



*Sensacional!*

## RELATÓRIO

### Caravana Brasil 2005

*Missões / Foz do Iguaçu*



*Roteiro das Missões e  
Foz do Iguaçu*

Lazer e Incentivo  
Coordenação Geral de Apoio à Comercialização



Ministério  
do Turismo





Sensacional!



## Ministério do Turismo / Embratur

Walfrido dos Mares Guia  
Ministro do Turismo

Eduardo Sanovicz  
Presidente da Embratur

Airton Nogueira Pereira Jr.  
Diretor de Turismo de Lazer e Incentivo

**Jurema Carmargo Monteiro**  
Gerente de Apoio à Comercialização

**Sally Jane Roth Carvalho**  
Coordenadora do Projeto Caravana Brasil  
caravana.brasil@embratur.gov.br

**Kalinka Cavalcanti**  
Assistente Técnico do Projeto Caravana Brasil  
kalinka.cavalcanti@embratur.gov.br

**Paula Vendramini Myr**  
Assistente Técnico do Projeto Caravana Brasil  
paula.myr@embratur.gov.br

**Fábio Grossi de Andrade**  
Coordenador dos Bureaux de Comercialização  
fabio.grossi@embratur.gov.br

**Enrico Antinoro**  
Coordenador do Projeto Press Trips  
enrico.antinoro@embratur.gov.br

 **EMBRATUR**

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

SCN - Quadra 02 - Bloco G - Sala 209

CEP: 70.712-907 Brasília / DF

Tel: +55 (61) 3429-7765 / 7775 Fax: +55 (61) 3429-7940



BRASIL

Sensacional!

## SOBRE O PROJETO CARAVANA BRASIL

O Projeto Caravana Brasil é uma iniciativa da EMBRATUR que teve início em 2003.

Alinhado com as estratégias de promoção do Brasil no exterior, a Caravana tem o formato de um FAMTRIP, porém seu conteúdo é muito mais explorado, pois podemos apresentar em uma mesma viagem diversos destinos e, ao mesmo tempo, conhecer e entrar em contato com os agentes do turismo local, através de produtivas rodadas de negócios.

O objetivo do projeto é aumentar a cesta de produtos brasileiros oferecidos no exterior. Por isso, a Caravana busca visitar novos destinos e explorar regiões até então pouco visitadas, embora estruturadas para o turismo, além de aumentar o número de operadores de turismo de atuação efetiva na cadeia de distribuição no exterior.

A Caravana está consolidada como projeto de sucesso, tendo transportado ao longo desses quase 2 anos cerca de 500 pessoas, entre operadores e jornalistas.

Apresentamos, a seguir, o relatório da Caravana Brasil realizada de 28 de setembro a 02 de outubro com operadores de receptivo internacional, passando por Santo Ângelo, São Miguel das Missões e Foz do Iguaçu.



Sensacional!



## CARAVANA BRASIL – DIA A DIA

### 28 DE SETEMBRO DE 2005 – QUARTA-FEIRA

- ✓ Chegada do grupo em Passo Fundo, recepção no aeroporto pelo receptivo local e transfer para Santo Ângelo.
- ✓ Chegada em Santo Ângelo às 16:00hs, com *city tour*, visita à Catedral e à Rua da redenção e parada na loja Flecha Mágica para compra de souvenirs. Em seguida, encontro com agências da região na Kemper's Haus, onde o grupo foi recebido pela proprietária, Sra. Ana Kemper, e pelo secretário de turismo de Santo Ângelo, Sr. Geovani Gisler. Estavam presentes neste encontro a Goldtur, Caminho das Missões e Missões Turismo.
- ✓ Após o encontro, às 18:00hs foi oferecido aos operadores chocolate quente e a torta do General.
- ✓ Às 20:00hs foi realizado o check-in no Hotel Maerkli, e saída para o jantar.
- ✓ Mais tarde, às 21:00hs, jantar no CTG 20 de setembro, onde a Caravana foi recebida pelas prendas locais e pelo patrão do CTG. Foi oferecido um jantar típico e apresentado danças típicas pelas prendas e pelos peazitos.
- ✓ Pernoite no Hotel Maerkli

### 29 DE SETEMBRO DE 2005 – QUINTA-FEIRA

- ✓ O café da manhã foi servido às 07:00hs. Em seguida *transfer* para São Miguel das Missões.
- ✓ Às 08:30hs foi realizada uma visita à Vinícola Fin, onde o grupo foi recebido pelo Sr. Jorge Fin, proprietário da vinícola. Durante a visita, a Caravana passou pelos parreirais e foi oferecida uma degustação de queijos e vinhos. O grupo se rendeu ao gosto dos vinhos e acabou comprando 12 garrafas!
- ✓ Em seguida, visita ao Sítio Arqueológico São João Batista
- ✓ Chegada em São Miguel às 11:30, onde foram recebidos pelo secretário de turismo e cultura, o Sr. José Roberto de Oliveira. Foi realizada uma visita técnica na Pousada das Missões, terminando com um brinde de champanha.
- ✓ Ao meio dia foi servido uma almoço típico (churrasco) na Fazenda Presente.
- ✓ Após o almoço, visita à Aldeia Guarani Tekoa Koenju onde foram recebidos pelo chefe da tribo e assistiram a uma apresentação do coral de índios.
- ✓ Às 16:00hs visita ao Sítio Arqueológico de São Miguel das Missões, com a presença do Sr. José Roberto de Oliveira.
- ✓ Após esta visita, foi realizado o *check-in, por volta das 18:30hs*, no Wilson Park Hotel, onde foram recebidos pela Sra. Sirlei Mello, gerente geral do hotel. Foi realizada também uma visita técnica antes de sair para o espetáculo som e luz, que teve início às 19:30hs.
- ✓ Às 21:00 o jantar foi servido no restaurante do Wilson Park Hotel.
- ✓ Pernoite no Wilson Park Hotel.

