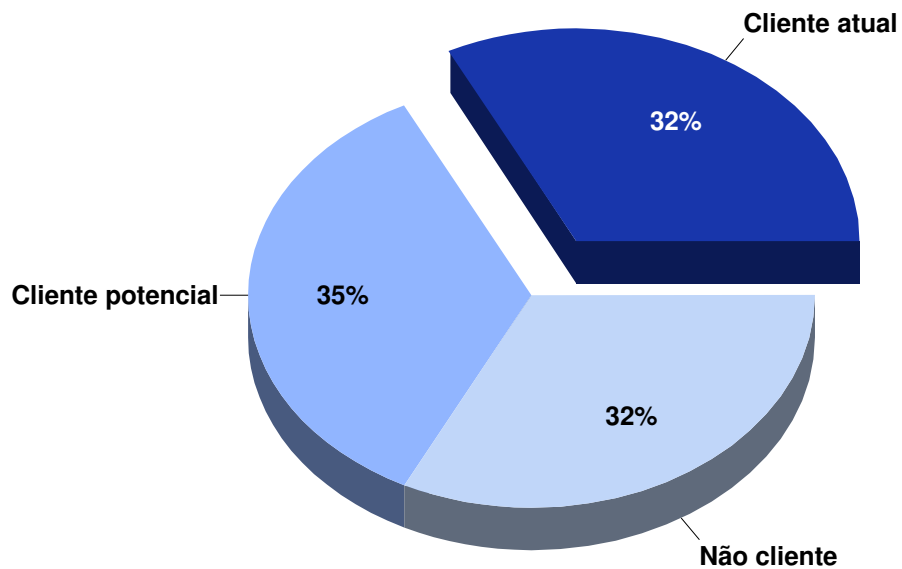


## II. Segmentação do mercado turístico interno





## Segmentação do mercado



Base: 3.583

Cliente atual	Viajaram nos últimos 2 anos no Brasil
Cliente potencial	Pretendem viajar nos próximos 2 anos
Não cliente	Não viajaram nem pretendem viajar próximos 2 anos



## Segmentação do mercado: perfil sócio-demográfico



%	TOTAL	Cliente atual	Cliente potencial	Não cliente
<b>Masculino</b>	42	51	43	31
<b>Feminino</b>	58	49	57	69
<b>18 a 24 anos</b>	16	18	19	13
<b>25 a 34 anos</b>	23	25	26	19
<b>35 a 44 anos</b>	21	22	23	19
<b>45 a 59 anos</b>	24	21	22	27
<b>60 anos ou mais</b>	15	14	10	22
<b>Até o ensino fundamental</b>	18	14	21	-
<b>Ensino médio</b>	39	30	46	-
<b>Ensino superior ou mais</b>	43	55	32	-
<b>NR</b>	0	0	0	-
<b>Mais de 1 a 3 SM</b>	40	21	36	63
<b>Mais de 3 a 5 SM</b>	22	20	27	19
<b>Mais de 5 a 10 SM</b>	20	28	21	11
<b>Mais de 10 SM</b>	18	31	15	7
<b>PEA</b>	66	73	71	53
<b>Não PEA</b>	34	27	29	47
<b>Classe A/B</b>	38	59	37	18
<b>Classe C</b>	22	20	27	19
<b>Classe D</b>	40	21	36	63
<b>BASE</b>	<b>3.583</b>	<b>1.163</b>	<b>1.257</b>	<b>1.163</b>



# Razões espontâneas de exclusão do turismo interno



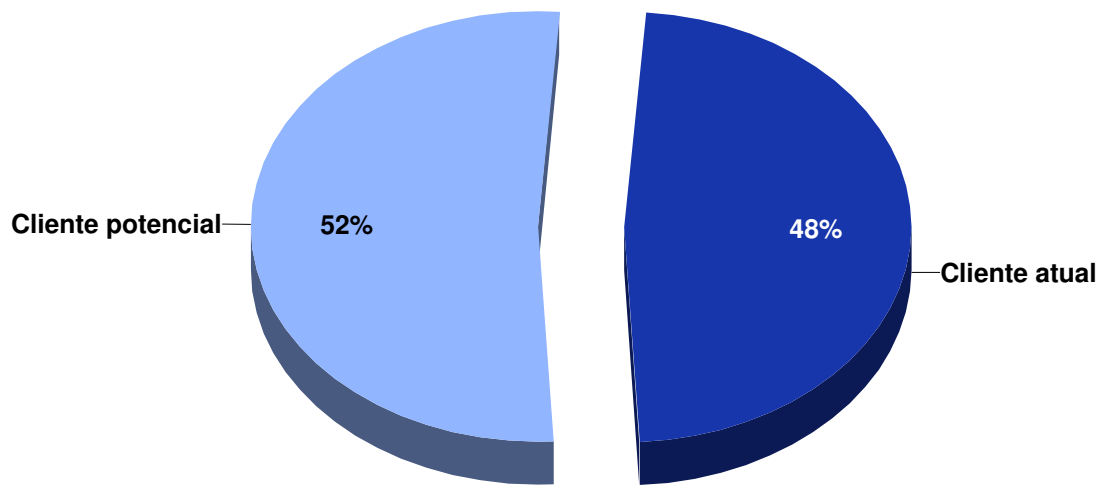
	Não clientes
Não tenho dinheiro/tenho dívidas	66%
Não gosta/não tem interesse em viajar	20%
Está juntando dinheiro para compra um bem, não pode gastar em viagens	5%
Quer viajar para o exterior/fora do Brasil	4%
Problema de saúde	2%
Outros motivos	1%
NS/NR	2%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>

