

PESQUISA
Perfil do
Turista do
RN 2021



NATAL, JANEIRO DE 2021

Sumário

1	Introdução	3
2	Aspectos metodológicos	4
3.	Descrição dos resultados	5
	Perfil socioeconômico	5
	Grupo de viagem	6
	Origem	6
	Hábitos dos turistas	7
	Tempo de permanência	7
	Motivação da viagem	8
	Planejando a viagem	9
	Fontes de informação	10
	Pernoite	10
	Deslocamento	11
	Locais e pontos turísticos mais visitados	12
	Gastos no RN	12
	Viagem e pandemia	13
	Qualificação dos atrativos turísticos, serviços e infraestrutura	14
	Opinião sobre o RN	14
4.	Análise Gráfica	16
	Perfil socioeconômico	16
	Grupo de viagem	18
	Origem	19
	Hábitos dos turistas	23
	Tempo de permanência	24
	Motivação da viagem	25
	Planejando a viagem	26
	Deslocamento	28
	Pernoite	32
	Locais e pontos turísticos mais visitados	34
	Fontes de informação	36
	Gastos no RN	37
	Viagem e pandemia	39
	Qualificação dos atrativos e serviços	41
	Opinião sobre o RN	42

1 Introdução

O setor do turismo no mundo foi fortemente afetado pela pandemia da Covid-19. O momento impôs à atividade turística a necessidade de pensar novas estratégias de mercado, que voltou a funcionar de forma gradativa, com a adoção de medidas de segurança sanitária e protocolos elaborados para cada segmento do setor.

No Rio Grande do Norte, o segmento recebe cada vez mais a atenção de organizações, tanto públicas quanto privadas. 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, ao longo dos anos, realizando diversas pesquisas para avaliar o perfil do turista que visita o 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 o 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 pública e privada. Busca apontar seus pontos fortes e as oportunidades de melhoria para possibilitar o desenvolvimento turístico.

Entre os principais aspectos pesquisados, o estudo traz o perfil socioeconômico do turista (sexo, faixa etária, escolaridade, renda e origem), características da viagem (tipo de hospedagem, meio de transporte e duração da estadia) e gastos médios no destino, além de aspectos relacionados à pandemia e à avaliação dos visitantes 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, local, nacional ou estrangeiro, cuja residência permanente é outra que não a cidade onde se realiza a pesquisa, e que permanece nesta localidade por, no mínimo, um dia e no máximo 365 dias.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 05 e 20 de janeiro 2021. 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 diversas cidades turísticas do Estado, nos principais locais de acesso ao público alvo, em pontos de fluxo turístico, meios de hospedagem, feiras de artesanatos, atrativos turísticos entre outros.

O estudo foi elaborado e conduzido seguindo critérios técnicos estatísticos de pesquisa e foram entrevistados 1.350 turistas que vivenciavam o destino. A quantidade de turistas entrevistados representa, para um nível de confiabilidade de 95%, um erro amostral calculado aproximado de 4 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 entrevistadores capacitados para este serviço, acostumados com este tipo de trabalho e são totalmente imparciais, como exige a função. Toda a coleta foi feita por meio de aparelhos eletrônicos (tablets) e para efeito da checagem das entrevistas realizadas, foram coletados nome e telefone dos entrevistados.

Além disso, neste ano, o trabalho foi realizado utilizando todas às medidas de prevenção à Covid-19. Os pesquisadores, devidamente identificados para a abordagem dos turistas, seguiram as medidas de segurança já conhecidas, como uso de máscaras e álcool em gel a 70%.

3. Descrição dos resultados

Perfil socioeconômico

Este relatório mostra os resultados da Pesquisa Perfil do Turista da Alta Estação 2021, realizada anualmente pelo Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DEES) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN).

No tocante ao gênero dos entrevistados deste ano, a pesquisa apurou que 54,9% dos visitantes eram do sexo masculino, enquanto que 45,1% da amostra foi representada pelo público feminino.

Sobre a idade dos turistas desta temporada, observou-se que as faixas de 25 a 34 anos (32,6%) e de 35 a 44 anos (29,4%) se sobressaíram sobre as demais, e que representam, juntas, mais de 60% dos turistas que vieram ao RN no Verão 2021. A idade média dos visitantes que frequentaram o RN neste veraneio foi de 38 anos. Em 2020 a idade média havia sido de 40 anos.