### 30 DE SETEMBRO DE 2005 – SEXTA-FEIRA

- ✓ Após o café da manhã servido às 06:30hs, foi feito o *transfer* para Porto Xavier.
- ✓ Às 08:00hs, travessia de balsa para Argentina e às 11:00hs visita a San Ignacio Mini.
- ✓ Ao meio dia foi servido o almoço no restaurante Carpa Azul, na Argentina. Após o almoço, continuação de viagem para Foz do Iguaçu
- ✓ Chegada em Foz do Iguaçu às 18:00hs e acomodação no Hotel Bourbon, onde o grupo foi recebido pelo gerente de marketing do Iguassu Convention & Visitors Bureau, Sr. Rodrigo Marques.
- ✓ Às 19:30hs saída para hidrelétrica de Itaipu e apresentação da iluminação monumental às 20:30hs.
- ✓ O jantar foi servido no restaurante do hotel às 21:30hs.
- ✓ Pernoite no Hotel Bourbon.

### 01 DE OUTUBRO DE 2005 – SÁBADO

- ✓ Café da manhã e saída às 09:00hs para o Parque das Aves, onde foram recebidos pela Sra. Kárin Wolf que mostrou o parque para a Caravana. Foram também recebidos pela TV Cataratas que colheu alguns depoimentos dos integrantes da Caravana.
- ✓ Às 10:30hs passeio no Canion Iguaçu (arvorismo, rapel, rafting e escalada), onde foram recebidos pela Sra. Miriam Coimbra, gerente comercial do Canion Iguaçu. O grupo foi dividido para a realização das atividades, onde três integrantes realizaram o rappel e rafting, enquanto o restante do grupo realizou o arvorismo e rappel.
- ✓ O almoço foi servido às 14:00hs no restaurante Porto Canoas.
- ✓ Às 15:30hs o passeio Macuco Ecoaventura em Poço Preto. Devido ao atraso do grupo, ficaram impossibilitados de realizar a Linha Martins, então foi realizada a trilha do Poço Preto em jeep. O grupo parou no mirante e retornou de barco, com parada para alguns fazerem um passeio de *duck*.
- ✓ Retorno para o hotel às 18:30hs.
- ✓ Às 20:30hs foi servido o jantar com show regional na Churrascaria Rafain
- ✓ Pernoite no Hotel Bourbon.

### 02 DE OUTUBRO DE 2005 – DOMINGO

- ✓ Café da manhã servido às 07:00hs. Em seguida visitas técnicas nos hotéis: Tropical Hotel Cataratas,



## CARAVANA BRASIL – DIA A DIA (Cont.)

San Martin Hotel,  
Bourbon Golfe,  
Mabu Thermas e Resorts (recebidos pela Sra. Irienne Oliveira, gerente comercial),  
Hotel Carimã (recebidos pela Sra. Myrian Chus, executiva de contas).

- ✓ Às 13:00 foi servido o almoço no Hotel Carimã.
- ✓ Após o almoço visita ao Internacional Foz e ao Rafain Palace.
- ✓ Às 16:00hs, visita ao Ecomuseu onde foram recebidos pela Sra. Elder Bedeno, responsável pelo Ecomuseu, mostrando toda a infra-estrutura do museu.
- ✓ Em seguida, às 17:00hs, o grupo realizou o weekend fly, um voo de *trike* sobre o Lago de Itaipu.
- ✓ Retorno ao hotel às 19:00hs.
- ✓ Às 21:00hs jantar com o *trade* local no Rancho Brasil. No jantar estiveram presentes autoridades locais e uma breve reunião com os receptivos locais.

### 03 DE OUTUBRO DE 2005 – SEGUNDA-FEIRA

- ✓ Wake-up call às 04:30hs.
- ✓ Às 04:50hs *transfer* para o aeroporto, apresentação e *check-in*.
- ✓ Embarque no voo RG 2171 às 06:00hs para os destinos de origem dos operadores.

## JANTAR DE NEGÓCIOS

O jantar de negócios foi realizado em Foz do Iguaçu, dia 02 de outubro, às 19:30 hs, no Restaurante Rancho Brasil.

Às 19:30hs foi realizada a recepção e credenciamento dos participantes, onde foram dadas as boas vindas, entregues os crachás das instituições e componentes dos grupos típicos, entregaram crachás e fizeram o acompanhamento dos participantes. Na entrada os convidados foram recebidos com uma apresentação de um violinista, Sr. Jacó.

Em seguida, às 20:00hs iniciou-se a apresentação do Projeto Caminhos do Turismo Integrado ao Lago de Itaipu feita pelo Sr. Julio Agostini do Sebrae e representante dos Lindeiros.

Logo após, apresentação de Foz do Iguaçu, iniciando com o vídeo “De um giro por Foz”. Depois do vídeo um representante do Iguaçu Convention & Visitors Bureau falou em nome dos mantenedores e apoiadores, e um representante da prefeitura falou sobre os destinos.

