

# Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil

2004-2005

Metodologia e Resultados do Receptivo

Versão Sintética com Segmentos

Brasília, 04 de setembro de 2006

# Histórico da Pesquisa

---

- **1983:** Pesquisa iniciada pela EMBRATUR
- **1998:** Pesquisa executada pela Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da Universidade Federal de Pernambuco (FADE)
- **1999 a 2003:** Pesquisa executada pela equipe técnica da EMBRATUR
- **2004 e 2005:** Desenvolvimento e Implementação de nova metodologia realizada com o apoio da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) da Universidade de São Paulo

# Objeto

---

- Caracterizar e identificar o perfil sócio-econômico do turismo internacional no Brasil, bem como suas motivações, interesses e comportamento em viagem.
- Neste sentido, se propõe contemplar dois principais grupos de pesquisas:
  - Turismo Receptivo Internacional
  - Turismo Emissivo Internacional

# Objetivos Específicos

Identificar e quantificar, em relação ao receptivo e ao emissor, os seguintes aspectos:

- País de residência permanente
- Principais motivos e motivações
- Meios de hospedagem utilizados
- Meios de transportes utilizados
- Localidades mais visitadas por motivo de viagem
- Permanência média no país
- Gasto total de suas viagens (País de residência permanente e Brasil)
- Fidelização ao Destino - Intenção de retorno, frequência de visita ao Brasil e preferência de viagem a lazer
- Opiniões sobre os atrativos e a infra-estrutura turística
- Perfil sócio econômico do visitante - Grau de instrução, idade e renda.

# Melhorias Introduzidas a partir de 2004

---

- Aumento do número de **etapas** de coleta de dados (de **duas** para **quatro** etapas): para captar o movimento sazonal do turismo;
- Aumento do número de **entrevistas** (de **7.200** para **50.000**, em 2004, - embora contratado 36.000 - e para **32.500**, em 2006, tamanho definido a partir da experiência acumulada): com vistas ao aprimoramento da representatividade do universo pesquisado;
- Aumento do número de **locais** de pesquisa (de **11** para **22**): para obter maior representatividade nos principais pontos de entrada e saída de turistas;

# Melhorias Introduzidas a partir de 2004

---

- Aperfeiçoamento e ampliação da pesquisa de **contagem** de turistas nas fronteiras terrestres com o intuito de complementar os dados de fluxo de entrada de visitantes não contabilizados nos registros administrativos da Polícia Federal;
- Aprimoramento da pesquisa de **gasto** turístico internacional: com a finalidade de contribuir para um registro mais preciso do fluxo de divisas no país.

# Método de Coleta de Dados

- **Entrevistados:** estrangeiros em visita ao Brasil e brasileiros ao Exterior
- **Tipo de abordagem:** entrevista direta
- **Momento:** término da visita internacional
- **Locais – Aeroportos:**
  - Receptivo: salas de embarque e saguão
- **Locais – Fronteiras:**
  - Postos da Polícia Federal e/ou
  - Vias de acesso (entrada e saída)
- **Etapas**
  - Alta: Janeiro
  - Média: Julho
  - Baixa: Maio
  - Média-baixa: Novembro
  - Contagem: Mensal
- **Duração das etapas de coleta:** predominantemente duas semanas. Para as localidades de menor fluxo, uma semana.
- O dimensionamento da amostra pressupõe uma margem de erro aproximado de 5% na estimativa, em nível de UF's.

# Pontos de Coleta de Dados

---

São realizados levantamentos em **22** portões internacionais de acesso e saídas de turistas no Brasil:

- **12** em Aeroportos Internacionais, que representam **99%** do fluxo internacional aéreo
- **10** em Fronteiras Terrestres, que representam cerca de **90%** do fluxo internacional terrestre

# Pontos de Coleta de Dados: Mapa



22 portões de entrada e saída:

 12 Aeroportos Internacionais

 10 Fronteiras Terrestres\*  
\*Dois pontos em Foz do Iguaçu

# Discussão Metodológica: A Amostragem

## Evolução da Amostra a partir de 1998

Ano	Épocas de Pesquisa	Locais de Pesquisa	Tamanho da Amostra		
			Receptivo	Emissivo	Total
1998	Fevereiro e Setembro	8 aeroportos e 4 pontos terrestres	2.044	1.535	3.579
1999	Fevereiro e Setembro	8 aeroportos e 4 pontos terrestres	2.765	1.856	4.621
2000	Todo o ano	11 aeroportos e 11 pontos terrestres	11.711	s/pesquisa	11.711
2001	Fevereiro e Setembro	8 aeroportos e 4 pontos terrestres	5.248	3.388	8.636
2002	Fevereiro e Setembro	8 aeroportos e 4 pontos terrestres	3.212	3.066	6.278
2003	Fevereiro e Setembro	9 aeroportos e 2 pontos terrestres	4.447	2.723	7.170
2004	Janeiro, Maio, Julho e Novembro	12 aeroportos e 10 pontos terrestres	34.778	15.786	50.564
2005	Janeiro, Maio, Julho e Novembro	12 aeroportos e 10 pontos terrestres	25.730	17.473	43.203
2006	Janeiro, Maio, Julho e Novembro	12 aeroportos e 10 pontos terrestres	24.400	8.100	32.500

# Mudança na Concepção da Amostra

---

## Processo de Amostragem até 2003:

- Amostra Aleatória Simples
- Dimensionada para uma margem de erro de 5%, na estimação do parâmetro global Renda Média dos Turistas

## Problemas:

- Dada a impossibilidade de seleção aleatória prévia dos turistas a serem entrevistados, existia problemas para garantir que a amostra era de fato aleatória.
- Tamanho da amostra insuficiente para assegurar a qualidade das estimativas de resultados segmentados por subgrupos de turistas (por país de origem, motivo da viagem, destinos visitados, etc.)

# Mudança na Concepção da Amostra

---

## Nova concepção de Amostra, a partir de 2004:

- Amostra Aleatória Estratificada (por país emissor e portão de entrada)
- Dimensionada para margens de erro variável segundo a importância relativa dos estratos dos turistas, erros esses definidos em relação ao parâmetro Gasto Médio dos Turistas no país, de cada estrato

## Vantagens da nova Amostragem:

- Melhor controle sobre a aleatoriedade da seleção dos turistas pesquisados
- Tamanho da amostra suficiente para gerar estimativas de resultados segmentados
- Melhoria da qualidade das estimativas dos resultados globais, devido à utilização de fatores de ponderação ou de expansão populacionais

# Novo Método de Dimensionamento da Amostra

---

## Primeira Fase: 2004 e 2005

- Fase **experimental** para obtenção de informações não disponíveis para um melhor dimensionamento da amostra e para testes de algumas hipóteses e conjecturas
- Uso da sistemática de, experimentalmente, dimensionar para mais no cálculo do tamanho da amostra

## Segunda Fase: 2006

- Utilização dos dados e da experiência da primeira fase, para fazer a sintonia fina do tamanho da amostra adequada

# Novo Método de Dimensionamento da Amostra

## Metodologia Atual:

- Aplicação de testes estatísticos aos dados de 2004 e 2005, para verificar a existência de grupos homogêneos de turistas, em relação ao valor dos seus gastos no Brasil:

Testes de comparações múltiplas "*Post Hoc*" de Scheffé, Duncan e Dunnett T3, para indicações de grupos homogêneos, referendadas pelos testes de Levene e de *Análise da Variância*

- Dimensionamento do tamanho da amostra de cada estrato de turistas homogêneos:

$$n_i = \frac{N_i \left( cv_i \cdot z_{\alpha/2} \right)^2}{\left( cv_i \cdot z_{\alpha/2} \right)^2 + \varepsilon^2 \left( N_i - 1 \right)}$$

# Novo Método de Dimensionamento da Amostra

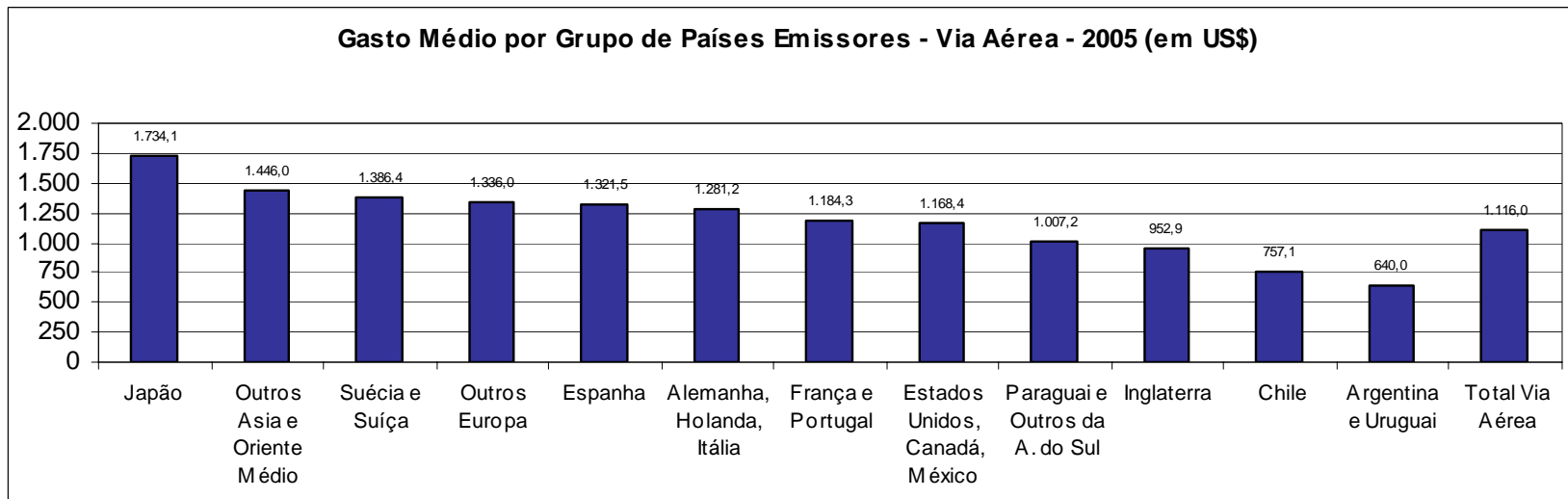
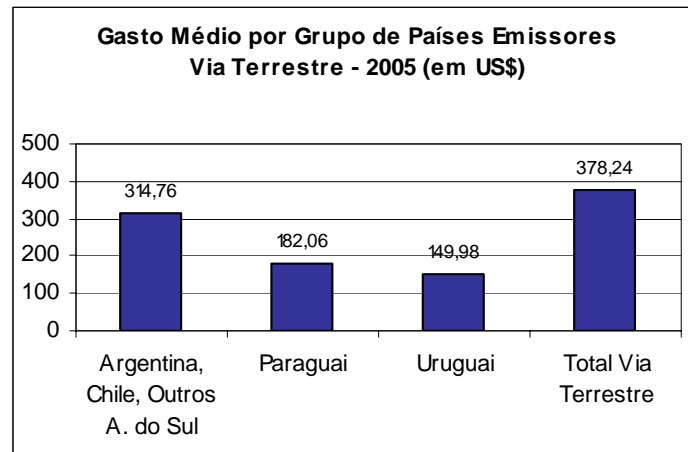
Margens de Erro de cada Estrato do Emissivo:

<b>% da Quantidade de Turistas do Estrato de Turistas Homogêneos no Universo Total de Turistas em 2005</b>	<b>Margem de Erro do Estrato</b>
<b>Mais de 20%</b>	3%
<b>Mais de 10% até 20%</b>	4%
<b>Mais de 5% até 10%</b>	5%
<b>Mais de 2,5% até 5%</b>	7%
<b>Até 2,5%</b>	10%

Nível de Significância: 95%

# Novo Método de Dimensionamento da Amostra

Grupos Homogêneos de Turistas em 2005:



# Aspectos da Ampliação dos Locais

- Amplia-se o nº. de Locais de 11 para 22 no total
- No Terrestre passa-se de 4 para 10 pontos de coleta
- Evolui-se de 2 para 5 UF's (antes: RS e PR; atual: mais SC, MT e RR)
- Estas UF's respondem por 98% do fluxo terrestre do receptivo turístico
- Os locais pesquisados respondem por mais de 95% do fluxo das UF's, exceto RR (81,4%)



Estado	Registro Embratur	% do fluxo das UF's coberta pelos locais
Rio Grande do Sul	42,3%	95,0%
Santa Catarina	4,4%	100,0%
Paraná	45,6%	99,7%
Mato Grosso do Sul	4,3%	100,0%
Roraima	1,3%*	81,4%
Outros	2,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>95,4%</b>

\* Dado estimado pela pesquisa FIPE

# Aspectos da Ampliação dos Locais

- Procedeu-se a um conjunto de experimentos para maior abrangência de UF's, particularmente no N e CO
- As localidades acrescidas foram Ponta Porã; Corumbá (MS) e Pacaraima (RR)
- Outras localidades foram testadas, mas não se justificaram (7 delas), conforme tabela:

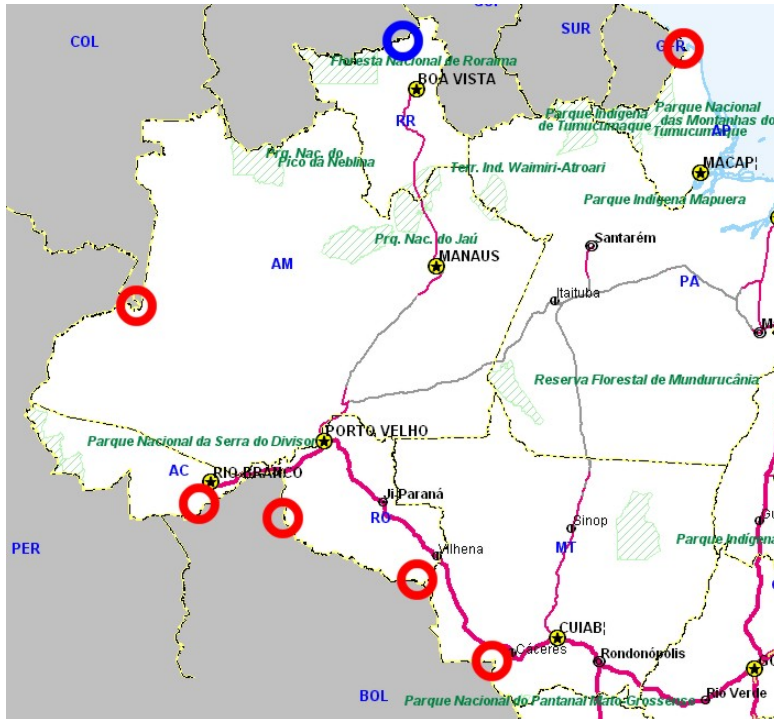
UF	Localidades	Tipo de pesquisa	Número anual de turistas*
RS	Chuí	Pesquisa regular	85.320
	Santana do Livramento	Pesquisa regular	75.948
	Uruguaiana	Pesquisa regular	149.220
	São Borja	Pesquisa regular	32.472
	Jaguarão	Pesquisa de reconhecimento	3.948
SC	Dionísio Cerqueira	Pesquisa regular	42.864
PR	Foz do Iguaçu - PIA	Pesquisa regular	135.756
	Foz do Iguaçu - PTN	Pesquisa regular	109.788
	Guaira	Pesquisa de reconhecimento	684
MS	Ponta Porã	Pesquisa regular	32.400
	Corumbá	Pesquisa regular	27.591
MT	Cáceres	Pesquisa de reconhecimento	588
RO	Guajará-Mirim	Pesquisa de reconhecimento	3.294
AC	Epitaciolândia	Pesquisa de reconhecimento	384
AM	Tabatinga	Pesquisa de reconhecimento	1.440
RR	Pacaraima	Pesquisa regular	7.884
AP	Oiapoque	Pesquisa de reconhecimento	1.656

 Pesquisa regular  
 Pesquisa de reconhecimento

\* Número levantado pela pesquisa junto à Polícia Federal no local

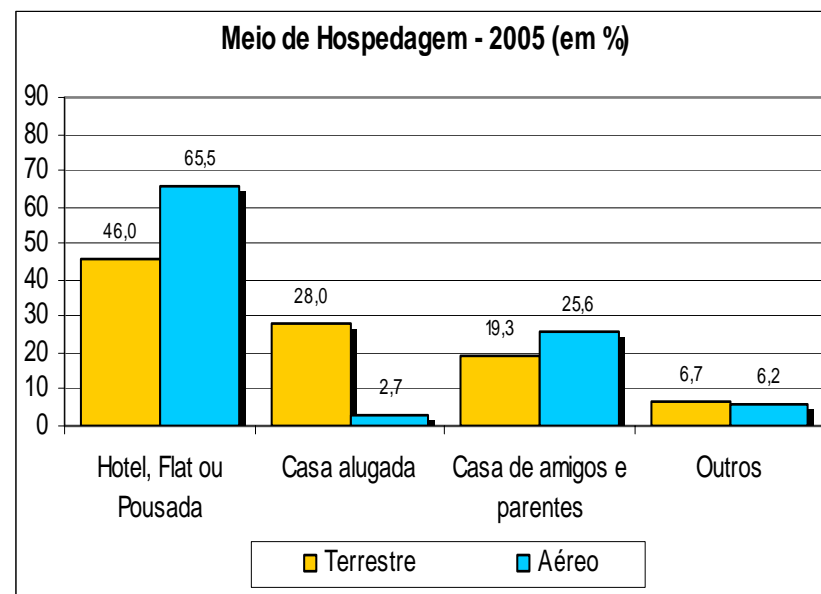
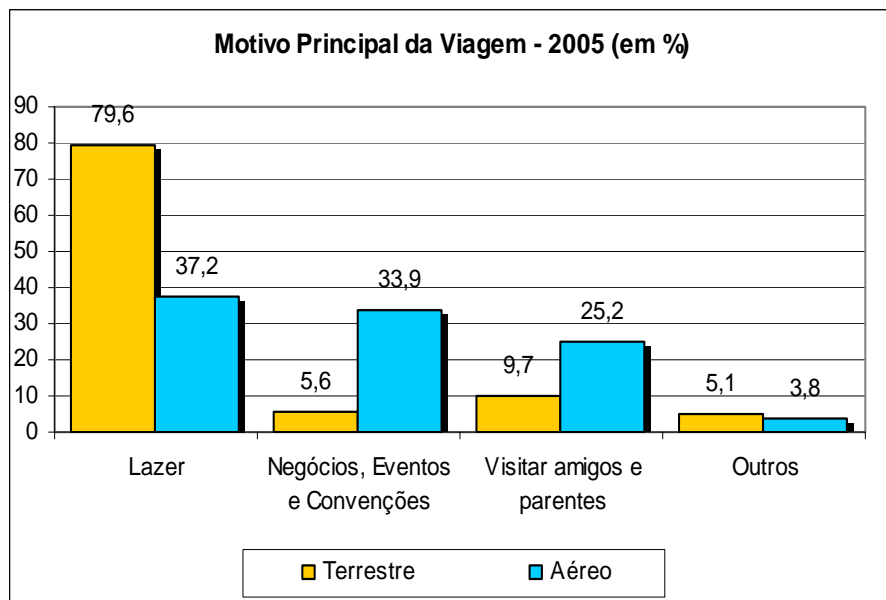
# Aspectos da Ampliação dos Locais

- As localidades não se justificaram parte por que as UF's já se encontravam bem representadas e parte por que não respondiam por mais do que 2% do fluxo turístico receptivo. Além disso, na maior parte das vezes não apresentam ligações rodoviárias com o interior do País (Mapas a seguir)



