

PESQUISA
PERFIL DO TURISTA
QUE FREQUENTOU O
RN DURANTE A
ALTA ESTAÇÃO 2020



NATAL, FEVEREIRO DE 2020

Sumário

1	Introdução	3
2	Aspectos metodológicos	4
3.	Descrição dos resultados	5
	Perfil dos Turistas	5
	Aspectos específicos da pesquisa	7
	Gastos e Despesas	11
	Qualificação dos atrativos turísticos, serviços e infraestrutura	12
	Opinião sobre o Rio Grande do Norte	13
4.	Análise Gráfica	14
	Perfil do público pesquisado	14
	Aspectos específicos da pesquisa	22
	Gastos no Rio Grande do Norte	40
	Qualificação dos atrativos e serviços	42
	Opinião sobre o Rio Grande do Norte	43

1 Introdução

O setor do Turismo reúne um conjunto de atividades econômicas que movimentam diferentes esferas do mercado. Dessa forma, o segmento recebe cada vez mais a atenção de organizações, tanto públicas como privadas. Entendendo a relevância do turismo para as atividades econômicas do Rio Grande do Norte, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DEES), vem realizando pesquisas para mapear o turista que vem ao Estado.

Na busca pelo fomento e planejamento de ações que visem o incremento do turismo no Rio Grande do Norte, o estudo perpassa uma das principais etapas de planejamento de produtos, roteiros e atrativos turísticos, pois, dentro da cadeia produtiva da atividade o consumidor é o destino final de todo processo e para ser atingido ou atraído, precisa ser conhecido em sua essência, captando informações acerca de suas preferências, opiniões e motivações que o leva a viajar e consumir determinado produto.

A compilação das informações apuradas pela Fecomércio RN, utilizando procedimentos metodológicos uniformizados, consta no presente relatório como uma ferramenta para o planejamento do setor turístico nas esferas públicas e privadas. Busca apontar seus pontos fortes e as oportunidades de melhoria para possibilitar o desenvolvimento turístico.

A pesquisa traz o perfil socioeconômico do turista (sexo, faixa etária, estado civil, renda e origem), características da viagem (tipo de hospedagem, meio de transporte e duração da estada), gastos médios e a avaliação quanto à infraestrutura e serviços oferecidos no local de passeio.

2 Aspectos metodológicos

Para efeito metodológico da pesquisa, foi considerado o turista como unidade elementar da amostra aleatória simples extraída. Por turista, compreende-se o visitante temporário, nacional ou estrangeiro, cuja residência permanente é outra que não a cidade onde se realiza a pesquisa, e que permanece nesta localidade no mínimo 24 horas, ou que efetue pelo menos um pernoite, e no máximo 365 dias.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 16 de janeiro e 2 de fevereiro de 2020. Para tanto, foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas pessoais, com a aplicação de questionários estruturados e padronizados, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. Os questionários foram aplicados em Natal (49,8% da amostra), Tibau do Sul/Pipa (28,1% da amostra), São Miguel do Gostoso (13,2% da amostra) e Mossoró (8,8% da amostra), nos principais locais de acesso do público alvo: Aeroporto; Terminal Rodoviário; além de pontos de fluxo turístico como hotéis, pousadas, feiras de artesanatos e atrativos turísticos.

A pesquisa foi elaborada e conduzida seguindo critérios técnicos estatísticos de pesquisa. Foram entrevistados 1.233 turistas que vivenciavam o destino. A quantidade de turistas entrevistados representa, para um nível de confiabilidade de 95%, um erro amostral calculado aproximado de 3 pontos percentuais para mais ou para menos. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

Os pesquisadores envolvidos na realização desta pesquisa receberam treinamento especializado e instruções específicas de abordagem. As entrevistas foram feitas por pessoas treinadas e capacitadas para este serviço, acostumadas com este tipo de trabalho e são totalmente imparciais, como exige a função. Toda a coleta foi feita através de aparelhos eletrônicos (tablets) e monitorados via GPS, que mostra local, dia e hora da entrevista. Além disso, para efeito da checagem das entrevistas realizadas, foram coletados nome e telefone dos entrevistados.

3. Descrição dos resultados

Perfil dos Turistas

Inicialmente, os dados que compõem a Pesquisa Turismo da Alta Estação 2020, realizada anualmente pelo Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DESS) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), mostram o perfil do turista que frequentou o RN nesta temporada. Em relação ao sexo, 50,6% dos visitantes eram do sexo masculino, enquanto que 49,4% da amostra foi representada pelo público feminino.

A pesquisa também analisou a idade dos turistas, observou-se que as faixas de 35 a 44 anos (30%), de 25 a 34 anos (29,5%) e de 45 a 59 anos (24,3%) se sobressaíram das demais, o que representam juntas mais da metade dos turistas que veio ao RN no verão 2020. Além disso, a composição das faixas etárias por cidade mostrou pouca diferença significativa, conforme mostra a tabela 2. No geral, em Natal, se sobressaíram a visitação de pessoas de 35 a 44 anos (34%), enquanto em Tibau do Sul/Pipa e Mossoró se destacaram os turistas com idade entre 25 e 34 anos, 39,8% e 35,8%, respectivamente. Já em São Miguel do Gostoso notou-se a presença de mais turistas na faixa de 45 a 59 anos (33,1%).

Ainda sobre o perfil de quem desfrutou dos principais destinos norte-riograndense, 36,2% declararam possuir rendimentos de até R\$ 3 mil, em seguida, aparecem os que recebem entre R\$ 3 mil e R\$ 6 mil (25,4%), seguidos pelos visitantes, cuja renda se situa entre R\$ 6 mil e R\$ 9 mil (11,8%). O percentual dos que afirmaram ganhar entre R\$ 9 mil e R\$ 12 mil foi de 8,2% do total de respondentes e os que recebem mensalmente acima de R\$ 12 mil são 8,9% dos turistas. Verificou-se que a renda média geral dos turistas que frequentaram o RN nesse período foi de R\$ 5.046,23. Vale ressaltar, que 9,5% dos entrevistados não se sentiram confortáveis para informar os rendimentos. A análise por município não apresentou diferenças significativas do total, ou seja, o percentual das faixas de renda pode ser considerado para todas as cidades da amostra.

Na pergunta sobre as companhias da viagem, 34,8% responderam que estavam com familiares, 25,7% em casal, 16,1% casal com filhos, 14,1% sozinhos e 9% com amigos. A configuração dos grupos de viagem demonstrada o predomínio de pessoas acompanhados de suas famílias, com cerca de 76,6%. O conhecimento dos grupos de viagem que acompanharam os turistas é importante, pois tal informação pode auxiliar os órgãos responsáveis, assim como entidades e empresas regionais, a pensar atrativos focados neste tipo de público.

Sobre a origem dos turistas que visitaram o RN nessa temporada, vale destacar que a maioria é formada por brasileiros, mas é importante salientar a presença de estrangeiros, sendo a América do Sul a principal origem dos visitantes internacionais.

Ao todo, 15,9% dos turistas entrevistados eram estrangeiros, desses 13,5% vieram da América do Sul. Os argentinos seguem na liderança e representaram 10,5% do total de visitantes. Somada às participações de Uruguai, Chile, Paraguai, Peru e Colômbia, respondem por 3% do receptivo. A segunda principal origem dos turistas estrangeiros é europeia. Apurou-se a presença de turistas da Itália, Portugal, Suécia, Suíça, França, Inglaterra, Alemanha, Espanha, Holanda, Irlanda e República Tcheca, que somaram 2,4%.

Sobre a origem dos turistas brasileiros, averiguou-se que 32,2% eram procedentes dos estados da região Nordeste, 31,6% eram oriundos da região Sudeste e 10,5% vieram da região Centro-Oeste. Outros turistas presentes na alta temporada foram das regiões Sul (5,7%) e Norte (4,1%).

Em relação ao estado de procedência dos brasileiros, ênfase para os turistas de São Paulo veraneando no Rio Grande do Norte, 14,6%. Minas Gerais (9,1%), Rio de Janeiro (8,8%), Paraíba (7,1%), Pernambuco (7,1%), Distrito Federal (4,1%), Ceará (3,7%), Goiás (3,6%), Paraná (2,6%), Bahia (2%), Rio Grande do Sul (1,9%), Amazonas (1,2%), Mato Grosso do Sul (1,1%), Pará (1%), Alagoas (0,9%), Piauí (0,9%) e Maranhão (0,8%) aparecem na sequência. A grande variedade de estados da Federação demonstra que o Rio Grande do Norte atrai turistas de todas as partes do Brasil.

Analisando as principais origens dos turistas por município pesquisado, notou-se que, em Natal, a maior participação foi de turistas dos estados da região Sudeste (44,1%), Centro-Oeste (13,5%) e Nordeste (13%); já em Tibau do Sul/Pipa teve presença de 47,3% de turistas do Nordeste, 14,7% do Sudeste e 7,2% do Centro-Oeste; em São Miguel do Gostoso contaram com 38,7% de turistas dos estados do Nordeste, 34,4% do Sudeste e 11% do Centro-Oeste; enquanto que em Mossoró, os principais turistas vieram do Nordeste (82,6%) e Sudeste (10,1%).

Com relação aos estrangeiros, foi verificado que a maior concentração desses turistas estava em Tibau do Sul/Pipa (24,8%), seguido de Natal (16,1%) e São Miguel do Gostoso (7,4%).

Aspectos específicos da pesquisa

Conhecer a fundo o perfil dos turistas que circulam pelo RN e seus diferentes comportamentos de consumo é essencial para a tomada de decisão, tanto para o empresário do setor, como para o Governo que pode direcionar investimentos, pensar nas políticas públicas, qualificar serviços, reforçar promoção do Estado, entre outros pontos de ação.

No que se refere à frequência de visita dos turistas ao Rio Grande do Norte, a pesquisa revelou uma predominância de turistas que vieram mais de uma vez ao estado potiguar, esse grupo representa 51,9% do total de entrevistados. Numa visão econômica, isto implica em um efeito multiplicador, pois além de seu retorno, o turista torna-se num espontâneo divulgador, indicando o estado como destino turístico para outras pessoas. Os turistas que estavam visitando o RN pela primeira vez corresponderam a 48,1% do total de visitantes.

No geral, de acordo com os resultados obtidos, a pesquisa mostrou que nesta temporada de 2020 o tempo médio de permanência dos visitantes foi de 7,1 dias. Por município, constatou-se que em Natal o tempo médio de permanência foi de 7,3 dias. Já em Tibau do Sul/Pipa o tempo médio de permanência dos turistas foi de 6,4 dias, enquanto que em São Miguel do Gostoso foi de 7,6 dias e, em Mossoró, 7,2 dias. Analisando por tipo de turista, verificou-se que os estrangeiros passam mais dias no RN, em média, 9,1 dias. Enquanto os turistas brasileiros ficam, em média, 6,7 dias.

Outro elemento importante para compor a análise do desempenho da atividade turística do Estado, foi levantar o que mais motivou o turista a escolher o Rio Grande do Norte como local a ser visitado. Esta informação reveste-se de significativa importância visto que, além de indicar os meios pelos quais o turista tomou conhecimento dos atrativos do estado, permite também fazer avaliação de quais são os meios de comunicação que se apresentam como os mais eficientes na divulgação do destino como um produto turístico. No que se refere aos motivos que levaram o entrevistado a escolher o RN, a grande maioria (83,1%) revelou que foi o turismo de lazer, como já vem acontecendo em anos anteriores, e as maiores indicações para essa escolha referem-se ao turismo de sol e praias, com 82,6% das respostas. O segundo motivo mais citado foram cultura local, com 13% das respostas, seguido pelo preço (7,9%), culinária (6,7%) e indicação de amigos e ou parentes (4,9%).

O estudo demonstra que entre os fatores decisórios para escolher o RN como destino estão os comentários de parentes e amigos que aparece, como a principal influência na hora de optar por visitar o estado potiguar, com 48,8% das citações. O fato de já conhecerem o Rio Grande do Norte vem em segundo lugar com 26,4% da preferência dos turistas e a internet aparece, em seguida, com 19,2%. Cerca de 9% escolhem para onde vai nas férias através de pacotes de agências de viagens.

O levantamento mostra que a maioria dos turistas planeja a viagem com uma certa antecedência, 56,1% decidiram viajar para o RN com dois meses ou mais de antecedência. Desses, 17,4% tomaram a decisão seis meses antes da viagem, 17,4% definiram três meses antes da viagem, 15,1% com dois meses antes da viagem e 6,2% com um ano de antecedência. Outros 25,5% há menos de um mês e 17,1% há exatos um mês de antecedência.

Foi observado na pesquisa que esses viajantes buscam informações de diversas formas sobre o destino. Os principais meios são os motores de busca da internet. 59,4% dos turistas disseram que procuram informações em sites de buscas como Google, Bing, Yahoo, para buscar inspiração para suas viagens. Outros 50,4% disseram que recorrem as redes sociais. Esse comportamento está muito alinhado também aos fatores de tempo, agilidade e simplicidade. As empresas precisam estar atentas a isso na construção de suas plataformas, solicitação de dados e comunicação de produtos e serviços. Algumas plataformas como o Instagram, por exemplo, dão subsídios para disseminação de vídeos rápidos, além de ser uma ferramenta de fácil utilização. Além disso, 21,4% citaram recomendação de parentes e amigos, 13,1% sites de recomendação de destino e 12,7% blogs de viagem.