O perfil dos turistas mostra ainda que 32,8% possuíam rendimentos individuais de até três salários mínimos (R\$ 3,3 mil), à medida que 56,4% dos respondentes da pesquisa revelaram possuir renda individual acima de três salários mínimos (R\$ 3,3 mil). Calculando a renda média dos turistas, observou-se que foi de R\$ 4.644,85. Em 2020, a renda média tinha alcançado R\$ 5.046,23.

A renda média dos viajantes varia de acordo com a origem. Os turistas residentes no RN possuem rendimento médio individual de R\$ 3.607,16, enquanto que os turistas de outros estados do país dispõem de renda média de R\$ 4.957,98. Já os turistas estrangeiros apresentaram rendimento médio de R\$ 5.870,93.

Com relação à escolaridade, a maioria declarou serem graduados ou mais, sendo que 53,9% possuem ensino superior e 15,5% possuem pós-graduação. O ensino médio correspondeu a 26,7% do público pesquisado, ao passo que fundamental ou sem instrução representou apenas 3,9% dos turistas que estiveram no Estado. O alto grau de escolaridade do nosso turista, maioria com nível superior ou mais, mostra que são pessoas com um nível maior de informação e que podem ser mais exigentes com relação à qualidade dos serviços e produtos oferecidos.

Grupo de viagem

O perfil da estrutura de viagem, no que se refere à composição de membros, revela que o turista visita o RN, em sua grande maioria, com pessoas voltadas para um convívio familiar. No geral, 34,2% responderam que estavam com familiares; 29% em casal; e 14,6% eram casal com filhos. Outros 12,1% estavam no destino com amigos e 9,6% estavam sozinhos.

Os resultados permanecem praticamente inalterados em relação aos dois últimos anos, demonstrando que a demanda turística para o RN é concentrada em grupos familiares e de amigos neste período do ano. Há oportunidades de negócios para outros formatos de viagem, como viajantes sozinhos (tendência mundial) e também para excursões acima de meio dia de permanência, com pacotes que incluam outros atrativos ou mesmo passeios regionais.

O perfil dos acompanhantes muda de acordo com a finalidade da viagem. Os viajantes a estudos e negócios/trabalho geralmente viajam sozinhos (47,9%). Viajantes em lazer viajam com a família na maioria das vezes (36%); apenas o casal (29,7%); com os filhos (15,6%) ou com amigos (16,6%).

Origem

A coleta de dados detectou que o RN atrai turistas de várias localidades. Dentre os que visitaram o Estado nesta temporada, 96,8% residem no Brasil, caracterizando assim um turismo doméstico.

Neste verão, cerca de 25,2% dos turistas eram do próprio estado, um aumento de 15,9 pontos percentuais em comparação à pesquisa de 2020, o que demonstra que a pandemia potencializou o turismo interno e de abrangência regional. Dentro deste grupo de viajantes, a maior participação é de residentes em Natal (11,6%); Caicó (1,3%); Mossoró (1,3%); Currais Novos (0,8%); Baraúnas (0,7%); Macaíba (0,6%); Parnamirim (0,6%); São Gonçalo do Amarante (0,6%); Goianinha (0,5%) e Extremoz (0,4%).

A pesquisa verificou ainda que 71,6% eram turistas de outros estados do país. Os números mais expressivos são de São Paulo (16,2%); Paraíba (7%); Pernambuco (7%); Rio de Janeiro (6,8%); Ceará (6,6%); Minas Gerais (6,1%); Distrito Federal (4,3%); Goiás (2,5%); Paraná (2,1%);

Bahia (1,8%) e Alagoas (1,2%), destacando os estados vizinhos que favorecem o turismo próximo de suas residências, mas com relevância também dos viajantes provenientes do sudeste do país.

Dos residentes em outros países (3,2%), a maioria são da América do Sul e Europa. No detalhamento, a maior participação é atribuída à Argentina (0,8%). Aparecem também turistas do Chile (0,2%); Colômbia (0,1%) e Paraguai (0,1%). A pesquisa ainda traz dados de potenciais turistas da Espanha (0,3%); Alemanha (0,1%); Bélgica (0,1%); França (0,1%); Escócia (0,1%); Holanda (0,1%); Inglaterra (0,1%); Itália (0,1%); Irlanda (0,1%); Suíça (0,1%); Reino Unido (0,1%); Rússia (0,1%); Israel (0,1%) e Estados Unidos (0,1%).