Base: Entrevistados que não viajaram nem pretendem viajar nos próximos dois anos





## Distribuição dos turistas por mercado emissor



Base: 2.420

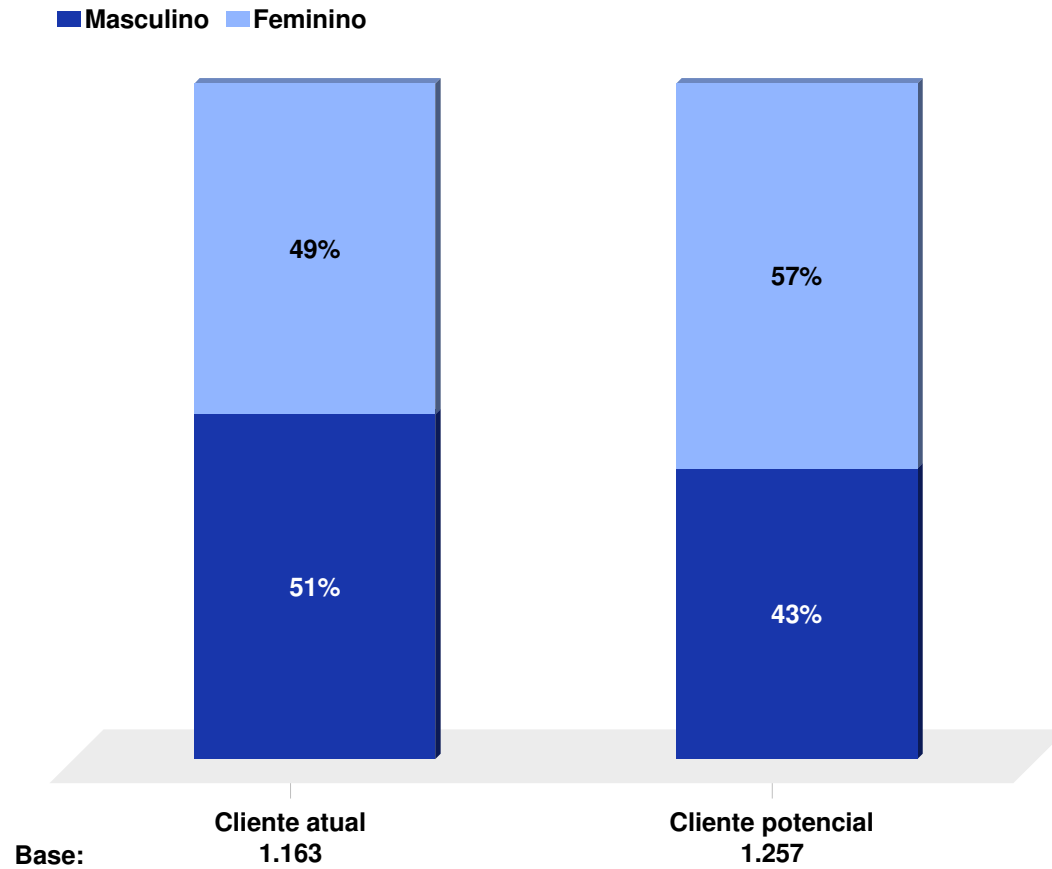


### III. Caracterização dos entrevistados





# Gênero

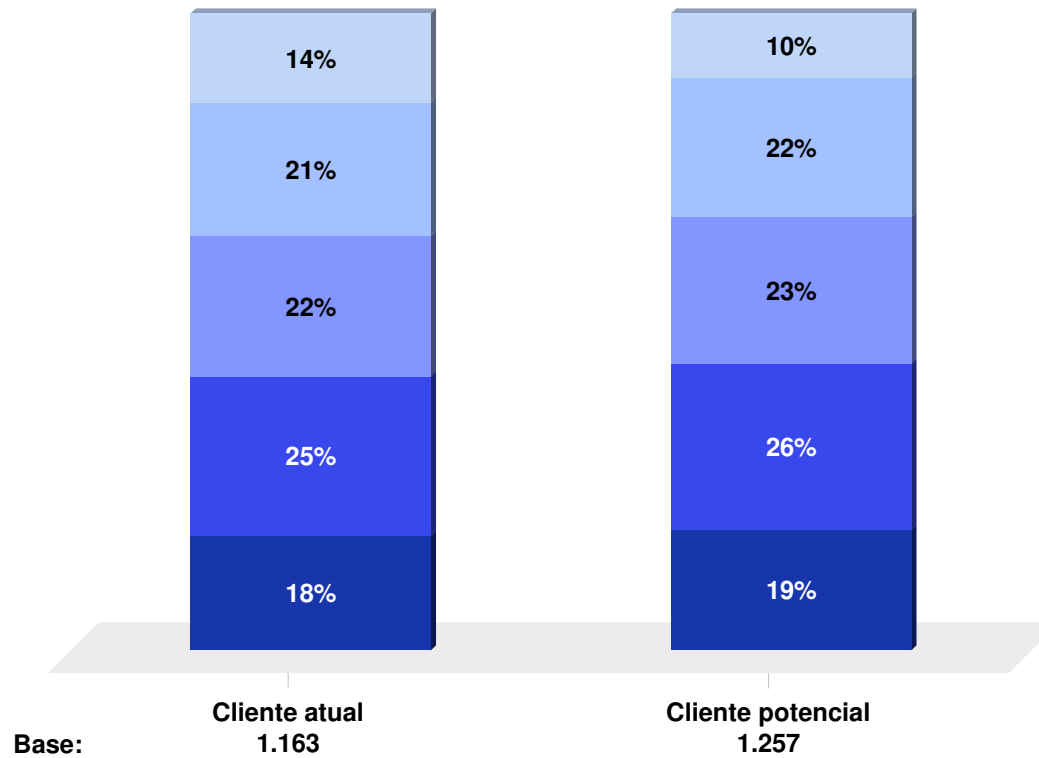




# Idade



■ 18 a 24 anos ■ 25 a 34 anos ■ 35 a 44 anos ■ 45 a 59 anos ■ 60 anos ou mais



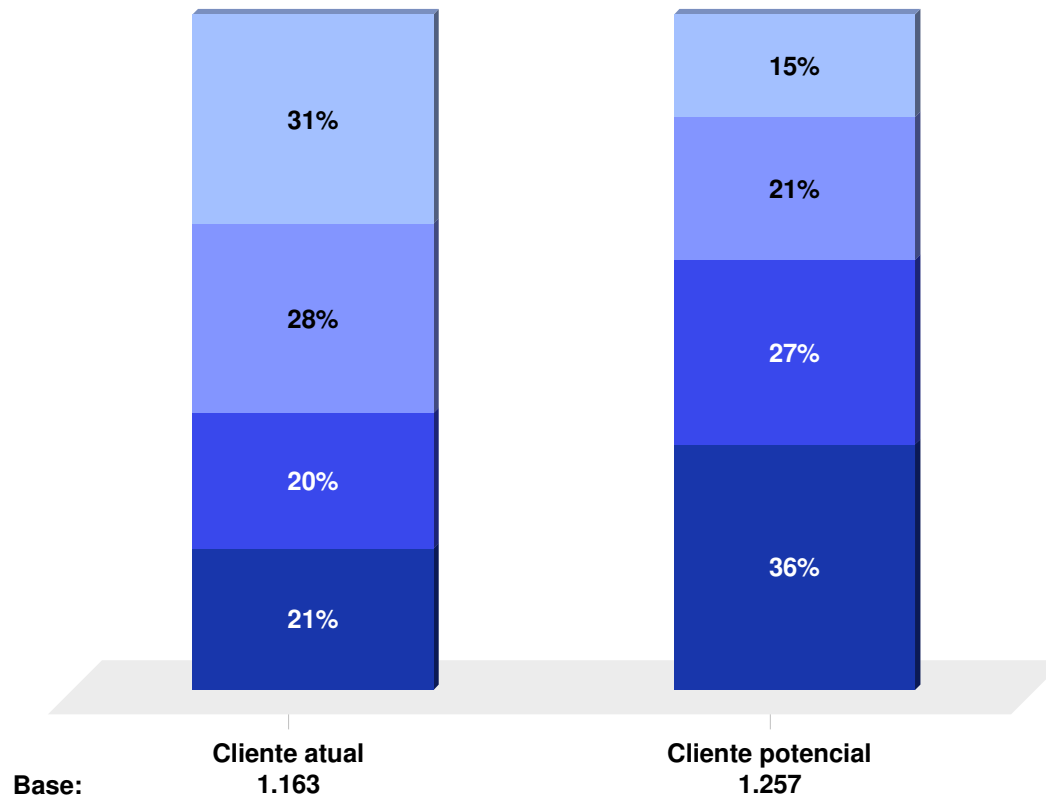




## Renda familiar



■ Mais de 1 a 3 SM ■ Mais de 3 a 5 SM ■ Mais de 5 a 10 SM ■ Mais de 10 SM

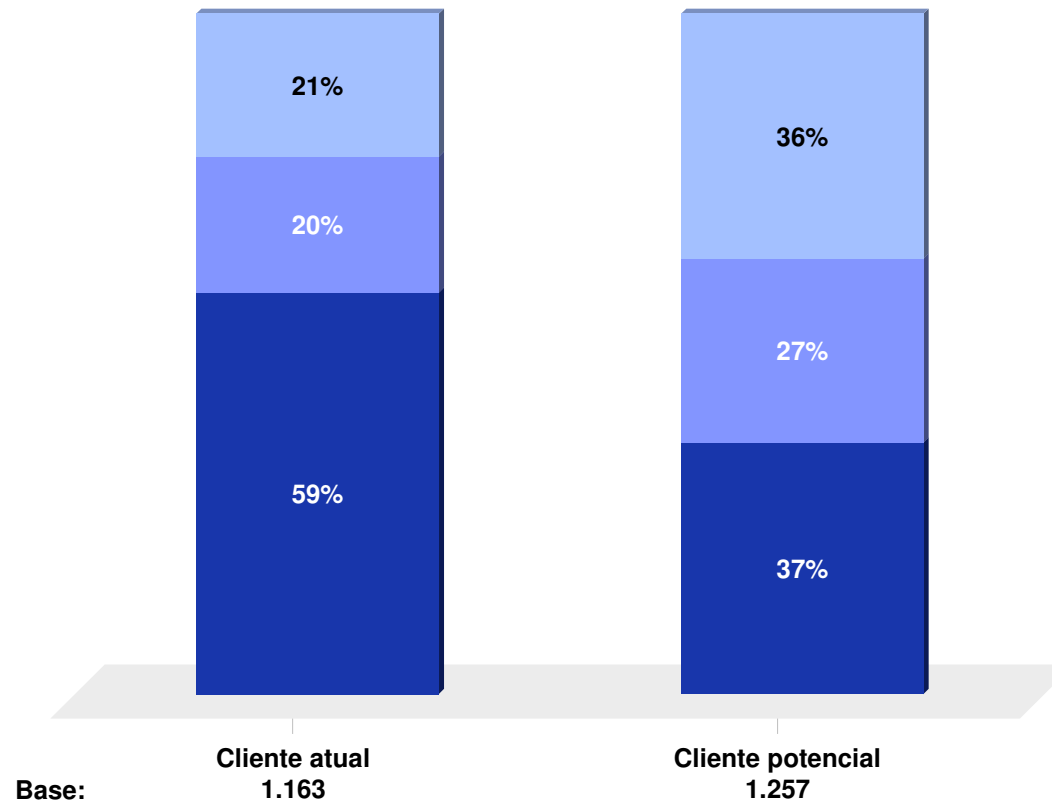




## Classe social



■ Classe A/B ■ Classe C ■ Classe D







## Situação de trabalho



	Cliente atual	Cliente potencial
Trab.em emprego c/cart.assinada ou é func.público estat.	39%	38%
Trabalhando em emprego sem carteira assinada	12%	14%
Trabalhando como autônomo ou é prof. liberal	14%	11%
Empregador	5%	2%
Está desempregado há menos de 1 ano	4%	7%
Está desempregado há mais de 1 ano	3%	5%
É estudante, aposentado ou dona-de-casa	23%	24%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>	<b>1.257</b>





## IV. Percepções sobre o turismo no Brasil





## Percepções espontâneas sobre o turismo no Brasil – 1º citação



	Cliente atual	Cliente potencial
Descanso/tranquilidade	16%	14%
Diversão/entretenimento	15%	16%
Felicidade	12%	10%
Aprendizado/Conhecimento	11%	17%
Cultura	11%	7%
Beleza natural/lugares bonitos	7%	6%
Praia	7%	4%
Saúde	6%	7%
Novas experiências	5%	4%
Dinheiro/despesas	3%	3%
Crescimento pessoal	2%	2%
Novas amizades	2%	3%
Boa infra-estrutura/serviços de qualidade	2%	3%
Namoro	1%	1%
<b>ASSOCIAÇÕES NEGATIVAS</b>		
Violência/insegurança	1%	0%
Caos aéreo	1%	1%
Outras respostas	0%	0%
NS/NR	0%	1%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>	<b>1.257</b>



## Percepções espontâneas sobre o turismo no Brasil (resposta múltipla)



	Cliente atual	Cliente potencial
Descanso/tranquilidade	42%	38%
Aprendizado/Conhecimento	33%	38%
Cultura	32%	28%
Diversão/entretenimento	24%	27%
Felicidade	23%	23%
Novas experiências	18%	16%
Novas amizades	17%	18%
Beleza natural/lugares bonitos	14%	13%
Praia	11%	6%
Saúde	10%	12%
Dinheiro/despesas	7%	6%
Crescimento pessoal	5%	6%
Boa infra-estrutura/serviços de qualidade	5%	8%
Namoro	3%	4%
<b>ASSOCIAÇÕES NEGATIVAS</b>		
Caos aéreo	2%	2%
Violência/insegurança	1%	1%
Outras respostas	1%	1%
NS/NR	0%	1%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>	<b>1.257</b>

Nota: A soma das percentagens é superior a 100% porque a pergunta é de resposta múltipla (o entrevistado poderia dar até 3 respostas)





## V. Hábitos e comportamentos sobre turismo





## Fonte de informação sobre viagens no Brasil (resposta múltipla)



	Cliente atual	Cliente potencial
Internet	60%	48%
Parentes e amigos	52%	52%
Agências de viagens/de turismo	24%	27%
Revistas de turismo	15%	16%
Televisão	14%	17%
Artigos em jornais	12%	14%
Guias turísticos	6%	6%
Rádio	2%	2%
Feiras/eventos/congressos	1%	1%
Outras fontes de informação	0%	1%
NR	1%	2%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>	<b>1.257</b>

Nota: A soma das percentagens é superior a 100% porque a pergunta é de resposta múltipla (o entrevistado poderia dar até 3 respostas)