Quanto ao meio de hospedagem, o número de visitantes que se hospedaram em hotéis atingiu um percentual de 49,1%. Já a parcela de turista que utilizou pousadas foi de 22,4%. A casa de parentes ou amigos, atingiu em sua totalidade 13,1%. A utilização de outros meios de hospedagem também foi detectada na pesquisa apresentando os seguintes percentuais: flat/resort (5,4%), casa/apartamento alugado (3,7%) e albergue/alojamentos, com 2,7%.

Cada local investigado, no entanto, teve características próprias. Em Natal, o setor de hotéis somou 71,3% das opções de hospedagem. Em São Miguel do Gostoso, 48,5% se hospedaram em pousadas e, em Tibau do Sul/Pipa, 40,3% também optaram por esse tipo de acomodação. Já em Mossoró, o destaque ficou por conta das casas de parentes e amigos (44%), seguido dos hotéis (24,8%).

Na viagem ao RN, questionados sobre o local onde pernoveram pela primeira vez no estado, os municípios mais citados pelos turistas foram Natal (58,6%), Tibau do Sul/Pipa (20,1%), Mossoró (8,3%), São Miguel do Gostoso (7,1%) e Parnamirim (1,1%).

Os resultados são semelhantes, quando se observa os municípios onde pernoveram pela última vez, antes de voltarem para os lugares de origem. Natal aparece na frente, com 54,4% das menções, seguida de Tibau do Sul/Pipa (19,7%), Mossoró (8%), São Miguel do Gostoso (7,1%) e Touros (1,2%).

Os dados do levantamento revelaram que o meio de transporte mais utilizado pelo turista para chegar ao RN foi o avião, citado por 65,9% dos respondentes. O segundo meio de transporte mais citado foram os automóveis particulares, com 22,8% das citações, seguidos pelos ônibus interestaduais e intermunicipais (8,7%) e van (1,3%).

Outra informação apurada na pesquisa sobre a mobilidade dos turistas, trata-se da forma como o turista se locomoveu dentro do estado. No geral, a maior fatia (24,2%) dos visitantes utilizou veículos privados por aplicativos para o deslocamento interno. Além disso, destaca-se o uso de carro próprio (19,8%), carro alugado (17,4%), a pé (13,3%), ônibus de turismo (13%), carro de parentes e amigos (5,7%), ônibus coletivo (4%) e táxi (1,5%).

No levantamento por município, em Natal, destaca-se o uso de transporte por aplicativo (38,6%), ônibus de turismo (19,1%) e veículos alugado (17,1%); em Tibau do Sul/Pipa, carro próprio (32,9%), a pé (30%) e carro alugado (12,4%). Em São Miguel do Gostoso, os meios mais usados foram carro alugado (35,6%), carro próprio (35%), ônibus de turismo (9,2%) e a pé (7,4%). Em Mossoró, o deslocamento com veículos próprios foi a opção de 23,9%, mesmo percentual para quem utilizou o transporte por aplicativo (23,9%), seguido de carro de parentes e amigos (19,3%). Neste ponto verifica-se a importância nos investimentos em infraestrutura viária para o turismo, como a sinalização e conservação das estradas e pontos turísticos, além dos investimentos em serviços de transporte eficientes. O deslocamento interno faz parte da atividade turística, estimula o consumo nos setores de entretenimento, comércio e serviços e contribui para a atratividade dos destinos.

Em relação aos locais onde os turistas costumam mais frequentar durante a estadia no RN, observou-se que as praias seguem como os atrativos mais visitados (90,5%); seguidas dos bares/restaurantes (83,5%); centros de artesanato (62,9%); supermercados (48%); shoppings/comércio (38,6%); cidades do interior (17,6%); atrativos históricos e culturais (17,1%); casas noturnas (12,9%) e outros.

Os pontos turísticos de um modo geral foram bastante visitados pelos turistas. Dentre eles, destacou-se Pipa em Tibau do Sul (68,45%), Ponta Negra/Morro do Careca (57,26%), Genipabu/Dunas (39,90%), passeio de buggy (35,77%), Cajueiro de Pirangi (34,96%) e a Lagoa de Pitanguí (30,09%). Merece destaque também as visitas a outros pontos turísticos do RN, como: os Parrachos de Maracajaú (23,68%), São Miguel do Gostoso/Tourinhos (20,60%), Lagoa de Arituba (17,68%) e a Ponte Nova (15,25%). Aparece também com percentuais significativos a Lagoa de Alcaçuz com 14,52% das visitas, Barra de Cunhaú (13,22%), Aquário Natal (9,25%), Galinhos (6,89%). É importante frisar que neste quesito a soma dos resultados ultrapassa os 100%.

Gastos e Despesas

Conhecer o gasto do turista no RN na aquisição de produtos e serviços também é muito importante para o planejamento da atividade turística, visto que a partir desse indicador pode-se dimensionar a oferta de diversos serviços turísticos como: hospedagem, alimentação, entretenimento, entre outros. É importante ressaltar que a estimativa do gasto médio do turista foi feita com base nas respostas dos próprios entrevistados que falavam quanto acreditavam ter gasto durante a estadia no estado.

Quanto ao gasto médio, a presente pesquisa detectou que o gasto médio per capita do turista foi estimado em R\$ 274,45. Segmentando os gastos por tipo de turista, foi possível constatar que existe diferença entre a média de gastos dos turistas brasileiros e estrangeiros. O nacional, gastou em média R\$ 272,43 e o internacional gastou, em média, R\$ 287,10.

Ainda com relação ao gasto do turista durante sua permanência no RN, a pesquisa revelou que a maior parte dos gastos dos visitantes foi direcionada para a hospedagem, citada por 48,52% do total de respondentes. Em seguida, vêm os gastos com alimentação (24,45%), diversão (11,48%), compras (7,85%) e transporte local (7,7%).

Na avaliação da média de gastos por município, o destaque ficou por conta dos gastos em Natal (R\$ 306,69 individual por dia) e Tibau do Sul/Pipa (R\$ 243,97 individual por dia). Em ambas as cidades, os valores foram puxados para cima pelos gastos com hospedagem e alimentação. Em São Miguel do Gostoso, o gasto médio individual por dia foi de R\$ 215,92, enquanto que em Mossoró os turistas gastaram em média R\$ 146,59 por dia.

Qualificação dos atrativos turísticos, serviços e infraestrutura

Os serviços turísticos englobam um amplo conjunto de atividades que atende às necessidades dos turistas nos mais diversos segmentos. O objetivo primordial desse trabalho é identificar as opiniões dos turistas a respeito dos serviços prestados pelos profissionais ligados ao trade turístico do RN. Nesse sentido, outro elemento importante é a receptividade do potiguar, que apesar de não ser exatamente um serviço esse elemento é o primeiro que está diretamente ligado ao turista, sendo de fundamental importância que a população receba bem o visitante para que ele retorne.

De acordo com as respostas dos visitantes os atrativos naturais alcançaram um expressivo índice de satisfação, sendo avaliado por 98,1% dos turistas como “excelente ou bom”, porém, um grupo de 1,4% de visitantes avaliou os atrativos como regular e 0,4% não ficaram satisfeitos e atribuíram conceito “ruim ou péssimo”. A seguir os guias de turismo potiguares também obteve um alto nível de aprovação, com um percentual de 96,8% de classificação “excelente ou bom”. Em seguida, por ordem de magnitude de taxas, aparecem a hospitalidade do potiguar, com classificação “excelente ou boa” de 96,7%; bares/restaurantes (96,2%); atendimento em geral (96,1%); passeios oferecidos (95,4%); empresas de serviços receptivos (95%); bugueiros (94,3%); diversão noturna (94,3%); serviços de locação de veículos (94,3%); equipamentos de lazer (94%); comércio (93,7%); meios de hospedagem (92,8%) e serviços da rede hoteleira (92,5%). Vale salientar que índices de “não sabe”, foram desconsiderados para os cálculos dos percentuais, pois revelam impossibilidade de julgamento ou que esses serviços não foram utilizados pelos turistas.

Apesar do bom desempenho obtido pelos serviços turísticos, alguns serviços obtiveram avaliações inferiores a 80%, que podem ser utilizadas como sugestões para melhorar a qualidade destes serviços. Dentre os itens mencionadas pelos turistas, as principais foram direcionadas para os seguintes serviços turísticos: serviços de sinalização urbana e turística (79%), comunicações (fone/internet) (78,2%), transporte urbano (76%), segurança pública (75,3%), limpeza pública (71,7%), preço cobrados (63,8%) e terminal rodoviário (54,5%).

Opinião sobre o Rio Grande do Norte

Esta pesquisa é uma importante ferramenta para direcionar o planejamento e desenvolvimento do setor turístico tanto na esfera pública, como na privada. Os dados apontam diversas oportunidades e gargalos, sendo assim, é estratégico conhecer as características e demandas deste público para melhor atendê-los e proporcionar uma experiência única.

Foi também preocupação do estudo conhecer a expectativa dos visitantes durante o tempo que passou no estado do Rio Grande do Norte. Verificou-se que as expectativas dos turistas quanto à imagem que tinham do Estado foram correspondidas.

O índice de satisfação foi bastante positivo. Do total de entrevistados, 48,8% relataram que ficaram satisfeitos com a viagem ao RN e 48,7% afirmaram que ficaram muito satisfeitos, somando um total de 97,5% de satisfação. Apenas 2,4% comentaram ter ficado insatisfeitos e 0,2% se mostraram muito insatisfeitos.

Em relação à possibilidade de retorno ao Rio Grande do Norte, a maior parte dos turistas (90,7%) manifestou intenção de retornar ao Estado. Além disso, 98,1% dos visitantes estão dispostos a indicar o RN como roteiro turístico capaz de promover ao visitante bem-estar e hospitalidade, fato respaldado pelo elevado nível de aprovação com os atrativos naturais nordestinos que, aliado a hospitalidade do povo potiguar, caracterizam o Rio Grande do Norte como um agradável destino turístico capaz de atender às expectativas dos mais exigentes turistas.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4. Análise Gráfica

Perfil do público pesquisado

Gráfico 1 – Sexo
Fonte: Fecomércio RN

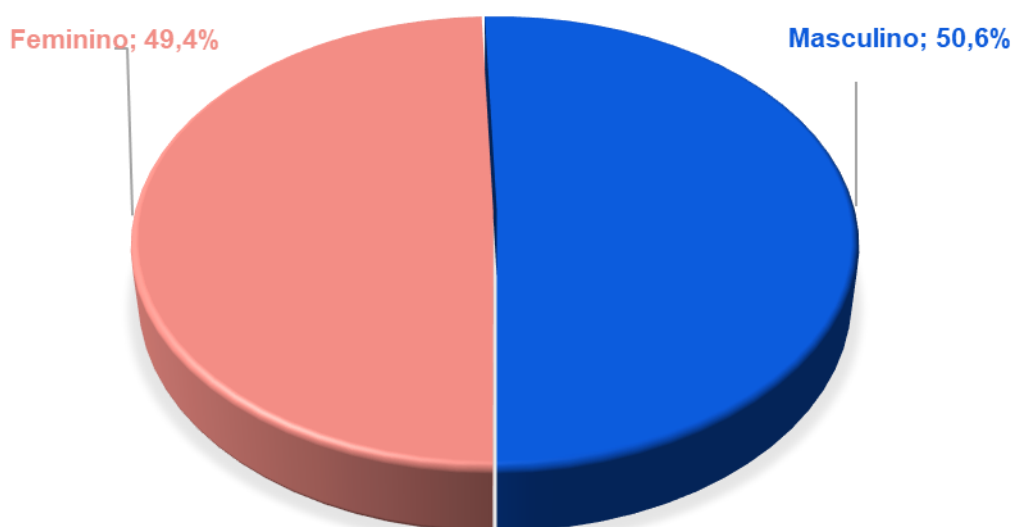


Tabela 1 – Sexo dos entrevistados (por município)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Feminino	26,6%	51,3%	50,9%	52,4%
Masculino	73,4%	48,7%	49,1%	47,6%

Gráfico 2 – Faixa etária

Fonte: Fecomércio RN

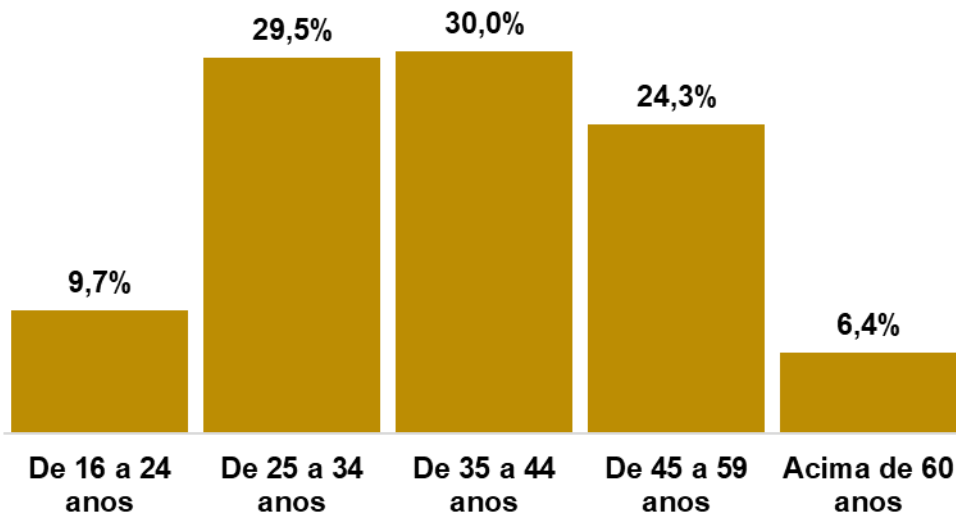


Tabela 2 – Faixa etária dos entrevistados (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
De 16 a 24 anos	15,6%	9,0%	8,0%	10,1%
De 25 a 34 anos	35,8%	23,3%	27,0%	39,8%
De 35 a 44 anos	26,6%	34,0%	25,2%	26,2%
De 45 a 59 anos	20,2%	26,4%	33,1%	17,9%
Acima de 60 anos	1,8%	7,3%	6,7%	6,1%