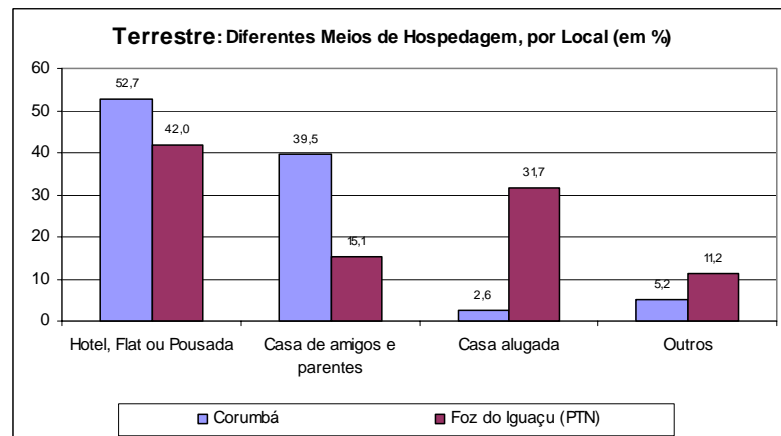
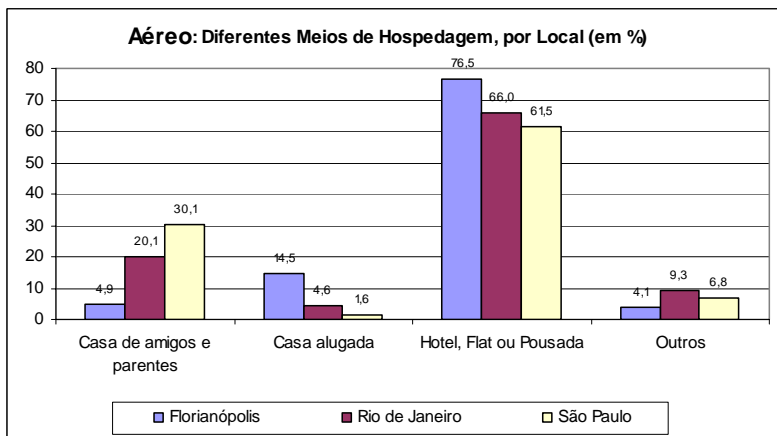
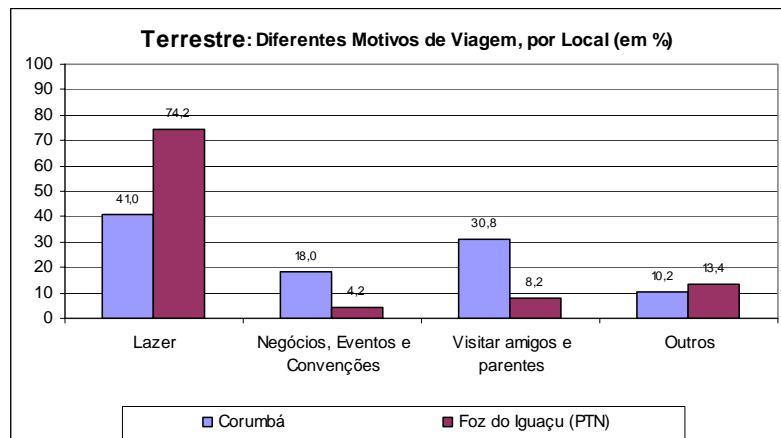
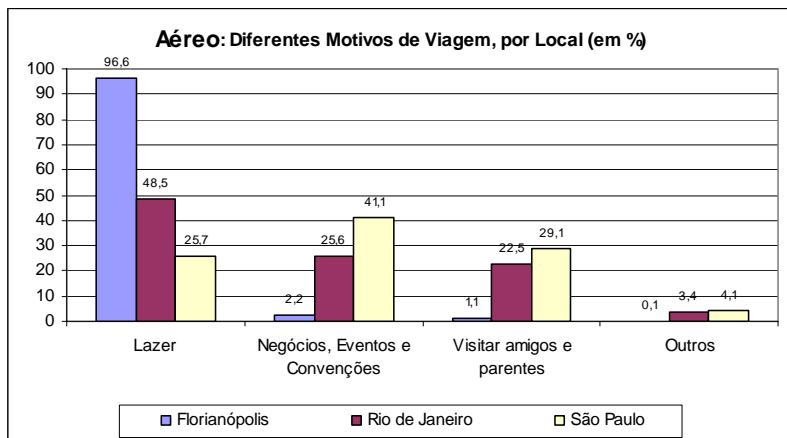
# Razões da Ampliação dos Locais

- A ampliação dos pontos de pesquisa se justifica por notórias diferenças constatadas entre os locais de acesso:
- Características Específicas do Turismo por Tipo de Acesso, Aéreo e Terrestre – *Motivo e Hospedagem*



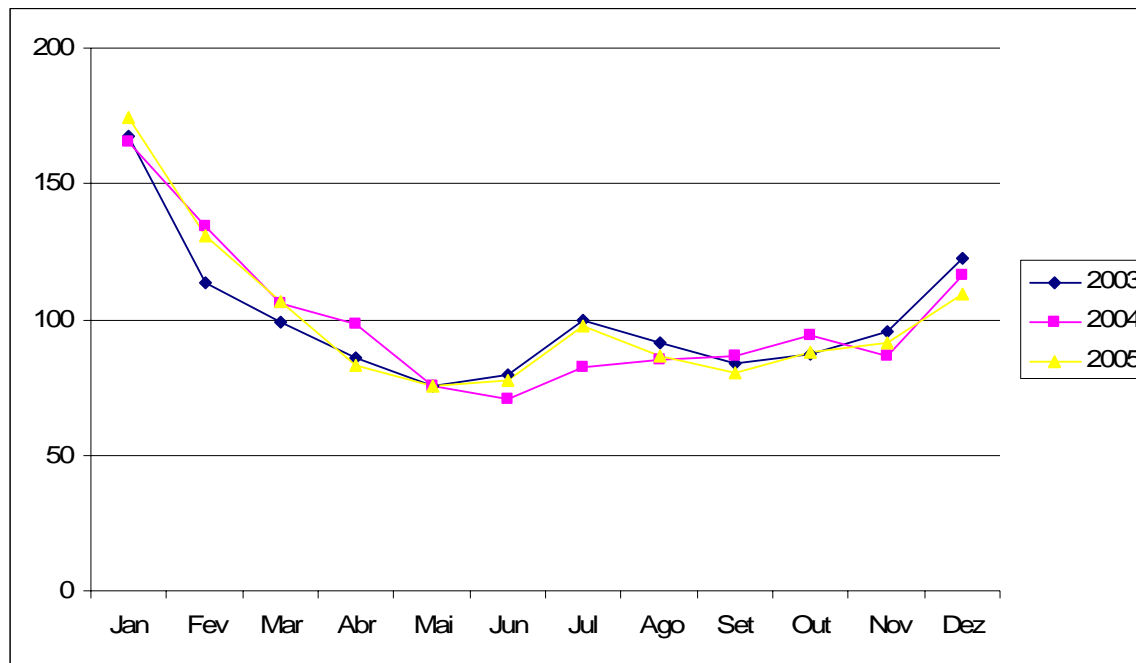
# Razões da Ampliação dos Locais

- Características Específicas do Turismo, por Local de Acesso  
(Aéreo: Florianópolis, R. de Janeiro e São Paulo; Terrestre: Corumbá e Foz do Iguaçu) – Motivo e Hospedagem



# Aspectos da Ampliação das Etapas no Ano

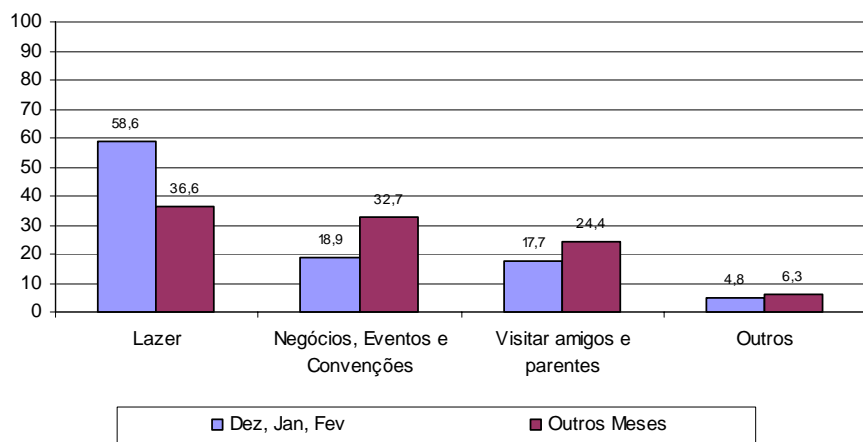
- Amplia-se o nº. de Etapas de 2 para 4
- As Pesquisas de Contagem, Terrestre e Aérea, passam a ser Mensais
- Os maiores fluxos ocorrem na Alta Estação (Dez-Jan-Fev) - 35% em 3 meses



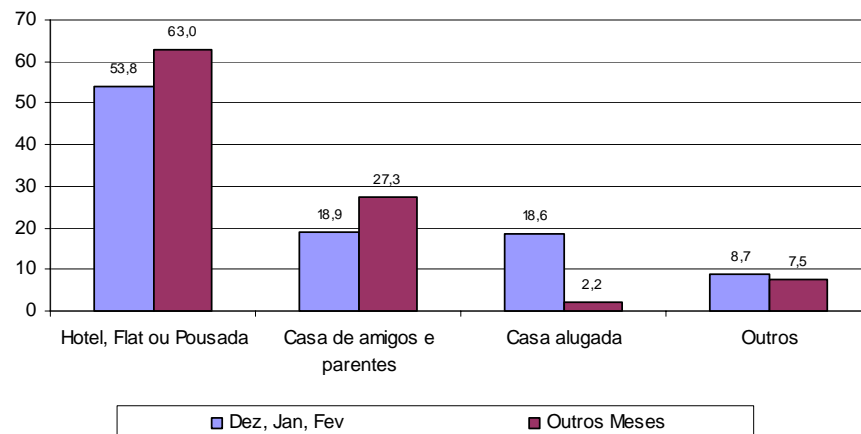
# Razões da Ampliação das Etapas

- Têm-se diferenças nas características do Turismo, por Período da Viagem – *Motivo e Hospedagem*

Diferenciação de Motivo, por Época do Ano (em %)



Diferenciação de Meios de Hospedagem, por Época do Ano (em %)



---

# Resultados Gerais

## 2004 e 2005

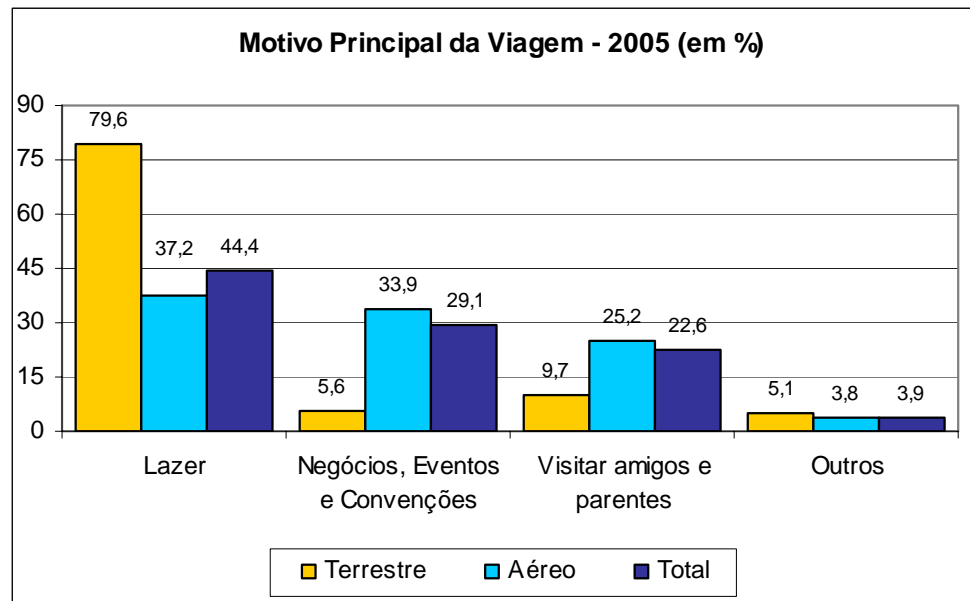
# Nova Forma de Apresentação dos Resultados

---

- Os resultados passam a ser tabulados e divulgados desagregando-se os motivos de viagens em três grandes categorias: “Lazer”; “Negócios, Eventos e Convenções”; e “Outros Motivos”.
- A mudança objetiva evitar distorções ocasionadas pela mescla de tipos de motivação de viagem com características tão diferenciadas.
- Alerta-se, assim, não ser recomendável somar os resultados dessas categorias de viagens.

# Motivo Principal da Viagem

Motivo da Viagem	2004			2005		
	Terrestre	Aéreo	Total	Terrestre	Aéreo	Total
<b>Lazer</b>	80,4	39,2	<b>48,5</b>	79,6	37,2	<b>44,4</b>
<b>Negócios, Eventos e Convenções</b>	7,3	34,9	<b>28,7</b>	5,6	33,9	<b>29,1</b>
<b>Outros Motivos</b>	12,4	25,8	<b>22,9</b>	14,8	29,0	<b>26,5</b>
<i>Visitar amigos e parentes</i>	7,3	21,2	<b>18,1</b>	9,7	25,2	<b>22,6</b>
<i>Estudo ou cursos</i>	1,3	1,7	<b>1,6</b>	0,5	1,5	<b>1,3</b>
<i>Motivos de saúde</i>	0,8	0,5	<b>0,6</b>	3,1	0,5	<b>0,9</b>
<i>Religião ou peregrinação</i>	0,6	0,5	<b>0,6</b>	0,1	0,5	<b>0,4</b>
<i>Compras</i>	1,1	0,6	<b>0,7</b>	0,1	0,3	<b>0,3</b>
<i>Outros</i>	1,3	1,3	<b>1,3</b>	1,3	1,0	<b>1,0</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

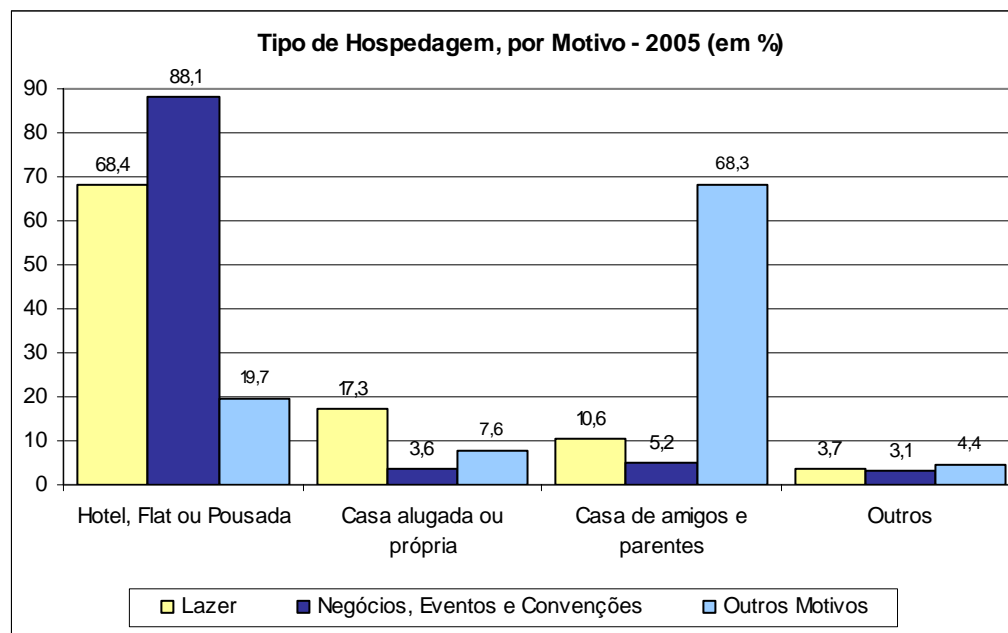


# Tipo de Hospedagem – Por Motivo

Lazer		
Tipo de alojamento utilizado	2004	2005
Hotel, Flat ou Pousada	68,6	68,4
Casa alugada	16,2	15,5
Casa de amigos e parentes	9,6	10,6
Camping ou Albergue	2,9	2,5
Casa própria	2,2	1,8
Outros	0,5	1,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Negócios, Eventos e Convenções		
Tipo de alojamento utilizado	2004	2005
Hotel, Flat ou Pousada	87,1	88,1
Casa de amigos e parentes	7,0	5,2
Casa própria	2,8	1,9
Casa alugada	2,0	1,7
Camping ou Albergue	0,3	0,9
Outros	0,8	2,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Outros Motivos		
Tipo de alojamento utilizado	2004	2005
Casa de amigos e parentes	62,2	68,3
Hotel, Flat ou Pousada	25,7	19,7
Casa própria	7,2	5,5
Casa alugada	3,0	2,1
Camping ou Albergue	0,8	2,2
Outros	1,2	2,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



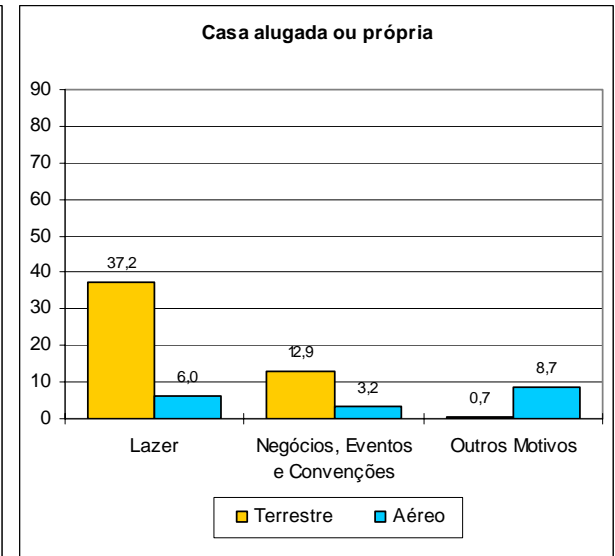
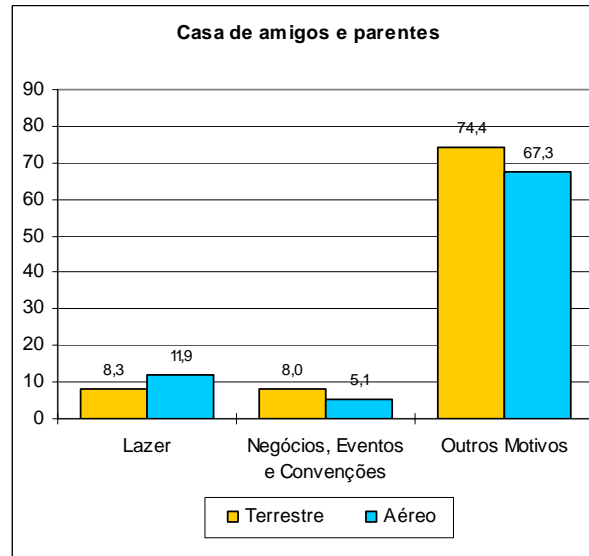
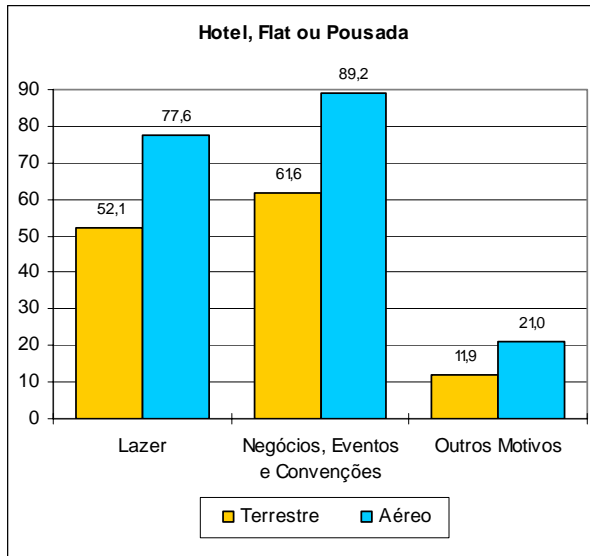
# Tipo de Hospedagem – Por Motivo e Via de Acesso

Tipo de alojamento utilizado	Lazer					
	2004			2005		
	Terrestre	Aéreo	Total	Terrestre	Aéreo	Total
Hotel, Flat ou Pousada	51,6	78,8	<b>68,6</b>	52,1	77,6	<b>68,4</b>
Casa alugada	35,7	4,6	<b>16,2</b>	35,4	4,2	<b>15,5</b>
Casa de amigos e parentes	6,0	11,8	<b>9,6</b>	8,3	11,9	<b>10,6</b>
Camping ou Albergue	3,8	2,3	<b>2,9</b>	2,4	2,7	<b>2,5</b>
Casa própria	2,7	1,9	<b>2,2</b>	1,8	1,8	<b>1,8</b>
Outros	0,3	0,6	<b>0,5</b>	0,1	1,7	<b>1,1</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tipo de alojamento utilizado	Negócios, Eventos e Convenções					
	2004			2005		
	Terrestre	Aéreo	Total	Terrestre	Aéreo	Total
Hotel, Flat ou Pousada	65,5	88,3	87,1	61,6	89,2	88,1
Casa de amigos e parentes	20,3	6,2	7,0	8,0	5,1	5,2
Casa própria	6,1	2,6	2,8	5,0	1,8	1,9
Casa alugada	3,0	1,9	2,0	7,9	1,4	1,7
Camping ou Albergue	0,8	0,3	0,3	10,4	0,4	0,9
Outros	4,2	0,6	0,8	6,1	1,5	1,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tipo de alojamento utilizado	Outros Motivos					
	2004			2005		
	Terrestre	Aéreo	Total	Terrestre	Aéreo	Total
Casa de amigos e parentes	56,4	63,0	62,2	74,4	67,3	68,3
Hotel, Flat ou Pousada	30,6	25,0	25,7	11,9	21,0	19,7
Casa própria	5,8	7,4	7,2	0,2	6,4	5,5
Casa alugada	2,1	3,1	3,0	0,5	2,3	2,1
Camping ou Albergue	2,2	0,6	0,8	11,1	0,8	2,2
Outros	2,8	0,9	1,2	1,8	1,8	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