Na pergunta que avaliou, junto aos estrangeiros, qual foi o Estado de entrada no Brasil, 58,1% disseram que desembarcaram primeiramente em São Paulo e 20,9% em Pernambuco.

Hábitos dos turistas

No geral, os resultados demonstram que a maioria dos turistas (61,3%) já visitaram ou já conhecem o destino, o que é um ótimo indicador de recompra da viagem. Ou seja, o Estado tem conseguido com que os turistas retornem ao destino, demonstrando que os visitantes apreciam os serviços oferecidos.

Na análise entre os turistas nacionais e internacionais, verificou-se que 51,8% e 51,2%, respectivamente, estavam visitando o Estado pela primeira vez. Quando o indicador “primeira vez que visita” é maior, indica que o destino tem atraído mais novos turistas, exigindo sempre esforços renovados de marketing do local.

Os resultados da comparação entre o último relatório e este revelam uma tendência de aumento de turistas que já visitaram ou já conhecem o Estado, consolidando o destino RN. O desafio é manter esta tendência, mas também o de buscar novos mercados e atrair novos turistas.

Tempo de permanência

Considerando que ainda estamos vivenciando uma pandemia, 31,2% do público pesquisado informou que estava realizando uma viagem mais curta, com duração de no máximo 3 dias. Viagem por período de 4 a 5 dias foi citada por 17,3%; e de 6 a 7 dias por 16%. Períodos mais longos, de 8 a 10 dias ou mais de 10 dias de viagem, foram mencionados, por 13,4% e 19,3% dos respondentes, respectivamente.

Na análise por tipo turista, apurou-se que entre os residentes no RN, a opção foi por passeios mais curtos, já que 63,2% permaneceram até 3 dias no destino. Já entre os turistas de outros estados, os períodos de duração da viagem ficaram divididos entre 4 a 7 dias (39,5%) e de 8 ou mais (36,3%). Para os residentes em outros países, a duração da viagem ao estado tende a ser mais longa, com o predomínio de períodos com mais de 10 dias (51,2%) e de 8 a 10 dias (20,9%).

No geral, de acordo com os resultados obtidos, a pesquisa apurou que nesta temporada, o tempo médio de permanência dos visitantes foi de 5,6 dias, inferior ao registrado em 2020, que foi de 7,1 dias. Os potiguares permaneceram em média 3,8 dias no destino. Já entre os nacionais, o tempo médio foi de 6,1 dias, enquanto que entre os turistas internacionais, a média foi de 8,3 dias.

Motivação da viagem

Entre os pesquisados, lazer/turismo é a principal motivação de viagem ao destino durante este período do ano (89,4%). Visitar parentes/amigos também foi um motivo para viajar ao RN, com 18,1% das respostas. Negócios/trabalho, estudos, eventos, saúde e religião somaram 8,2% das motivações, o que provavelmente está relacionado ao momento atual e ao cenário imposto pela pandemia.

Os resultados mostram que os principais fatores para decisão de escolher o RN como destino turístico foram qualidade (43,3%) e variedade dos atrativos (41,1%). Além desses, foram citados localização (21,6%); preço (14,1%); família e amigos (10,9%); oferta gastronômica (6,7%); trabalho (5%); segurança sanitária (4,4%); entre outros.

Sobre a influência de escolher o RN como destino, 43,8% dos entrevistados sinalizaram que os comentários de parentes e amigos foram a principal influência na decisão de optar por visitar o Estado. 36,4% declararam que já conheciam o destino e decidiram voltar. A internet aparece com 8,4% das citações. Influências como trabalho (3,3%), agência de viagem (3%), propaganda (2,5%) e outros meios, também foram mencionados, porém com menor poder de indução.

Os destinos mais visitados pelos turistas estão localizados, principalmente, no litoral sul e norte do Estado, sendo que algumas cidades do interior também foram mencionadas pelos entrevistados como locais de visitação. Entre as cidades mais frequentadas estão Natal, maioria dos casos (61,6%). Seguida por Tibau do Sul/Pipa (51,4%); São Miguel do Gostoso (24%) e Mossoró (12,6%). Logo após surgem Parnamirim (6,1%); Tibau do Norte (4,1%); Maxaranguape (2,3%) e Touros (2,1%). Cidades como Extremoz (1,9%); Galinhos (1,6%); Nísia Floresta (1,5%); Canguaretama (1%); Ceará Mirim (0,8%) e Baia Formosa (0,7%) também foram bem visitadas pelos turistas nesta temporada do ano. Outras cidades de regiões mais distantes do litoral ou do interior do estado representaram 3% de visitação.