Gráfico 3 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio RN

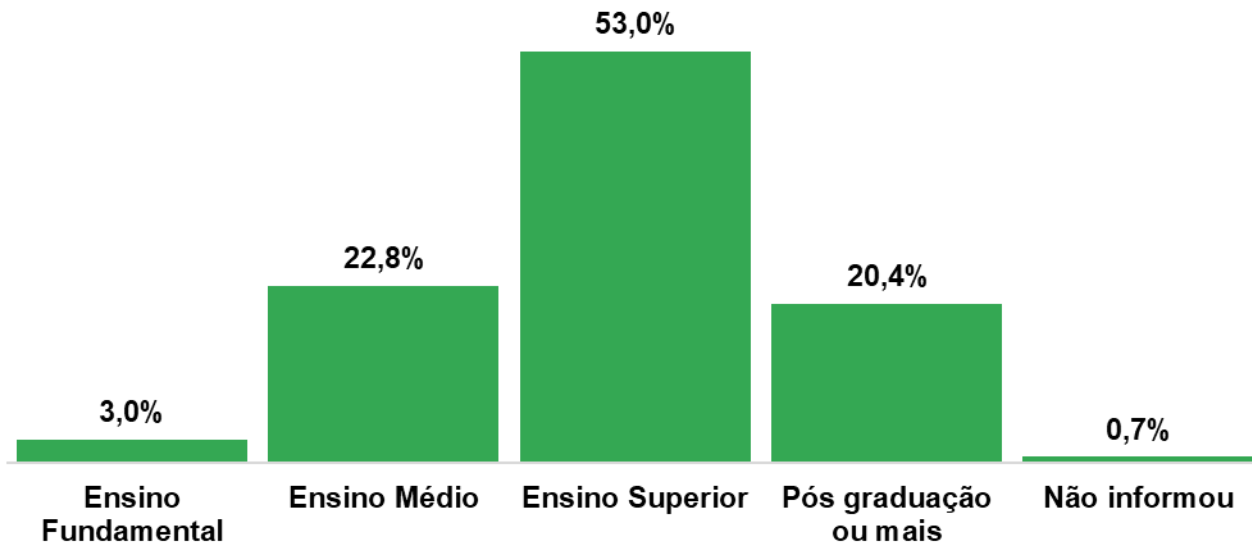


Tabela 3 – Escolaridade dos entrevistados (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Ensino Fundamental	6,4%	2,9%	1,2%	2,9%
Ensino Médio	31,2%	24,3%	16,0%	20,7%
Ensino Superior	46,8%	51,1%	57,7%	56,2%
Pós graduação ou mais	15,6%	21,0%	23,9%	19,3%
Não informou	0,0%	0,7%	1,2%	0,9%

Gráfico 4 – O (a) Sr. (a) viajou?

Fonte: Fecomércio RN

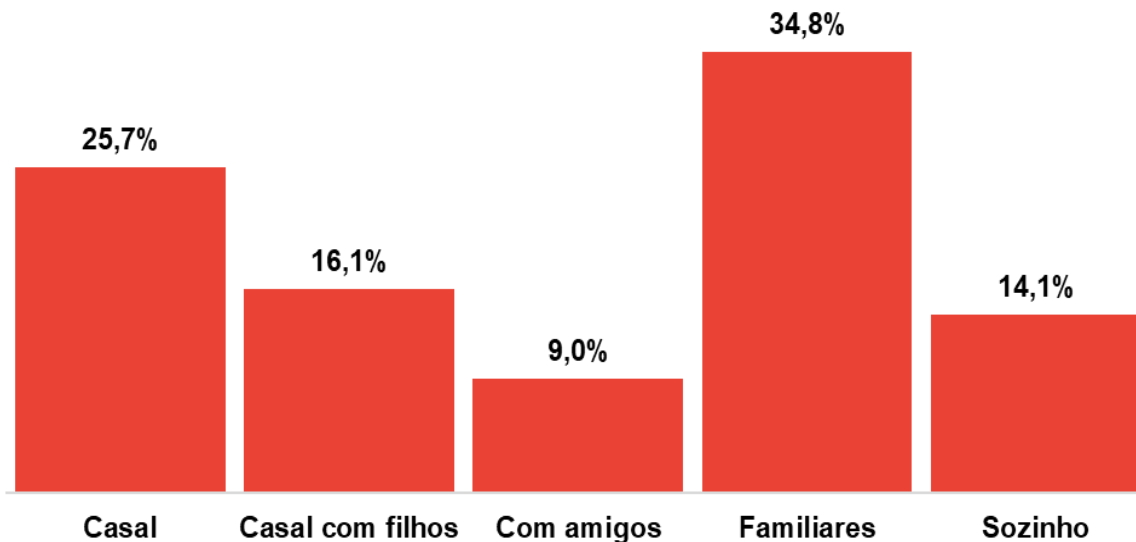


Tabela 4 – Com quem veio ao RN (por município)?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Casal	12,8%	22,3%	27,0%	35,2%
Casal com filhos	7,3%	19,9%	13,5%	13,5%
Com amigos	14,7%	7,3%	11,7%	8,9%
Familiares	8,3%	39,3%	35,6%	34,9%
Sozinho	56,9%	10,9%	12,3%	7,2%
Em excursão/grupos.	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%

Gráfico 5 – Renda mensal individual

Fonte: Fecomércio RN

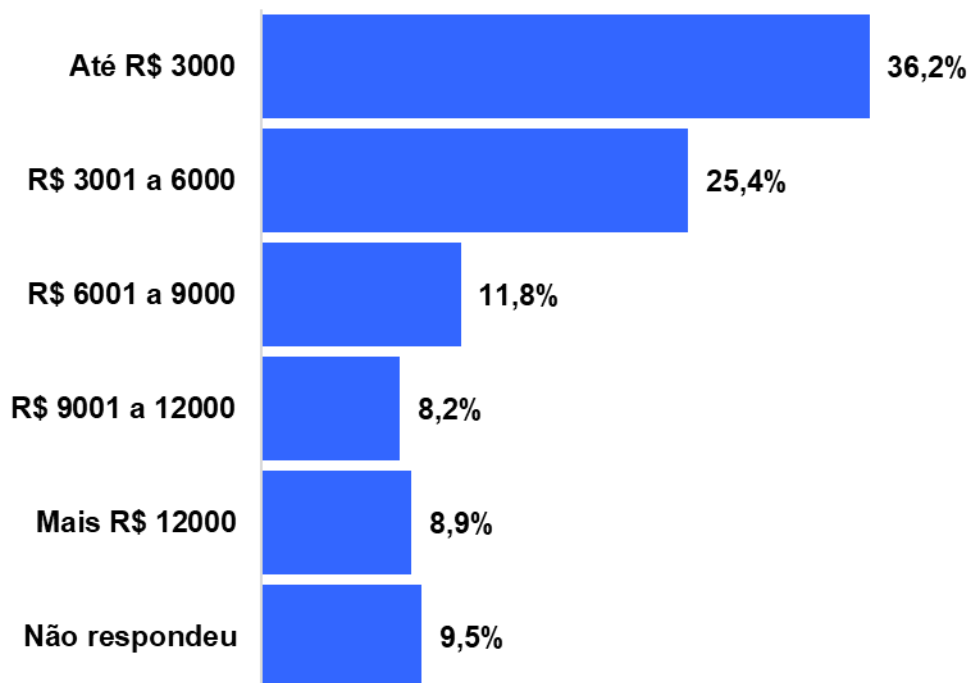


Tabela 5 – Renda familiar dos entrevistados (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Até R\$ 3000	65,1%	30,1%	27,6%	41,8%
R\$ 3001 a R\$ 6000	12,8%	26,5%	24,5%	27,7%
R\$ 6001 a R\$ 9000	9,2%	12,2%	13,5%	11,2%
R\$ 9001 a R\$ 12000	2,8%	9,4%	13,5%	5,2%
Mais R\$ 12000	5,5%	10,9%	10,4%	5,8%
Não respondeu	4,6%	10,7%	10,4%	8,4%

Gráfico 6 – Tipo de turista

Fonte: Fecomércio RN

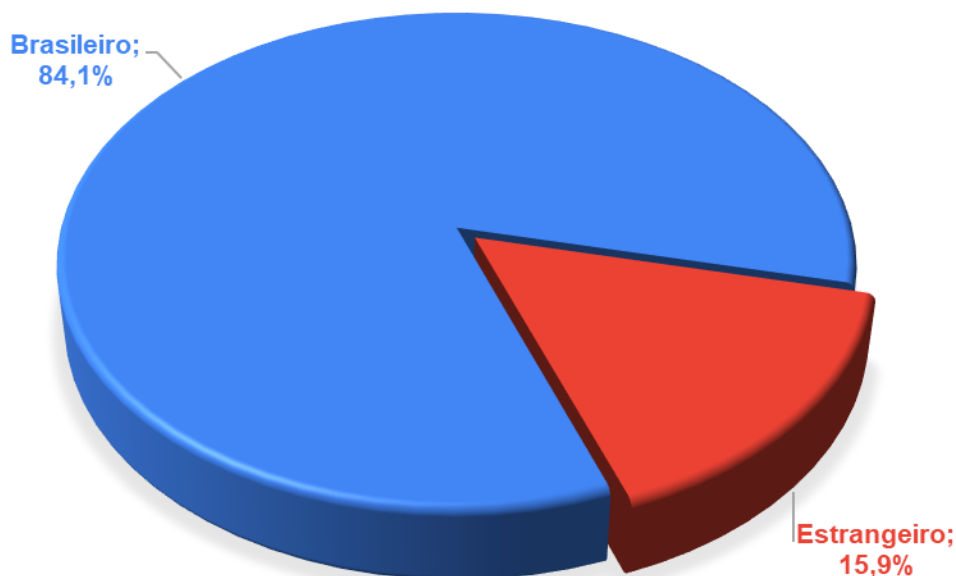


Tabela 6 – Tipo de turista (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Brasileiro	99,1%	83,9%	92,6%	75,8%
Estrangeiro	0,9%	16,1%	7,4%	24,2%

Tabela 7 – País de origem dos turistas

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa	Total Geral
Brasil	99,1%	83,9%	92,6%	75,8%	84,1%
Argentina	0,0%	10,6%	1,2%	17,9%	10,5%
Uruguai	0,0%	1,3%	0,0%	2,0%	1,2%
Chile	0,0%	1,3%	0,0%	1,7%	1,1%
Itália	0,0%	1,1%	1,2%	0,0%	0,7%
Paraguai	0,0%	0,7%	0,0%	0,3%	0,4%
Portugal	0,0%	0,3%	0,0%	0,9%	0,4%
Suécia	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,2%
Suíça	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%	0,2%
França	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,2%
Inglaterra	0,0%	0,2%	0,6%	0,0%	0,2%
Peru	0,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%
Alemanha	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Colômbia	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Espanha	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Estados Unidos	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Holanda	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Irlanda	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
República Tcheca	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%

Gráfico 7 – Regiões dos turistas brasileiros

Fonte: Fecomércio RN

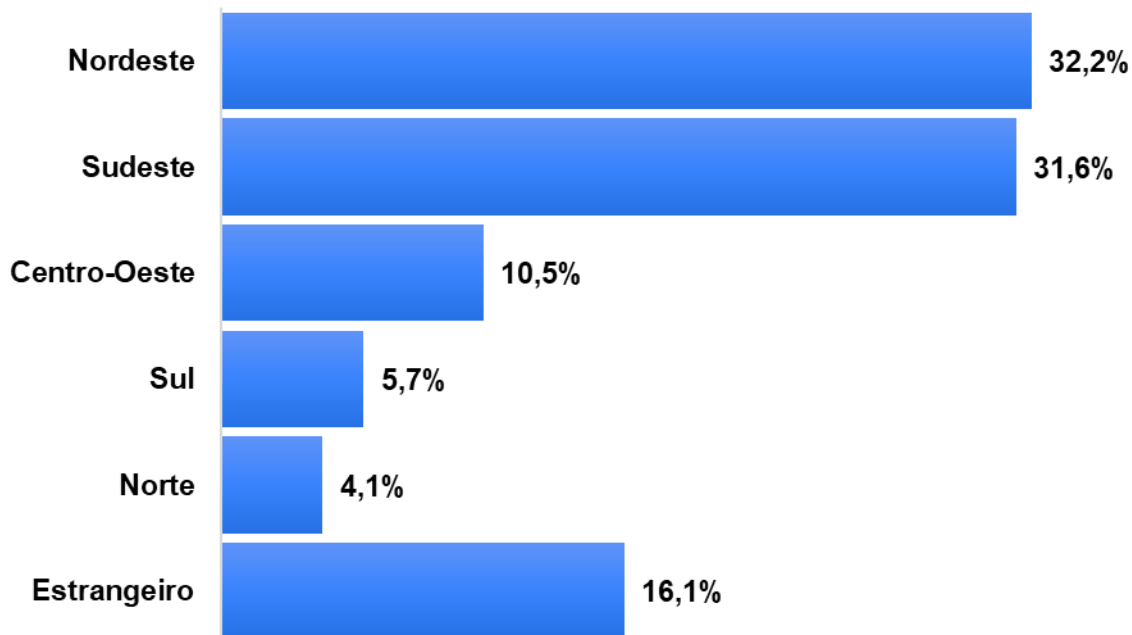


Tabela 8 – Região de origem dos turistas (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Sudeste	10,1%	44,1%	34,4%	14,7%
Centro-Oeste	2,8%	13,5%	11,0%	7,2%
Nordeste	82,6%	13,0%	38,7%	47,3%
Sul	2,8%	8,5%	4,3%	2,3%
Norte	0,9%	4,7%	4,3%	3,7%
Estrangeiro	0,9%	16,1%	7,4%	24,8%