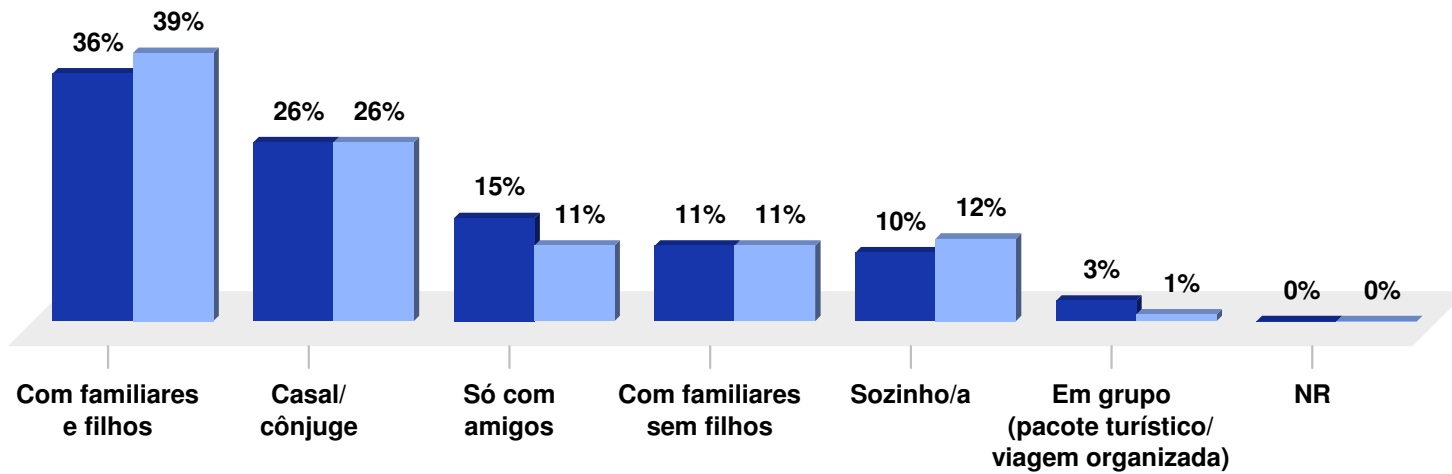




## Com quem costuma viajar



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)

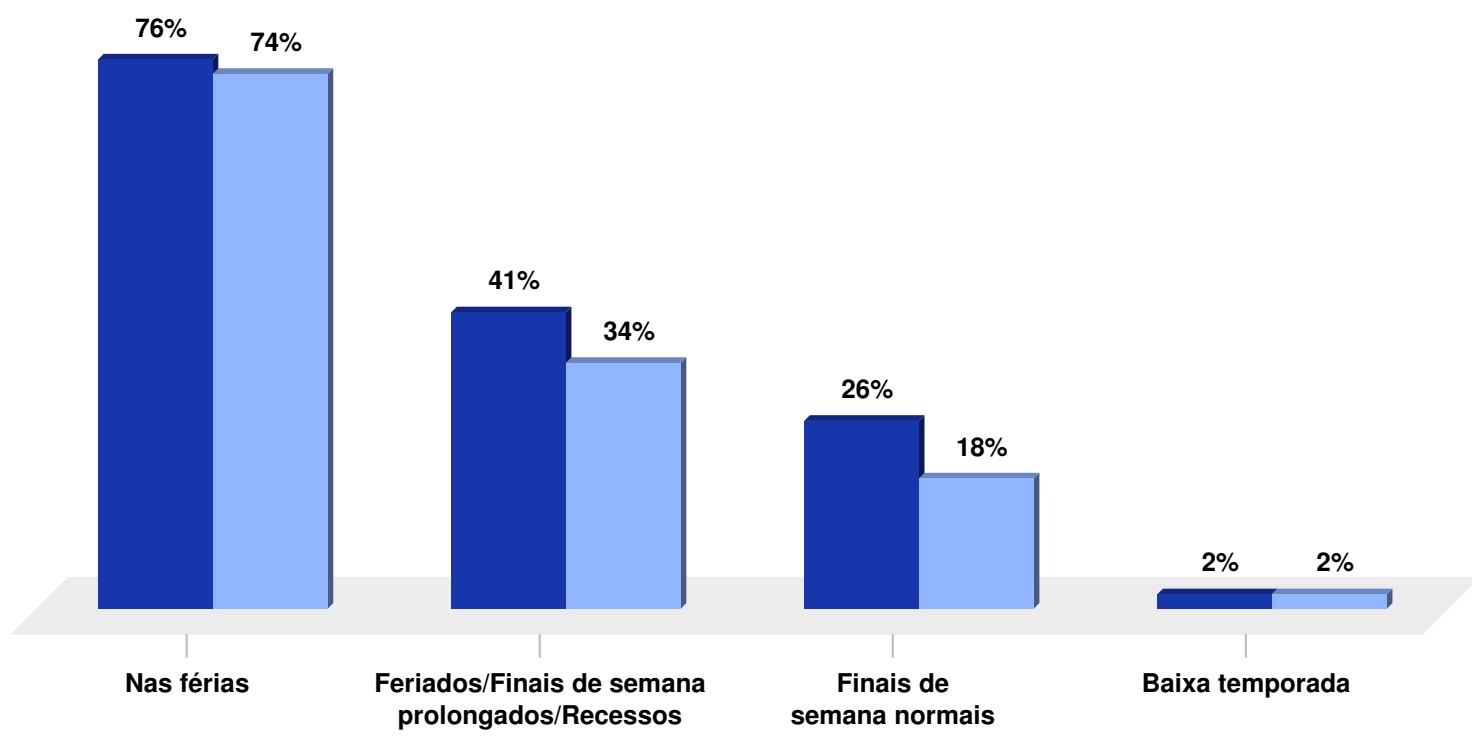




# Quando costuma viajar (% de citou)



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)







## Quanto tempo de antecedência costuma programar a viagem



	Cliente atual	Cliente potencial
<b>Com antecedência</b>	<b>71%</b>	<b>71%</b>
Até 15 dias	8%	11%
De 16 a 30 dias	19%	16%
De 31 a 60 dias	12%	12%
De 61 a 90 dias	9%	6%
De 91 a 180 dias	15%	13%
De 181 a 365 dias	7%	11%
Mais de 365 dias	0%	1%
<b>Sem antecedência</b>	<b>29%</b>	<b>29%</b>
NS/NR	1%	1%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>	<b>1.257</b>



## Quanto tempo de antecedência costuma comprar a viagem



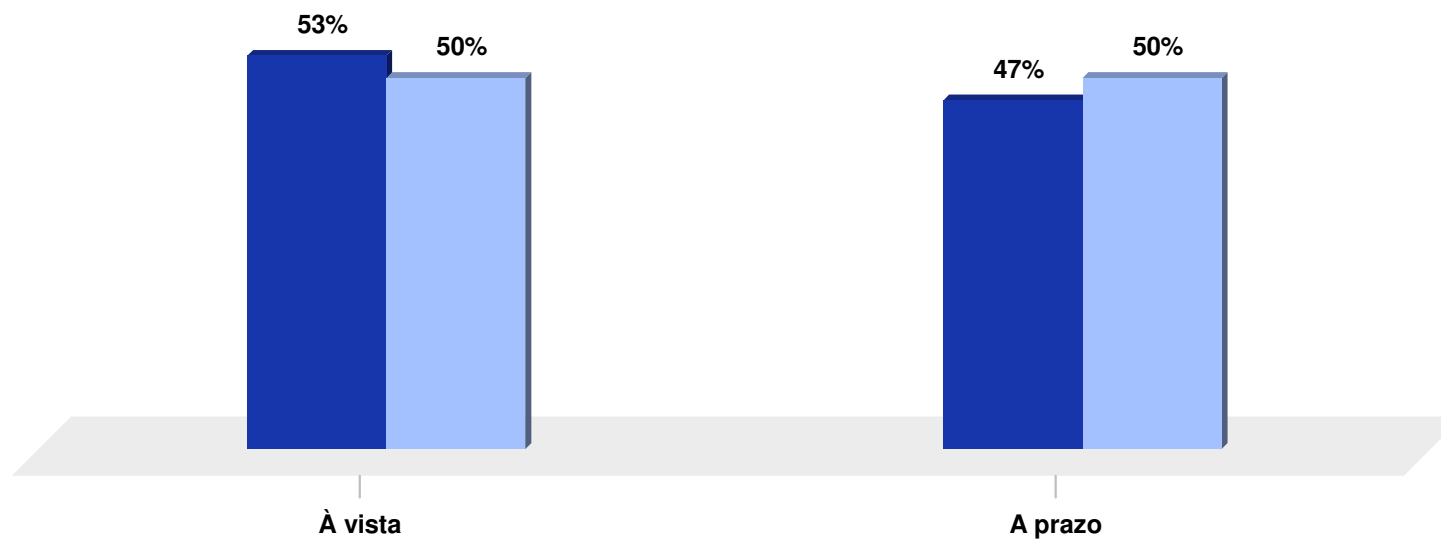
	Cliente atual	Cliente potencial
Até 7 dias	23%	27%
De 8 a 15 dias	16%	10%
De 16 a 30 dias	22%	20%
De 31 a 60 dias	12%	12%
De 61 a 90 dias	7%	6%
De 91 a 180 dias	9%	10%
De 181 a 365 dias	4%	6%
NS/NR	8%	9%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>	<b>1.257</b>



# Pagamento das viagens



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)

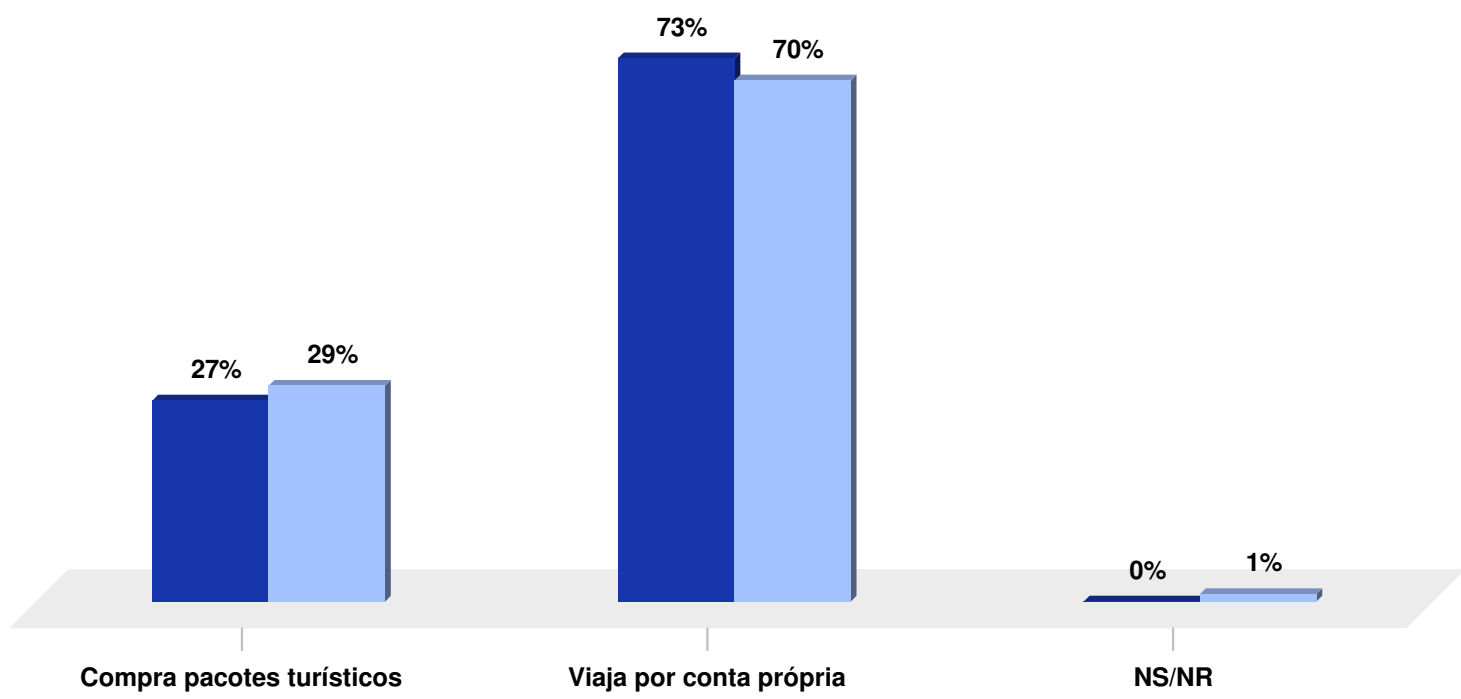




# Viajam por conta própria ou com pacote turístico



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)