# Tipo de Hospedagem – Por Motivo e Via de Acesso



# Cidades Mais Visitadas – Por Motivo

Cidades mais Visitadas Lazer	2004	2005
Rio de Janeiro - RJ	33,9	31,5
Foz do Iguaçu - PR	21,7	17,0
São Paulo - SP	13,6	13,6
Florianópolis - SC	11,9	12,1
Salvador - BA	14,2	11,5
Balneário Camboriú - SC	6,1	6,7
Fortaleza - CE	6,5	6,4
Natal - RN	2,7	5,8
Armação dos Búzios - RJ	5,8	5,4
Manaus - AM	4,0	4,0
Recife - PE	3,5	3,2
Curitiba - PR	4,0	3,2
Bombinhas - SC	2,6	3,1
Parati - RJ	2,9	2,2
Porto Seguro - BA	2,6	2,1
Outros	63,7	58,9
<b>Total</b>	<b>199,8</b>	<b>186,7</b>

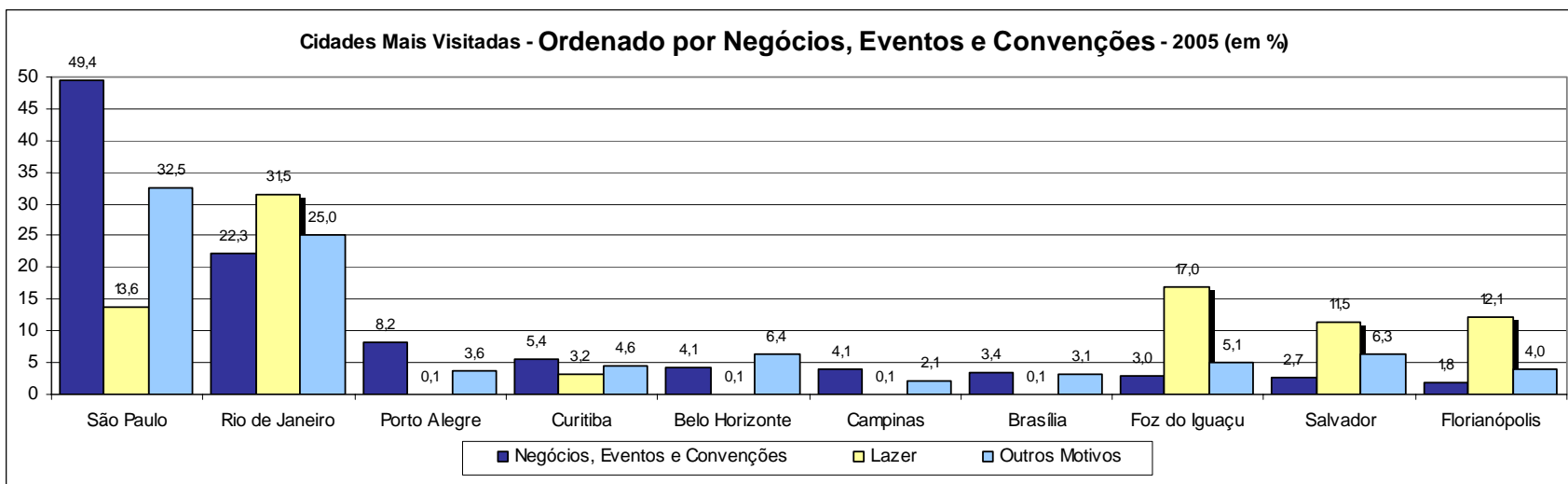
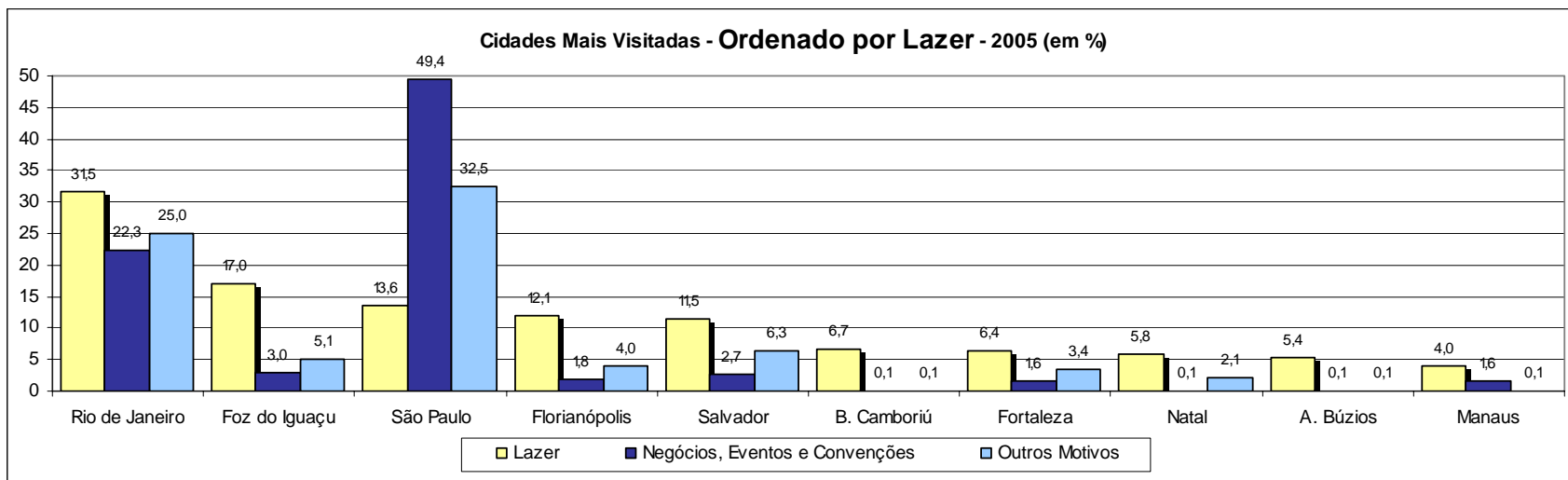
Cidades mais Visitadas Negócios, Eventos e Convenções	2004	2005
São Paulo – SP	51,4	49,4
Rio de Janeiro – RJ	24,6	22,3
Porto Alegre – RS	7,0	8,2
Curitiba – PR	5,6	5,4
Belo Horizonte – MG	4,5	4,1
Campinas – SP	3,7	4,1
Brasília – DF	3,6	3,4
Foz do Iguaçu – PR	3,7	3,0
Salvador – BA	4,4	2,7
Florianópolis – SC	2,5	1,8
Manaus – AM	2,0	1,6
Fortaleza – CE	2,5	1,6
Recife – PE	1,9	1,5
São José dos Campos – SP	1,6	1,5
Vitória - ES	1,4	1,4
Outros	44,7	34,5
<b>Total</b>	<b>165,2</b>	<b>146,5</b>

Cidades mais Visitadas Outros Motivos	2004	2005
São Paulo – SP	30,4	32,5
Rio de Janeiro – RJ	26,7	25,0
Belo Horizonte – MG	6,5	6,4
Salvador – BA	7,6	6,3
Foz do Iguaçu – PR	6,3	5,1
Curitiba – PR	6,4	4,6
Florianópolis – SC	3,8	4,0
Porto Alegre – RS	5,6	3,6
Fortaleza – CE	4,6	3,4
Brasília – DF	3,7	3,1
Recife – PE	3,3	3,1
Goiânia – GO	3,1	2,6
Ubatuba – SP	1,3	2,3
Campinas – SP	2,3	2,1
Natal - RN	1,8	2,1
Outros	82,5	77,7
<b>Total</b>	<b>195,8</b>	<b>183,7</b>

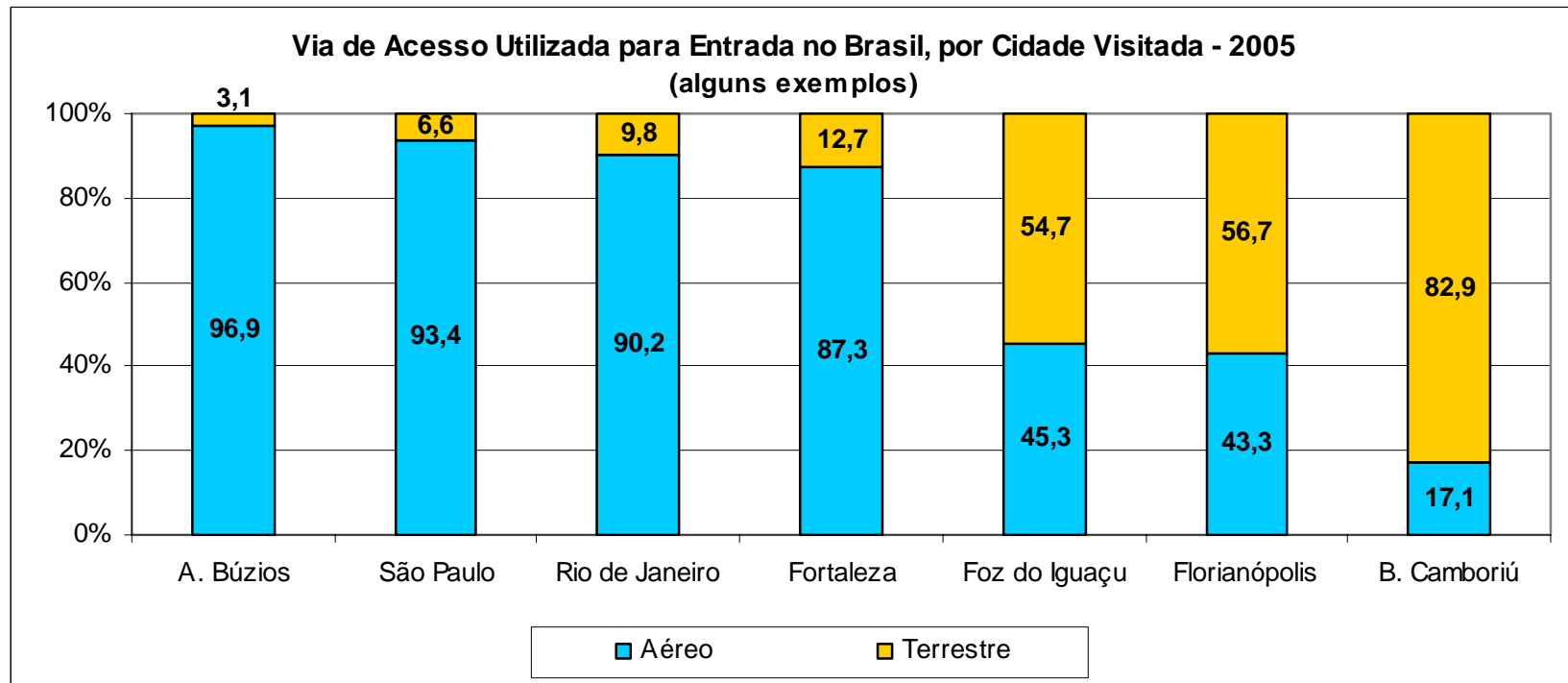
Ressalta-se que os valores apresentados nas tabelas acima possuem bases diferentes conforme o ano de realização da pesquisa. Para 2004 e 2005 os números de entrada de estrangeiros são, respectivamente, 4.793.703 e 5.358.170 (Embratur).

Respostas múltiplas

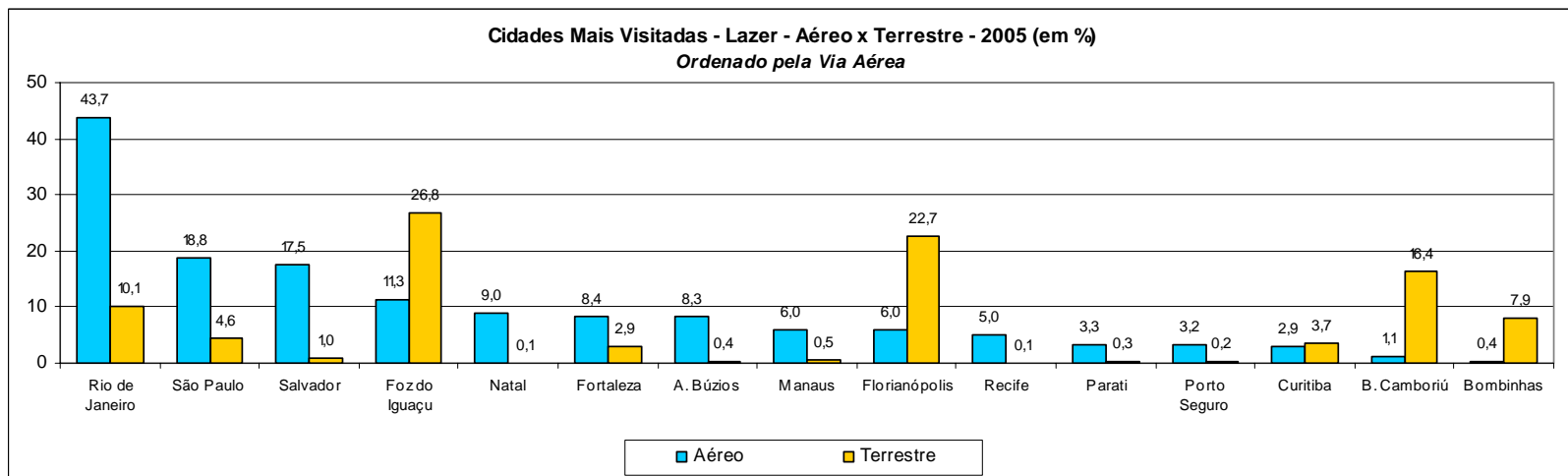
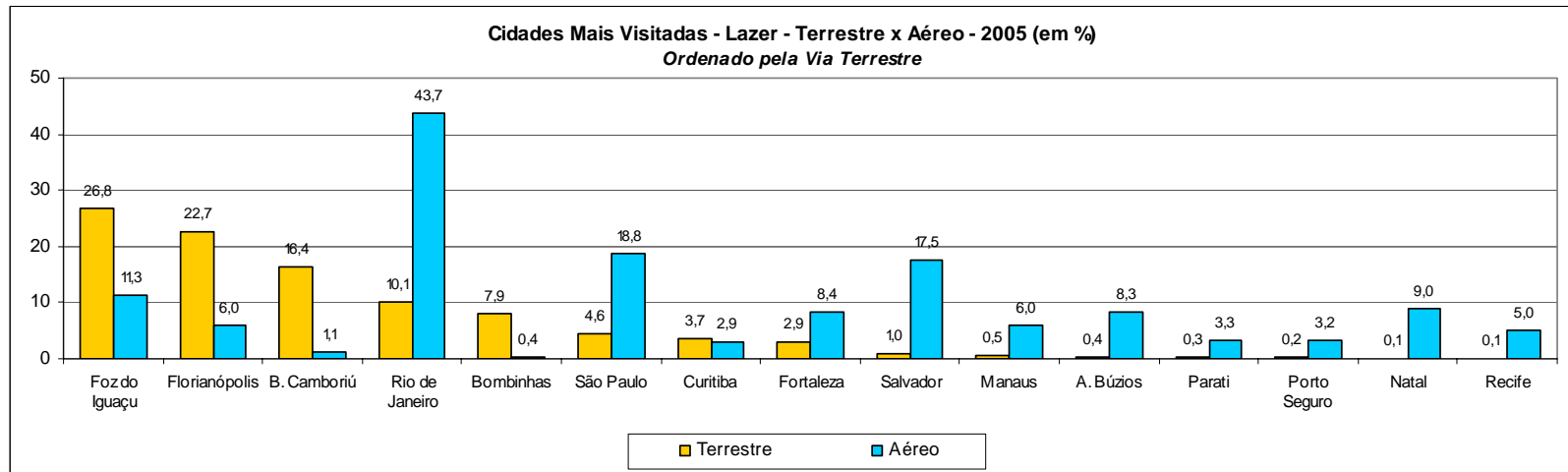
# Cidades Mais Visitadas – Ordenadas por Motivos



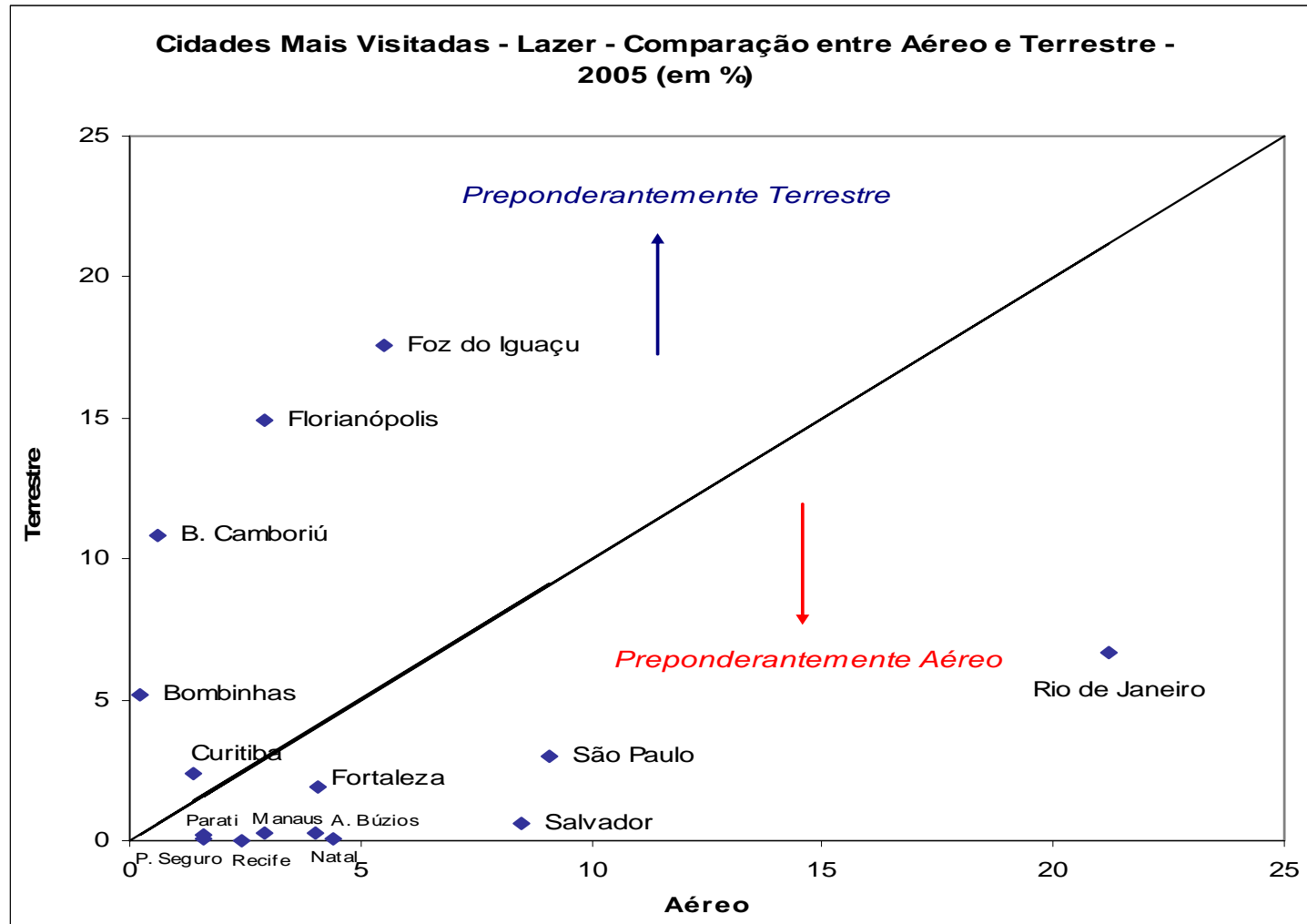
# Cidades Mais Visitadas: *Preponderância de Acesso*