Tabela 9 – Estado de origem dos turistas
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa	Total Geral
São Paulo	7,3%	20,7%	16,0%	5,5%	14,6%
Minas Gerais	0,0%	14,2%	8,0%	3,5%	9,1%
Rio de Janeiro	1,8%	10,6%	11,7%	6,3%	8,8%
Paraíba	6,4%	2,6%	6,1%	15,9%	7,1%
Pernambuco	11,9%	3,3%	4,9%	13,3%	7,1%
Distrito Federal	2,8%	4,7%	3,1%	4,0%	4,1%
Ceará	22,9%	1,1%	0,6%	3,7%	3,7%
Goiás	0,0%	5,7%	3,7%	1,2%	3,6%
Paraná	1,8%	3,6%	2,5%	1,2%	2,6%
Bahia	2,8%	2,8%	1,8%	0,6%	2,0%
Rio Grande do Sul	0,0%	2,8%	1,8%	0,9%	1,9%
Amazonas	0,9%	1,6%	1,2%	0,6%	1,2%
Mato Grosso do Sul	0,0%	1,5%	1,2%	0,9%	1,1%
Pará	0,0%	1,0%	1,2%	1,2%	1,0%
Alagoas	0,0%	0,8%	1,2%	1,2%	0,9%
Piauí	0,9%	1,3%	0,0%	0,6%	0,9%
Maranhão	1,8%	0,8%	0,0%	0,9%	0,8%
Santa Catarina	1,8%	0,8%	1,2%	0,3%	0,8%
Acre	0,0%	0,7%	0,6%	0,9%	0,6%
Mato Grosso	0,0%	1,1%	0,0%	0,3%	0,6%
Rondônia	0,0%	0,8%	1,2%	0,3%	0,6%
Sergipe	2,8%	0,3%	0,0%	0,0%	0,4%
Espírito Santo	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,2%
Roraima	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,2%
Tocantins	0,0%	0,3%	0,6%	0,0%	0,2%
Amapá	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Estrangeiro	0,9%	16,1%	7,4%	24,8%	16,1%
Rio Grande do Norte	33,0%	0,2%	23,3%	11,8%	9,4%

Gráfico 8 – (Para estrangeiros) Qual foi o seu aeroporto de entrada no Brasil? (UF)
Fonte: Fecomércio RN

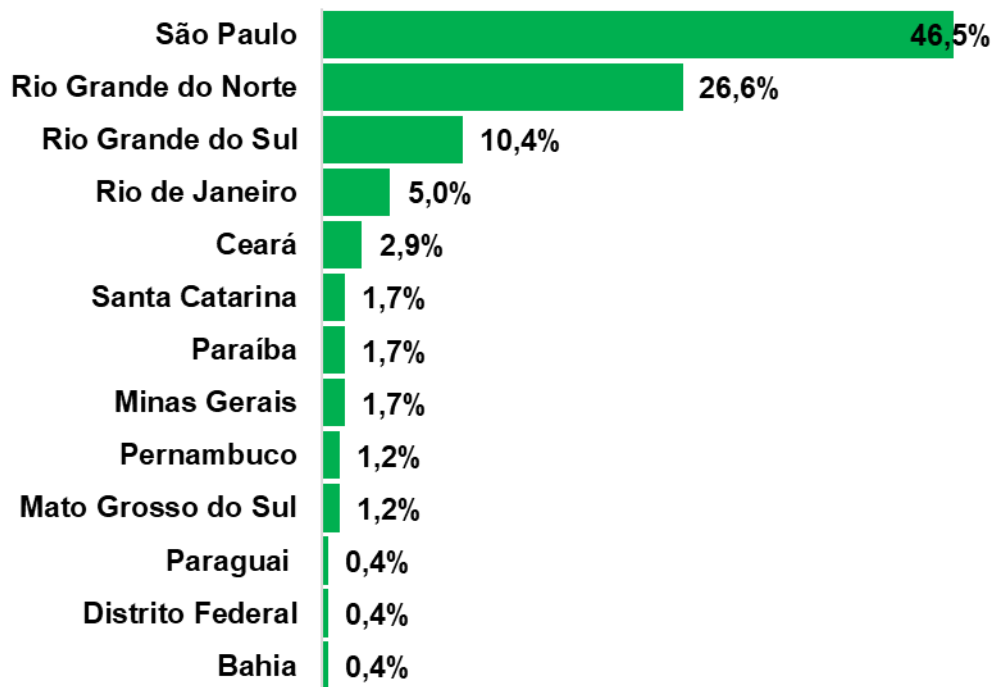


Tabela 10 – (Para estrangeiros) Aeroporto de entrada no Brasil (por município)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
São Paulo	0,0%	52,9%	32,0%	47,6%
Rio Grande do Norte	66,7%	14,4%	60,0%	27,2%
Rio Grande do Sul	0,0%	12,5%	0,0%	11,7%
Rio de Janeiro	0,0%	7,7%	0,0%	3,9%
Minas Gerais	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%
Mato Grosso do Sul	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%
Santa Catarina	0,0%	1,9%	0,0%	1,9%
Bahia	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%
Paraguai	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%
Pernambuco	0,0%	1,0%	4,0%	1,0%
Ceará	33,3%	1,0%	4,0%	1,9%
Distrito Federal	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
Paraíba	0,0%	0,0%	0,0%	3,9%

Tabela 11 – Na sua viagem, esteve em algum outro Estado antes de vir ao RN?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa	Total Geral
Veio direto para o RN	89,5%	78,3%	87,3%	88,2%	83,2%
São Paulo	1,0%	8,8%	2,5%	0,3%	4,9%
Paraíba	0,0%	1,3%	3,2%	7,5%	3,2%
Ceará	6,7%	2,1%	2,5%	0,6%	2,1%
Pernambuco	0,0%	2,6%	1,3%	1,2%	1,8%
Distrito Federal	0,0%	1,6%	0,6%	0,6%	1,1%
Bahia	0,0%	0,8%	0,0%	0,6%	0,6%
Rio de Janeiro	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Alagoas	1,9%	0,3%	0,0%	0,3%	0,4%
Rio Grande do Sul	0,0%	0,7%	0,6%	0,0%	0,4%
Minas Gerais	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%
Sergipe	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%	0,3%
Belo Horizonte	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%
Santa Catarina	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%
Maranhão	0,0%	0,2%	0,6%	0,0%	0,2%
Mato Grosso	1,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%
Mato Grosso do Sul	0,0%	0,0%	0,6%	0,3%	0,2%
Goiás	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Piauí	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%

Aspectos específicos da pesquisa

Gráfico 9 – É a primeira vez que visita Natal?

Fonte: Fecomércio RN

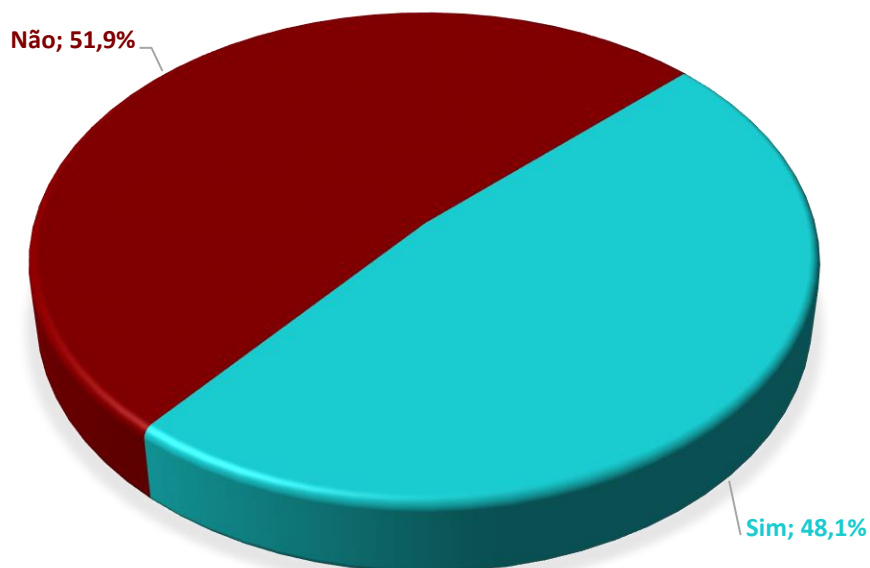


Tabela 12 – É a primeira vez que visita o RN (por município)?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Não	88,1%	41,5%	68,1%	51,3%
Sim	11,9%	58,5%	31,9%	48,7%

Tabela 13 – Número de vezes que visitou o RN (por município)?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa	Total Geral
Uma	4,7%	19,1%	11,1%	8,4%	12,8%
Duas	9,3%	27,1%	24,2%	24,0%	23,3%
Três	9,3%	15,6%	19,2%	12,3%	14,4%
Quatro	1,2%	9,2%	15,2%	12,8%	10,1%
Cinco	4,7%	6,5%	7,1%	7,8%	6,7%
Seis	0,0%	2,7%	5,1%	4,5%	3,2%
Sete	5,8%	1,1%	1,0%	2,2%	2,1%
Oito ou mais	65,1%	18,7%	17,2%	27,9%	27,5%

Gráfico 10 – Número de dias que permaneceu no RN

Fonte: Fecomércio RN

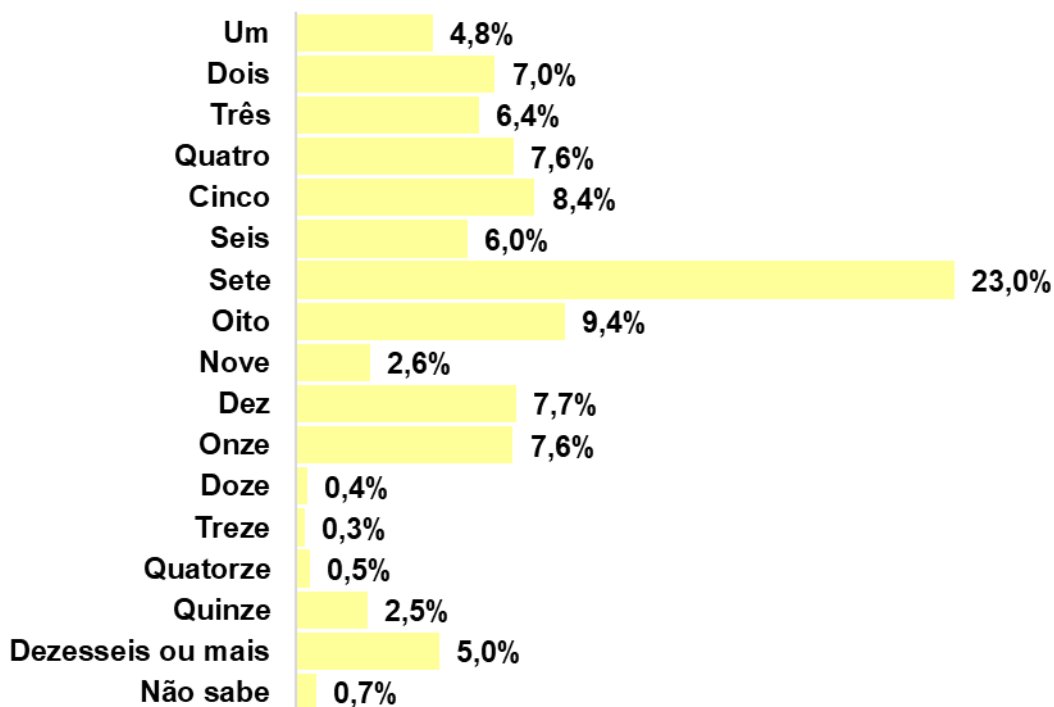


Tabela 14 – Número médio de dias que permaneceu no RN
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	Total	Brasileiros	Estrangeiros
Nº médio de dias	7,1	6,7	9,1

Tabela 15 – Número médio de dias que permaneceu no RN (por município)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Nº médio de dias	7,2	7,3	7,6	6,4

Gráfico 11 – Qual o principal motivo da sua viagem?