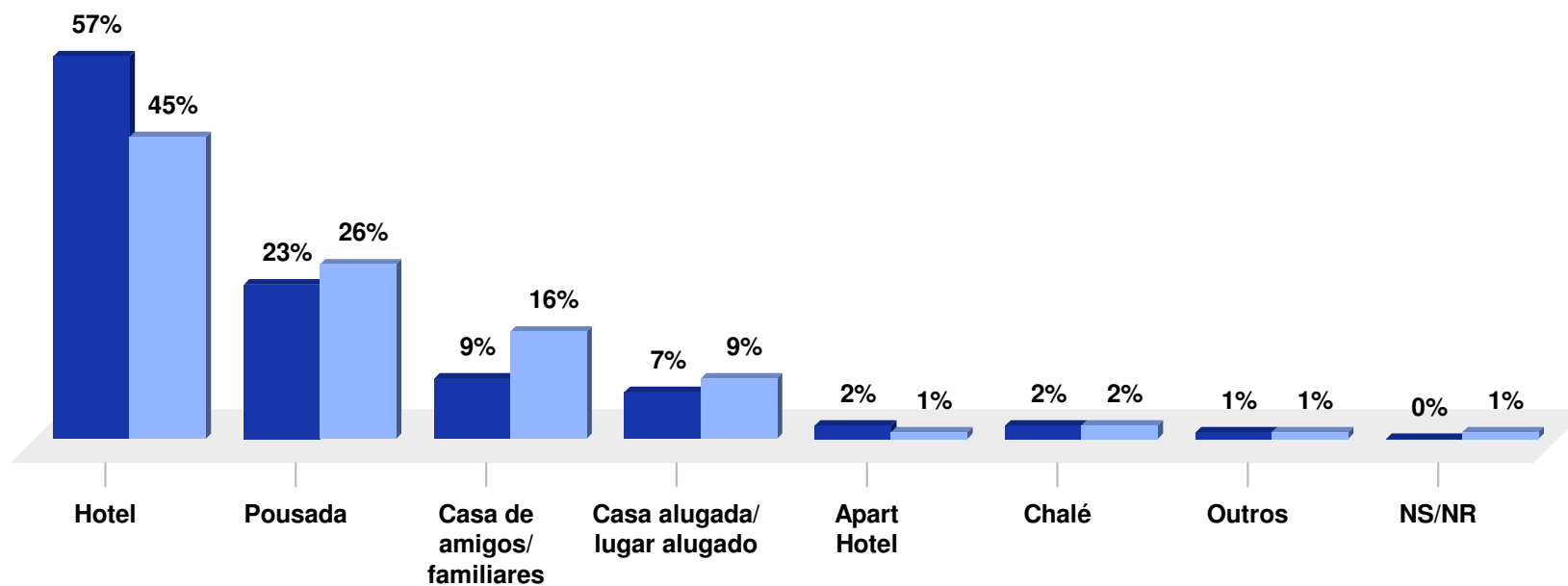




# Hospedagem



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)

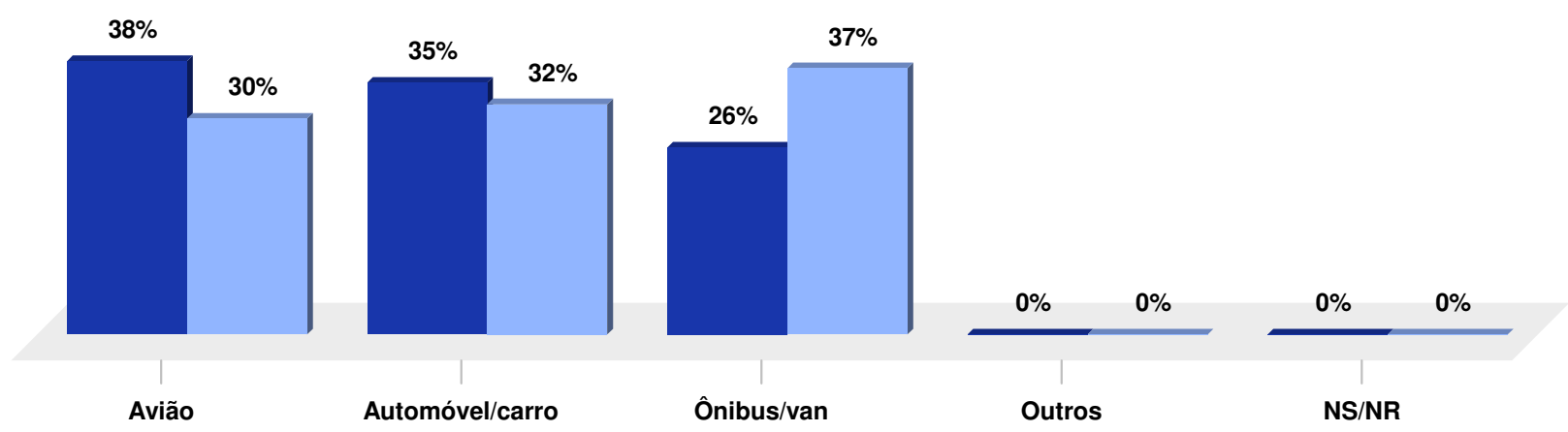




# Transporte que utiliza normalmente



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)



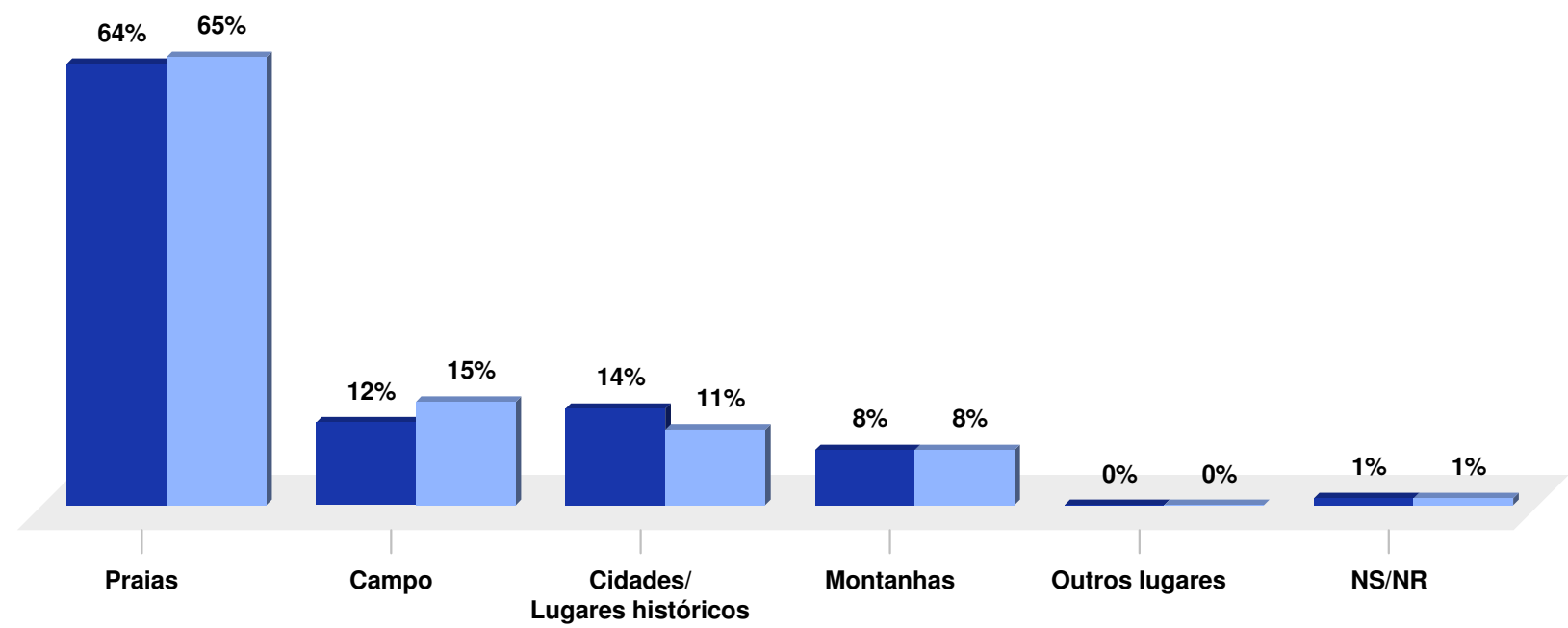




# Roteiros preferidos



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)