# Cidades Mais Visitadas: *Preponderância de Acesso - Lazer*

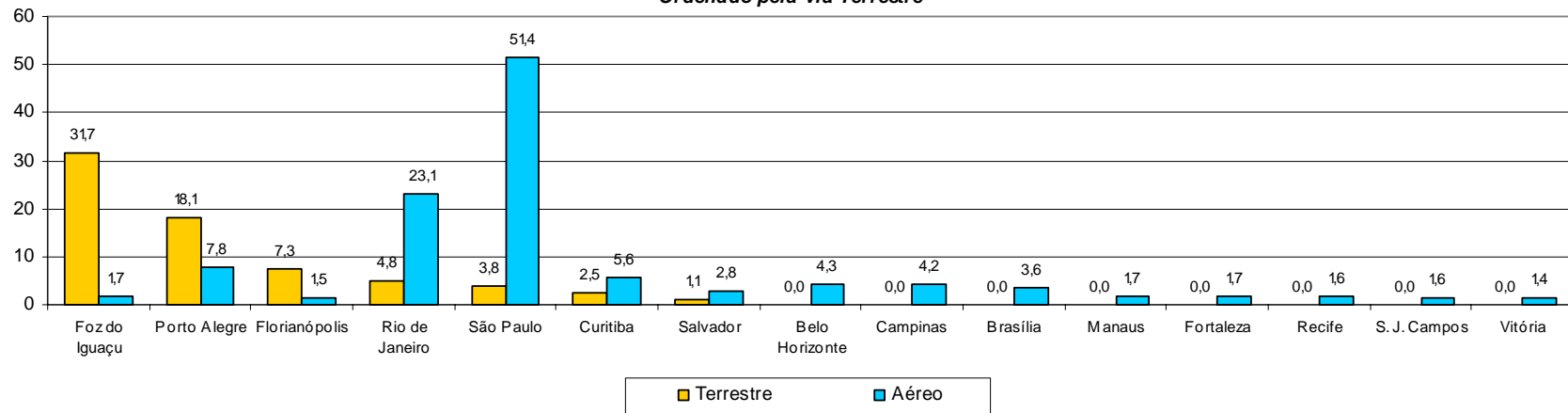


# Cidades Mais Visitadas: *Preponderância de Acesso - Lazer*

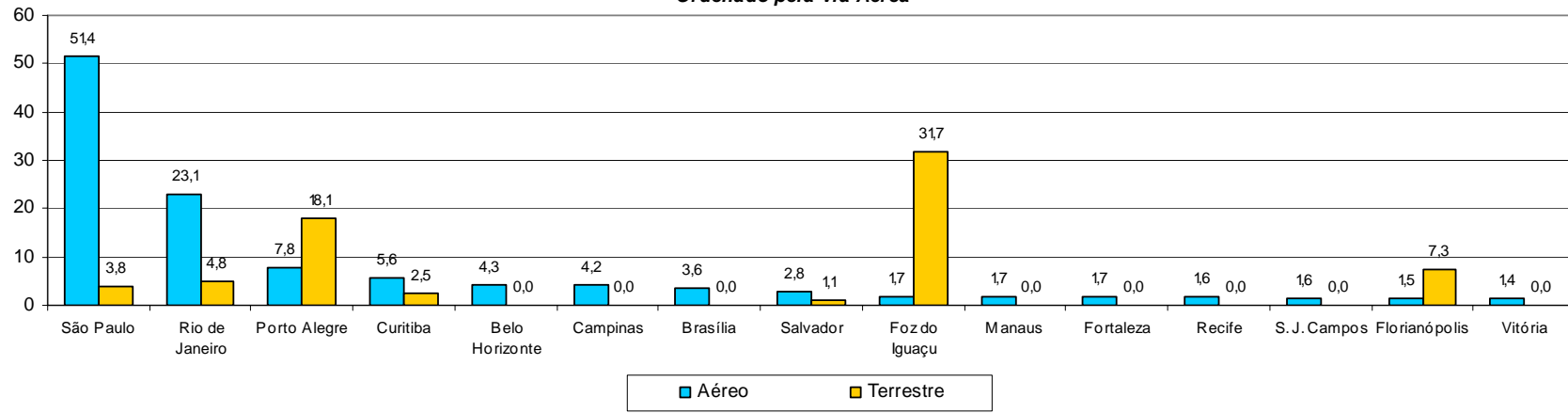


# Cidades Mais Visitadas: *Preponderância de Acesso – Negócios, Eventos e Convenções*

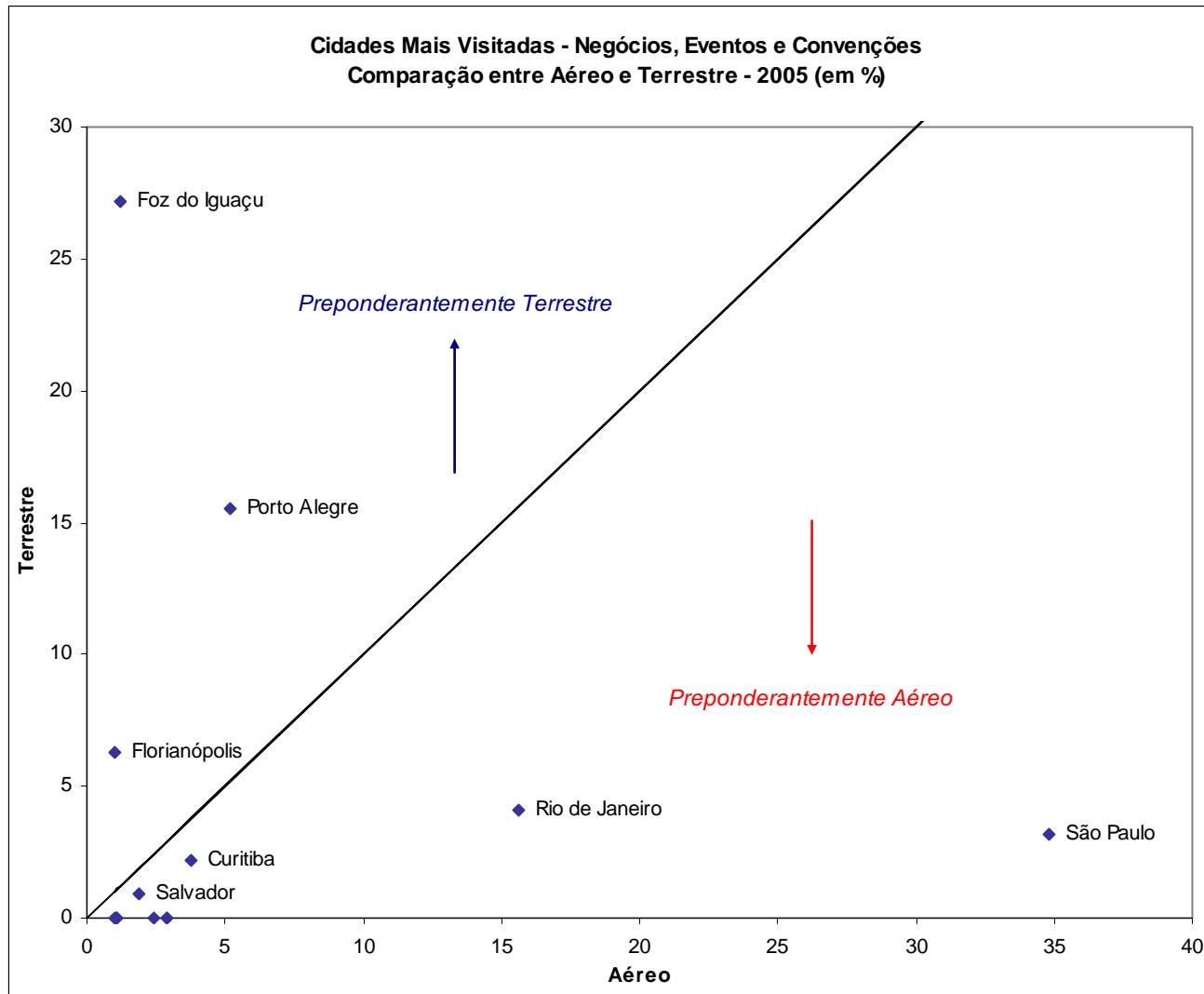
**Cidades Mais Visitadas - Negócios, Eventos e Convenções - Terrestre x Aéreo - 2005 (em %)**  
*Ordenado pela Via Terrestre*



**Cidades Mais Visitadas - Negócios, Eventos e Convenções - Aéreo x Terrestre - 2005 (em %)**  
*Ordenado pela Via Aérea*

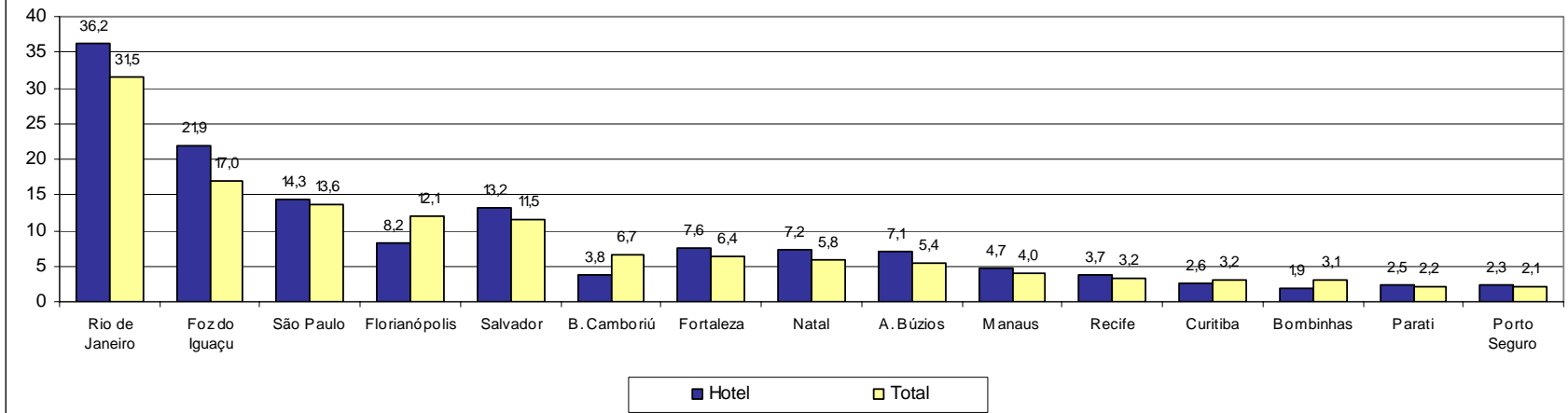


# Cidades Mais Visitadas: *Preponderância de Acesso* – Negócios, Eventos e Convenções

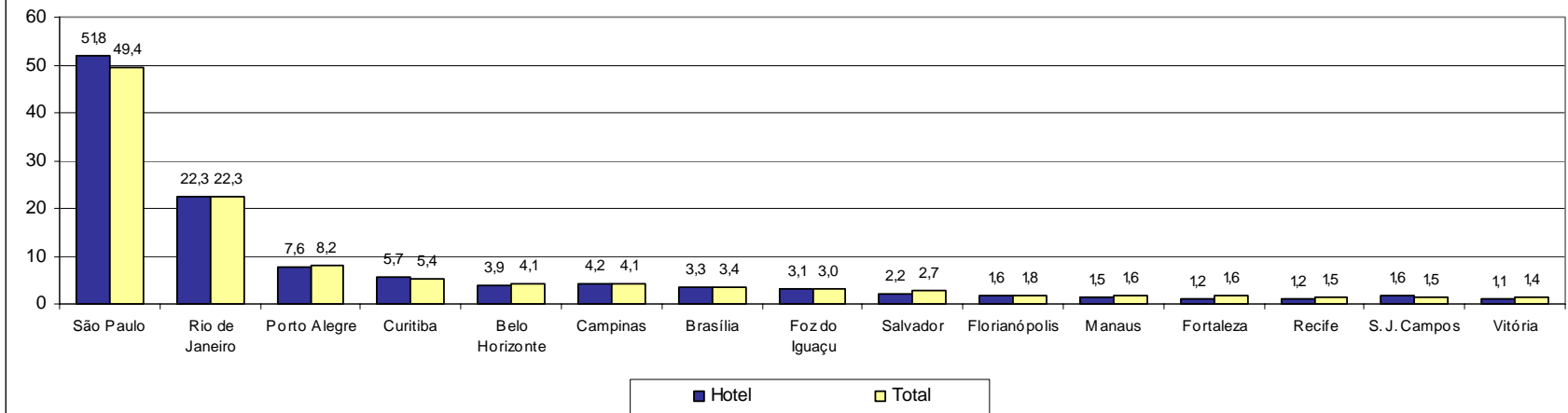


# Cidades Mais Visitadas: Por Motivo - *Hotel x Total*

Cidades Mais Visitadas - Lazer - Hotel x Total - 2005 (em %)



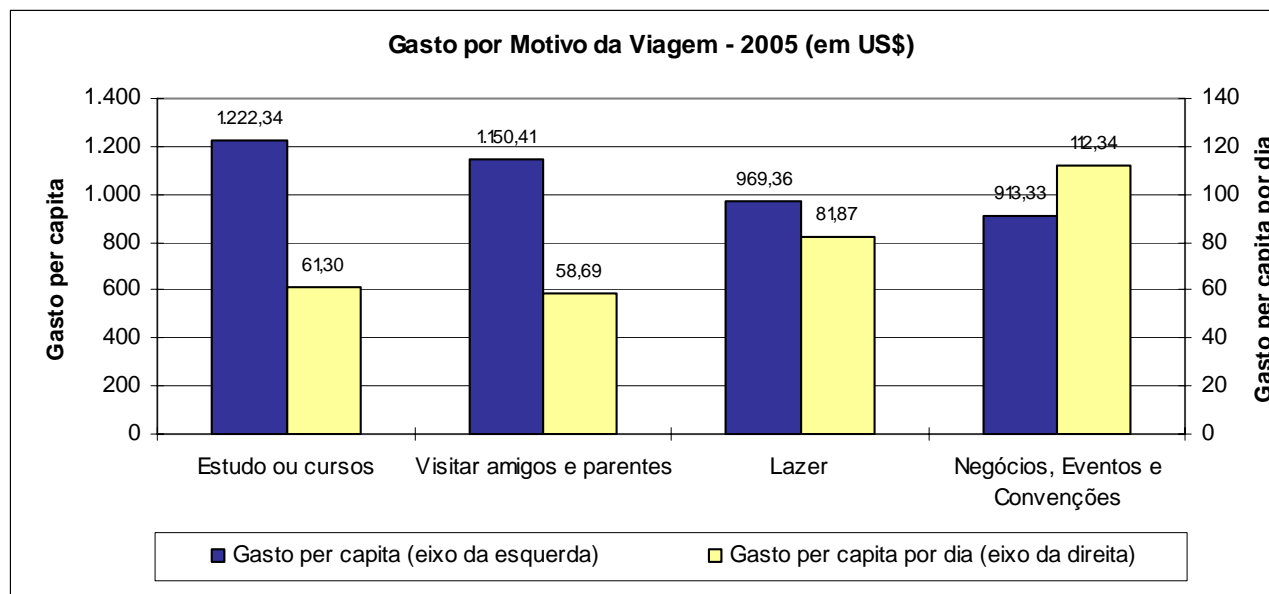
Cidades Mais Visitadas - Negócios, Eventos e Convenções - Hotel x Total - 2005 (em %)



# Gasto per capita no Brasil, Total e Diário - Por Motivo

Gasto per capita no Brasil (US\$)	2004		2005	
	Gasto Total	Gasto por dia	Gasto Total	Gasto por dia
Lazer	688,98	57,99	969,36	81,87
Negócios, Eventos e Convenções	893,68	97,99	913,33	112,34
Visitar amigos e parentes	912,96	45,53	1.150,41	58,69
Estudo ou cursos	954,02	51,99	1.222,34	61,30

Estimativas de gastos calculadas apenas para Motivos com elementos amostrais superiores a 200 observações.



# Gasto per capita no Brasil - Por País de Residência - Lazer

Lazer						
Gasto per capita no Brasil (US\$)	2004			2005		
	Terrestre	Aéreo	Total	Terrestre	Aéreo	Total
<b>América do Sul</b>	<b>300,73</b>	<b>555,57</b>	<b>392,90</b>	<b>436,82</b>	<b>851,41</b>	<b>616,73</b>
Chile	*	*	437,59	*	*	641,80
Argentina	336,94	506,82	400,54	482,29	766,80	599,51
Paraguai	*	*	258,21	*	*	503,04
<b>Outros Continentes</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>974,85</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>1.251,80</b>
Itália	*	*	1.092,63	*	*	1.383,40
Inglaterra	*	*	998,96	*	*	1.373,99
Holanda	*	*	941,47	*	*	1.276,14
França	*	*	936,56	*	*	1.258,03
Espanha	*	*	1.018,76	*	*	1.250,46
Portugal	*	*	832,51	*	*	1.211,71
Estados Unidos	*	*	1.089,20	*	*	1.195,30
Alemanha	*	*	873,92	*	*	1.092,63
<b>TOTAL</b>	<b>323,17</b>	<b>902,26</b>	<b>688,98</b>	<b>420,49</b>	<b>1.186,04</b>	<b>969,36</b>

Estimativas de gastos calculadas apenas para países e vias de acesso com elementos amostrais superiores a 200 observações.

## Gasto per capita no Brasil - Por País de Residência – Negócios, Eventos e Convenções

Negócios, Eventos e Convenções						
Gasto per capita no Brasil (US\$)	2004			2005		
	Terrestre	Aéreo	Total	Terrestre	Aéreo	Total
<b>América do Sul</b>	*	*	<b>555,82</b>	*	*	<b>570,08</b>
Argentina	*	*	477,86	*	*	465,72
<b>Outros Continentes</b>	*	*	<b>1.056,34</b>	*	*	<b>1.044,61</b>
Estados Unidos	*	*	1.054,26	*	*	1.020,10
Portugal	*	*	1.186,34	*	*	1.058,44
Alemanha	*	*	863,82	*	*	1.093,56
Itália	*	*	1.197,80	*	*	990,37
<b>TOTAL</b>	<b>204,17</b>	<b>930,93</b>	<b>893,68</b>	<b>246,04</b>	<b>937,39</b>	<b>913,33</b>

Estimativas de gastos calculadas apenas para países e vias de acesso com elementos amostrais superiores a 200 observações.

# Gasto per capita no Brasil - Por País de Residência - Outros Motivos

Outros Motivos						
Gasto per capita no Brasil (US\$)	2004			2005		
	Terrestre	Aéreo	Total	Terrestre	Aéreo	Total
<b>América do Sul</b>	<b>141,61</b>	<b>626,18</b>	<b>367,66</b>	<b>195,53</b>	<b>730,66</b>	<b>529,03</b>
Argentina	*	*	352,35	*	*	443,23
<b>Outros Continentes</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>1053,85</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>1284,09</b>
Espanha	*	*	1.055,50	*	*	1.474,00
Portugal	*	*	1.227,48	*	*	1.427,77
Suíça	*	*	1.045,57	*	*	1.351,65
Inglaterra	*	*	943,79	*	*	1.321,24
Itália	*	*	1.090,55	*	*	1.256,08
Estados Unidos	*	*	1.000,14	*	*	1.181,68
Alemanha	*	*	918,49	*	*	1.171,18
França	*	*	872,15	*	*	1.052,09
<b>TOTAL</b>	<b>154,02</b>	<b>1.015,95</b>	<b>912,58</b>	<b>235,53</b>	<b>1.237,87</b>	<b>1.137,32</b>

Estimativas de gastos calculadas apenas para países e vias de acesso com elementos amostrais superiores a 200 observações.

# Gasto per capita, Total e Diário – Por Motivo e Meio de Hospedagem

Gasto per capita por Meio de Hospedagem (US\$)	Lazer			
	2004		2005	
	Gasto Total	Gasto por dia	Gasto Total	Gasto por dia
Hotel, Flat ou Pousada	706,85	70,19	1.000,39	96,56
Casa própria	773,43	40,39	1.334,87	67,35
Casa alugada	549,27	38,28	812,34	60,71
Camping ou Albergue	582,09	38,14	871,22	54,15
Casa de amigos e parentes	796,50	43,10	896,24	50,84
<b>Total</b>	<b>688,98</b>	<b>57,99</b>	<b>969,36</b>	<b>80,58</b>

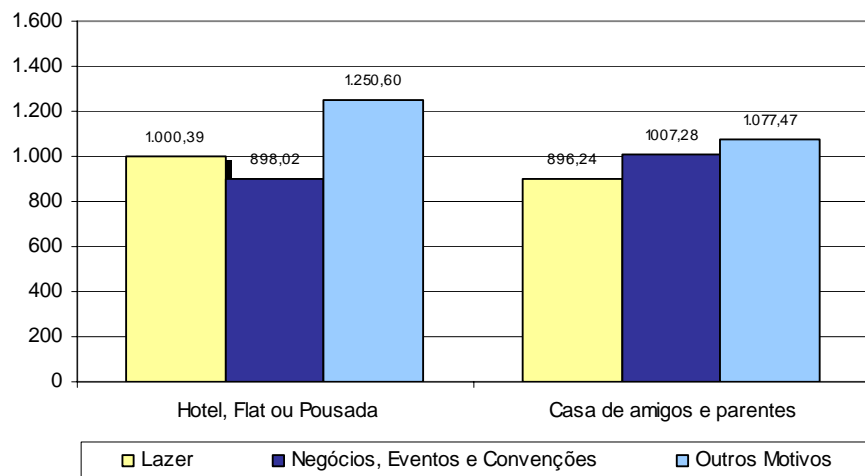
Gasto per capita por Meio de Hospedagem (US\$)	Negócios, Eventos e Convenções			
	2004		2005	
	Gasto Total	Gasto por dia	Gasto Total	Gasto por dia
Hotel, Flat ou Pousada	880,20	112,27	898,02	127,92
Casa de amigos e parentes	872,33	55,21	1007,28	56,94
<b>Total</b>	<b>893,68</b>	<b>97,99</b>	<b>913,33</b>	<b>112,90</b>

Gasto per capita por Meio de Hospedagem (US\$)	Outros Motivos			
	2004		2005	
	Gasto Total	Gasto por dia	Gasto Total	Gasto por dia
Hotel, Flat ou Pousada	934,57	77,30	1.250,60	98,94
Casa própria	1.138,25	42,92	1.606,75	59,69
Casa de amigos e parentes	862,36	42,03	1.077,47	52,38
<b>Total</b>	<b>912,58</b>	<b>48,21</b>	<b>1.137,32</b>	<b>60,18</b>

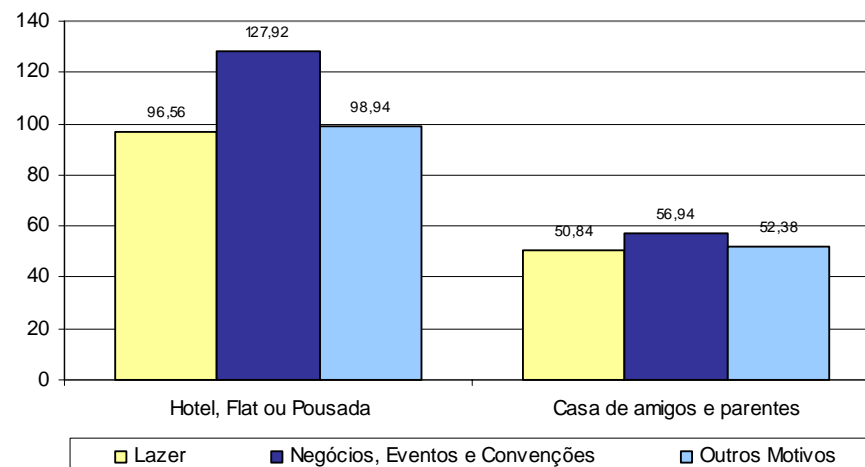
Estimativas de gastos calculadas apenas para Meios de Hospedagem com elementos amostrais superiores a 200 observações.