Fonte: Fecomércio RN

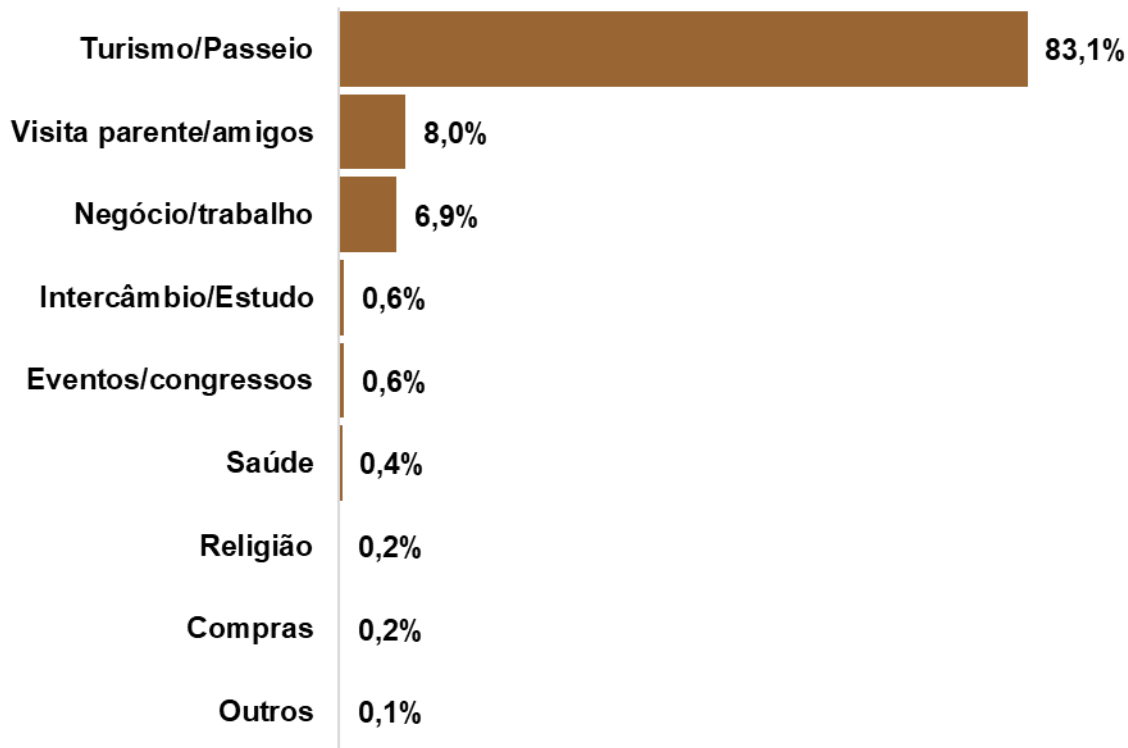


Tabela 16 – Motivo da viagem (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Turismo/Passeio	27,3%	86,5%	85,6%	94,4%
Visita parente/amigos	20,7%	8,0%	8,0%	3,9%
Negócio/trabalho	40,5%	4,1%	5,7%	1,1%
Eventos/congressos	0,8%	0,8%	0,0%	0,6%
Intercâmbio/Estudo	5,0%	0,3%	0,0%	0,0%
Saúde	3,3%	0,0%	0,6%	0,0%
Compras	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Religião	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%
Outros	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%

Gráfico 12 – Porque escolheu o RN como atrativo turístico? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

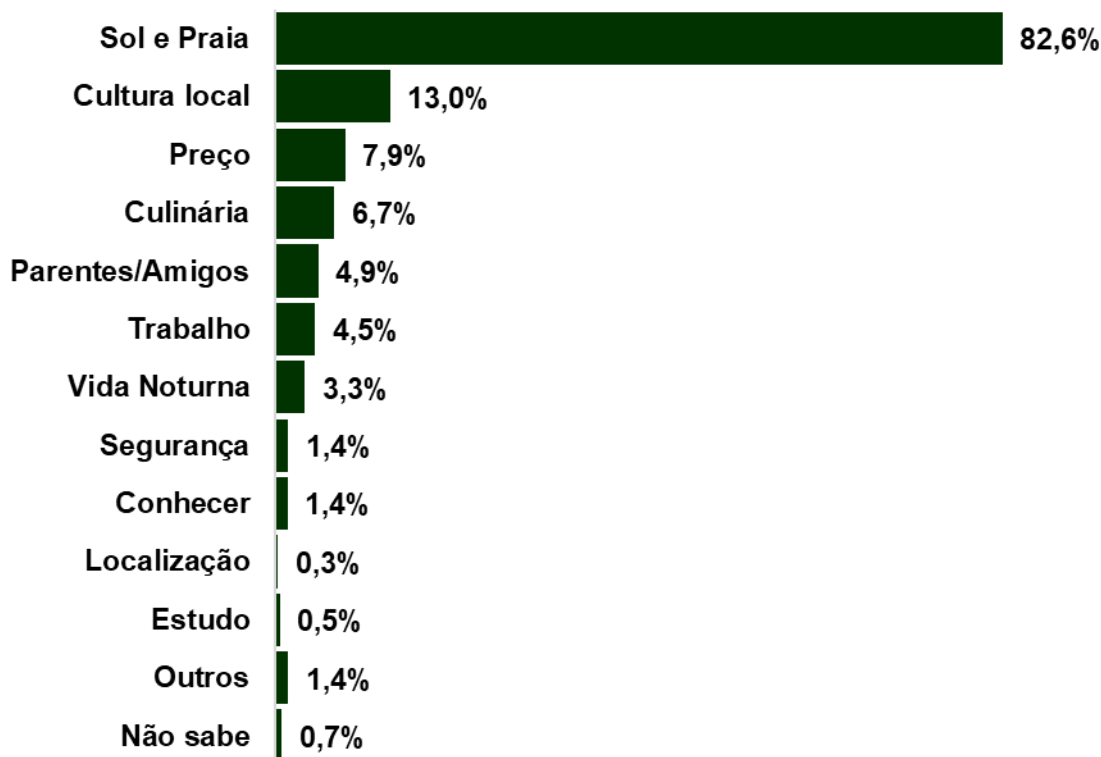


Tabela 17 – Causas de ter escolhido o RN como atrativo turístico (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Sol e Praia	7,5%	88,2%	84,3%	92,7%
Cultura local	7,5%	11,8%	13,8%	16,3%
Preço	5,4%	7,3%	14,5%	6,7%
Culinária	5,4%	4,8%	16,4%	5,8%
Parentes/Amigos	23,7%	4,2%	4,4%	1,2%
Trabalho	44,1%	0,9%	3,8%	0,3%
Vida Noturna	2,2%	1,6%	5,7%	5,5%
Segurança	3,2%	0,5%	5,7%	0,6%
Conhecer	1,1%	2,1%	0,0%	0,9%
Estudo	5,4%	0,2%	0,0%	0,0%
Localização	0,0%	0,3%	0,6%	0,3%
Outros	3,2%	1,7%	1,3%	0,6%
Não sabe	2,2%	0,7%	1,3%	0,0%

Gráfico 13 – Quando ocorreu a decisão da viagem?

Fonte: Fecomércio RN

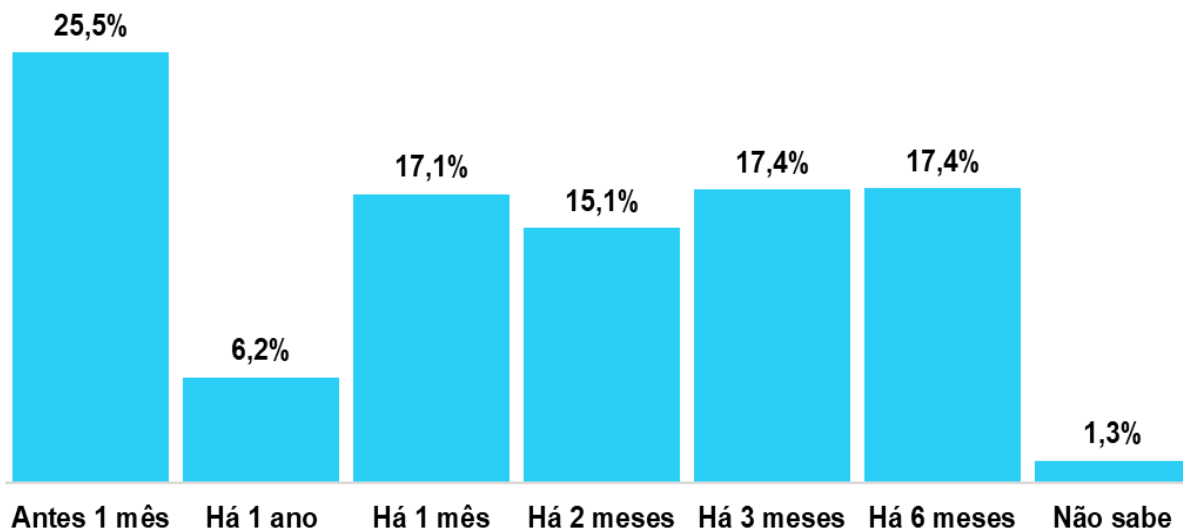


Tabela 18 – Tempo que tomou a decisão de viajar para o RN (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Antes 1 mês	59,6%	14,5%	34,4%	30,0%
Há 1 ano	3,7%	9,3%	4,9%	2,3%
Há 1 mês	15,6%	12,7%	18,4%	24,8%
Há 2 meses	13,8%	16,4%	14,1%	13,5%
Há 3 meses	2,8%	20,2%	16,6%	17,3%
Há 6 meses	4,6%	24,9%	11,7%	11,0%
Não sabe	0,0%	2,0%	0,0%	1,2%

Gráfico 14 – A influência da viagem a passeio deveu-se a: (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

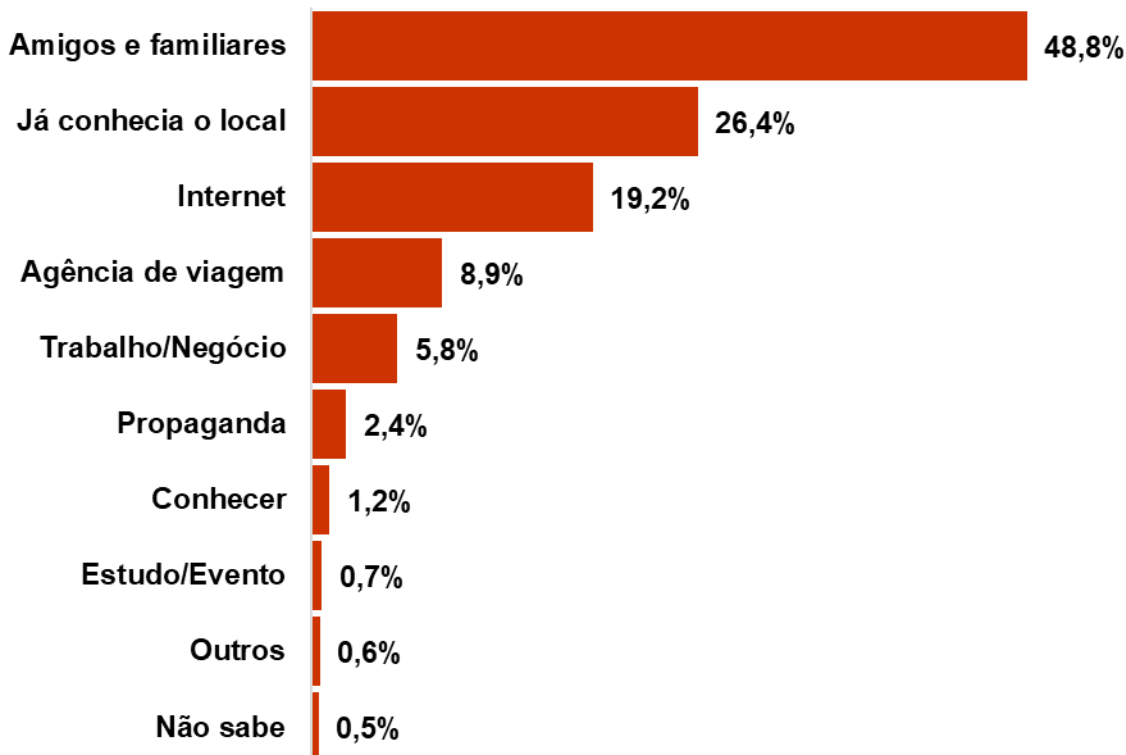


Tabela 19 – Influencia da viagem (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Amigos e familiares	33,0%	54,1%	44,8%	46,4%
Já conhecia o local	18,3%	23,1%	33,7%	31,1%
Internet	0,9%	13,8%	34,4%	27,4%
Agência de viagem	0,9%	10,9%	3,1%	10,7%
Trabalho/Negócio	39,4%	3,4%	4,9%	0,0%
Propaganda	0,0%	2,6%	1,8%	2,9%
Conhecer	0,0%	1,6%	0,6%	1,2%
Estudo/Evento	6,4%	0,2%	0,6%	0,0%
Outros	1,8%	0,2%	0,6%	0,9%
Não sabe	0,9%	0,7%	0,6%	0,0%

Gráfico 15 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao RN?