Após estas apresentações, iniciou-se o contato entre os operadores convidados, agentes de viagens, receptivos e atrativos.

O encontro foi concluído por volta das 21:30hs e contou com a participação de oito autoridades e dez receptivos e atrativos locais.

### AUTORIDADES PRESENTES NO JANTAR

- 1. SECRETÁRIA ESTADUAL DE TURISMO**  
Representante: Sr. Celso Karon  
Cargo: Secretário
- 2. SECRETÁRIO MUNICIPAL DE TURISMO**  
Representante: Sr. Sérgio Lobato  
Cargo: Secretário
- 3. PREFEITURA DE FOZ DO IGUAÇU**  
Representante: Sra. Ana Sousa  
Cargo: Diretora de Desenvolvimento do Turismo
- 4. CATARATAS DO IGUAÇU**  
Representante: Sr. Jean Jareck  
Cargo: Marketing
- 5. SEBRAE PARANÁ**  
Representante: Sr. Julio Agostini  
Cargo: Consultor
- 6. CONSELHO DOS MUNICÍPIOS LINDEIROS**  
Representante: Sra. Sandra Finkler  
Cargo: Diretora
- 7. ITAIPU BINACIONAL**  
Representante: Sr. Jorge Samek  
Cargo: Presidente
- 8. IGUASSU CONVENTION & VISITORS BUREAU**  
Representantes: Sr. Rodrigo Marques e Sra. Thays Domarski



Sensacional!



## JANTAR DE NEGÓCIOS (Cont.)

### RECEPTIVOS E ATRATIVOS PRESENTES NO JANTAR

- 1. WEEKEND FLY**  
Representantes: Sra. Cistiane Oliveira e Sr. Marcelo Sossela
- 2. MACUCO SAFARI**  
Representante: Sr. Luiz Carlos Sosler
- 3. CANION IGUAÇU**  
Representantes: Sr. Marcelo Skaf e Sra. Miriam Coimbra
- 4. PARQUE DAS AVES**  
Representante: Sra. Kárim Wolf
- 5. IGR TUR**  
Representante: Sr. Nicolas Sampracos
- 6. FRT**  
Representante: Sr. Rubens Lopes
- 7. GATTI TURISMO**  
Representante: Sr. Selma
- 8. CGHTOUR**  
Representante: Sr. Paulo Barbosa
- 9. CASSINOTUR**  
Representante: Sr. Flípe Gonzalez
- 10. COOTTRAFOZ**  
Representante: Sr. André

## DELEGAÇÃO

### OPERADORES DE RECEPTIVO INTERNACIONAL

- 1. AMBIENTAL EXPEDIÇÕES**  
Representante: Sr. Marcelo Novais
- 2. BELO INTERNATIONAL TOURS**  
Representante: Sr. Lilás Nescimento
- 3. BIT INCENTIVES**  
Representante: Sra. Tereza Ferreira
- 4. COMPASS TURISMO**  
Representante: Sra. Regina Meirelles
- 5. DESIGNERS**  
Representante: Sra. Silvia Coimbra de Sá
- 6. FLOT**  
Representante: Sra. Clara Kurain
- 7. FREEWAY ADVENTURES**  
Representante: Sra. Elena Noguchi
- 8. HAVAS CREATIVE TOURS**  
Representante: Sra. Juliana Carneiro
- 9. MASTER TURISMO**  
Representante: Sr. Fábio Gontijo
- 10. SAT TOURS**  
Representante: Sra. Juliana Rodrigues
- 11. STYLE TRAVEL**  
Representante: Sra. Vanessa Caruso Pimenta
- 12. SUPERIOR PLUS**  
Representante: Sra. Candida Aquistapace

### EMBRATUR

- 13. Sra. Sally Jane Roth Carvalho**



## PESQUISA DE OPINIÃO

Esta pesquisa foi realizada com 10 operadores convidados pela Embratur a participarem do projeto Caravana Brasil – Missões / Foz do Iguaçu, entre os dias 28 de setembro a 02 de outubro de 2005, visitando Santo Ângelo, São Miguel das Missões e Foz do Iguaçu.

A seguir apresentamos um resumo geral das informações obtidas.

### CONCEITUAÇÃO DA CARAVANA BRASIL PARA OS PARTICIPANTES

**Tabela 1. Qual foi sua impressão geral sobre a Caravana Brasil?**

Ótimo	6	60,0%	60,0%
Bom	4	40,0%	40,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

A impressão geral dos participantes sobre esta Caravana foi positiva, sendo considerada ótima para 60% e boa para os outros 40%. (Ver tabela 1)

### AVALIAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO DA CARAVANA BRASIL

**Tabela 2. Na sua opinião, como foi a organização da Caravana?**

#### Antecedência do Convite

Ótimo	5	50,0%	50,0%
Bom	3	30,0%	30,0%
Regular	2	20,0%	20,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

#### Confirmação de Presença

Ótimo	4	40,0%	40,0%
Bom	4	40,0%	40,0%
Regular	1	10,0%	10,0%
Ruim	0	0,0%	10,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

#### Programação

Ótimo	1	10,0%	10,0%
Bom	9	90,0%	90,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

#### Material de Apoio

Ótimo	8	80,0%	80,0%
Bom	2	20,0%	20,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Em relação ao método que foi utilizado na realização do convite desta Caravana, houve uma avaliação ampla por parte dos participantes, sendo considerado ótimo por metade dos participantes. Para os demais, 30% considerou o convite bom e 20% regular.