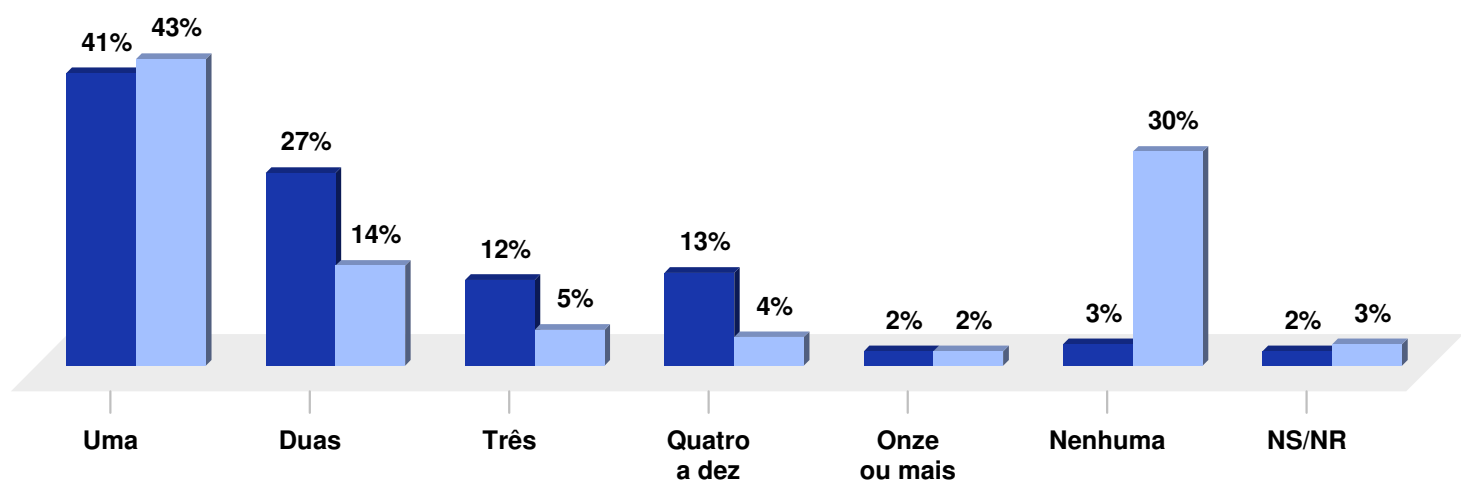




## Quantidade de viagens turísticas realizadas por ano no Brasil



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)







# Duração das viagens no Brasil



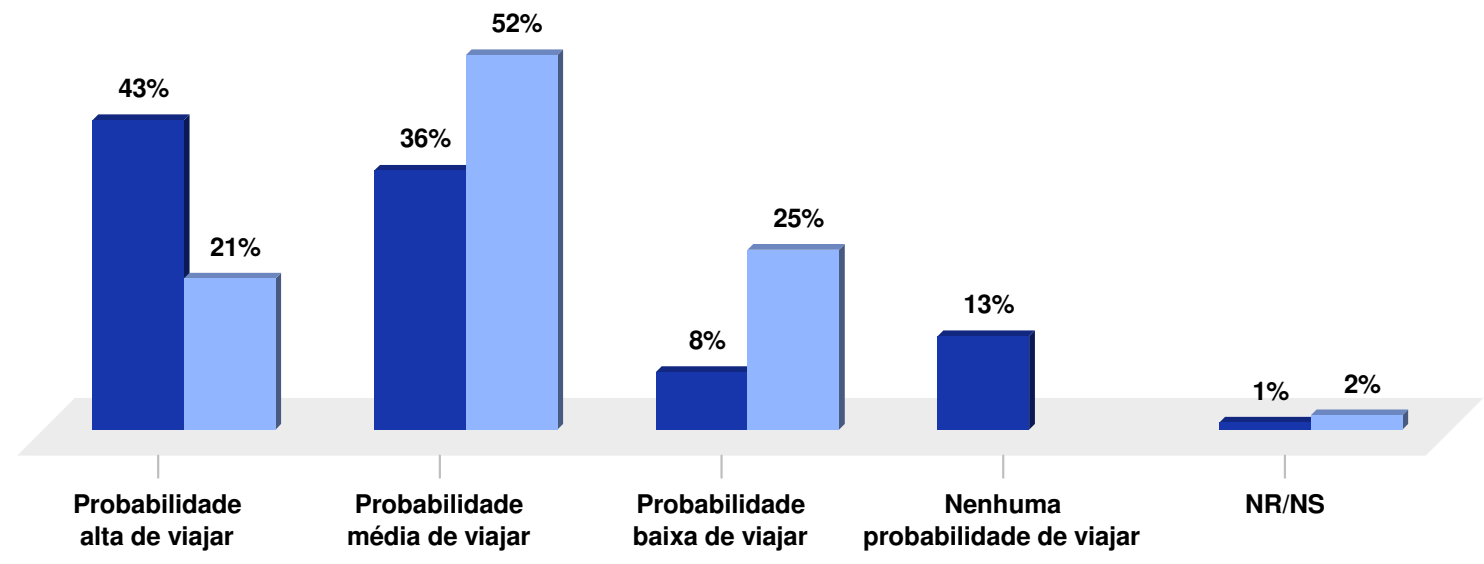
	Cliente atual	Cliente potencial
Até uma semana	60%	50%
De 1 a 3 dias	10%	8%
De 4 a 7 dias	50%	42%
De uma a duas semanas	30%	31%
De 8 a 10 dias	16%	12%
De 11 a 15 dias	14%	19%
De duas a quatro semanas	8%	12%
De 16 a 21 dias	4%	6%
De 22 a 30 dias	5%	6%
De um a dois meses	1%	0%
NS/NR	1%	7%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>	<b>1.257</b>



# Probabilidade de viajar dentro do Brasil nos próximos dois anos



■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)