Fonte: Fecomércio RN

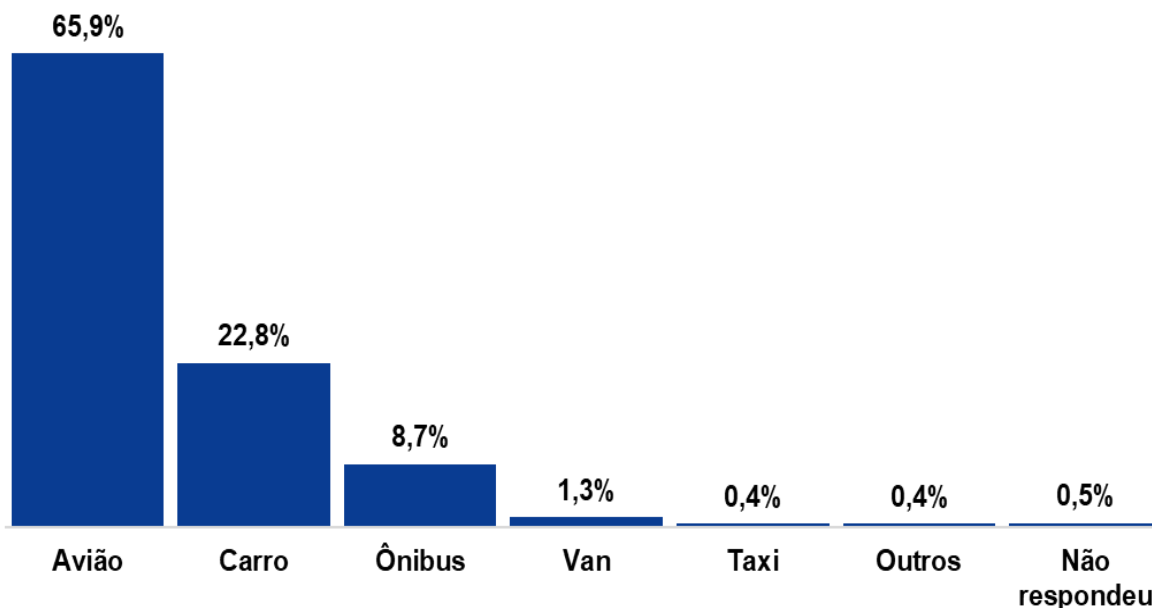


Tabela 20 – Meio de transporte utilizado para chegar ao RN (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Avião	20,2%	88,6%	55,2%	45,2%
Carro	24,8%	7,2%	38,7%	42,4%
Ônibus	49,5%	3,9%	4,9%	6,1%
Van	0,9%	0,2%	0,0%	4,0%
Taxi	0,9%	0,0%	0,6%	0,9%
Outros	1,8%	0,2%	0,6%	0,3%
Não respondeu	1,8%	0,0%	0,0%	1,2%

Gráfico 16 – (Avião) Qual a companhia?

Fonte: Fecomércio RN

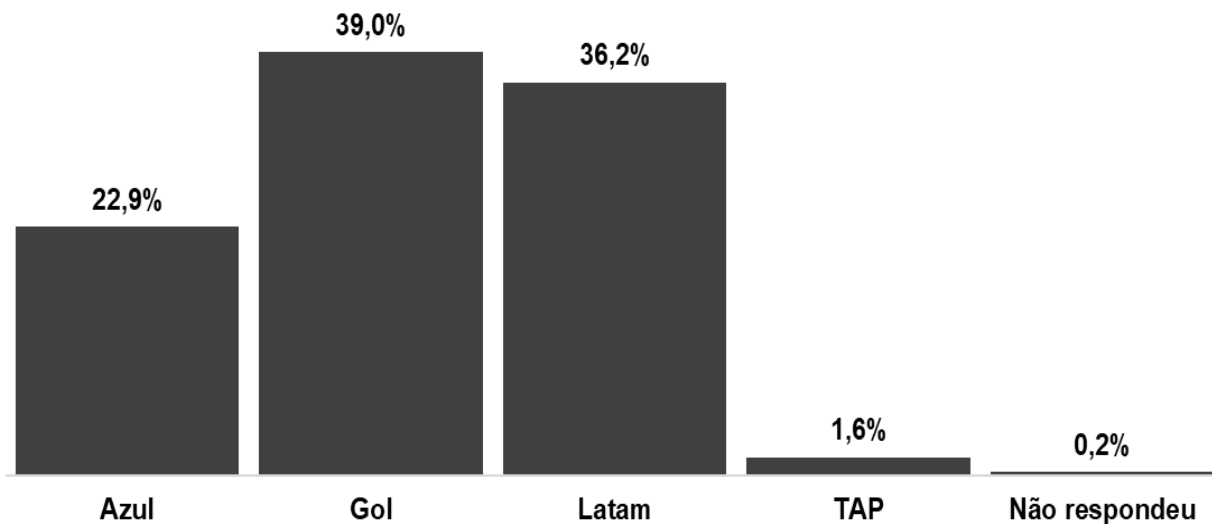


Tabela 21 – Companhias aéreas (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Azul	72,7%	25,9%	8,8%	13,8%
Gol	13,6%	39,4%	47,3%	36,5%
Latam	13,6%	33,8%	38,5%	46,5%
TAP	0,0%	0,9%	5,5%	1,9%
Não respondeu	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%

Gráfico 17 – Utilizou agência na organização da viagem?

Fonte: Fecomércio RN

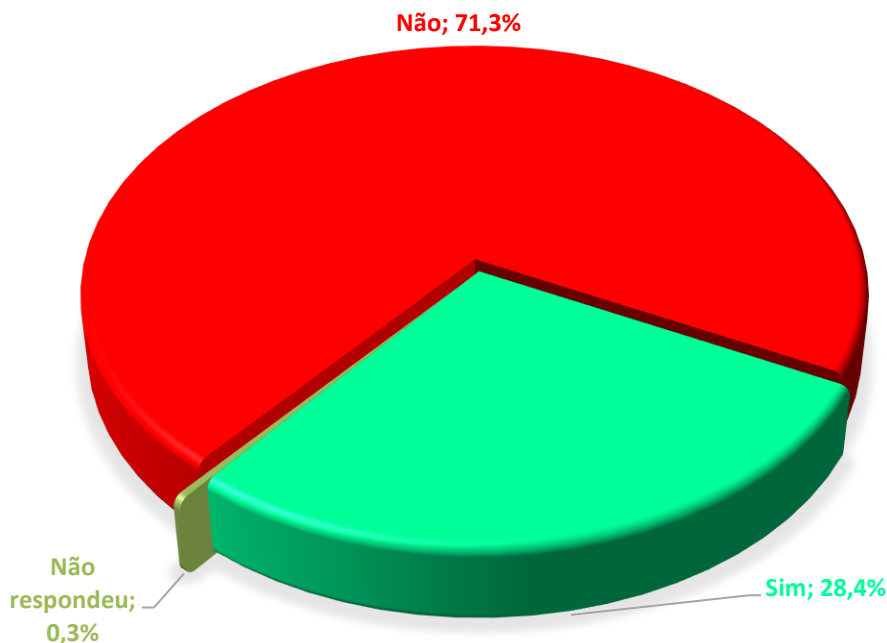


Tabela 22 – Utilizou agência na organização da viagem (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Não	97,2%	56,2%	90,2%	81,0%
Sim	2,8%	43,5%	9,8%	18,4%
Não respondeu	0,0%	0,3%	0,0%	0,6%

Gráfico 18 – Serviços utilizados na compra da passagem
Fonte: Fecomércio RN

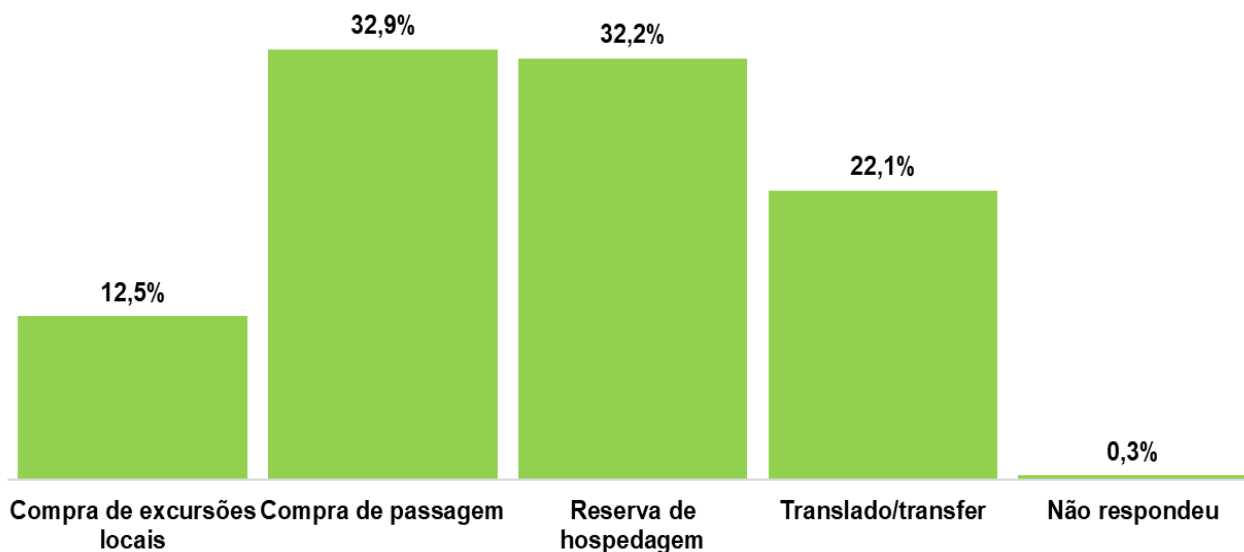


Tabela 23 – Serviços utilizados na compra da passagem (por município)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Compra de excursões locais	0,0%	12,8%	3,1%	13,0%
Compra de passagem	100,0%	33,3%	37,5%	29,7%
Reserva de hospedagem	0,0%	32,6%	34,4%	30,7%
Translado/transfer	0,0%	20,9%	25,0%	26,6%
Não respondeu	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%

Gráfico 19 – Tipo de hospedagem no estado

Fonte: Fecomércio RN

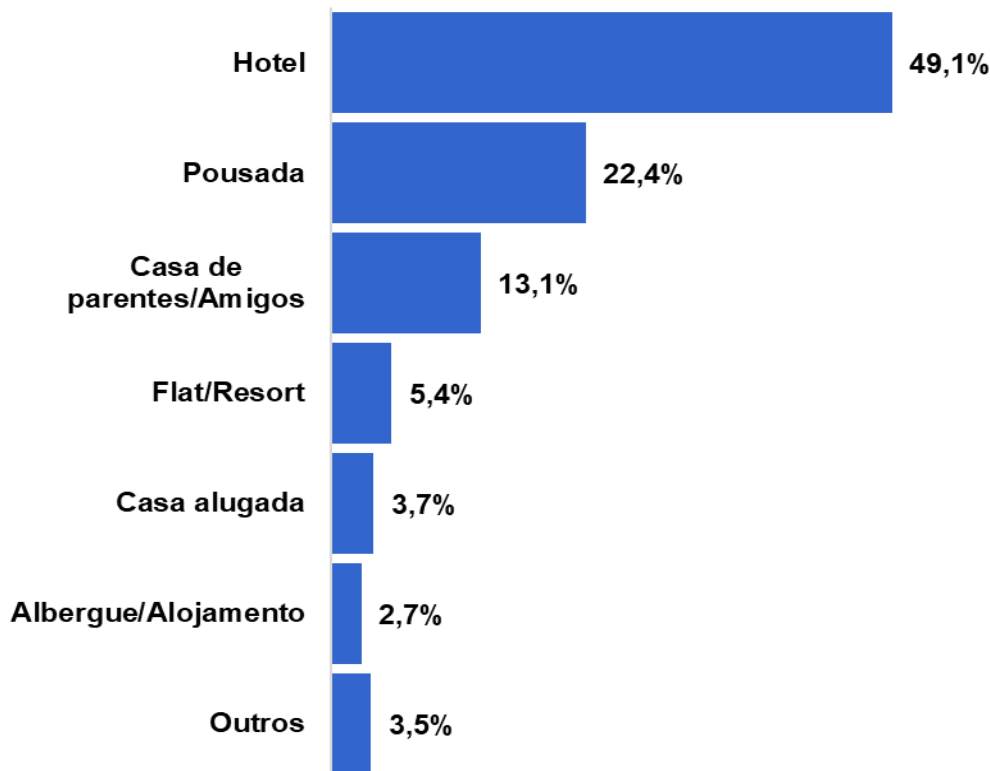


Tabela 24 – Tipo de hospedagem (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Hotel	24,8%	71,3%	20,9%	30,8%
Pousada	10,1%	7,5%	48,5%	40,3%
Casa de parentes/Amigos	44,0%	11,4%	14,1%	6,1%
Flat/Resort	2,8%	4,9%	3,7%	7,8%
Casa alugada	9,2%	2,4%	5,5%	3,5%
Albergue/Alojamento	2,8%	1,8%	1,8%	4,6%
Outros	6,4%	0,7%	5,6%	6,9%