A confirmação da presença agradou os participantes de maneira geral, sendo considerada entre ótima e boa, cada item com 40% das respostas.

A programação da Caravana foi boa para 90% dos convidados.

O material informativo foi avaliado como ótimo por 80% dos entrevistados. (Ver tabela 2)



## PESQUISA DE OPINIÃO - CONT.

### INTEGRAÇÃO ENTRE OS AGENTES ECONÔMICOS LOCAIS

**Tabela 3. Foi possível conhecer muitas pessoas do setor de turismo durante a Caravana.**

Sim	7	70,0%	
Sim, parcialmente	3	30,0%	
Não	0	0,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Segundo os participantes, houve uma integração entre os convidados e os agentes econômicos locais. Para 70% dos convidados foi possível conhecer muitas pessoas do setor de turismo e para os outros 30% esta interação foi parcialmente possível. (Ver tabela 3)

### OPORTUNIDADES COMERCIAIS

**Tabela 4. Realizei contatos que se transformarão em negócios futuros?**

Sim	8	80,0%	
Sim, parcialmente	2	20,0%	
Não	0	0,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

A quase totalidade dos entrevistados (80%) respondeu que nesta Caravana foi possível realizar contatos que poderão se transformar em negócios futuros. (Ver tabela 4)

### ATUALIZAÇÃO MERCADOLÓGICA

**Tabela 5. Na sua opinião, os novos roteiros apresentados são considerados importantes?**

Sim	9	90,0%	
Sim, parcialmente	1	10,0%	
Não	0	0,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Para 90% dos entrevistados, os roteiros apresentados foram considerados importantes para a diversificação de seus produtos. (Ver tabela 5)

### INTENÇÃO DE VENDA

**Tabela 6. Os novos destinos poderão ser comercializados?**

Sim	9	90,0%	
Sim, parcialmente	1	10,0%	
Não	0	0,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Para a maioria dos operadores (90%), esta Caravana proporcionou a oportunidade de conhecer novos roteiros a serem comercializados. (Ver tabela 6)



## PESQUISA DE OPINIÃO - CONT.

### FATORES DE ATRATIVIDADE DOS ROTEIROS TURÍSTICOS VISITADOS

Tabela 7. O que você considera fatores de atratividade do roteiro apresentado?

1 - Acessibilidade	0	0,0%	0,0%
2 - Atendimento	4	40,0%	40,0%
3 - Beleza (Singularidade)	7	70,0%	70,0%
4 - Cultura (População, língua, arte, etc)	10	100,0%	100,0%
5 - Infra-estrutura	4	40,0%	40,0%
6 - Preço	0	0,0%	0,0%

Fonte: Embratur / MTUR 2005 OBS: Questão de múltipla escolha

Do total dos participantes da Caravana, todos afirmaram que o fator de maior atratividade dos destinos turísticos apresentados foi a cultura local. Em segundo lugar ficou a beleza da região, sendo citada por 70% dos pesquisados. Os itens atendimento e infraestrutura foram considerados fatores importantes por 40% dos convidados, respectivamente. (Ver tabela 7)

### RODADA DE NEGÓCIOS – AVALIAÇÃO DO RECEPTIVO LOCAL

Tabela 8. Qual é sua opinião sobre o receptivo local?

Material Promocional		
Ótimo	4	40,0%
Bom	5	50,0%
Regular	1	10,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Tarifários (Preços)		
Não Responderam	4	40,0%
Ótimo	0	0,0%
Bom	2	20,0%
Regular	4	40,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Capacidade de Negociação		
Ótimo	0	0,0%
Bom	8	80,0%
Regular	2	20,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Nesse item avaliou-se a necessidade de aprimoramento por parte das operadoras de turismo receptivo participantes da Rodada de Negócios. Exatamente a metade dos entrevistados afirma que o material promocional oferecido pelo receptivo local é bom, outros 40% acharam o material ótimo e 10% regular.

Em relação as tarifas aplicadas pelas empresas da região, este item foi avaliado como regular por 40% dos entrevistados e bom para outros 20%. Porém 40% preferiu não responder esta questão.

Já a capacidade de negociação dos participantes da Rodada foi cotada como boa por 80% dos entrevistados. (Ver tabela 8)



Sensacional!

## PESQUISA DE OPINIÃO - CONT.

### RODADA DE NEGÓCIOS – AVALIAÇÃO DO ENCONTRO COM OS RECEPTIVOS LOCAIS

**Tabela 9. A Rodada de Negócios atendeu as suas expectativas?**

Sim	3	30,0%
Sim, parcialmente	6	60,0%
Não	1	10,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

O encontro com os receptivos locais em Santo Ângelo e em Foz do Iguaçu atendeu parcialmente as expectativas de 60% dos participantes desta Caravana, para os outros 30% este encontro atendeu totalmente as expectativas e um operador. (Ver tabela 9)

### RODADA DE NEGÓCIO – AVALIAÇÃO DA ESTRUTURA DA RODADA

**Tabela 10. Quais os problemas identificados no caso das expectativas parcialmente atendidas?**

Não Responderam	4	40,0%
1 - Dificuldade com o idioma	1	10,0%
2 - Material inadequado	0	0,0%
3 - Montagem inadequada	5	50,0%
4 - Participantes inadequados	0	0,0%
5 - Curta duração da Rodada	3	30,0%
6 - Falta de capacitação dos participantes	0	0,0%
7 - Poucos participantes	2	20,0%