Planejando a viagem

Sobre a organização da viagem, a pesquisa deste ano revelou que a maioria dos turistas planejou a viagem em pouco espaço de tempo. 67,8% decidiram viajar pelo RN com menos de dois meses de antecedência. Desses, mais de um terço (35,8%) tomou a decisão antes de um mês. A viagem decidida há três meses foi citada por 11,6%, enquanto que há seis meses foi relatada por 11% dos entrevistados. Apenas 9,6% planejou a viagem há um ano.

No gráfico comparativo entre 2021 e 2020, destaque para o crescimento das pessoas que decidiram viajar com pelo menos 2 meses de antecedência, que passou de 57,7% em 2020 para 67,8% este ano.

Os resultados da pesquisa mostram que a maioria dos respondentes se hospedaram em pousadas (27,7%) ou hotéis (25,7%), sendo que estes dois tipos de hospedagem representaram 53,4% das indicações dos turistas. A alternativa relacionada à “casa de parentes e amigos” foi citada por 21% dos turistas. Já o “imóvel alugado” totalizou 9,6% das respostas. Os flats/resorts foram o meio de hospedagem de 3,8% dos visitantes, enquanto que os albergues/alojamentos foram citados por 1,9%.

Na comparação com o verão passado, o meio de hospedagem hotel apresentou queda de 23,4 pontos percentuais em relação à pesquisa de 2020. Por outro lado, a hospedagem em casa de parentes, imóvel alugado e pousadas apresentaram aumento de 7,9 pontos percentuais, 5,8 pontos percentuais e 5,3 pontos percentuais, respectivamente, em relação à temporada anterior.

Outro dado relevante mostra que 17% dos turistas entrevistados procuraram agência para organizar a viagem. Esse percentual sobe para 21,9% e 23,3%, entre os turistas nacionais e internacionais, respectivamente.

Fontes de informação

Amigos e familiares foram as principais fontes de informações dos turistas. 62,3% dos participantes da pesquisa revelaram que recorrem a essas pessoas antes da tomada de decisão. Os meios digitais (Google/Redes sociais/Websites/Blogs/Applicativos) aparecem logo a seguir com 46,6% das citações, reforçando que a disponibilidade de informações e a divulgação de produtos e serviços nesses meios pode ser decisiva na escolha do destino. Para 35,9%, o conhecimento do destino também foi relevante, indicando que uma boa experiência de viagem pode refletir positivamente em negócios futuros.

A busca por informações do destino junto aos parentes e amigos é destaque em todos os perfis de público pesquisados, porém, também merece evidência a procura por informações em canais digitais, que foram fontes para 55,4% e 51,2%, entre os turistas nacionais e internacionais, respectivamente.

O “boca a boca” ou comentários publicados na internet são fontes sobre as quais há quase nenhuma ou pouca ingerência do destino turístico ou as empresas que compõem a oferta local. Por isso, tanto o destino como as empresas do setor de turismo devem se preocupar muito com a visibilidade de sua oferta na Internet, com qualidade de informações e atendimento dos clientes de forma virtual, procurando estar presentes em todas as plataformas, aplicativos e redes sociais.

Pernoite

Questionados sobre o local onde pernoitaram pela primeira vez durante o passeio, os municípios mais citados pelos turistas foram Natal (45,2%); Tibau do Sul/Pipa (18,7%); São Miguel do Gostoso (8,8%); Mossoró (7,6%); Parnamirim (5,6%) e Tibau do Norte (1,9%).

E quando perguntados em relação ao município onde pernoitaram pela última vez durante o passeio, as cidades mais mencionadas pelos turistas foram Natal (45,9%); Tibau do Sul/Pipa (19,9%); São Miguel do Gostoso (10,2%); Mossoró (6,9%); Parnamirim (5,5%) e Tibau do Norte (2,4%).

Deslocamento

No tocante à última viagem, 48,8% dos turistas revelaram ter viajado pelo Brasil; 23,8% fizeram uma viagem regional pelo Nordeste; 18,5% viajaram pelo RN; e 8,5% viajaram internacionalmente. Por tipo de público, constatou-se que entre os turistas residentes no RN, a maioria fez viagem interna pelo Estado (51,5%), enquanto que os moradores de outros estados viajaram mais pelo Brasil (58,8%), já entre os estrangeiros, a maioria viajou para outros países (65,1%).