Gráfico 20 – Meio de transporte utilizado para se locomover no RN

Fonte: Fecomércio RN

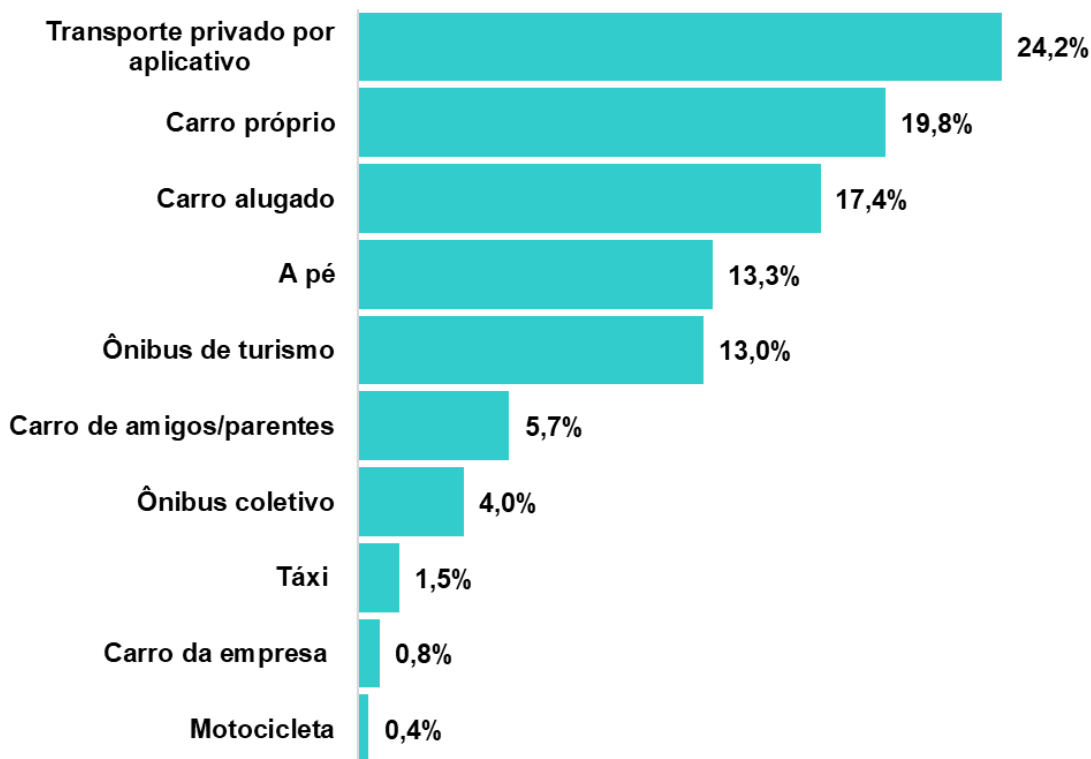


Tabela 25 – Meio de transporte utilizado (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Transporte privado por aplicativo	33,9%	38,6%	2,5%	5,8%
Carro próprio	23,9%	7,7%	35,0%	32,9%
Carro alugado	7,3%	17,1%	35,6%	12,4%
A pé	0,9%	7,7%	7,4%	30,0%
Ônibus de turismo	0,0%	19,1%	9,2%	8,1%
Carro de amigos/parentes	19,3%	5,5%	3,7%	2,6%
Ônibus coletivo	4,6%	2,3%	1,8%	7,8%
Táxi	0,9%	2,0%	3,1%	0,3%
Carro da empresa	7,3%	0,2%	0,6%	0,0%
Motocicleta	1,8%	0,0%	1,2%	0,3%

Tabela 26 – Qual foi o 1º município que o(a) senhor(a) pernitoiu no RN?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa	Total Geral
Natal	1,8%	91,0%	31,9%	31,4%	58,6%
Tibau do Sul/Pipa	0,9%	2,8%	3,1%	64,8%	20,1%
Mossoró	89,9%	0,5%	0,6%	0,0%	8,3%
São Miguel do Gostoso	0,0%	0,5%	51,5%	0,0%	7,1%
Touros	0,0%	1,3%	6,1%	0,0%	1,5%
Parnamirim	0,0%	1,8%	0,0%	0,6%	1,1%
Nísia Floresta	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%
Rio do Fogo	0,0%	0,0%	1,2%	0,6%	0,3%
Caraúbas	0,0%	0,2%	0,6%	0,0%	0,2%
Parazinho	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%
Tibau do Norte	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Areia Branca	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Assú	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Canguaretama	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Ceará Mirim	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Extremoz	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Goianinha	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Japi	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
João Câmara	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Lucrécia	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Maxaranguape	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Pau dos Ferros	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Porta Alegre	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
São Bento Norte	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
São Pedro do Potengi	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
São Vicente	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Senador Elói de Souza	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Outros	0,9%	0,0%	3,0%	2,0%	1,0%

Tabela 27 – Qual foi o último município que o(a) senhor(a) pernitoiu no RN?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa	Total Geral
Natal	1,8%	90,4%	29,4%	32,3%	54,4%
Tibau do Sul/Pipa	0,0%	3,7%	2,5%	70,9%	19,7%
Mossoró	88,1%	0,5%	0,6%	0,0%	8,0%
São Miguel do Gostoso	0,0%	0,7%	53,4%	0,0%	7,1%
Touros	0,0%	1,3%	6,7%	0,0%	1,2%
Parnamirim	0,0%	1,1%	0,6%	0,3%	0,6%
Nísia Floresta	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,2%
Maxaranguape	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,2%
Areia Branca	0,9%	0,2%	0,6%	0,0%	0,1%
Assú	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Caicó	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Canguaretama	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Caraúbas	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Currais Novos	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Extremoz	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Galinhas	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Goianinha	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Lucrécia	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Martins	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Parazinho	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Pau dos Ferros	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Rio do Fogo	0,0%	0,2%	0,6%	0,0%	0,1%
São Bento do Norte	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
São Pedro do Potengi	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,1%
Senador Eloi de Souza	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Tibau do Norte	2,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Outros	1,8%	0,0%	1,2%	2,0%	0,7%

Gráfico 21 – Dos atrativos, quais o (a) Sr (a) visitou? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

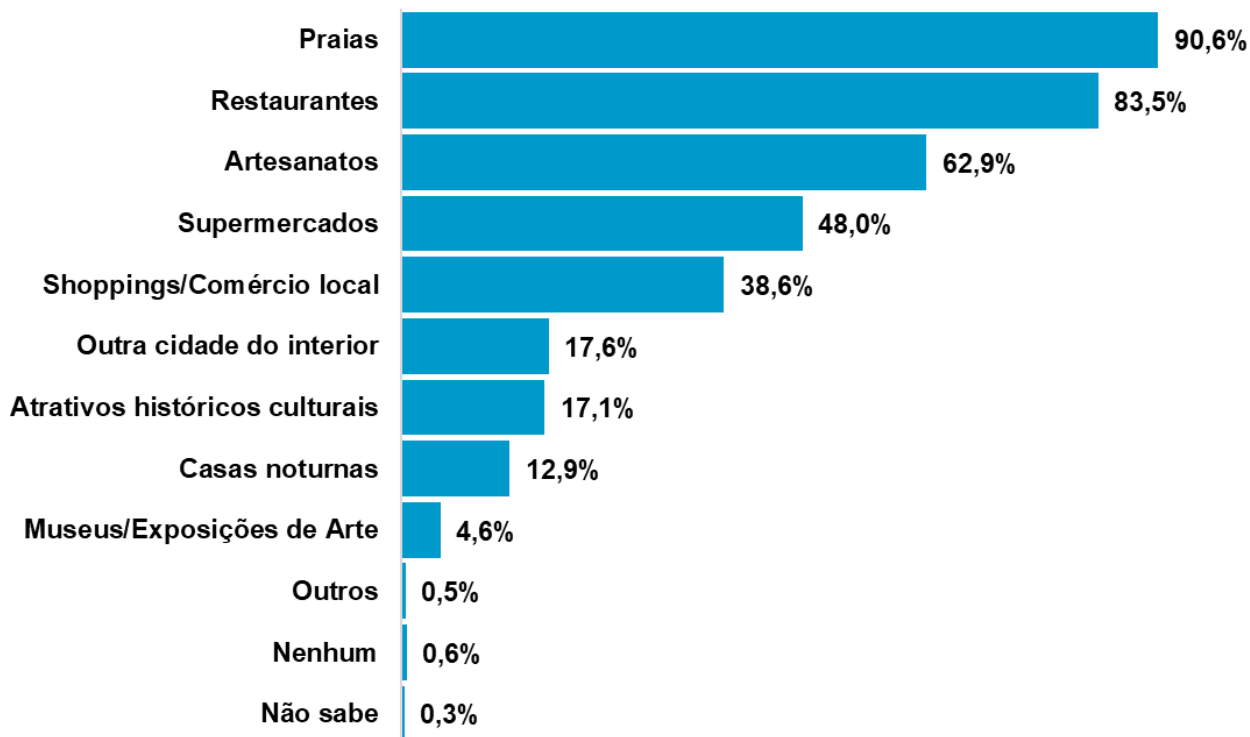


Tabela 28 – Atrativos mais visitados (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Praias	26,6%	95,3%	96,3%	99,7%
Restaurantes	76,1%	86,2%	90,2%	77,8%
Artesanatos	16,5%	77,2%	52,1%	57,1%
Supermercados	67,0%	48,9%	46,0%	41,5%
Shoppings/Comércio local	53,2%	53,9%	9,8%	20,5%
Outra cidade do interior	10,1%	26,9%	16,0%	4,3%
Atrativos históricos culturais	14,7%	19,1%	10,4%	17,6%
Casas noturnas	15,6%	11,1%	7,4%	17,9%
Museus/Exposições de Arte	6,4%	4,6%	4,9%	4,0%
Outros	0,9%	0,9%	0,6%	0,0%
Nenhum	3,7%	0,5%	0,0%	0,0%
Não sabe	0,9%	0,2%	1,2%	0,0%

Gráfico 22 – Onde buscou informações sobre o RN? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

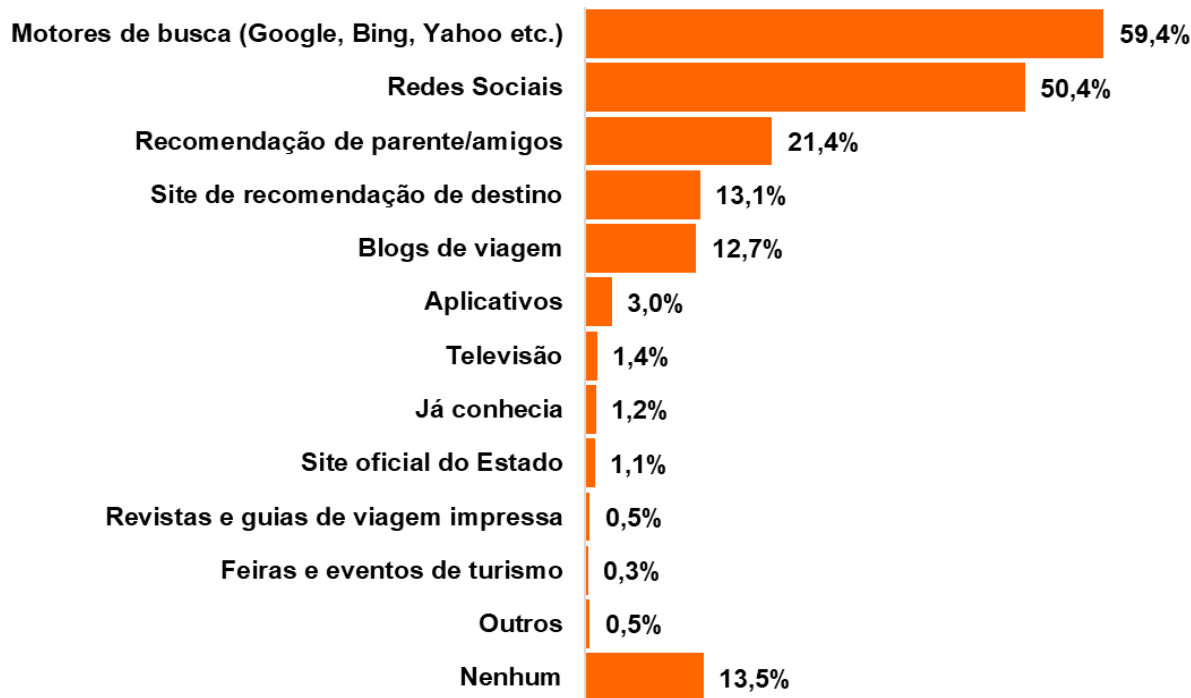


Tabela 29 – Onde buscou informações sobre o RN (por município)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Motores de busca (Google, Bing, Yahoo etc.)	35,8%	61,7%	68,7%	58,5%
Redes Sociais	28,4%	49,2%	52,1%	58,8%
Recomendação de parente/amigos	45,9%	20,2%	21,5%	15,9%
Nenhum	16,5%	16,0%	9,2%	10,4%
Site de recomendação de destino	1,8%	16,9%	10,4%	11,2%
Blogs de viagem	0,9%	10,1%	19,6%	17,9%
Aplicativos	0,0%	1,3%	6,1%	5,5%
Televisão	0,0%	1,3%	1,8%	1,7%
Já conhecia	0,0%	2,0%	0,0%	0,9%
Site oficial do Estado	1,8%	1,1%	1,8%	0,3%
Outros	0,0%	0,3%	0,6%	0,9%
Revistas e guias de viagem impressa	0,0%	0,8%	0,0%	0,3%
Feiras e eventos de turismo	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%