# Gasto per capita, Total e Diário – Por Motivo e Meio de Hospedagem

Gasto per capita Total, por Motivo da Viagem - 2005 (em US\$)



Gasto per capita Diário, por Motivo da Viagem - 2005 (em US\$)

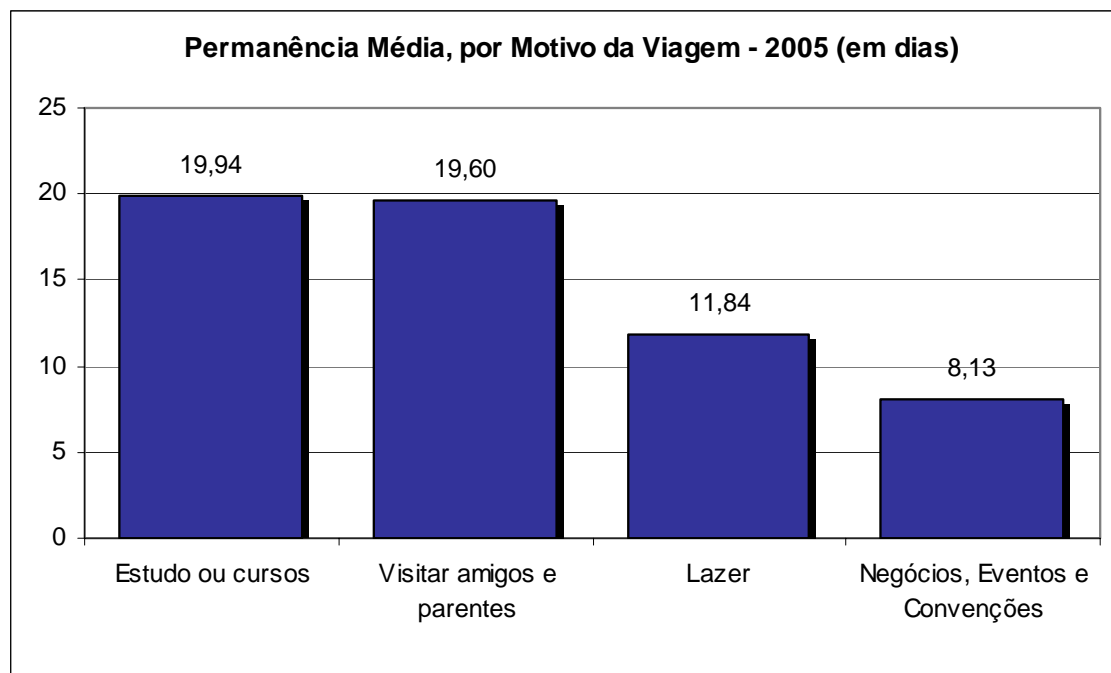


Estimativas de gastos calculadas apenas para Meios de Hospedagem com elementos amostrais superiores a 200 observações.

# Tempo de Permanência - Por Motivo da Viagem

Permanência Média (dias)	2004	2005
Estudo ou cursos	18,35	19,94
Visitar amigos e parentes	20,05	19,60
Lazer	11,88	11,84
Negócios, Eventos e Convenções	9,12	8,13

Estimativas de permanência calculadas apenas para Motivos com elementos amostrais superiores a 200 observações.



# Tempo de Permanência – Por Motivo e País de Residência

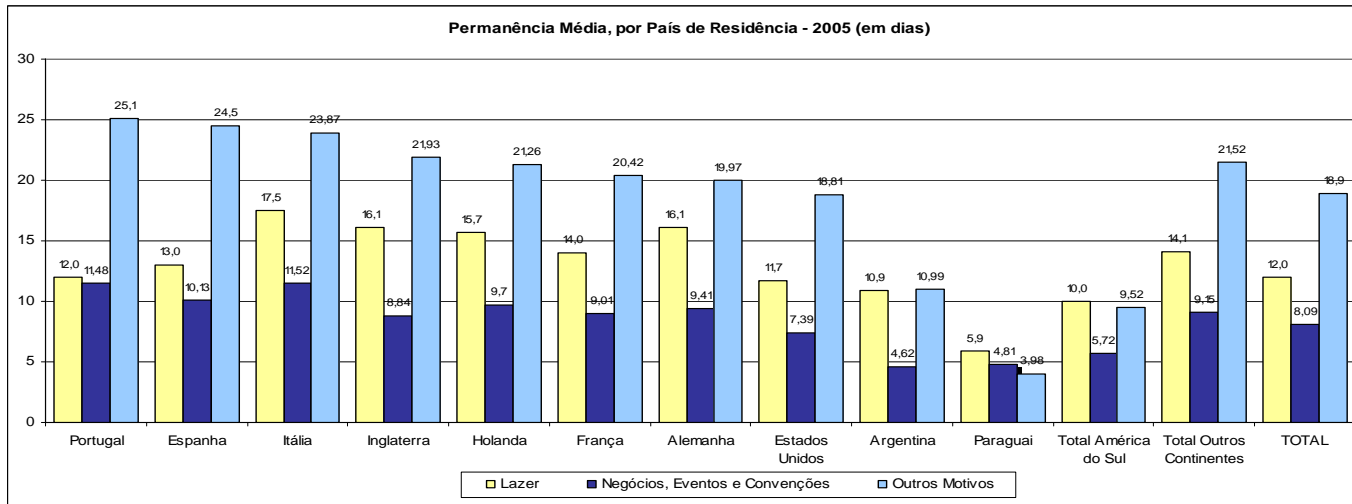
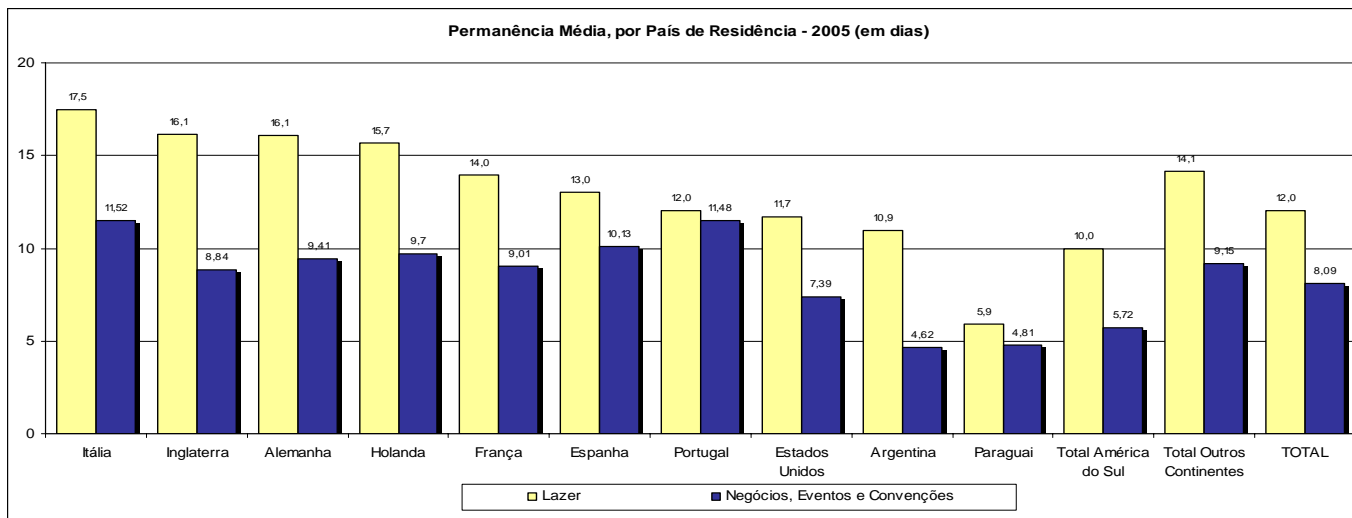
Lazer		
Permanência Média (dias)	2004	2005
<b>América do Sul</b>	<b>10,1</b>	<b>10,0</b>
Argentina	11,5	10,9
Chile	9,2	8,9
Paraguai	5,9	5,9
<b>Outros Continentes</b>	<b>13,6</b>	<b>13,8</b>
Itália	17,8	17,3
Inglaterra	13,9	16,0
Holanda	15,1	15,5
Alemanha	15,2	14,4
França	14,2	13,9
Espanha	14,1	12,6
Portugal	12,5	12,0
Estados Unidos	10,9	11,5
<b>TOTAL</b>	<b>11,9</b>	<b>12,0</b>

Negócios, Eventos e Convenções		
Permanência Média (dias)	2004	2005
<b>América do Sul</b>	<b>6,4</b>	<b>5,7</b>
Argentina	6,3	4,6
<b>Outros Continentes</b>	<b>10,3</b>	<b>9,1</b>
Itália	12,2	11,5
Portugal	15,2	11,5
Alemanha	10,0	9,4
Estados Unidos	8,9	7,4
<b>TOTAL</b>	<b>9,1</b>	<b>8,1</b>

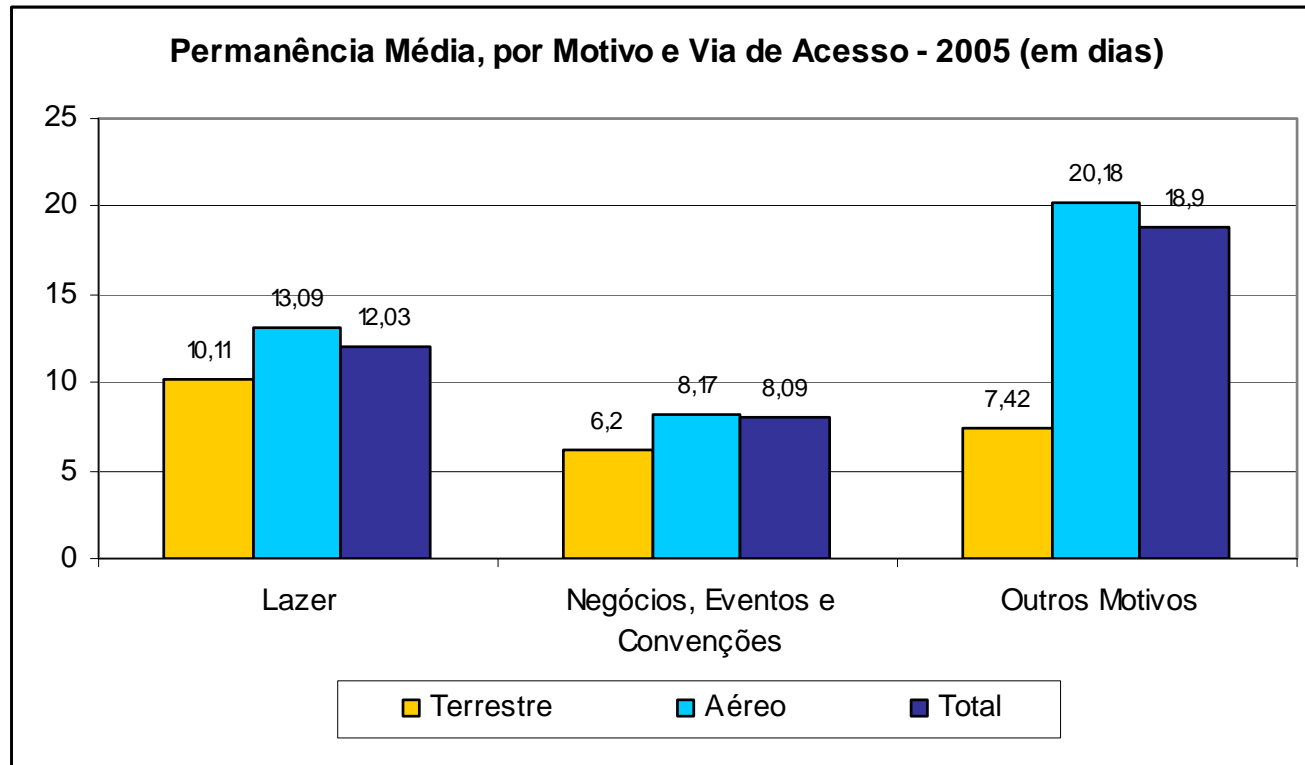
Outros Motivos		
Permanência Média (dias)	2004	2005
<b>América do Sul</b>	<b>9,7</b>	<b>9,5</b>
Argentina	11,2	11,0
<b>Outros Continentes</b>	<b>21,5</b>	<b>21,3</b>
Portugal	27,7	25,1
Espanha	25,8	24,4
Itália	24,7	23,9
Suíça	21,1	22,7
Inglaterra	20,7	21,9
França	20,0	20,4
Alemanha	22,9	19,3
Estados Unidos	17,4	18,7
<b>TOTAL</b>	<b>18,9</b>	<b>18,9</b>

Estimativas de gastos calculadas apenas para países com elementos amostrais superiores a 200 observações.

# Tempo de Permanência, por País de Residência



# Tempo de Permanência - Por Motivo e Via de Acesso



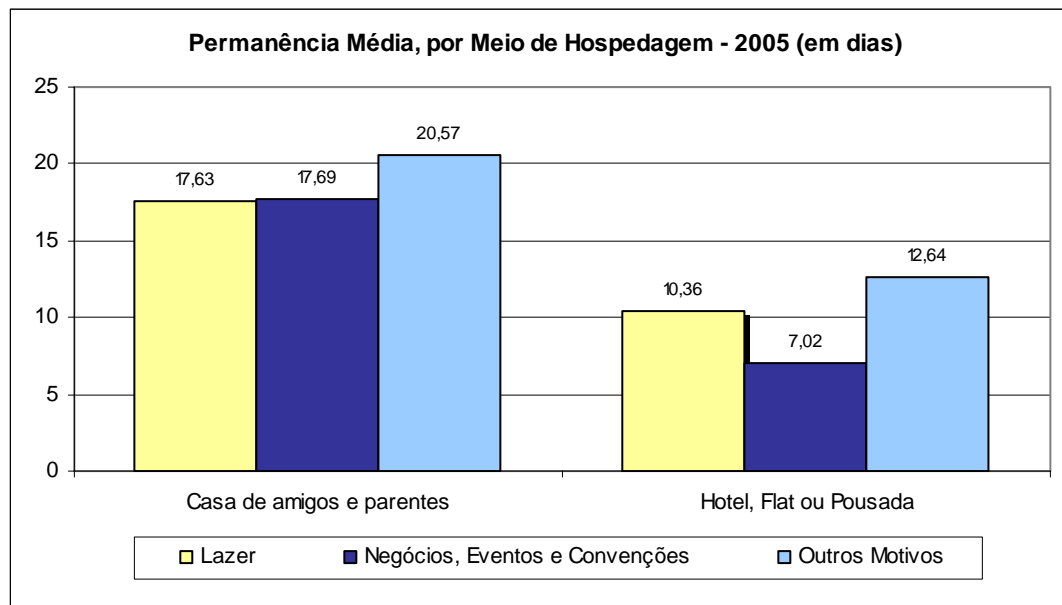
Estimativas de gastos calculadas apenas para países e vias de acesso com elementos amostrais superiores a 200 observações.

# Tempo de Permanência - Por Motivo e Meio de Hospedagem

Lazer		
Permanência Média (dias)	2004	2005
Casa própria	19,15	19,82
Casa de amigos e parentes	18,48	17,63
Camping ou Albergue	15,26	16,09
Casa alugada	14,35	13,38
Hotel, Flat ou Pousada	10,07	10,36
<b>Total</b>	<b>11,88</b>	<b>12,03</b>

Negócios, Eventos e Convenções		
Permanência Média (dias)	2004	2005
Casa de amigos e parentes	15,80	17,69
Hotel, Flat ou Pousada	7,84	7,02
<b>Total</b>	<b>9,12</b>	<b>8,09</b>

Outros Motivos		
Permanência Média (dias)	2004	2005
Casa própria	26,52	26,92
Casa de amigos e parentes	20,52	20,57
Hotel, Flat ou Pousada	12,09	12,64
<b>Total</b>	<b>18,93</b>	<b>18,90</b>

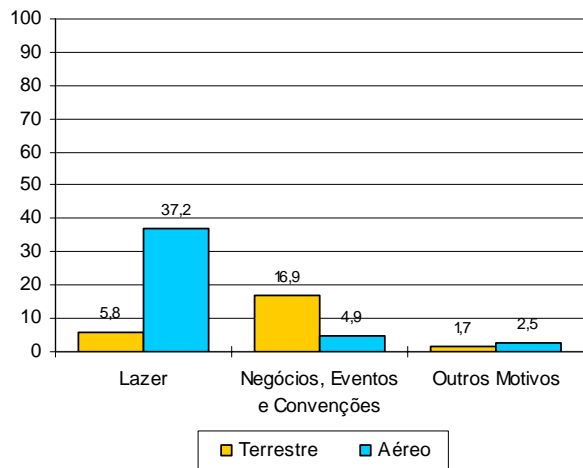


Estimativas de permanência calculadas apenas para Meios de Hospedagem com elementos amostrais superiores a 200 observações.