Para chegar ao destino, 50,2% dos turistas utilizaram o carro como meio de transporte, seguido pelo transporte aéreo (39,4%). O ônibus foi citado por 6,1%, enquanto que as vans e as motocicletas por 1% dos entrevistados, cada. O gráfico comparativo mostra a predominância do veículo próprio como principal meio de transporte utilizado pelos turistas para chegar ao RN, com aumento significativo de 27,4 pontos percentuais em relação a 2020. O uso do transporte aéreo apresenta uma queda neste ano, comparativamente ao ano passado, de 26,5 pontos percentuais, podendo ser explicada, especialmente pela pandemia.

A forma como chega ao destino é diferente conforme o perfil do turista. Entre os residentes no RN, 78,4% chegaram ao local de carro e 10,2% utilizaram o ônibus. Já entre os visitantes que vieram de outros estados, 51,2% chegaram ao RN de avião e 42% de carro próprio. Ao passo que, entre os estrangeiros, 81,4% chegaram ao RN de avião e 18,6% vieram de veículos terrestres, desembarcando em outros estados antes de vir para o RN.

Outro dado investigado na pesquisa foi sobre a mobilidade interna dos turistas, sobre o modo como o visitante se locomoveu dentro do Estado. No geral, a maior fatia (45,3%) dos visitantes utilizou carro próprio para o deslocamento. Além disso, destaca-se o uso de carro alugado (18,1%); transporte por aplicativo (14,1%); ônibus de turismo (7,6%); carro de parentes e amigos (6,6%); transporte público (2,6%); a pé (2,5%); e táxi (1,7%).

Entre os turistas residentes no RN, o carro próprio (75,7%) e o transporte público (5,3%) foram os mais citados. Entre os que vieram de outros estados, o carro próprio foi citado por 36,3%, seguido por carro alugado (24,4%), transporte por aplicativo (18,3%) e ônibus/van de turismo (8,3%). Já entre os estrangeiros, táxi (25,6%), ônibus/van de turismo (16,3%), carro de parentes/amigos (16,3%) e transporte por aplicativos (14%) foram os mais mencionados.

Locais e pontos turísticos mais visitados

No que se refere aos locais que os turistas mais frequentaram durante o passeio, observou-se que as praias seguem como os atrativos mais visitados (94,8%); seguidas dos bares/restaurantes (78,5%); centros de artesanato (40,6%); shoppings/comércio (27%); atrativos históricos e culturais (13,7%); casas noturnas (11,4%); cidades do interior (8,7%); entre outros.

Os pontos turísticos mais visitados pelos turistas foram Ponta Negra/Morro do Careca (57,4%); Pipa/Tibau do Sul (51,5%); Genipabu/Dunas (34,4%); São Miguel do Gostoso/Tourinhos (24,5%) e Cajueiro/Pirangi (23,9%). Outros atrativos bastante citados foram Passeio de Buggy (17%); Parrachos/Maracajaú (11,6%); Lagoas de Pitangui/Bomfim/Carcará/Alcaçuz, etc. (10,5%); e Ponte Nova (7,2%). Com volume potencial de turistas também aparecem as regiões turísticas de Barra de Cunhaú (5%); Galinhos (5%); Tibau do Norte (4,8%) e Mossoró (4,7%). Em seguida temos Forte dos Reis Magos (3,8%); Baía Formosa (3,6%); Aquário Natal (3%); Barreira do Inferno (2,7%); Praia de Touros (1,4%); Praia da Redinha (0,7%); Praia do Meio (0,7%) e demais praias. Além desses atrativos foram mencionadas algumas cidades como Martins, Serra de São Bento, Grossos, Rio do Fogo, Extremoz, Goianinha, Ponta do Mel, Monte Alegre, Parnamirim, Nísia Floresta, Parelhas e Caraúbas.

Gastos no RN

Do total de entrevistados, 93% declararam o quanto gastaram na viagem. O gasto médio diário no passeio, por indivíduo, foi de R\$ 216,41. Em 2020, o valor computado foi de R\$ 274,45.

O comportamento de gasto do turista varia significativamente de acordo com o perfil do público. Os visitantes que vieram de outros estados e outros países são os que deixam maior receita no destino, de R\$ 240,36 e R\$ 258,14, em média, por indivíduo/dia, respectivamente. Os potiguares que estavam fazendo turismo pelo Estado gastaram, em média, R\$ 143,57 por indivíduo/ dia.