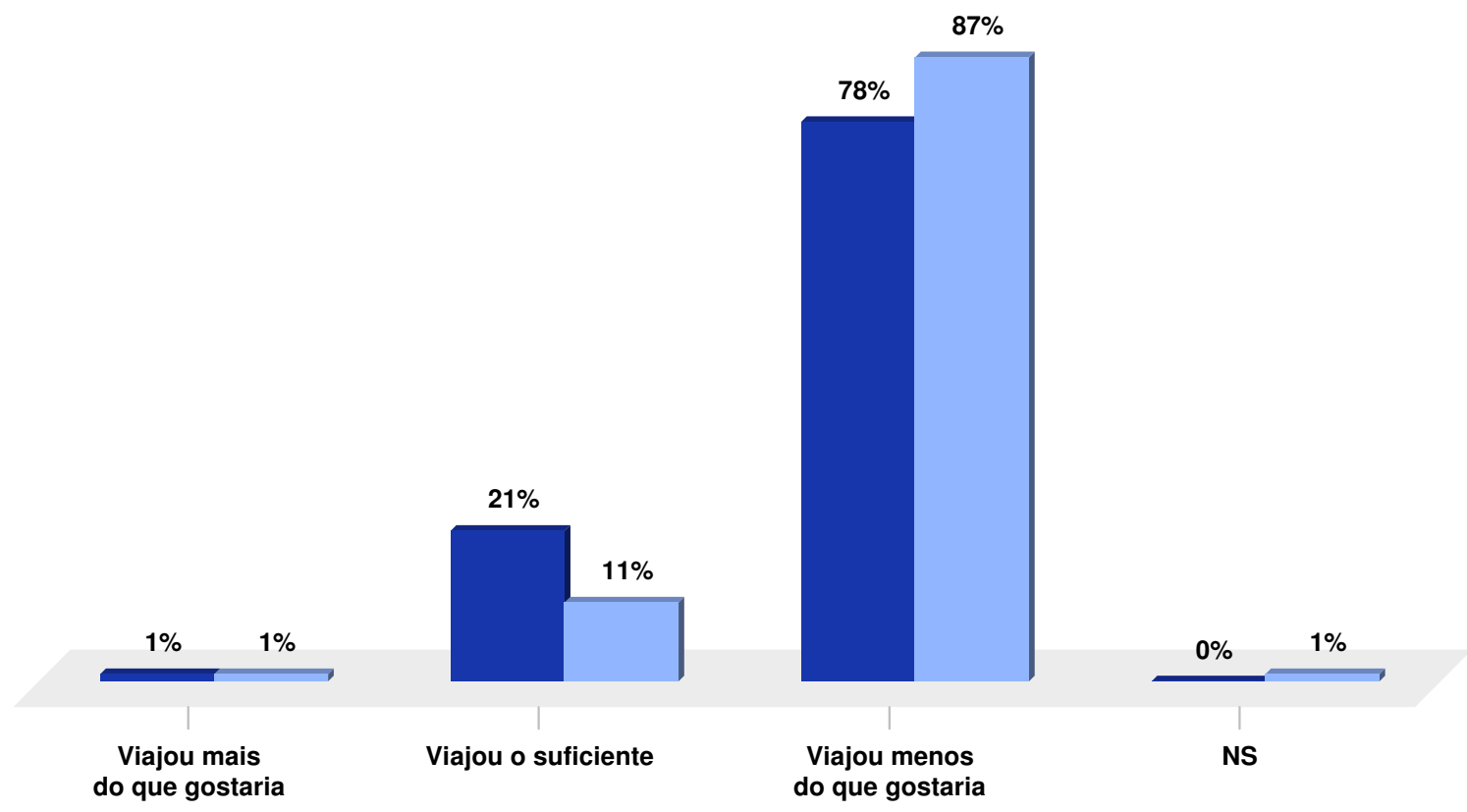




# Viajaram ou não o suficiente

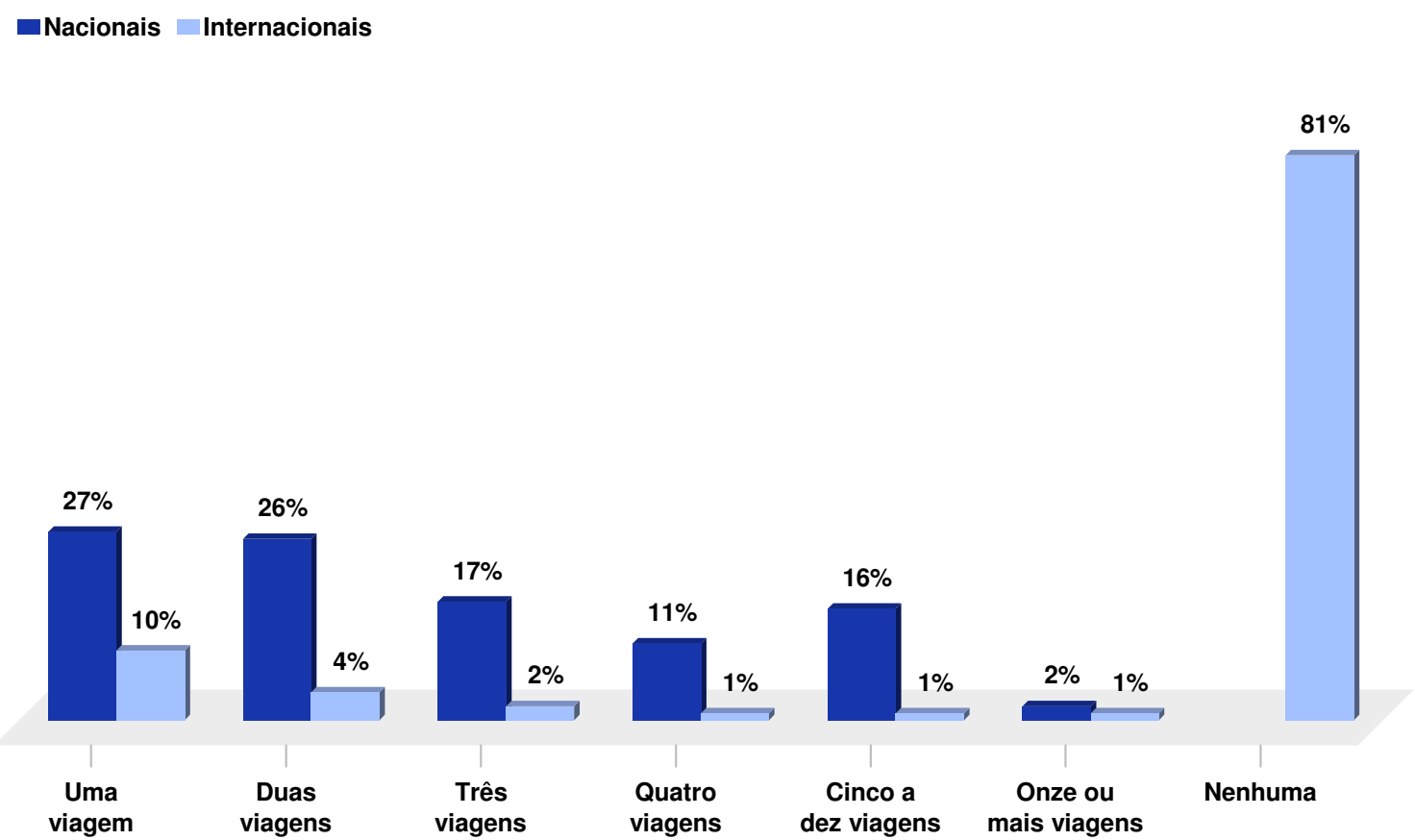


■ Cliente atual (Base: 1.163) ■ Cliente potencial (Base: 1.257)





# Viagens realizadas nos últimos dois anos – clientes atuais







## VI. Prioridades de investimento pessoal





## Prioridades de investimento pessoal



	Cliente atual	Cliente potencial
Investir em seus estudos ou de familiares	5,33	5,35
Investir em moradia própria	4,63	5,08
Poupar dinheiro, pensando no futuro	4,26	4,14
Fazer uma viagem	3,88	3,58
Investir em negócio próprio	3,70	3,68
Investir em um carro	3,39	3,57
Comprar algum bem durável	2,89	2,63

A média varia de 1 a 7



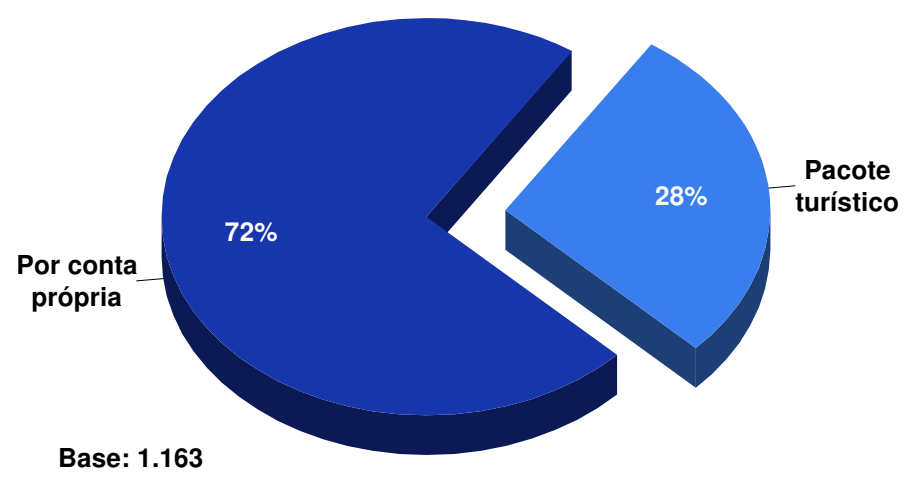


## VII. A última viagem ao Brasil Clientes Atuais





# Viajou por conta própria ou com pacote turístico

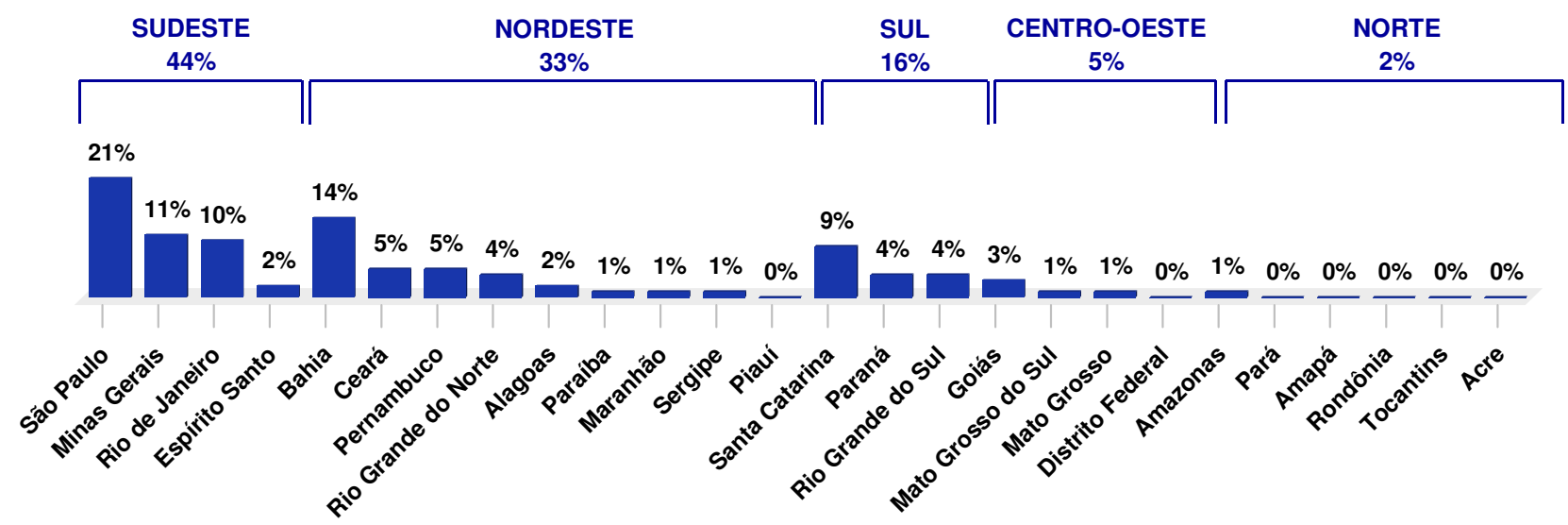


Forma de negociação da viagem	
%	Cliente atual
Via agência de turismo	39%
Via agência de turismo, indo pessoalmente	31%
Via agência de turismo, através de telefone	7%
Diretamente com hotéis/empresas de transporte	59%
Diretamente c/hotéis/empr.de transporte,através de telefone	33%
Diretamente com hotéis/empresa de transporte,via internet	20%
Diretamente com hotéis/empr. de transp.,indo pessoalmente	6%
NS/NR	2%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>





# Destino turístico



Base: 1.163



## Principal motivo da escolha do destino turístico



	Cliente atual
Praia	31%
Beleza natural	29%
História/arte/cultura	10%
Estilo de vida do lugar	7%
Observação da natureza, animais, pássaros	6%
Povo	4%
Festa popular	4%
Rever amigos/família	3%
Lazer/diversão	2%
Esportes	1%
Gastronomia	0%
Outras respostas	2%
NS/NR	1%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>





## Aspecto mais marcante do destino turístico (resposta múltipla)



	Cliente atual
Beleza natural	45%
Praia	32%
Estilo de vida do lugar	14%
Povo	13%
História/arte/cultura	13%
Observação da natureza, animais, pássaros	10%
Gastronomia	7%
Festa popular	6%
Lazer/diversão	3%
Esportes	2%
Boa infra-estrutura	2%
Rever amigos/família	1%
Outras respostas	1%
NS/NR	1%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>

Nota: A soma das percentagens é superior a 100% porque a pergunta é de resposta múltipla (o entrevistado poderia dar até 2 respostas)



## O que faltou (resposta múltipla)



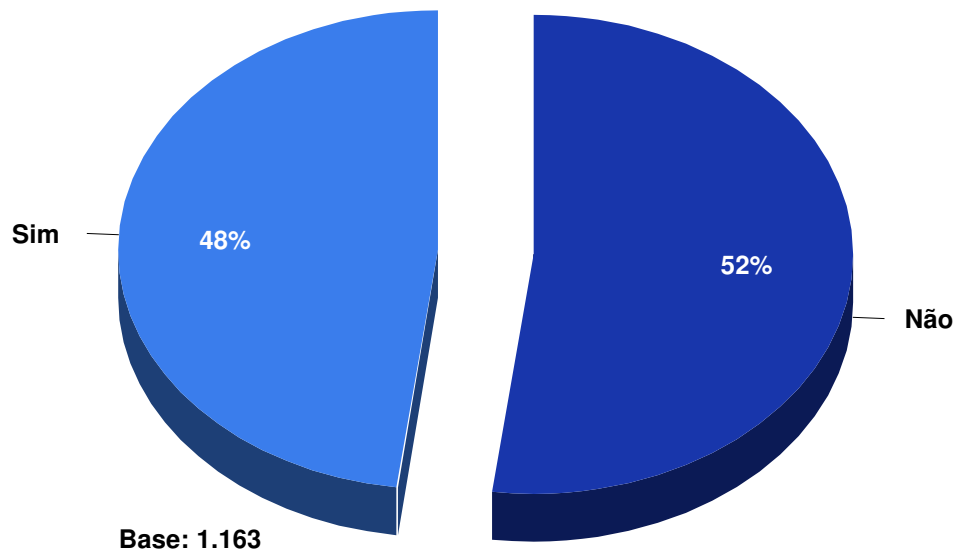
	Cliente atual
Infra-estrutura em geral	8%
Segurança/polícia	5%
Informações/suporte ao turista	5%
Restaurantes/comida de qualidade	4%
Transporte	4%
Hotéis/acomodações confortáveis	3%
Shoppings/locais para fazer compras	3%
Lazer/eventos	2%
Atendimento de qualidade	2%
Saneamento básico	2%
Pontos turísticos	2%
Assistência médica	1%
Não sentiu falta de nada	47%
NS/NR	19%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>

Nota: A soma das percentagens é superior a 100% porque a pergunta é de resposta múltipla (o entrevistado poderia dar até 2 respostas)