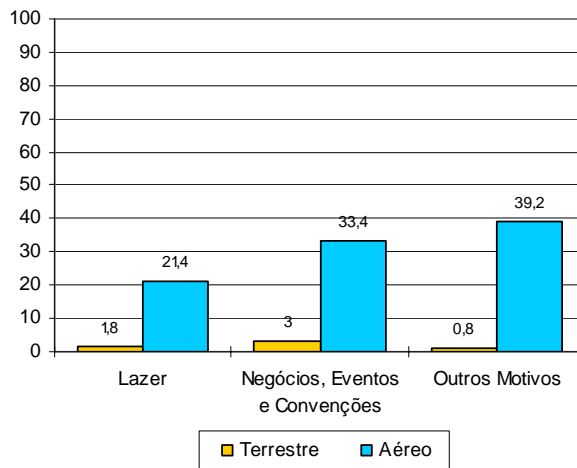
# Utilização de Agência de Viagem – Por Motivo e Via de Acesso

Utilização de Agência de Viagem	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Terr.	Aéreo	Total	
Sim, Pacote	10,5	40,7	30,1	5,8	37,2	25,8	1,4	8,6	8,1	16,9	4,9	5,5	1,8	6,0	5,2	1,7	2,5	2,4
Sim, Serviços Avulsos	1,6	26,5	17,8	1,8	21,4	14,3	6,9	40,4	38,0	3,0	33,4	32,2	2,8	46,0	38,5	0,8	39,2	34,0
Não	87,9	32,8	52,1	92,4	41,4	59,9	91,7	51,0	53,9	80,0	61,6	62,4	95,4	48,1	56,2	97,5	58,2	63,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

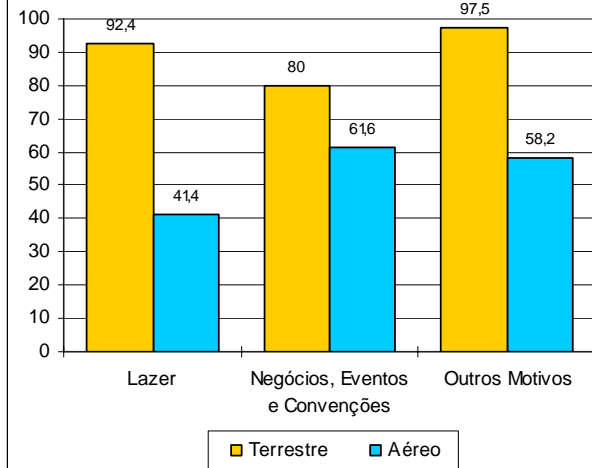
Sim, Pacote



Sim, Serviços Avulsos

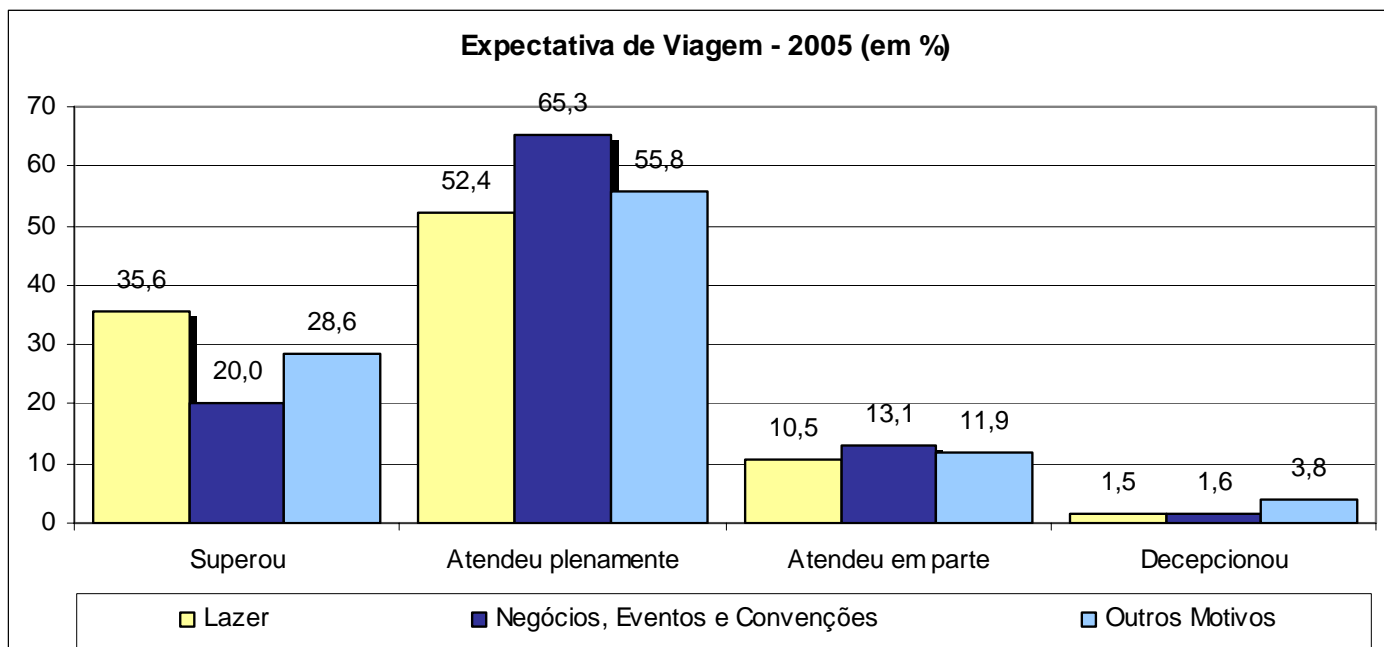


Não



# Expectativas

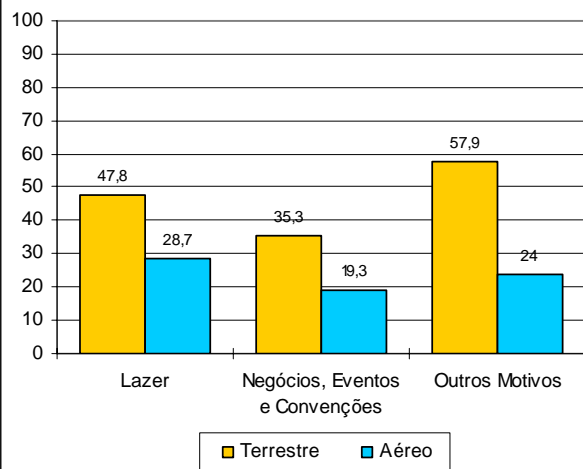
Expectativa da Viagem	Lazer		Negócios, Eventos e Convenções		Outros Motivos	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Superou	29,2	35,6	19,8	20,0	28,4	28,6
Atendeu plenamente	58,0	52,4	65,0	65,3	56,6	55,8
Atendeu em parte	11,4	10,5	13,4	13,1	11,7	11,9
Decepcionou	1,4	1,5	1,8	1,6	3,4	3,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



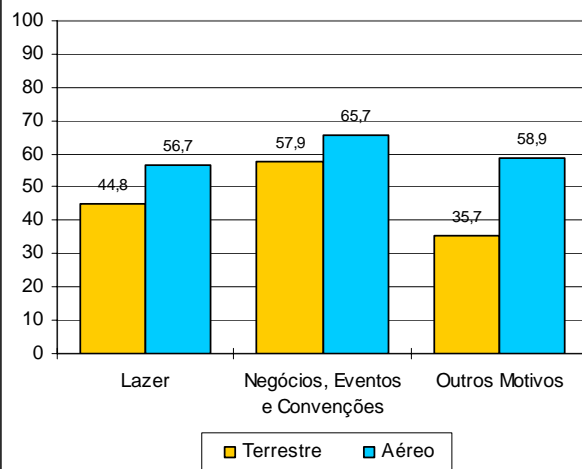
# Expectativas – Por Motivo e Via de Acesso

Expectativa da Viagem	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total
Superou	30,9	28,3	29,2	47,8	28,7	35,6	19,6	24,6	19,8	35,3	19,3	20,0	27,1	41,9	28,4	57,9	24,0	28,6
Atendeu plenamente	59,7	57,0	58,0	44,8	56,7	52,4	64,8	69,1	65,0	57,9	65,7	65,3	57,1	50,8	56,6	35,7	58,9	55,8
Atendeu em parte	8,6	12,9	11,4	6,7	12,6	10,5	13,8	4,1	13,4	6,3	13,4	13,1	12,1	7,0	11,7	6,2	12,8	11,9
Decepcionou	0,7	1,8	1,4	0,7	2,0	1,5	1,8	2,1	1,8	0,5	1,7	1,6	3,7	0,2	3,4	0,2	4,4	3,8

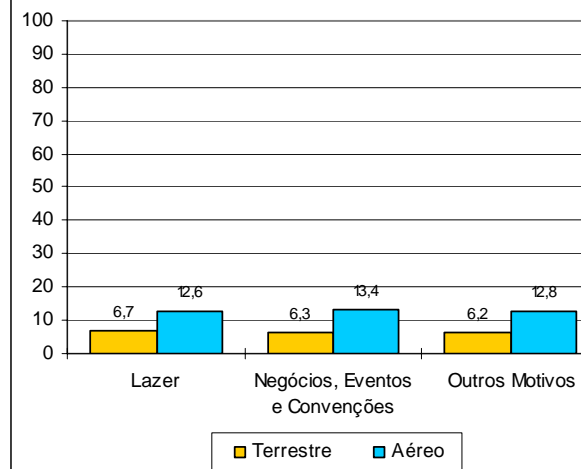
Superou



Atendeu plenamente



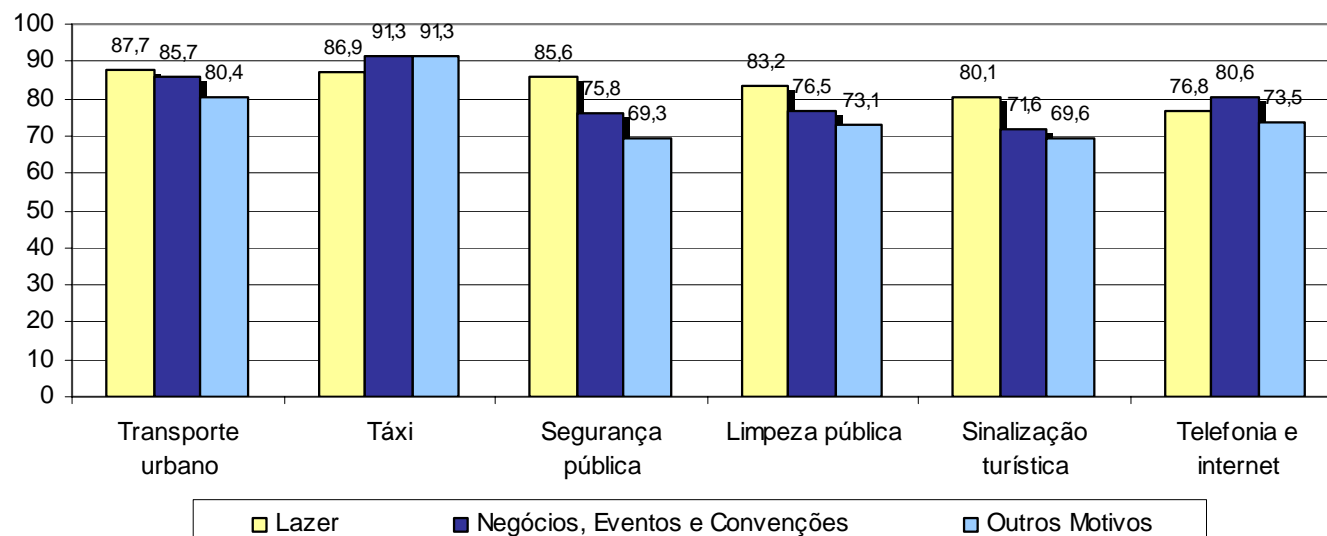
Atendeu em parte



# Avaliação da Infra-Estrutura

Infra-estrutura	Lazer								Negócios, Eventos e Convenções								Outros Motivos							
	2004				2005				2004				2005				2004				2005			
	Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa	
	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim
Limpeza pública	27,1	54,3	16,2	2,4	26,2	57,0	13,8	3,0	13,4	59,4	23,6	3,5	15,8	60,7	20,7	2,7	13,5	55,3	22,8	8,4	16,8	56,3	20,6	6,2
Segurança pública	24,2	58,5	14,4	2,9	23,9	61,7	11,6	2,8	9,8	61,3	23,1	5,9	11,6	64,2	19,5	4,7	11,0	55,3	22,3	11,3	12,9	56,4	21,7	9,1
Táxi	22,6	65,6	9,5	2,3	21,0	65,9	11,1	2,0	22,3	68,2	8,5	1,0	24,0	67,3	6,6	2,1	21,6	66,8	9,7	1,9	19,2	72,1	6,6	2,1
Transporte urbano	24,1	63,8	9,3	2,8	26,8	60,9	9,6	2,7	19,5	60,1	13,5	6,9	23,4	62,3	11,8	2,4	17,5	57,2	19,4	5,9	15,9	64,5	14,0	5,6
Telefonia e internet	15,7	60,5	17,8	6,0	18,6	58,2	18,6	4,5	15,5	65,0	15,0	4,5	16,2	64,4	16,1	3,3	14,2	65,6	14,8	5,3	16,0	57,5	21,7	4,8
Sinalização turística	18,6	62,6	14,9	3,8	19,6	60,5	17,1	2,8	11,4	57,2	23,1	8,2	12,2	59,4	23,8	4,7	9,6	52,7	24,8	12,9	10,7	58,9	21,6	8,8

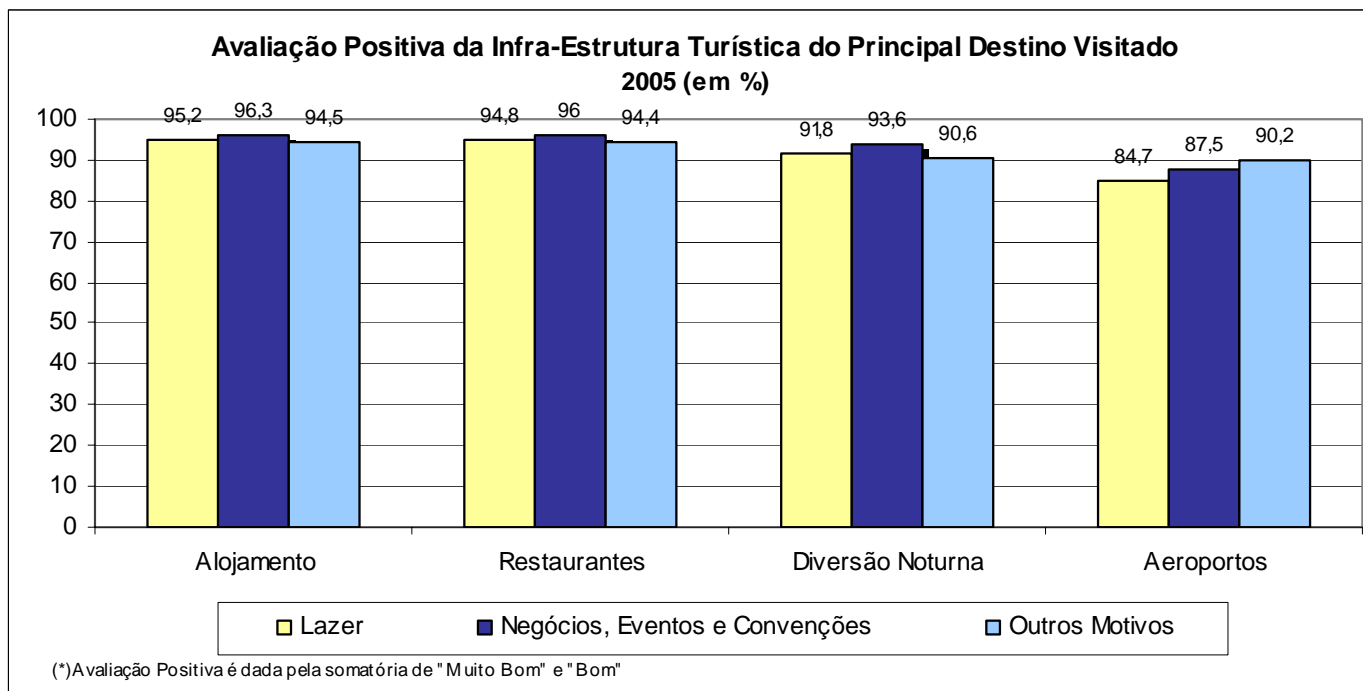
Avaliação Positiva da Infra-Estrutura do Principal Destino Visitado - 2005 (em %)



(\*) Avaliação Positiva é dada pela somatória de "Muito Bom" e "Bom"

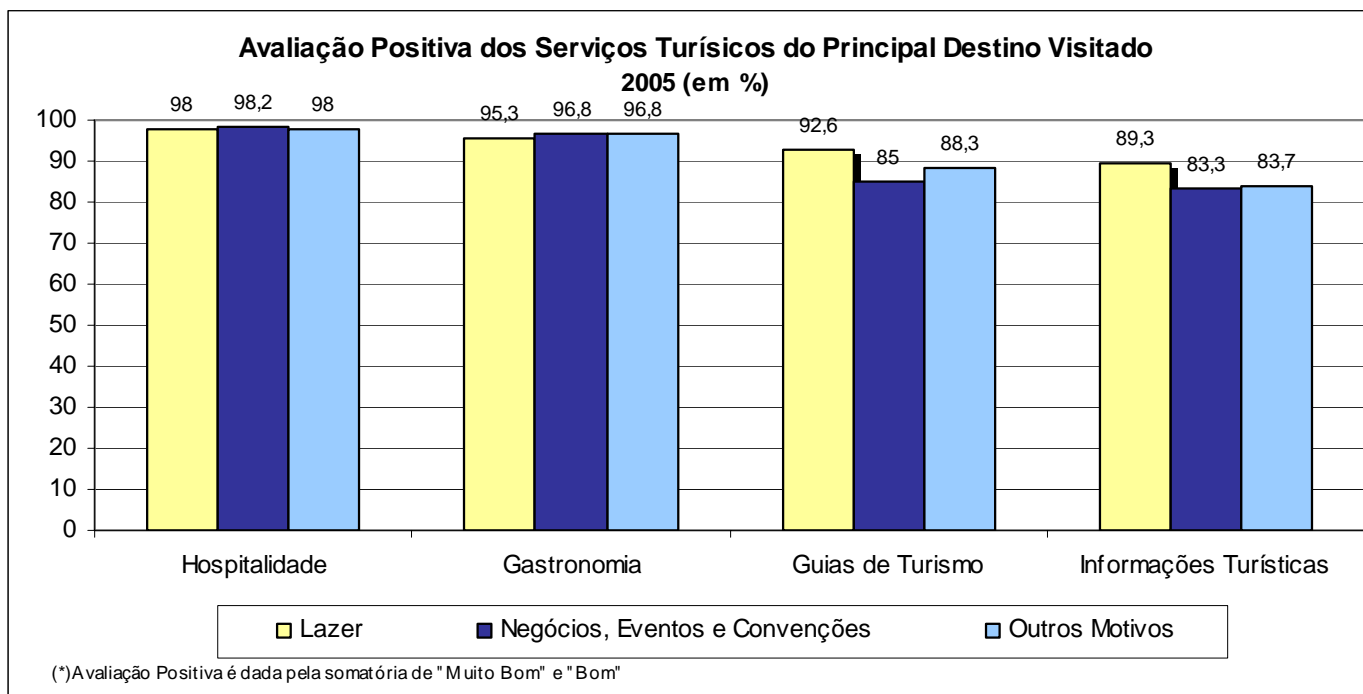
# Avaliação da Infra-Estrutura Turística

Infra-estrutura turística	Lazer								Negócios, Eventos e Convenções								Outros Motivos							
	2004				2005				2004				2005				2004				2005			
	Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa	
	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim
Aeroportos	18,8	67,9	11,2	2,2	22,7	62,0	13,6	1,7	15,8	68,0	13,2	3,0	17,0	70,5	10,7	1,8	22,7	66,1	8,2	3,0	21,7	68,5	7,9	1,9
Restaurantes	34,8	58,0	6,5	0,6	34,9	59,9	4,8	0,5	43,2	53,0	3,3	0,4	43,2	52,8	3,6	0,4	38,3	57,6	3,7	0,5	39,0	55,4	5,0	0,6
Alojamento	40,4	54,8	4,0	0,7	38,8	56,4	4,4	0,4	43,6	53,2	2,7	0,5	39,8	56,5	3,4	0,3	47,8	48,2	3,1	0,8	43,1	51,4	4,9	0,6
Diversão Noturna	36,3	54,7	6,9	2,1	37,2	54,6	6,8	1,4	35,7	58,0	5,2	1,2	35,5	58,1	5,7	0,6	37,1	52,1	9,4	1,4	42,8	47,8	7,6	1,9



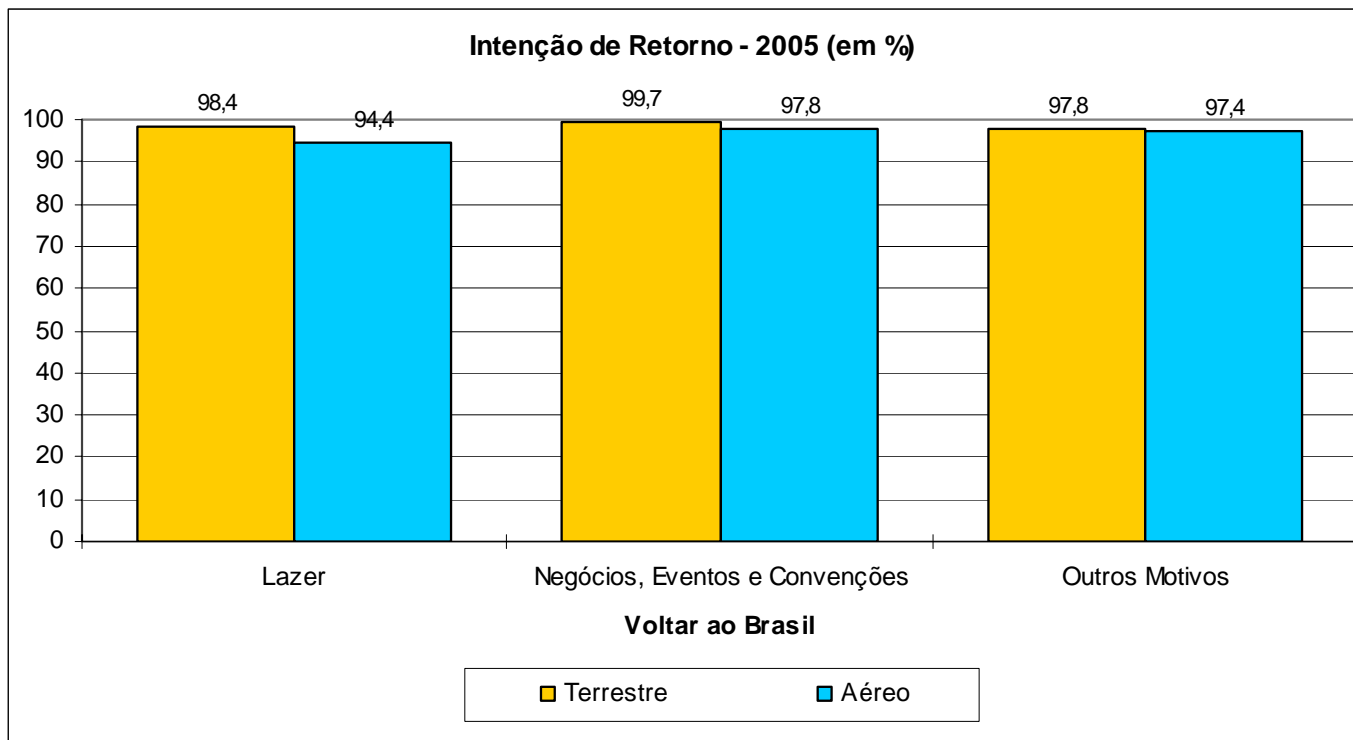
# Avaliação dos Serviços Turísticos

Serviços turísticos	Lazer								Negócios, Eventos e Convenções								Outros Motivos							
	2004				2005				2004				2005				2004				2005			
	Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa		Positiva		Negativa	
	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim	M.Bom	Bom	Ruim	M.Ruim
Guias de Turismo	36,7	54,0	8,1	1,2	32,1	60,5	6,3	1,2	30,4	55,1	11,5	2,9	30,2	54,8	14,7	0,3	31,9	52,0	11,8	4,4	28,1	60,2	8,9	2,8
Informações Turísticas	26,1	63,3	8,6	2,0	27,2	62,1	9,2	1,5	18,4	64,4	14,2	3,0	15,7	67,6	11,0	5,7	17,3	60,2	16,7	5,7	14,5	69,2	13,4	2,9
Hospitalidade	57,8	40,5	1,3	0,3	58,3	39,7	1,6	0,3	55,8	42,8	1,2	0,3	60,9	37,3	1,8	0,1	57,7	39,8	1,9	0,6	63,7	34,3	1,5	0,5
Gastronomia	44,1	49,8	5,5	0,6	44,4	50,9	4,5	0,3	51,4	46,3	2,1	0,2	51,7	45,1	3,1	0,1	53,0	43,2	3,5	0,3	56,8	40,0	2,9	0,2