Tabela 30 – Pontos turísticos mais visitados do RN?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Pipa/Tibau do Sul	68,45%
Ponta Negra/Morro do Careca	57,26%
Genipabu/Dunas	39,90%
Passeio de Buggy	35,77%
Cajueiro/Pirangi	34,96%
Lagoa de Pitanguí	30,09%
Parrachos/Maracajaú	23,68%
São Miguel do Gostoso/Tourinhos	20,60%
Lagoa de Arituba	17,68%
Ponte Nova	15,25%
Lagoa de Alcaçuz	14,52%
Barreira do Inferno	13,71%
Barra do Cunhaú	13,22%
Aquário Natal	9,25%
Galinhos	6,89%
Baía Formosa	6,00%
Parque das Dunas	4,06%
Mossoró	3,89%
Nenhum	3,81%
Manoá Parque	2,76%
Touros	1,87%
Santuário de Santa Rita de Cássia	1,22%
Lagoa do Carcará	1,14%
Areia Branca	0,49%
Outros	0,32%
Assú	0,24%
Tibau do Norte	0,24%
Arena das Dunas	0,16%
Lagoa de Jacumã	0,16%
Praia de Perobas	0,16%
Upanema	0,08%
Restaurante Camurutaba	0,08%
Carnaubais	0,08%
Centro de Convivência	0,08%
Centro Histórico	0,08%
Chapadão	0,08%
Forte dos Reis Magos	0,08%
Geoparque Seridó	0,08%
Golfinhos	0,08%
Guamaré	0,08%
João Câmara	0,08%
Macau	0,08%
Madeiro	0,08%
Mercadinho Redinha	0,08%
Mergulho	0,08%
Baraúna	0,08%
Mossoró Centro de Convivência	0,08%
Serra do Mel	0,08%
Mossoró Shopping	0,08%
Parazinho	0,08%
Parnamirim	0,08%
Passeio de barco	0,08%
Passeio de lancha	0,08%
Patu	0,08%
Pau dos Ferros	0,08%
Penitenciária	0,08%
Portalegre	0,08%
Praia do Meio	0,08%
Praia em Areia Branca	0,08%
Praia do Forte	0,08%
Praia do Madeiro	0,08%
Quadriciclo	0,08%
Rio do Fogo	0,08%
Hotel Thermas	0,08%

Gastos no Rio Grande do Norte

Tabela 31 – Gasto médio individual por dia dos turistas no RN (R\$)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	Total	Brasileiros	Estrangeiros
Gasto médio individual por dia	R\$ 274,45	R\$ 272,43	R\$ 287,10

Tabela 32 – Distribuição dos gastos dos turistas no RN por segmento

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	Total	Brasileiros	Estrangeiros
Hospedagem	48,52%	46,12%	58,34%
Alimentação	24,45%	24,52%	24,11%
Transporte local	7,70%	8,20%	5,72%
Diversão	11,48%	12,60%	6,88%
Compras	7,85%	8,56%	4,95%

Tabela 33 – Gasto médio individual por dia dos turistas, segundo a localização (R\$)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	Natal	Tibau do Sul/Pipa	São Miguel do Gostoso	Mossoró
Gasto médio individual por dia	R\$ 306,69	R\$ 243,97	R\$ 215,92	R\$ 146,59

Qualificação dos atrativos e serviços

Tabela 34 – Avaliação dos itens e serviços utilizados no estado no verão de 2020

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	Excelente	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Atrativos naturais	79,0%	19,1%	1,4%	0,3%	0,1%
Patrimônio histórico/cultural	45,1%	43,0%	8,2%	3,2%	0,6%
Equipamentos de lazer	45,8%	48,2%	4,9%	0,9%	0,2%
Passeios oferecidos	57,8%	37,6%	3,6%	0,8%	0,1%
Bugueiros	61,0%	33,3%	3,2%	0,7%	1,8%
Empresas/Serviços de receptivo	54,3%	40,7%	4,1%	0,7%	0,2%
Hospitalidade do povo	76,5%	20,2%	2,9%	0,2%	0,2%
Informações turísticas	48,4%	42,9%	7,2%	0,8%	0,6%
Transporte urbano	35,4%	40,7%	15,6%	2,7%	5,7%
Guias de turismo	62,4%	34,4%	3,1%	0,0%	0,2%
Meios de hospedagem	60,3%	32,5%	5,7%	1,1%	0,5%
Bares/restaurantes	51,4%	44,8%	3,1%	0,5%	0,2%
Comércio	36,0%	57,7%	6,2%	0,1%	0,0%
Diversões noturnas	55,3%	39,0%	5,2%	0,2%	0,4%
Serviços de locação de veículos	51,9%	42,4%	3,8%	1,1%	0,8%
Preços cobrados	15,0%	48,9%	23,7%	8,4%	4,1%
Terminal rodoviário	23,0%	31,5%	23,6%	8,5%	13,3%
Terminal aeroportuário	52,0%	38,7%	5,7%	1,9%	1,6%
Atendimento	43,7%	52,4%	3,5%	0,3%	0,1%
Comunicações (fones/internet)	29,2%	49,0%	15,1%	5,2%	1,5%
Serviços da rede hoteleira	53,6%	38,9%	5,6%	1,5%	0,4%
Sinalização urbana e turística	28,7%	50,3%	14,9%	4,3%	1,8%
Limpeza pública	24,4%	47,3%	20,0%	5,4%	2,9%
Segurança pública	28,2%	47,1%	17,0%	4,9%	2,8%
Avaliação geral do RN	54,1%	41,4%	4,1%	0,4%	0,0%

Opinião sobre o Rio Grande do Norte

Gráfico 23 – O (a) Sr (a) pretende voltar ao Rio Grande do Norte?
Fonte: Fecomércio RN

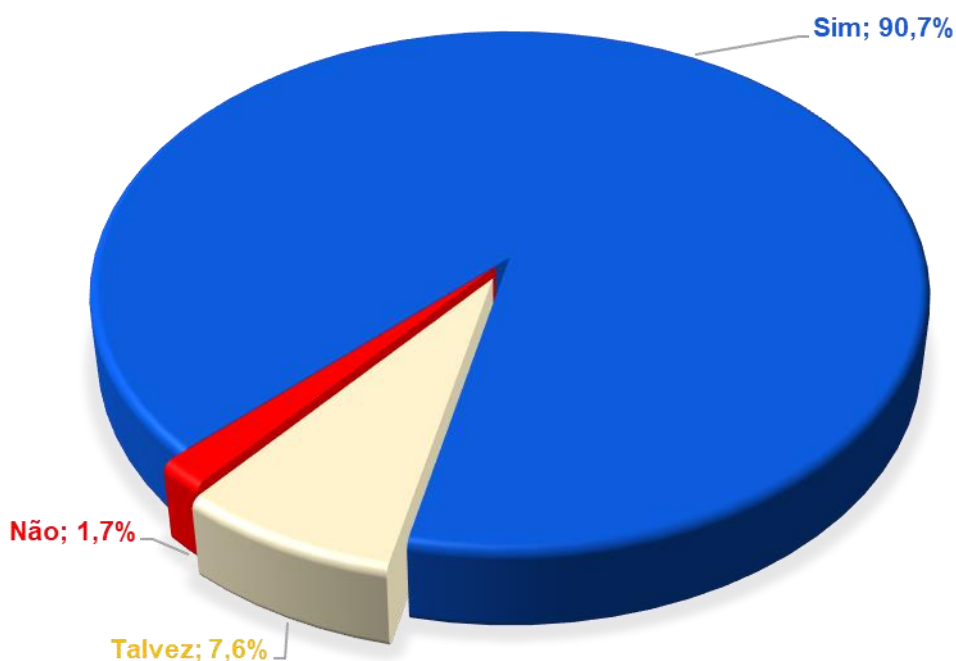


Tabela 35 – Pretensão de voltar ao RN (por município)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Sim	97,2%	88,3%	91,4%	92,5%
Não	0,9%	1,8%	1,2%	2,0%
Talvez	1,8%	9,9%	7,4%	5,5%

Gráfico 24 – Qual a sua opinião sobre o Rio Grande do Norte?
Fonte: Fecomércio RN

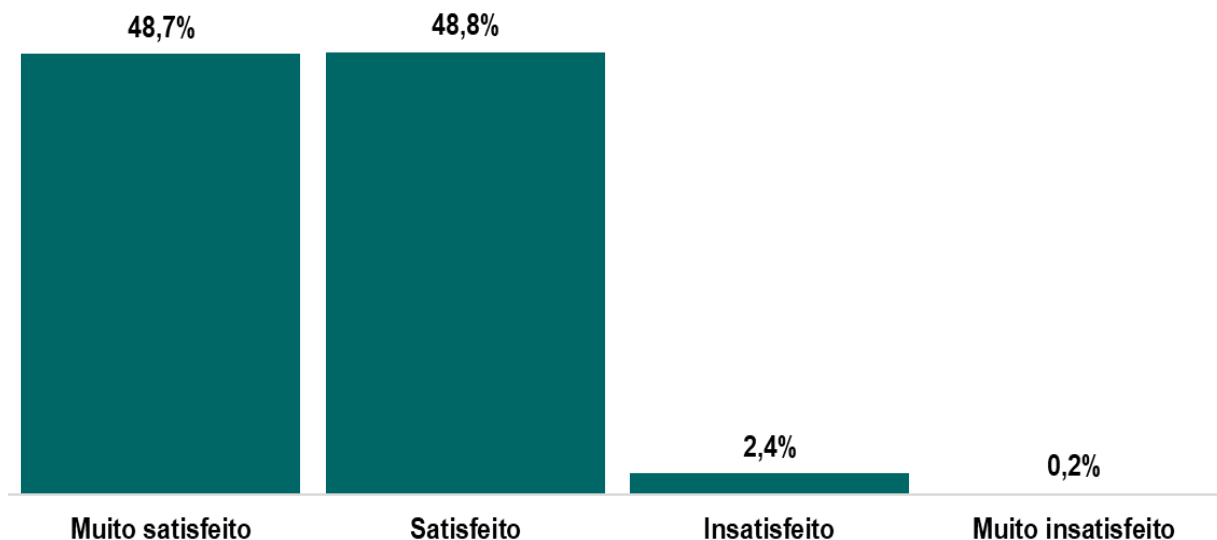


Tabela 36 – Opinião sobre o RN (por município)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Muito satisfeito	11,9%	49,3%	54,0%	56,5%
Satisfeito	82,6%	48,2%	44,8%	41,2%
Insatisfeito	5,5%	2,1%	1,2%	2,3%
Muito insatisfeito	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%

Gráfico 25 – O (a) Sr (a) indicaria o Rio Grande do Norte como destino turístico?
Fonte: Fecomércio RN

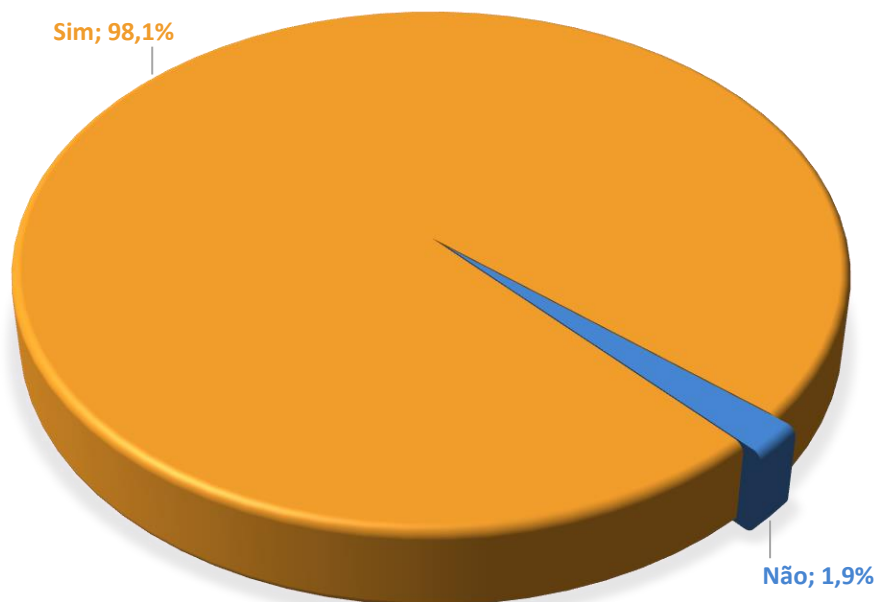


Tabela 37 – Indicação do estado (por município)
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Mossoró	Natal	São Miguel do Gostoso	Tibau do Sul/Pipa
Sim	90,8%	98,5%	98,2%	99,4%
Não	9,2%	1,5%	1,8%	0,6%

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**

DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONOMICOS

PRESIDENTE

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETOR EXECUTIVO

Jaime Mariz de Faria Júnior

EQUIPE DE PESQUISA

ESTATÍSTICO

Tiago Chacon Fontoura

PESQUISADORES

Elizabeth Bezerra Pontes

Jacqueline Aires C Paiva

Daniela Lourena dos Santos Lucena

Nivaldo Gonçalves da Silva Filho

Hugo Sérgio Zacarias Ribeiro

Ítalo da Silva Pereira

Anna Thereza Souza de Oliveira

Maria do Socorro da Silva