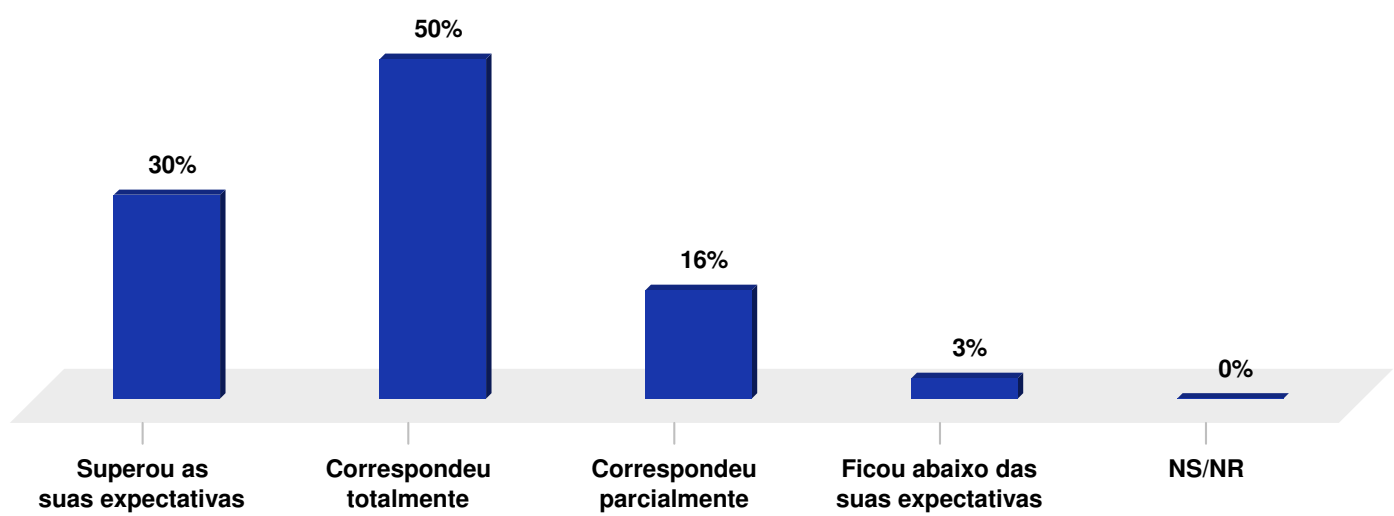


## Primeira visita ao lugar?





# Expectativas



Base: 1.163



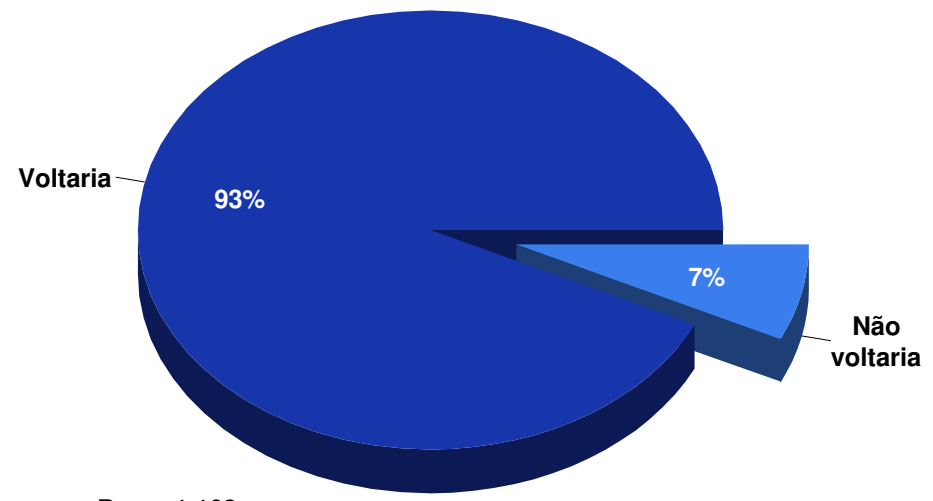


# Intenção de voltar e recomendação do lugar

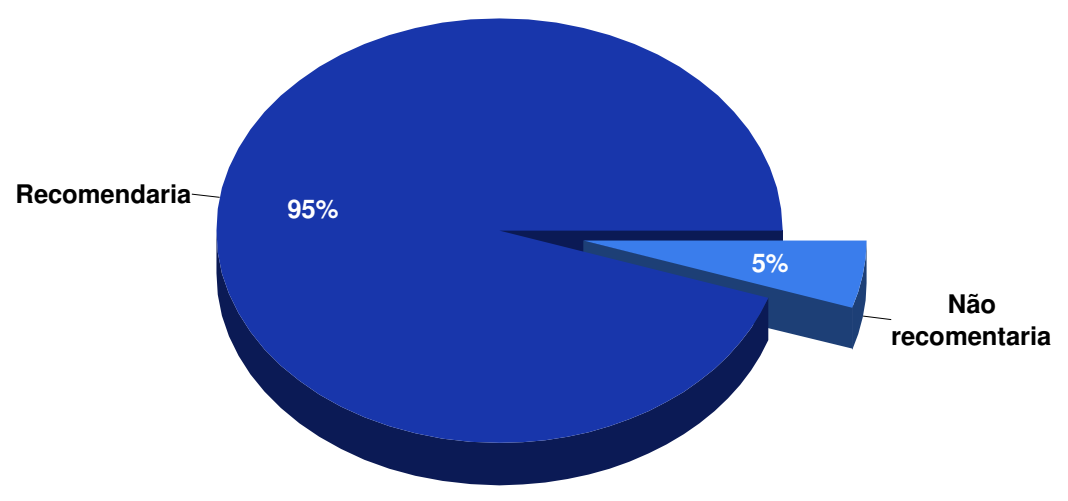


Você voltaria a este lugar?

Você recomendaria ou recomendou este lugar para alguém?



Base: 1.163



Base: 1.163



## Atividades realizadas



Cliente atual	1ª Citação	Soma
Passeios para conhecer pontos turísticos	40%	72%
Atividade de lazer/diversão	22%	41%
Atividades esportivas	11%	26%
Atividades culturais	8%	35%
Conhecer a gastronomia da região	7%	36%
Ir à praia/tomar sol	6%	11%
Descansar/ficar na piscina	2%	6%
Visitar parques temáticos	2%	9%
Fazer compras	1%	5%
Conhecer gente/fazer amigos	0%	1%
Rever amigos/família	0%	2%
Curtir a natureza		1%
Outras respostas	0%	1%
NS/NR	0%	0%
<b>BASE</b>	<b>1.163</b>	<b>1.163</b>

Nota: A soma das percentagens é superior a 100% porque a pergunta é de resposta múltipla (o entrevistado poderia dar até 3 respostas)





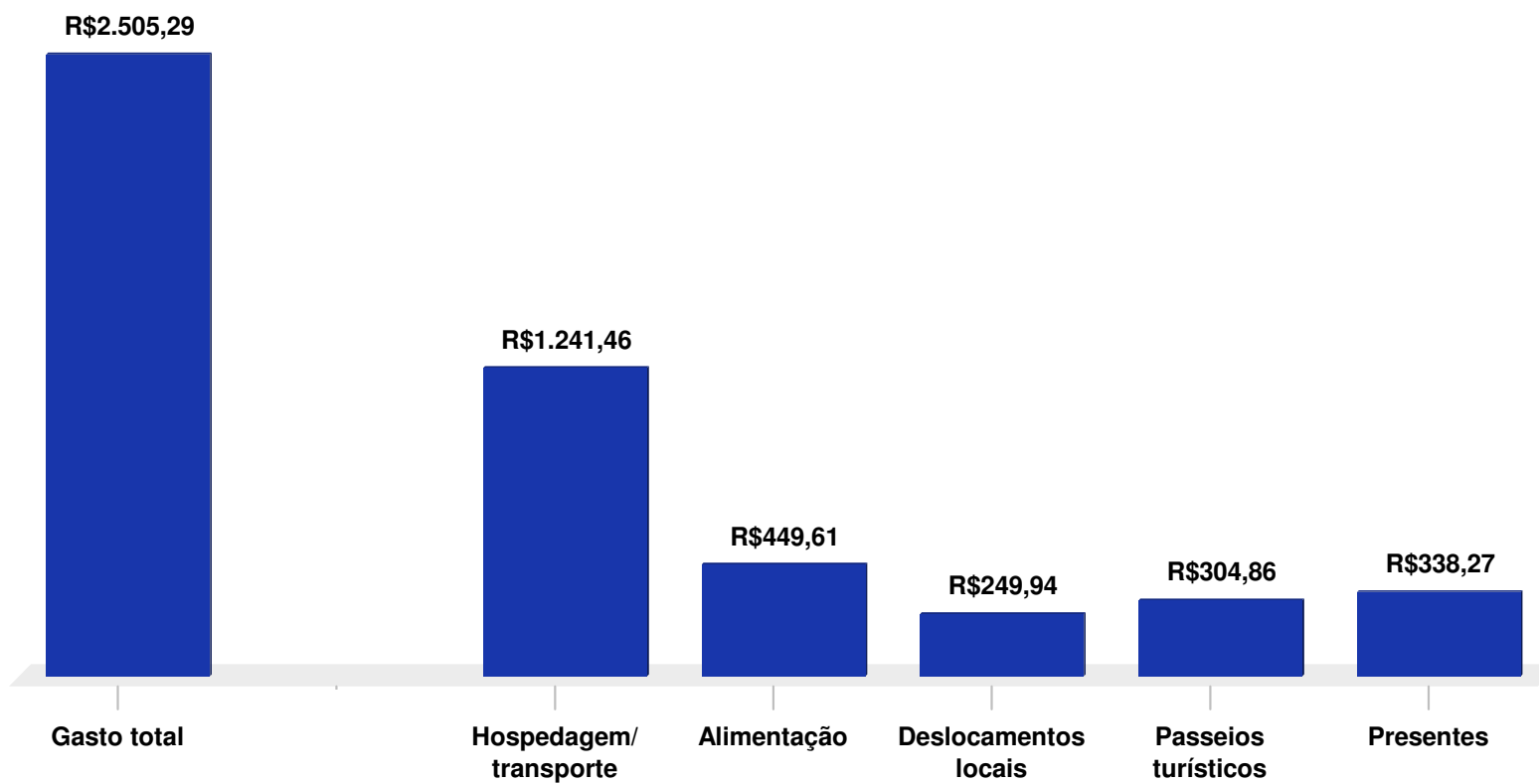
## Avaliação da infra-estrutura



■ Positiva ■ Regular ■ Negativa ■ Não utilizou ■ NS/NR

%	Cliente atual				
Hotéis/pousadas	84	12	4		
A rede de restaurantes	84	12	2		
A segurança para os turistas	67	25	8	1	
As opções de lazer	86	12	1		
Meios de transportes locais	57	17	6	15	5
BASE	1.163				