Fonte: Embratur / MTUR 2005 OBS: Questão de múltipla escolha

Entre os problemas identificados decorrente do não atendimento das expectativas dos convidados, do total de participantes presentes na Caravana, a montagem inadequada do encontro representou 50% da insatisfação dos participantes. Em seguida, foram citados a a curta duração do encontro com 30% das respostas e a pouca quantidade de participantes das operadoras de receptivo local para 20% dos convidados. E ainda 40% dos entrevistados preferiram não responder esta questão. (Ver tabela 10)

### SANTO ÂNGELO: QUALIDADE DA INFRA-ESTRUTURA E SERVIÇOS OFERECIDOS

**Tabela 11. Qual é sua opinião sobre a qualidade da infra-estrutura e os serviços oferecidos em Santo Ângelo?**

#### Transportes

Ótimo	4	40,0%
Bom	5	50,0%
Regular	1	10,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

#### Guias

Ótimo	6	60,0%
Bom	4	40,0%
Regular	0	0,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

#### City Tour

Não responderam	1	10,0%
Ótimo	2	20,0%
Bom	5	50,0%
Regular	0	0,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

#### Torteria Kemper's Hauss

Ótimo	9	90,0%
Bom	1	10,0%
Regular	0	0,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005



Sensacional!



## PESQUISA DE OPINIÃO – CONT.

### Jantar no CTG 20 de setembro

Ótimo	7	70,0%	0,0%
Bom	1	10,0%	20,0%
Regular	2	20,0%	10,0%
Ruim	0	0,0%	70,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Pernoite – Hotel Maerkli

Ótimo	1	10,0%	10,0%
Bom	7	70,0%	70,0%
Regular	2	20,0%	20,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

O transporte utilizado em Santo Ângelo foi considerado bom para metade dos entrevistados, outros 40% acharam ótimo. Os guias que acompanharam a Caravana nesta região foram avaliados como ótimos por 60% convidados. O *city tour* em Santo Ângelo recebeu o conceito bem amplo, para metade dos entrevistados o passeio foi bom, outros 20% acharam ótimo, o item regular e ruim receberam respectivamente 10% das respostas e ainda um operador preferiu não responder esta questão.

A Torteria Kemper's Haus foi avaliada como ótima por 90% dos entrevistados. Já o jantar no Centro de Tradições Gaúchas (CTG 20 de Setembro) obteve um conceito ótimo por 70% dos convidados. Por fim, o Hotel Maerkli, utilizado para pernoite dos convidados, foi avaliado como bom por 70%. (Ver tabela 11)

## SÃO MIGUEL DAS MISSÕES: QUALIDADE DA INFRA-ESTRUTURA E SERVIÇOS OFERECIDOS

Tabela 12. Qual é sua opinião sobre a qualidade da infra-estrutura e os serviços oferecidos em São Miguel das Missões?

### Transportes

Ótimo	4	40,0%	40,0%
Bom	4	40,0%	40,0%
Regular	2	20,0%	20,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Guias

Não Responderam	2	20,0%	20,0%
Ótimo	5	50,0%	50,0%
Bom	2	20,0%	20,0%
Regular	1	10,0%	10,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita – Vinícola FIN

Ótimo	1	10,0%	10,0%
Bom	5	50,0%	50,0%
Regular	3	30,0%	30,0%
Ruim	1	10,0%	10,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita – Sítio Arqueológico São João Batista

Não Responderam	1	10,0%	10,0%
Ótimo	0	0,0%	0,0%
Bom	4	40,0%	40,0%
Regular	4	40,0%	40,0%
Ruim	1	10,0%	10,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita – Sítio Arqueológico São Miguel das Missões

Ótimo	8	80,0%	80,0%
Bom	2	20,0%	20,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita – Aldeia Guarani Tekoa Koenju

Ótimo	1	10,0%	10,0%
Bom	2	20,0%	20,0%
Regular	5	50,0%	50,0%
Ruim	2	20,0%	20,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005



Sensacional!



## PESQUISA DE OPINIÃO – CONT.

### Espectáculo de Som e Luz

Ótimo	3	30,0%
Bom	6	60,0%
Regular	1	10,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Almoço na Fazenda do Presente

Não Responderam	1	10,0%
Ótimo	0	0,0%
Bom	1	10,0%
Regular	5	50,0%
Ruim	3	30,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Jantar no Restaurante do Hotel Wilson Park

Ótimo	3	30,0%
Bom	6	60,0%
Regular	1	10,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Pernoite – Wilson Park Hotel

Ótimo	3	30,0%
Bom	7	70,0%
Regular	0	0,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

O transporte em São Miguel das Missões foi considerado entre bom e ótimo, cada item obtendo 40% das respostas. Os guias que acompanharam a Caravana nesta região foram avaliados como ótimo pela metade dos entrevistados.

A visita à Vinícola FIN foi boa para metade dos participantes, outros 30% acharam regular. Já a visita ao Sítio Arqueológico São João Batista foi considerado entre regular e bom, cada item recebendo 40% das respostas. A visita ao Sítio Arqueológico São Miguel das Missões foi considerada ótima para 80% dos convidados. E a visita à Aldeia Guarani Tekoa Koenju foi regular para metade dos entrevistados, outros 20% acharam bom e ruim, respectivamente. O Espectáculo de Som e Luz foi bom para 60% dos convidados.