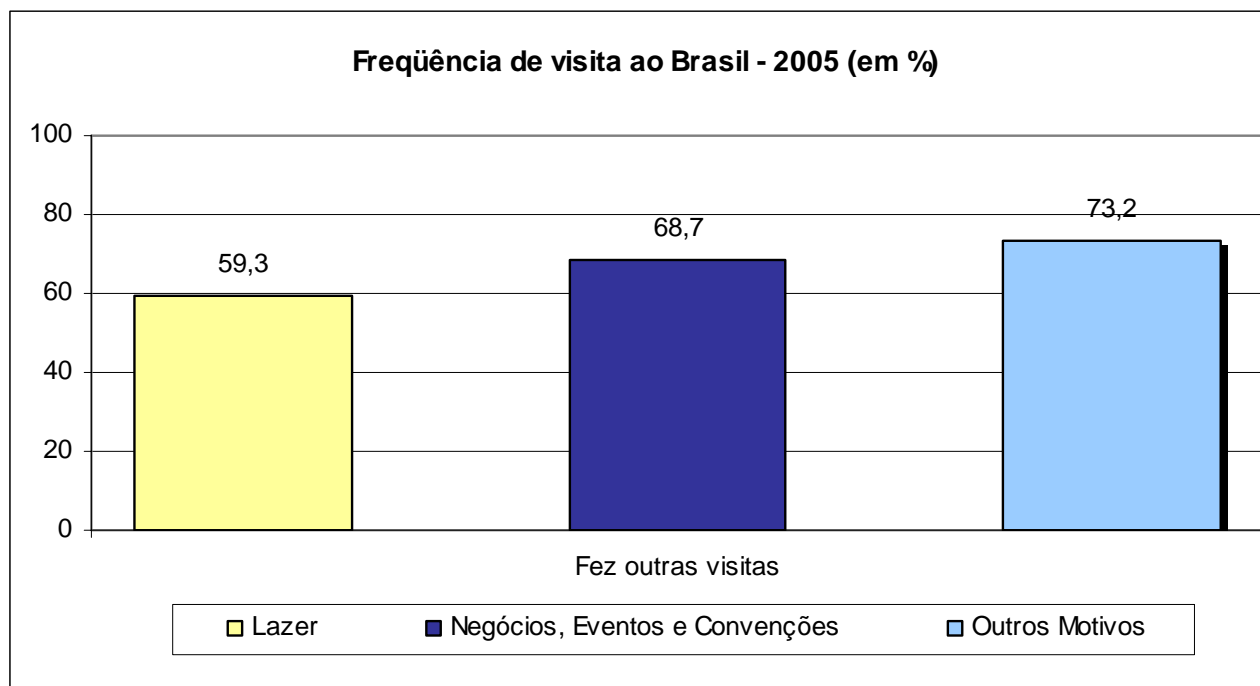
# Intenção de Retorno ao Brasil – Por Motivo e Via de Acesso

Intenção de retorno	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total
Voltar ao Brasil	98,2	94,3	95,7	98,4	94,4	95,9	97,9	99,8	98,0	99,7	97,8	97,9	97,5	99,6	97,7	97,8	97,4	97,4
Não voltar ao Brasil	1,8	5,7	4,3	1,6	5,6	4,1	2,1	0,2	2,0	0,3	2,2	2,1	2,5	0,4	2,3	2,2	2,6	2,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



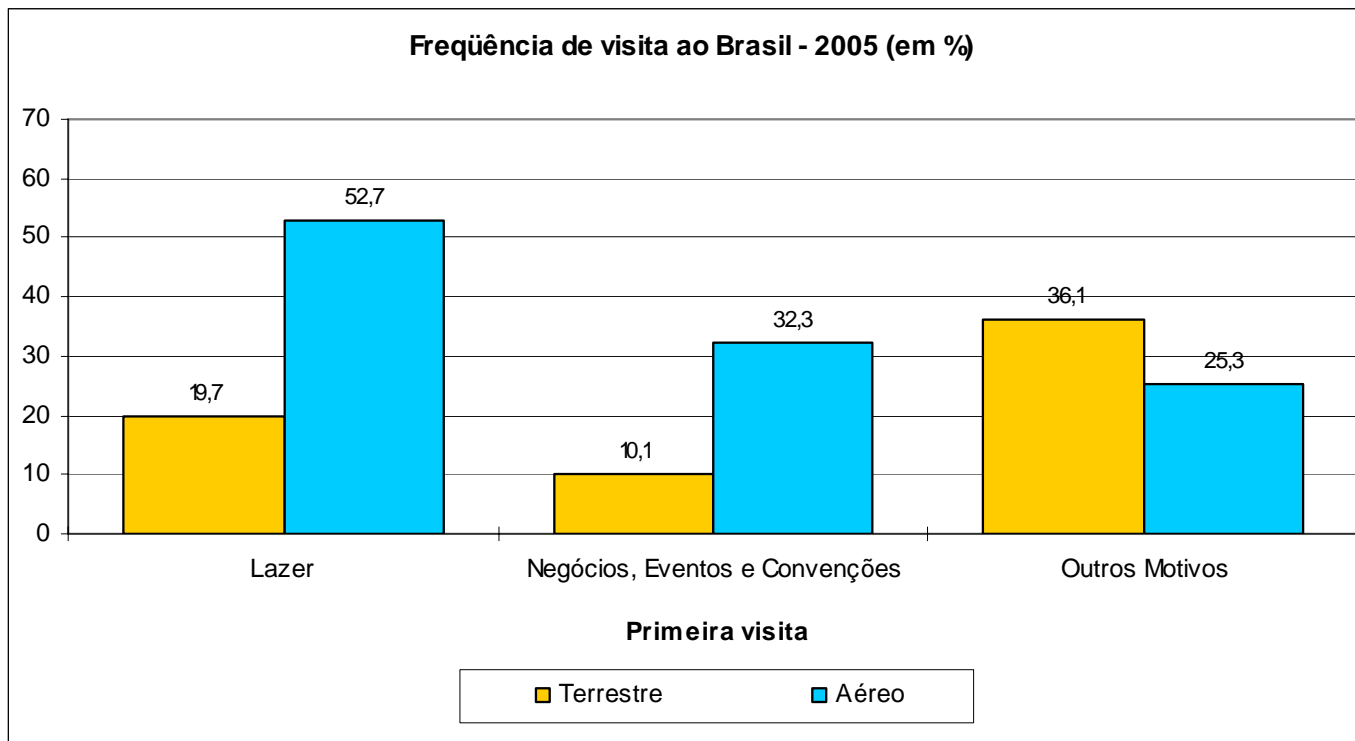
# Frequência de Visita ao Brasil

Frequência de visita	Lazer		Negócios, Eventos e Convenções		Outros Motivos	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Primeira visita	40,6	40,7	26,6	31,3	24,0	26,8
Outras visitas	59,4	59,3	73,4	68,7	76,0	73,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



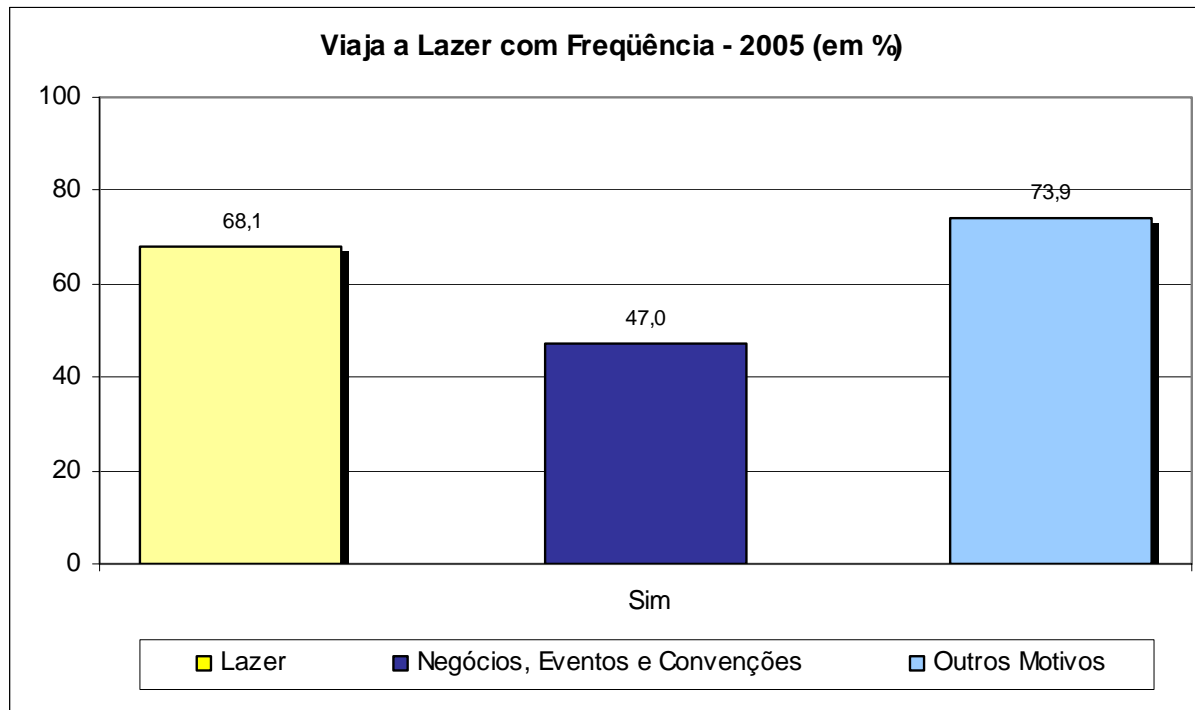
# Frequência de Visita ao Brasil – Por Motivo e Via de Acesso

Frequência de visita	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total
Primeira visita	20,9	51,1	40,6	19,7	52,7	40,7	27,4	9,0	26,6	10,1	32,3	31,3	24,2	21,6	24,0	36,1	25,3	26,8
Outras visitas	79,1	48,9	59,4	80,3	47,3	59,3	72,6	91,0	73,4	89,9	67,7	68,7	75,8	78,4	76,0	63,9	74,7	73,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



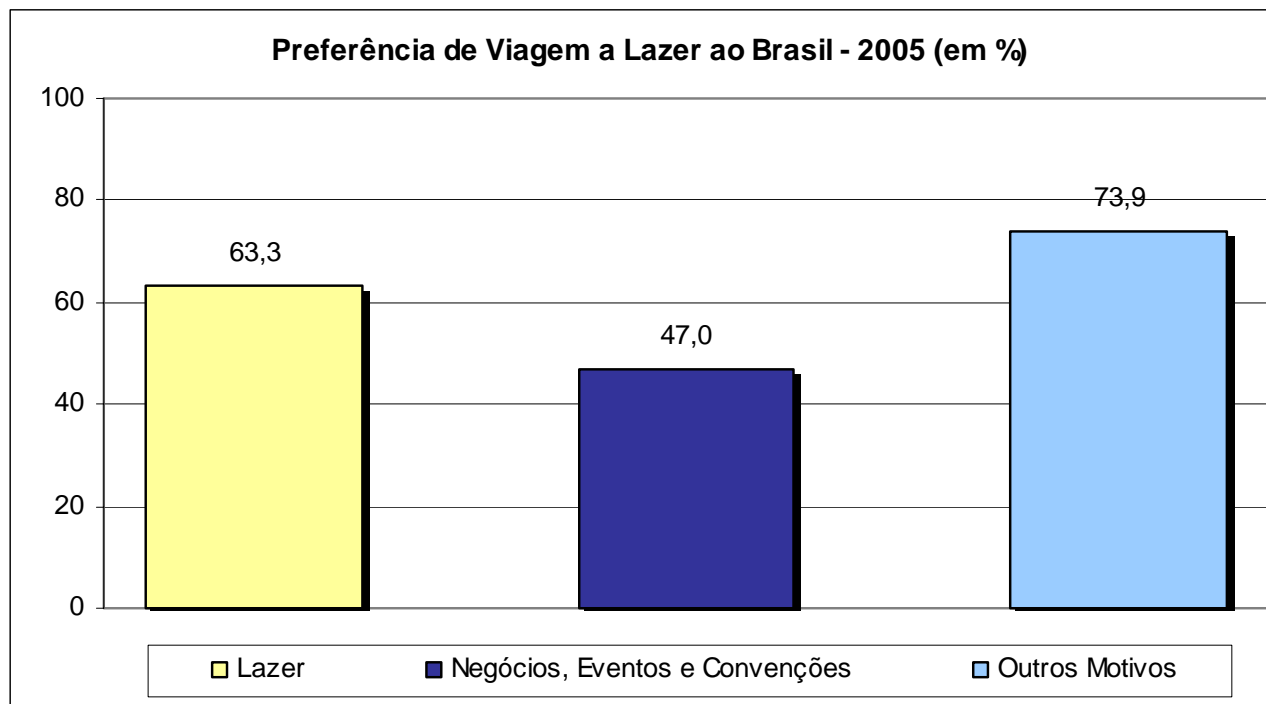
# Viaja a Lazer com Freqüência

Viaja a lazer com freqüência	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total
Sim	55,1	72,0	<b>66,2</b>	53,7	75,6	<b>68,1</b>	58,3	63,9	<b>58,6</b>	72,0	46,0	<b>47,0</b>	58,3	89,2	<b>61,0</b>	92,2	71,0	<b>73,9</b>
Não	44,9	28,0	<b>33,8</b>	46,3	24,3	<b>31,8</b>	41,7	36,1	<b>41,4</b>	28,0	54,0	<b>53,0</b>	41,7	10,8	<b>39,0</b>	7,8	29,0	<b>26,1</b>



# Preferência de Viagem a Lazer

Destino de Preferência para Lazer	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total
Brasil	84,7	60,4	<b>68,9</b>	82,6	52,2	<b>63,3</b>	58,3	63,9	<b>58,6</b>	72,0	46,0	<b>47,0</b>	58,3	89,2	<b>61,0</b>	92,2	71,0	<b>73,9</b>
Exterior	15,3	39,6	<b>31,1</b>	17,4	47,8	<b>36,7</b>	41,7	36,1	<b>41,4</b>	28,0	54,0	<b>53,0</b>	41,7	10,8	<b>39,0</b>	7,8	29,0	<b>26,1</b>



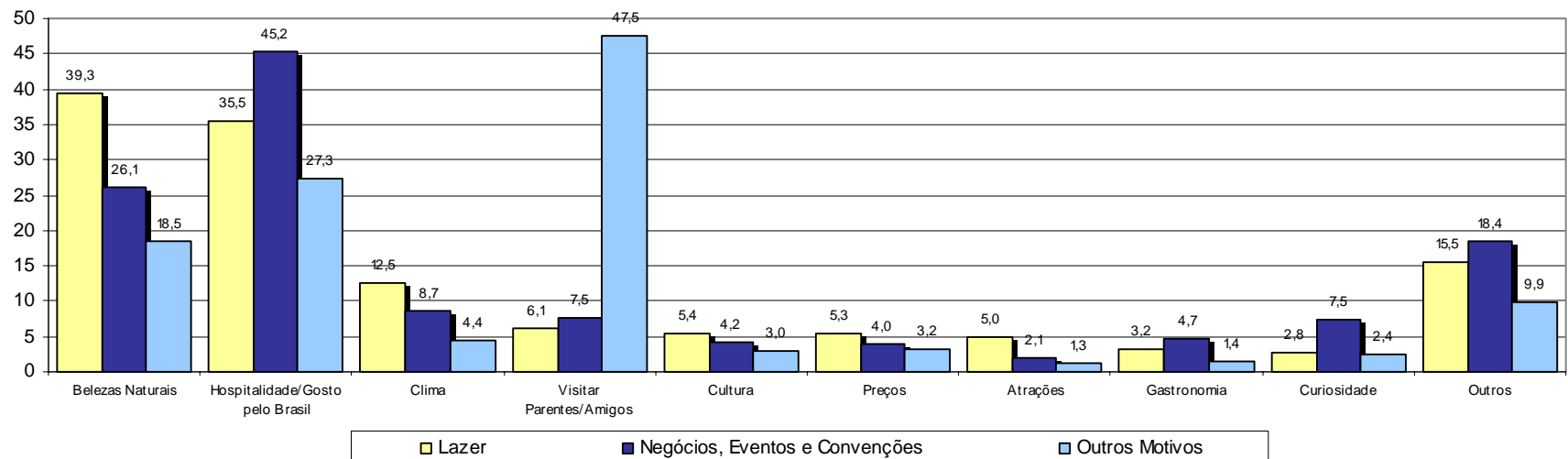
# Motivos que Favorecem Viajar ao Brasil

Lazer		
Motivos que favorecem viajar ao Brasil	2004	2005
Belezas Naturais	38,2	39,3
Hospitalidade/Gosto pelo Brasil	36,0	35,5
Clima	8,8	12,5
Visitar Parentes/Amigos	3,2	6,1
Cultura	3,8	5,4
Preços	13,5	5,3
Atrações	5,6	5,0
Distância	5,6	4,3
Gastronomia	0,9	3,2
Curiosidade	3,5	2,8
Outros	9,6	11,2
<b>Total</b>	<b>128,7</b>	<b>130,6</b>

Negócios, Eventos e Convenções		
Motivos que favorecem viajar ao Brasil	2004	2005
Hospitalidade/Gosto pelo Brasil	33,3	45,2
Belezas Naturais	16,3	26,1
Clima	4,6	8,7
Visitar Parentes/Amigos	10,6	7,5
Curiosidade	4,3	7,5
Gastronomia	3,8	4,7
Cultura	4,1	4,2
Preços	10,5	4,0
Atrações	11,6	2,1
Distância	2,7	1,9
Outros	30,8	16,5
<b>Total</b>	<b>132,6</b>	<b>128,3</b>

Outros Motivos		
Motivos que favorecem viajar ao Brasil	2004	2005
Visitar Parentes/Amigos	35,0	47,5
Hospitalidade/Gosto pelo Brasil	36,9	27,3
Belezas Naturais	13,4	18,5
Clima	4,8	4,4
Preços	8,0	3,2
Cultura	3,6	3,0
Curiosidade	3,4	2,4
Gastronomia	2,9	1,4
Atrações	3,3	1,3
Idioma	0,7	1,2
Outros	11,5	8,7
<b>Total</b>	<b>123,4</b>	<b>118,8</b>