O local de hospedagem é outro fator relevante no gasto do visitante. Aqueles que se hospedam em hotéis e flats são os que registram os maiores gastos diários por indivíduo, de R\$ 297,05 e R\$ 249,49, respectivamente. Os menores gastos foram registrados entre os visitantes que fizeram uso de albergue/alojamento (R\$ 123,00 por indivíduo/dia) ou hospedaram-se em casa de parentes e amigos (R\$ 141,81).

O padrão de gasto apresenta também variações conforme a finalidade da viagem. Visitantes em lazer são os que deixam a maior receita no destino, R\$ 224,65, em média, por indivíduo/dia. Os que menos gastam são aqueles que vieram a estudo ou em visita aos parentes e amigos. Nestes grupos, os gastos médios foram de R\$ 112,50 e R\$ 164,96 por indivíduo ao dia, respectivamente.

Viagem e pandemia

Frente ao contexto gerado pela pandemia da Covid-19, a pesquisa analisou o nível de segurança sanitária que os turistas sentiram ao viajar pelo RN.

Deste modo, quase 70% (exatos 69,9%) dos entrevistados disseram se sentir seguros com os protocolos de segurança adotados no Rio Grande do Norte, evidenciando o comprometimento do setor público e privado com a segurança e a saúde tanto de visitantes como dos trabalhadores.

Com relação aos fatores fundamentais para escolha de um destino no contexto da pandemia, as medidas de segurança sanitárias adotadas foi a principal premissa levada em consideração ao definir a viagem para o Estado. Este item foi mencionado por 37% dos entrevistados. Em seguida, a estrutura turística do destino (23,7%). Em terceiro lugar (13,9%), o baixo fluxo de turistas. Além disso, o número de casos de Covid-19 registrado pelo destino (9,6%); preços e promoções (6%) e proximidade da residência (5,5%) também foram características buscadas pelos viajantes.

O grau de segurança sanitária adotado pelo estado e estabelecimentos turísticos também se revela na informação de que 88% dos turistas não mudariam a escolha do destino mesmo no contexto da pandemia. Isto demonstra o nível de segurança sanitária do setor público e privado. No entanto, é preciso considerar os aspectos como a estrutura do destino e respeito às normas e protocolos recomendados.

Outro dado investigado na pesquisa, mostra que em torno de um terço (33,4%) dos turistas ou acompanhantes que estiveram no RN já tinham testado positivamente para o novo Coronavírus. Ao mesmo tempo que a maior parte (66,6%) dos turistas ou seus acompanhantes afirmou não ter testado positivo para a Covid-19.

Qualificação dos atrativos turísticos, serviços e infraestrutura

A pesquisa levantou a avaliação dos turistas a respeito de 22 (vinte e dois) itens do destino. Para cada item, o visitante escolheu entre as opções ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo, ou ainda, poderia não avaliar ou opinar. Para que seja possível a comparação entre os diferentes itens, o percentual foi recalculado apenas entre os que avaliaram cada item, ou seja, responderam uma das opções entre ótimo e péssimo.

Os resultados mostram que os atrativos naturais do Estado obtiveram 98,1% de avaliação ótima ou boa, indicando o quanto é importante este item para o turismo do RN. A hospitalidade do povo ficou em segundo lugar entre os itens mais bem avaliados, com 96,3% de aprovação. Itens como bares/restaurantes (93,7%); passeios oferecidos (91,6%); empresas/serviços de receptivo (88,8%) e equipamentos de lazer (88,6%) também obtiveram uma boa nota. Bem como os guias de turismo (87,2%); serviços de táxi/transporte por aplicativo (86,3%) e diversões noturnas (86%) com avaliações de ótimo ou bom.

Os itens com menor porcentagem de “bom” ou “ótimo” (ou seja, que menos agradaram) foram os preços dos serviços turísticos (48,8%); transporte público (39,6%) e terminal rodoviário (38,5%). Nesses itens, há que se preocupar com os demais indicadores – regular, ruim e péssimo -, que somados podem representar percentuais significativos, indicando alguma insatisfação, e assim, deve-se procurar solucionar os problemas que causaram possíveis avaliações negativas.