O almoço típico na Fazenda do Presente foi considerado regular para metade dos entrevistados, outros 30% acharam este serviço ruim. O jantar no Restaurante do Hotel Windsor Park foi bom para 60% dos convidados. Por fim, o Hotel Windsor Park, local utilizado para pernoite dos convidados em São Miguel, foi avaliado como bom para a maioria dos entrevistados (70%). (Ver tabela 12)

## FOZ DO IGUAÇU: QUALIDADE DA INFRA-ESTRUTURA E SERVIÇOS OFERECIDOS

Tabela 13. Qual é sua opinião sobre a qualidade da infra-estrutura e os serviços oferecidos em Foz do Iguaçu?

### Transporte

Ótimo	0	0,0%
Bom	4	40,0%
Regular	5	50,0%
Ruim	1	10,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Guias

Ótimo	3	30,0%
Bom	6	60,0%
Regular	1	10,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita – Eco Museu

Ótimo	7	70,0%
Bom	3	30,0%
Regular	0	0,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Passeio – Parque das Águas

Ótimo	9	90,0%
Bom	1	10,0%
Regular	0	0,0%
Ruim	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005



Sensacional!



## PESQUISA DE OPINIÃO – CONT.

### Passeio – Cânion do Iguaçu

Ótimo	9	90,0%	90,0%
Bom	1	10,0%	10,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Passeio – Macuco Ecoaventura

Ótimo	3	30,0%	30,0%
Bom	5	50,0%	50,0%
Regular	2	20,0%	20,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

### Passeio – Weekend Fly

Ótimo	9	90,0%	90,0%
Bom	1	10,0%	10,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Iluminação Monumental na Hidrelétrica de Itaipú

Ótimo	5	50,0%	50,0%
Bom	3	30,0%	30,0%
Regular	2	20,0%	20,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Almoço – Porto Canoas

Ótimo	2	20,0%	20,0%
Bom	6	60,0%	60,0%
Regular	2	20,0%	20,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Almoço – Hotel Caimã

Ótimo	1	10,0%	10,0%
Bom	3	30,0%	30,0%
Regular	6	60,0%	60,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Jantar – Hotel Bourbon

Ótimo	5	50,0%	50,0%
Bom	5	50,0%	50,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Jantar – Churrascari Rafain

Ótimo	0	0,0%	0,0%
Bom	7	70,0%	70,0%
Regular	2	20,0%	20,0%
Ruim	1	10,0%	10,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Jantar – Restaurante Rancho Brasil

Ótimo	6	60,0%	60,0%
Bom	4	40,0%	40,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita Técnica – Hotel Internacional Foz

Ótimo	7	70,0%	70,0%
Bom	3	30,0%	30,0%
Regular	0	0,0%	0,0%
Ruim	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005



Sensacional!



## PESQUISA DE OPINIÃO – CONT.

### Visita Técnica – Hotel Rafain

Ótimo	4	40,0%	
Bom	6	60,0%	
Regular	0	0,0%	
Ruim	0	0,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita Técnica – Hotel Mabu Thermas & Resort

Ótimo	8	80,0%	
Bom	2	20,0%	
Regular	0	0,0%	
Ruim	0	0,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita Técnica – Hotel Carimã

Ótimo	2	20,0%	
Bom	2	20,0%	
Regular	2	20,0%	
Ruim	4	40,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita Técnica – Hotel Tropical Cataratas

Ótimo	3	30,0%	
Bom	6	60,0%	
Regular	1	10,0%	
Ruim	0	0,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Visita Técnica – Hotel San Martin

Ótimo	2	20,0%	
Bom	4	40,0%	
Regular	3	30,0%	
Ruim	1	10,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

### Pernoite – Hotel Bourbon Resort & Convention

Não Responderam	3	30,0%	
Ótimo	6	60,0%	
Bom	1	10,0%	
Regular	0	0,0%	
Ruim	0	0,0%	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Embratur / MTUR 2005

O transporte em Foz do Iguaçu foi considerado bom pela metade dos entrevistados, outros 40% acharam esse serviço bom e 10% ruim. Os guias que acompanharam esta Caravana foram considerados bons por 60% dos convidados.

As visitas aos atrativos da região agradaram muito aos visitantes de maneira geral. Entre eles, a vista ao Ecomuseu foi ótima para a maior parte dos convidados (70%). Os passeios pelo Parque das Aves, Cânion Iguaçu e Weekend Fly receberam o conceito ótimo por 90% dos convidados. Já o passeio Macuco Aventura em Poço Preto obteve um conceito bom pela metade dos entrevistados, entre os demais 20% acharam este atrativo regular. A apresentação da Iluminação Monumental na Hidrelétrica de Itaipú também foi excelente para metade dos entrevistados.

Em relação aos estabelecimentos utilizados para as refeições do Grupo Caravana Brasil, o almoço realizado no Restaurante Porto Canoas foi bom para 60% dos entrevistados e o almoço no Restaurante do Hotel Carimã foi regular também para 60% dos convidados. O jantar no restaurante de Hotel Bourbon recebeu uma avaliação entre boa e ótima, ambas as opções com metade das respostas. O jantar na Churrascaria Rafain foi boa para 70% dos entrevistados, porém 20% achou esse serviço regular e 10% ruim. Já o jantar com o trade local no Restaurante Rancho Brasil foi ótimo para 60% dos entrevistados.