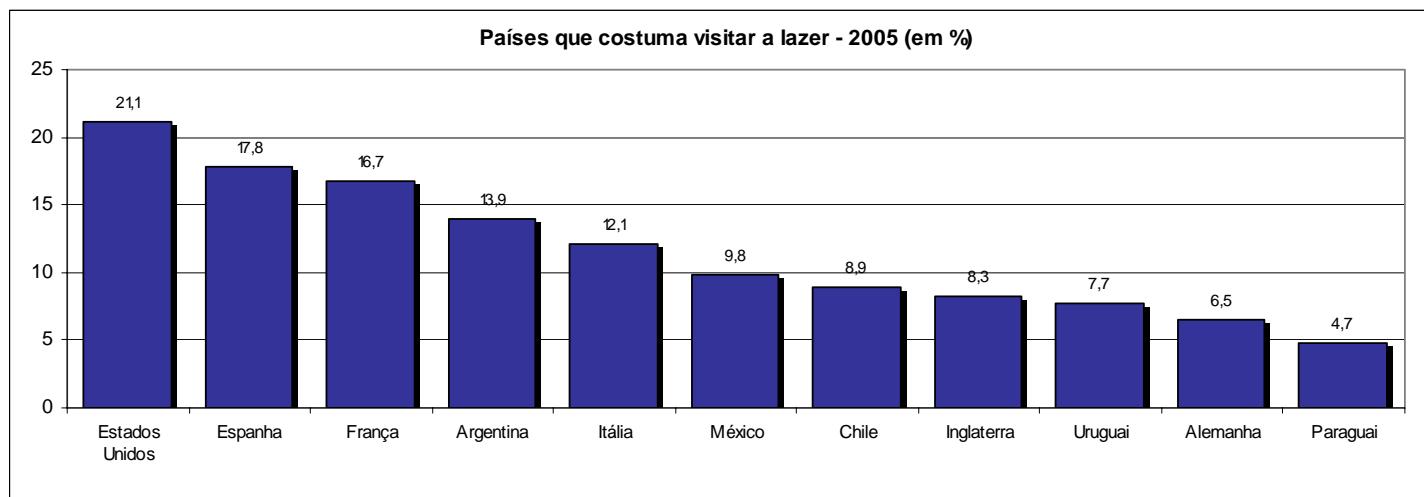
Motivos que Favorecem Viajar ao Brasil - 2005 (em %)



Respostas Múltiplas

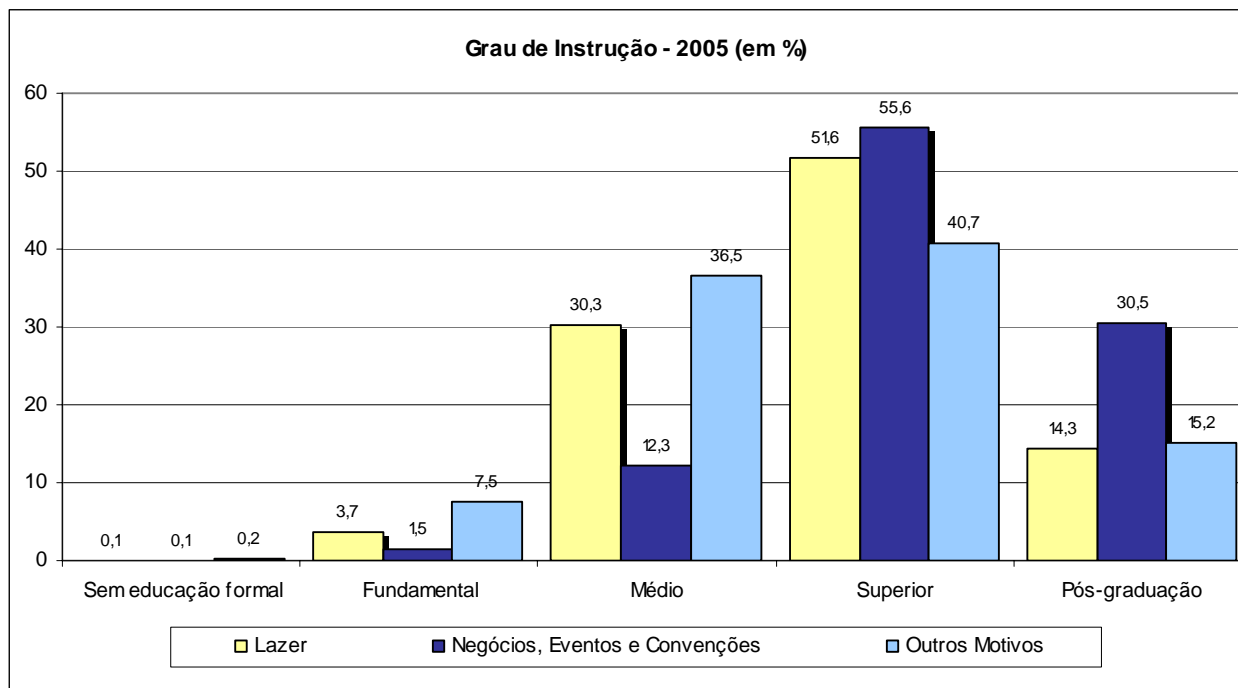
# Países que Costuma Viajar a Lazer

Países que costuma visitar a lazer	2004	2005
Estados Unidos	21,2	21,1
Espanha	17,1	17,8
França	16,2	16,7
Argentina	10,8	13,9
Itália	12,3	12,1
México	8,4	9,8
Chile	6,2	8,9
Inglaterra	7,8	8,3
Uruguai	5,8	7,7
Alemanha	6,6	6,5
Paraguai	2,0	4,7
Canadá	3,6	4,3
Portugal	3,3	3,9
África do Sul	2,7	3,6
Tailândia	2,9	3,3
China	2,3	3,2
Peru	2,7	3,1



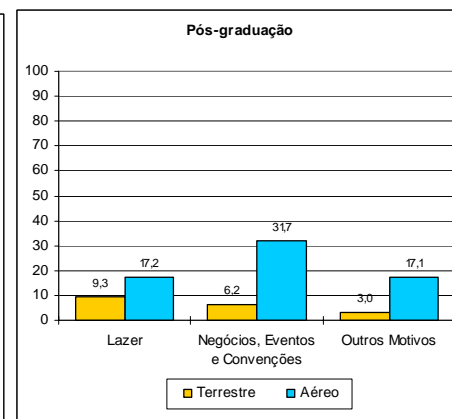
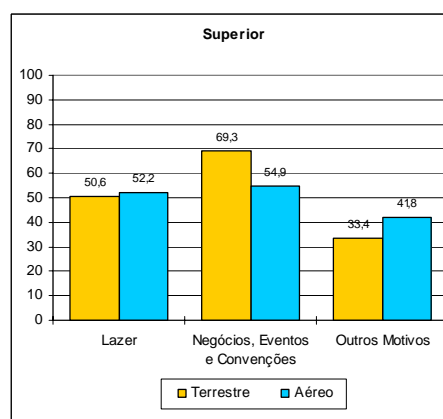
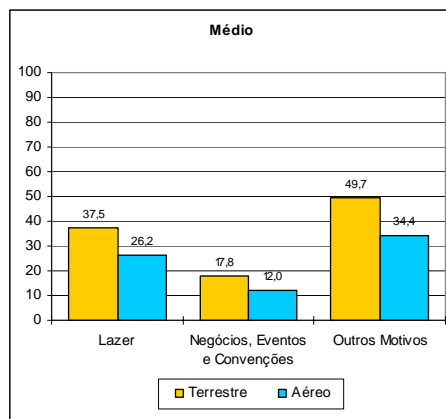
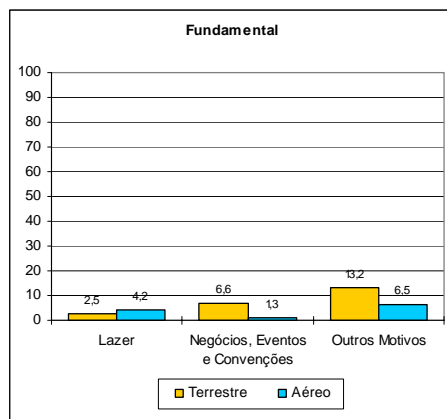
# Grau de Instrução

Grau de Instrução	Lazer		Negócios, Eventos e Convenções		Outros Motivos	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Sem educação formal	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Fundamental	2,8	3,7	0,9	1,5	6,4	7,5
Médio	36,4	30,3	17,6	12,3	40,4	36,5
Superior	48,5	51,6	53,0	55,6	39,4	40,7
Pós-graduação	12,2	14,3	28,4	30,5	13,5	15,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



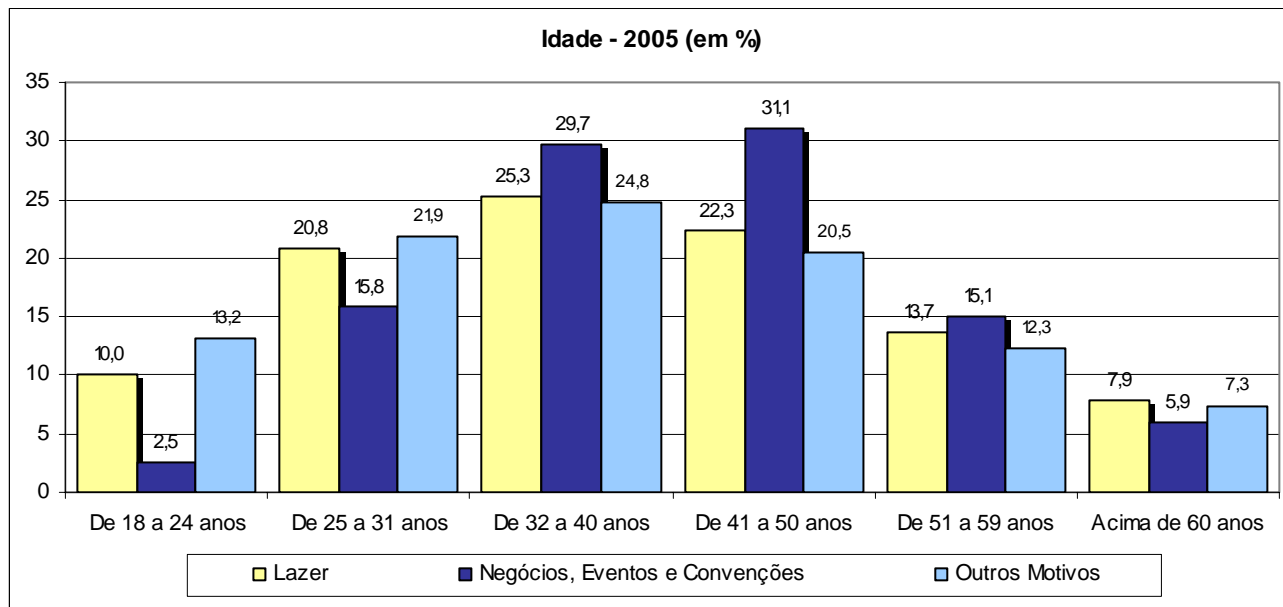
# Grau de Instrução – Por Motivo e Via de Acesso

Grau de Instrução	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total
Sem educação formal	0,2	0,1	<b>0,1</b>	0,1	0,1	<b>0,1</b>	0,2	0,1	<b>0,1</b>	0,1	0,1	<b>0,1</b>	0,7	0,1	<b>0,2</b>	0,6	0,1	<b>0,2</b>
Fundamental	3,3	2,6	<b>2,8</b>	2,5	4,2	<b>3,7</b>	4,1	0,8	<b>0,9</b>	6,6	1,3	<b>1,5</b>	16,6	4,8	<b>6,4</b>	13,2	6,5	<b>7,5</b>
Médio	39,6	34,6	<b>36,4</b>	37,5	26,2	<b>30,3</b>	42,3	16,0	<b>17,6</b>	17,8	12,0	<b>12,3</b>	45,7	39,6	<b>40,4</b>	49,7	34,4	<b>36,5</b>
Superior	51,6	46,6	<b>48,5</b>	50,6	52,2	<b>51,6</b>	46,8	53,4	<b>53,0</b>	69,3	54,9	<b>55,6</b>	35,9	40,0	<b>39,4</b>	33,4	41,8	<b>40,7</b>
Pós-graduação	5,3	16,1	<b>12,2</b>	9,3	17,2	<b>14,3</b>	6,5	29,8	<b>28,4</b>	6,2	31,7	<b>30,5</b>	1,1	15,5	<b>13,5</b>	3,0	17,1	<b>15,2</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



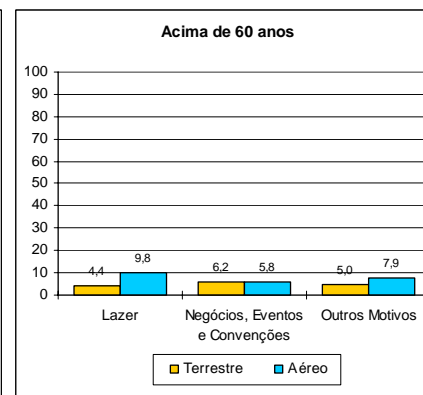
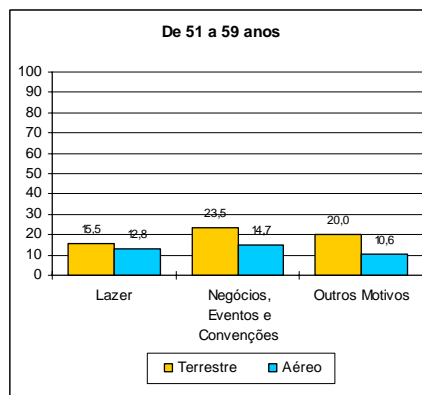
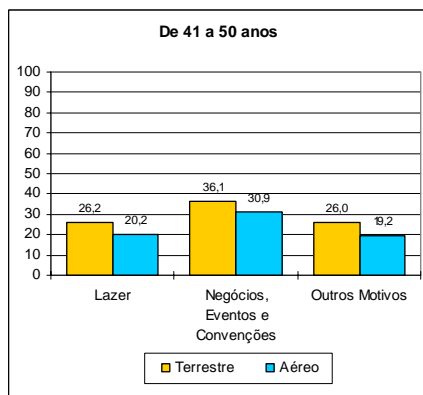
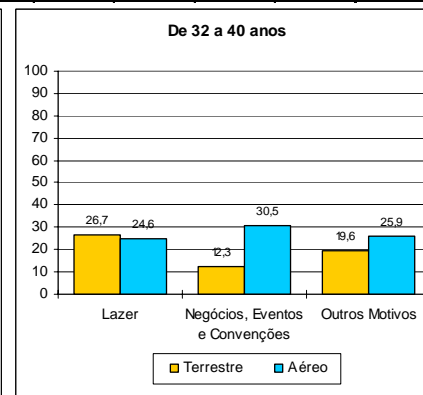
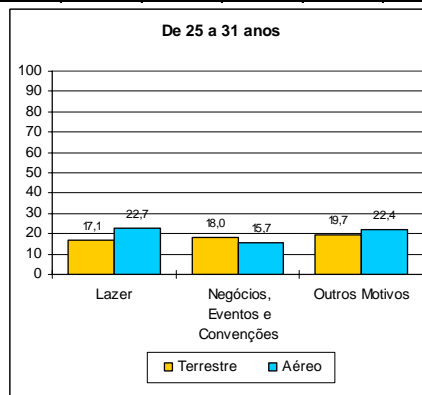
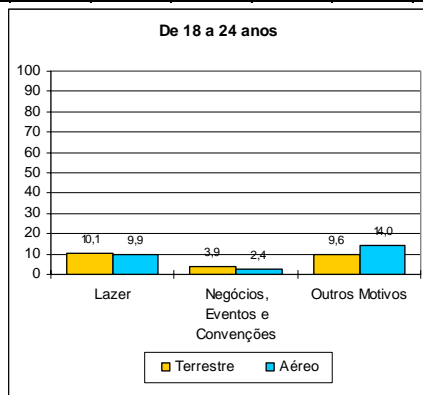
# Idade

Idade	Lazer		Negócios, Eventos e Convenções		Outros Motivos	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
De 18 a 24 anos	9,2	10,0	2,8	2,5	13,7	13,2
De 25 a 31 anos	17,6	20,8	14,6	15,8	20,9	21,9
De 32 a 40 anos	25,3	25,3	31,0	29,7	22,4	24,8
De 41 a 50 anos	23,1	22,3	29,6	31,1	19,5	20,5
De 51 a 59 anos	14,6	13,7	15,6	15,1	12,7	12,3
Acima de 60 anos	10,2	7,9	6,3	5,9	11,0	7,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



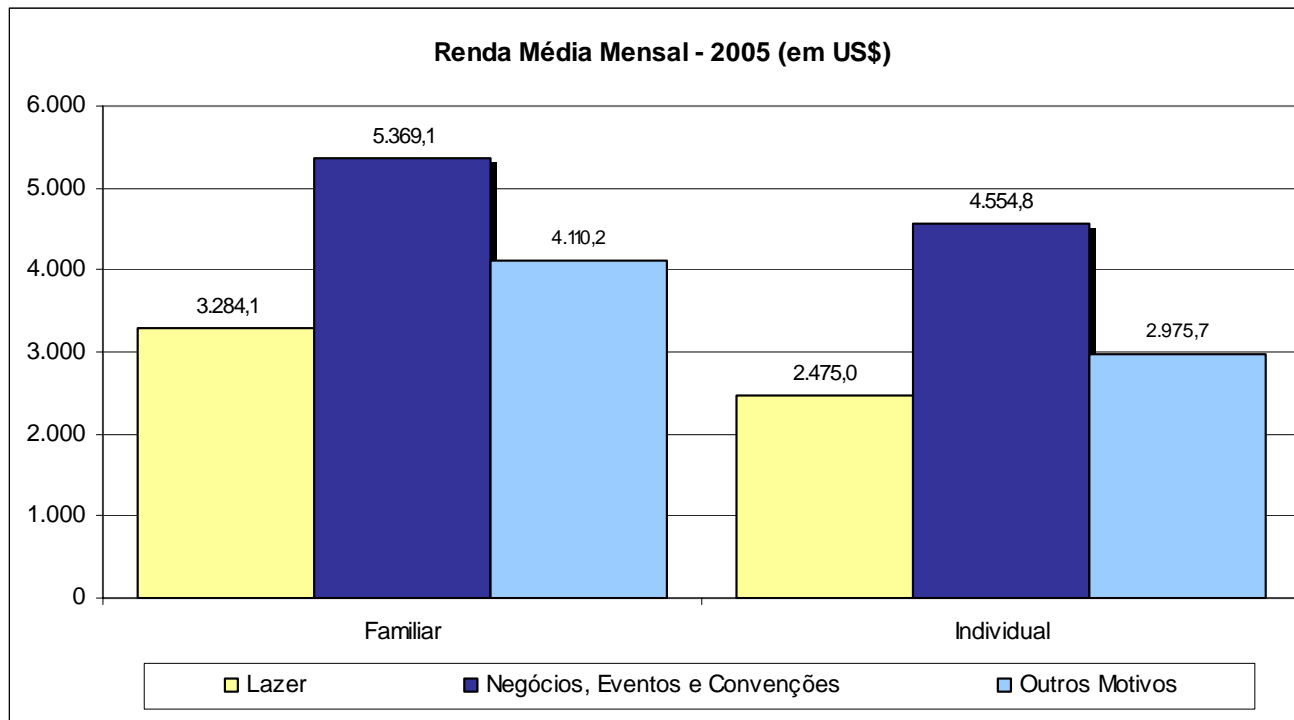
# Idade – Por Motivo e Via de Acesso

Idade	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total
De 18 a 24 anos	8,5	9,6	9,2	10,1	9,9	10,0	7,3	2,6	2,8	3,9	2,4	2,5	11,4	14,0	13,7	9,6	14,0	13,2
De 25 a 31 anos	11,2	21,4	17,6	17,1	22,7	20,8	11,1	14,8	14,6	18,0	15,7	15,8	11,7	22,1	20,9	19,7	22,4	21,9
De 32 a 40 anos	27,9	23,8	25,3	26,7	24,6	25,3	27,8	31,2	31,0	12,3	30,5	29,7	21,8	22,4	22,4	19,6	25,9	24,8
De 41 a 50 anos	28,9	19,6	23,1	26,2	20,2	22,3	36,0	29,2	29,6	36,1	30,9	31,1	27,8	18,3	19,5	26,0	19,2	20,5
De 51 a 59 anos	15,7	13,9	14,6	15,5	12,8	13,7	9,6	16,0	15,6	23,5	14,7	15,1	17,6	12,0	12,7	20,0	10,6	12,3
Acima de 60 anos	7,7	11,7	10,2	4,4	9,8	7,9	8,2	6,2	6,3	6,2	5,8	5,9	9,7	11,1	11,0	5,0	7,9	7,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



# Renda Média

Renda Média Mensal (US\$)	Lazer		Negócios, Eventos e Convenções		Outros Motivos	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Familiar	3.318,4	3.284,1	5.569,9	5.369,1	4.250,8	4.110,2
Individual	2.467,7	2.475,0	4.459,1	4.554,8	2.881,8	2.975,7



# Renda Média – Por Motivo e Via de Acesso

Renda Média Mensal (US\$)	Lazer						Negócios, Eventos e Convenções						Outros Motivos					
	2004			2005			2004			2005			2004			2005		
	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total	Terr.	Aéreo	Total
Familiar	1.539,0	4.440,0	<b>3.318,4</b>	1.518,9	4.337,0	<b>3.284,1</b>	1.232,7	5.802,5	<b>5.569,9</b>	1.472,8	5.568,5	<b>5.369,1</b>	1.069,8	4.640,6	<b>4.250,8</b>	1.132,5	4.489,0	<b>4.110,2</b>
Individual	1.167,9	3.248,6	<b>2.467,7</b>	1.068,4	3.298,6	<b>2.475,0</b>	1.418,9	4.641,1	<b>4.459,1</b>	1.081,5	4.717,5	<b>4.554,8</b>	846,6	3.187,4	<b>2.881,8</b>	862,5	3.292,7	<b>2.975,7</b>