## Gastos médios realizados





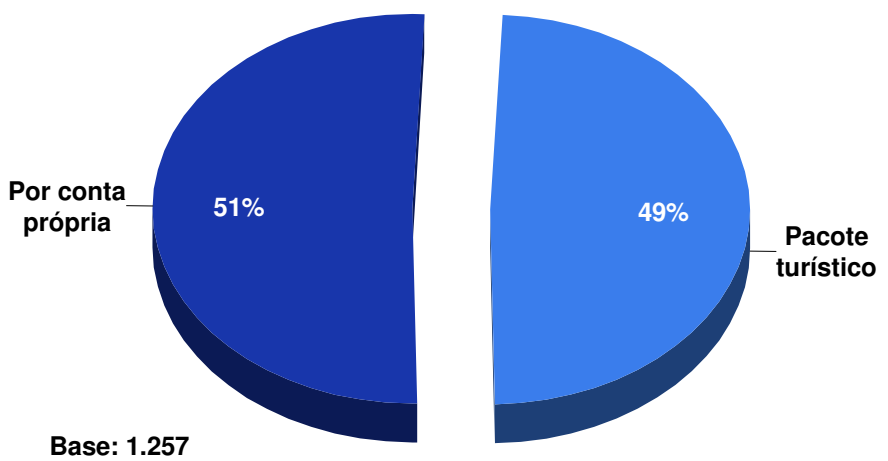


## VIII. A próxima viagem ao Brasil Clientes Potenciais





# Viajará por conta própria ou com pacote turístico

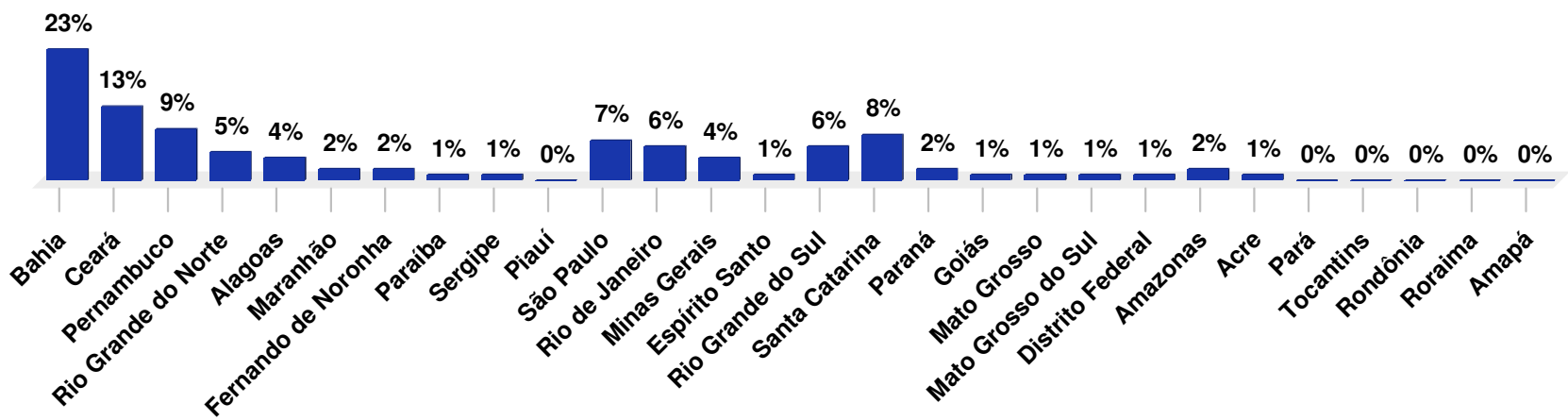


Forma de negociação da viagem	
%	Cliente potencial
Via agência de turismo	62%
Via agência de turismo, indo pessoalmente	54%
Via agência de turismo, através de telefone	9%
Diretamente com hotéis/empresas de transporte	35%
Diretamente c/hotéis/empr.de transporte,através de telefone	17%
Diretamente com hotéis/empresa de transporte,via internet	16%
Diretamente com hotéis/empr. de transp.,indo pessoalmente	2%
NS/NR	3%
<b>BASE</b>	<b>1.257</b>





# Destino turístico pretendido



Base: 1.257



## Principal motivo da escolha do Estado

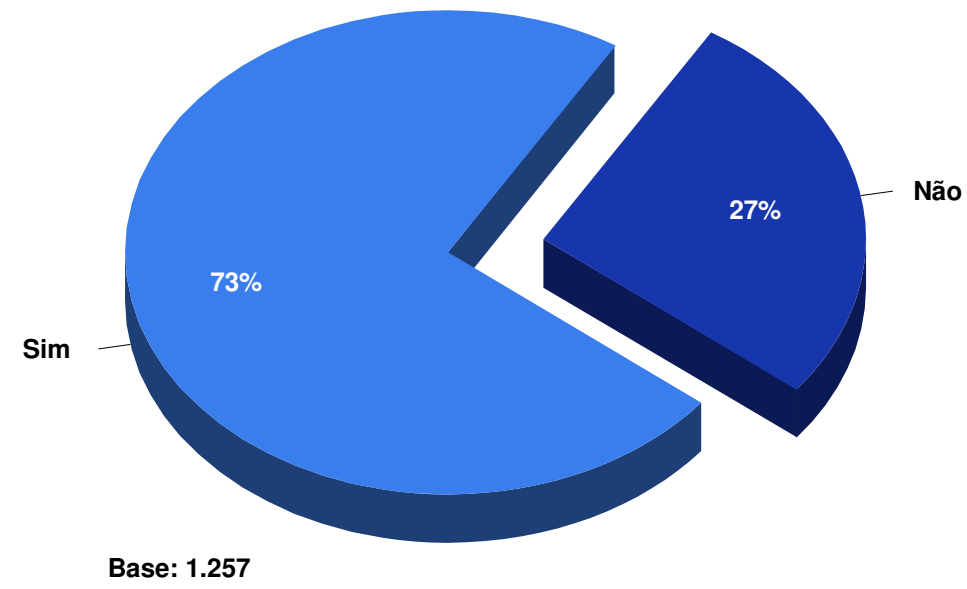


	Cliente Potencial
Praia	37%
Beleza natural	33%
História/arte/cultura	7%
Estilo de vida do lugar	7%
Povo	4%
Observação da natureza, animais, pássaros	4%
Rever amigos/família	3%
Festa popular	2%
Lazer/diversão	1%
Gastronomia	1%
Esportes	0%
Outras respostas	1%
NS/NR	1%
<b>BASE</b>	<b>1.257</b>





# Primeira vez que visitará o lugar?





## Atividades pretendidas durante a viagem



Cliente potencial	1ª Citação	Soma
Passeios para conhecer pontos turísticos	49%	79%
Atividade de lazer/diversão	18%	37%
Ir à praia/tomar sol	7%	14%
Atividades culturais	7%	31%
Conhecer a gastronomia da região	5%	35%
Atividades esportivas	4%	16%
Rever amigos/família	3%	4%
Descansar/ficar na piscina	2%	5%
Visitar parques temáticos	2%	10%
Fazer compras	1%	3%
Conhecer gente/fazer amigos	0%	1%
Curtir a natureza	0%	1%
Outras respostas	0%	0%
NS/NR	1%	1%
<b>BASE</b>	<b>1.257</b>	<b>1.257</b>

Nota: A soma das percentagens é superior a 100% porque a pergunta é de resposta múltipla (o entrevistado poderia dar até 3 respostas)

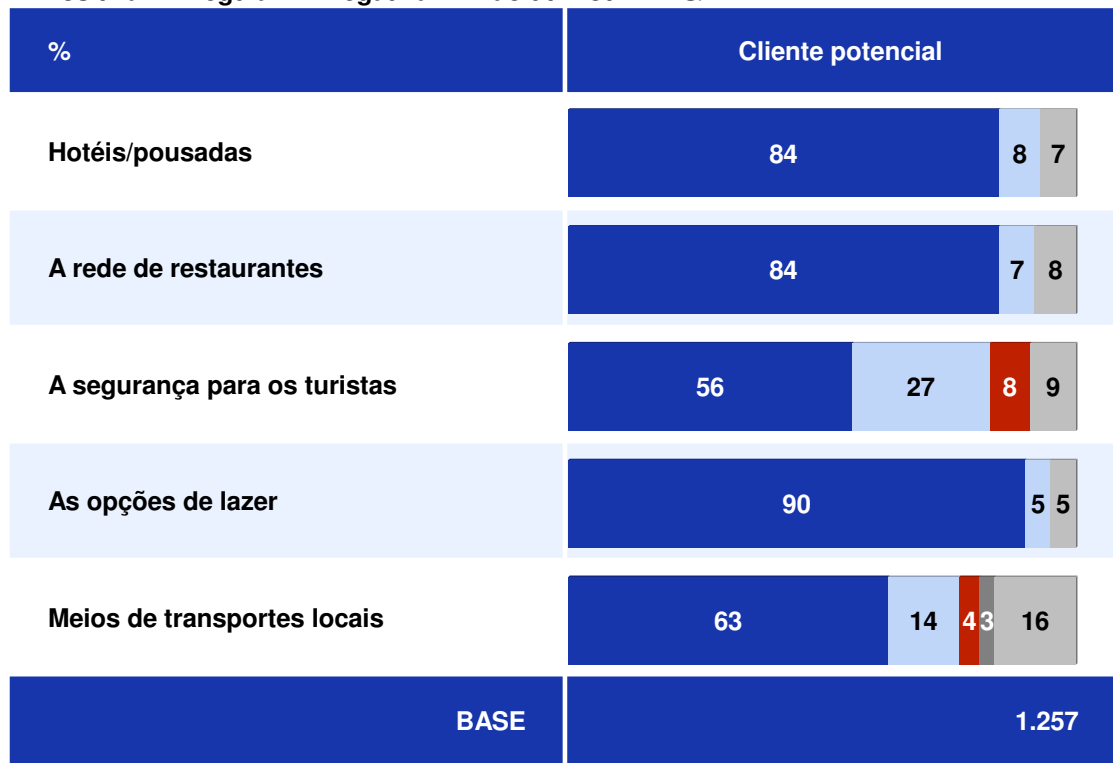




# Expectativa da infra-estrutura



■ Positiva ■ Regular ■ Negativa ■ Não utilizou ■ NS/NR





# Gastos médios estimados