De maneira geral, os hotéis onde foram realizadas as visitas técnicas agradaram os convidados. O Hotel Internacional Foz é ótimo segundo 70% das respostas, os Hotéis Rafain e Tropical Cataratas são bons de acordo com 60% dos entrevistados, já o Hotel Mabu foi avaliado como ótimo por 80% dos convidados. Os Hotéis San Martin e Carimã receberam um conceito bem amplo entre os entrevistados, o primeiro foi considerado bom para 40% dos entrevistados e regular para outros 30%, já o Hotel Carimã recebeu respectivamente 20% dos votos entre as opções ótima, bom e regular, porém foi avaliado como ruim por 40% dos entrevistados.

Por fim, o Hotel Bourbon Resort & Convention, local onde o grupo pernitoou em Foz do Iguaçu recebeu o conceito ótimo por 60% dos entrevistados. (Ver tabela 13)



Sensacional!



## PESQUISA DE OPINIÃO – CONT.

### AVALIAÇÃO DOS DESTINOS VISITADOS – COMERCIALIZAÇÃO

Tabela 14. Avalie a preparação do destino para a comercialização no mercado internacional.

**Santo Ângelo**

Está pronto para ser comercializado	0	0,0%
Necessita de aprimoramentos	7	70,0%
Não atende às exigências do mercado internacional	3	30,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

**São Miguel das Missões**

Está pronto para ser comercializado	2	20,0%
Necessita de aprimoramentos	8	80,0%
Não atende às exigências do mercado internacional	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

**Foz do Iguaçu**

Está pronto para ser comercializado	10	100,0%
Necessita de aprimoramentos	0	0,0%
Não atende às exigências do mercado internacional	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Para todos os operadores que participaram desta Caravana, o destino Foz do Iguaçu está pronto para ser comercializado no mercado internacional. Santo Ângelo necessita de aprimoramentos de acordo com 70% dos convidados e São Miguel das Missões também necessita de melhorias para 80% dos entrevistados. (Ver tabela 14)

### AVALIAÇÃO DOS DESTINOS VISITADOS – INFRA-ESTRUTURA

Tabela 15. Quais itens devem ser melhorados para a comercialização dos destinos?

**Santo Ângelo**

Infra-estrutura	8	80,0%
Atrativos	9	90,0%
Material Promocional	4	40,0%
Capacitação	5	50,0%

Fonte: Embratur / MTUR 2005 OBS: Questão de múltipla escolha

**São Miguel das Missões**

Não Responderam	1	10,0%
Infra-estrutura	7	70,0%
Atrativos	5	50,0%
Material Promocional	3	30,0%
Capacitação	7	70,0%

Fonte: Embratur / MTUR 2005 OBS: Questão de múltipla escolha

**Foz do Iguaçu**

Não responderam	8	80,0%
Infra-estrutura	1	10,0%
Atrativos	0	0,0%
Material Promocional	0	0,0%
Capacitação	1	10,0%

Fonte: Embratur / MTUR 2005 OBS: Questão de múltipla escolha

Em Santo Ângelo, do total de participantes da Caravana, 90% dos entrevistados acreditam que os atrativos locais deveriam ser melhorados, 80% afirmam que a infraestrutura necessita de melhorias para uma melhor comercialização deste destino, metade dos operadores afirmam que a captação deve ser melhorada e 40% acha que o item a ser melhorado é a capacitação dos profissionais.

Em São Miguel das Missões, 70% dos convidados afirmam que a infraestrutura e a capacitação deveriam ser melhoradas, metade dos convidados afirmam que os atrativos precisam de melhorias e 30% acredita que o material promocional deve ser revisto. Apenas um operador preferiu não responder esta questão.

Para Foz do Iguaçu, 80% dos entrevistados preferiram não responder esta questão. Das respostas obtidas, a infraestrutura e a capacitação foram os itens que os entrevistados afirmam necessitar aprimoramentos. (Ver tabela 15)



## PESQUISA DE OPINIÃO – CONT.

### TEMPO MÉDIO DE COMERCIALIZAÇÃO DE NOVOS DESTINOS

**Tabela 16. Quanto tempo demora, em média, para a sua empresa iniciar a comercialização de novos destinos turísticos?**

Menos de 3 meses	4	40,0%
De 3 a 6 meses	5	50,0%
Mais que 6 meses	1	10,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

Constatou-se que metade dos entrevistados avaliaram que, em média, suas empresas iniciarão a comercialização dos destinos turísticos entre 3 a 6 meses. Entre os demais, 40% levam geralmente menos de 3 meses e um entrevistado e um operador demora mais de 6 meses para comercializar novos destinos. (Ver tabela 16)

### EXPECTATIVA DE ENVIO DE TURISTAS AOS DESTINOS VISITADOS PARA OS ANOS DE 2005 E 2006

**Tabela 17 – Qual sua expectativa sobre o número de turistas a serem enviados aos destinos visitados em: 2005?**

Não responderam	1	10,0%
Até 100 turistas/ano	5	50,0%
De 101 a 500 turistas/ano	2	20,0%
De 501 a 1.000 turistas/ano	1	10,0%
Mais que 1.001 turistas/ano	1	10,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

#### 2006?

Até 100 turistas/ano	4	40,0%
De 101 a 500 turistas/ano	1	10,0%
De 501 a 1.000 turistas/ano	3	30,0%
Mais que 1.001 turistas/ano	2	20,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Embratur / MTUR 2005

A metade dos entrevistados afirmou que seria possível enviar até 100 turistas aos destinos visitados ainda este ano, outros 20% acreditam ser possível enviar entre 101 a 500 turistas ainda este ano. Já para o ano de 2006, 40% informou ser possível enviar até 100 turistas, 30% acredita enviar entre 501 a 1.000 turistas no próximo ano e 20% espera enviar mais de 1.001. (Ver tabela 17)

### SUGESTÕES DE MELHORIAS DO PROGRAMA DA CARAVANA BRASIL

**Tabela 18. Quais são suas sugestões de melhoria do Programa Caravana Brasil?**

1 - Organização	1	10,0%
2 - Enviar informações com antecedência	1	10,0%
3 - Qualidade da informação do manual	0	0,0%
4 - Programação	9	90,0%
5 - Rodada de negócios	5	50,0%
6 - Qualidade dos participantes	0	0,0%

Fonte: Embratur / MTUR 2005 OBS: Questão de múltipla escolha

Objetivando conseguir uma melhoria do Programa Caravana Brasil, do total de participantes da Caravana, 90% dos entrevistados acham necessário alguns ajustes na Programação da Caravana. Para metade dos convidados a Rodada de Negócios necessita de melhorias, a organização e o envio de informações prévias são itens que deveriam ser melhorados de acordo com 10% dos entrevistados. (Ver tabela 18)

### SÍNTESE

Entre objeções citadas pelos entrevistados listam-se:



## PESQUISA DE OPINIÃO – CONT.

### PROJETO

- ✓ A iniciativa das Caravanas é uma proposta importante para auxiliar a comercialização de novos produtos turísticos, conhecer novos produtos e avaliar sua potencialidade comercial.

### OPERAÇÃO

- ✓ Deveria ser realizada por um receptivo local com a presença de representantes da Secretaria e Convention.
- ✓ Realizar uma maior interação entre os participantes já no início da Caravana.

### PROGRAMAÇÃO

- ✓ Detalhar mais o roteiro.
- ✓ Precisa ter mais equilíbrio e distribuição das atividades, prevendo tempo de atraso dos participantes para não gerar atrasos nos passeios e a impossibilidade de realização ou a curta duração de cada passeio.
- ✓ Flexibilidade para alterar a programação quando necessário.
- ✓ Deixar uma noite livre para os participantes procurarem locais interessantes nos destinos ou mesmo conhecerem melhor o hotel onde estão hospedados.
- ✓ A apresentação sobre o produto missões deveria ter sido anunciada previamente para prevenir os participantes.
- ✓ Avisar previamente as refeições que estão incluídas ou não na Caravana.

### RODADA DE NEGÓCIOS

- ✓ A Rodada de Negócios deveria ser realizada no início da Caravana quando os operadores ainda não estão tão cansados.
- ✓ Manter o modelo tradicional de mesas individuais para cada expositor ou comprador, com visitas de intervalos regulares entre os convidados.
- ✓ Realizar Rodadas menos formais.
- ✓ Realizar a Rodada de Negócios com os atrativos de Foz

### VISITAS TÉCNICAS

- ✓ As visitas aos hotéis foram ótimas (muito proveitosas), por isso deveriam ser realizadas em mais empreendimentos.
- ✓ Poderiam ser agendadas para o primeiro dia ou logo após a chegada aos destinos, evitando o cansaço dos participantes.

### TRANSPORTE

- ✓ Todos os atrativos necessitam oferecer veículos mais adequados para o transporte de turistas.

### DESTINOS E ATRATIVOS

- ✓ Santo Ângelo – Necessita algumas melhorias em sua infra-estrutura e atrativos para atender melhor o turista internacional.
- ✓ São Miguel – Criar um Espetáculo de Som e Luz em inglês e separar grupos de escola dos turistas adultos, criando duas ou mais apresentações.
- ✓ Foz do Iguaçu – Disponibilizar mais tempo para conhecer os atrativos.



Sensacional!



## FOTOS



Foz do Iguaçu - Weekend Fly



Santo Ângelo  
Catedral Angelopolitana



São Miguel das Missões - RS



Foz do Iguaçu - Parque da Aves



São Miguel das  
Missões



Foz do Iguaçu - Mirante das Cataratas



São Miguel das Missões -  
Pousada das Missões



São Miguel das Missões



Santo Ângelo - Torteria Kempers Haus



Parque das Aves



Rancho Brasil - Jantar de Negócios



Sensacional!



## FOTOS



Cataratas do Iguazu



Canion Iguazu



Cataratas do Iguazu



Rafting Canion Iguazu



Rafting Canion Iguazu



Rapel Canion Iguazu



Macuco Poço Preto



Foz do Iguazu - Parque das Aves



Arvorismo - Canion Iguazu



Parque das Aves



Santo Angelo - Praça da Catedral



Sensacional!



## PARCEIROS



BRAZILIAN INCOMING TRAVEL ORGANIZATION



associação brasileira das operadoras de turismo



FÓRUM  
DE OPERADORES  
HOTELEIROS  
DO BRASIL



IGUASSU



CONVENTION  
& VISITORS  
BUREAU