No geral, nesta temporada, o RN foi um destino aprovado por 93,5% dos visitantes, que avaliaram como ótimo (57,2%) ou bom (36,3%) o Estado. De fato, não foi registrada insatisfação ou reprovação relevantes. Os apontamentos de não satisfação concentraram-se na avaliação regular (5,1%), ruim (0,9%) ou péssima (0,2%).

Opinião sobre o RN

Foi também preocupação do estudo conhecer a expectativa dos visitantes durante o tempo que passou no destino. No geral, verificou-se que as expectativas dos turistas quanto à imagem que tinham do Estado foram correspondidas.

Uma das questões mais importantes da pesquisa, que demonstra o grau de satisfação do turista com os atrativos naturais, equipamentos e serviços utilizados durante sua permanência no destino, foi sobre a definição do Rio Grande do Norte em palavras. Os resultados mostram que o Estado consegue passar uma percepção positiva para os turistas, sendo as palavras mais citadas maravilhoso (14,4%); lindo (10,4%); paraíso (6%); bom (4,5%); bonito (3,9%); ótimo (3,6%); praias (2,5%); beleza (2,4%); hospitaleiro (2,2%); tranquilo (2,1%); sol (1,9%); perfeito (1,7%); belo (1,6%); excelente (1,6%); acolhedor (1,4%); agradável (1,3%); aconchegante (1,3%) e encantador (1,3%).

No que concerne à possibilidade de retorno ao destino, no geral, a grande maioria dos turistas (92,7%) manifestou intenção de voltar a viajar para o Estado, demonstrando que a maioria teve sua expectativa atendida. Além disso, 98,7% 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 norte-rio-grandenses que, aliado à hospitalidade do povo potiguar, caracterizam o Rio Grande do Norte como um agradável destino turístico capaz de atender às expectativas dos mais exigentes turistas.

Os indicadores da intenção de retorno ao RN apresentam resultados positivos expressivos em todos os anos analisados. Sempre com média acima de 90%.

Por meio desses dados e informações coletadas, o segmento turístico poderá otimizar a formulação de políticas tendo em vista a melhoria da estruturação turística do Estado, a promoção do destino e a qualificação dos serviços turísticos e, assim, tornar o destino ainda mais competitivo.

Deste modo, os números revelados pela pesquisa são fundamentais para conhecer melhor os visitantes e planejar políticas para fortalecer o setor no Estado, especialmente na retomada pós-pandemia.

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

4. Análise Gráfica

Perfil socioeconômico

Gráfico 1 – Gênero.
Fonte: Fecomércio RN

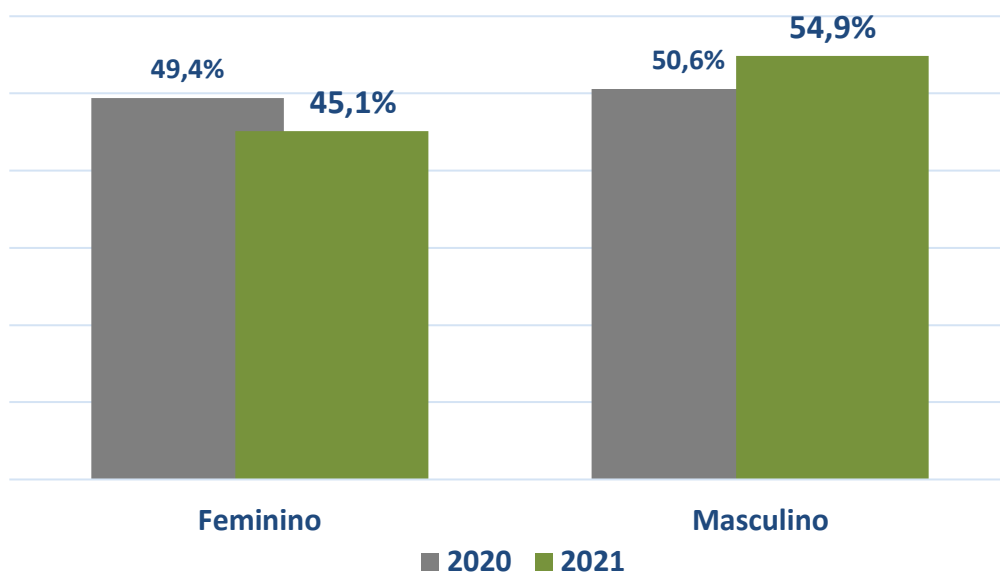


Gráfico 2 – Faixa etária.
Fonte: Fecomércio RN

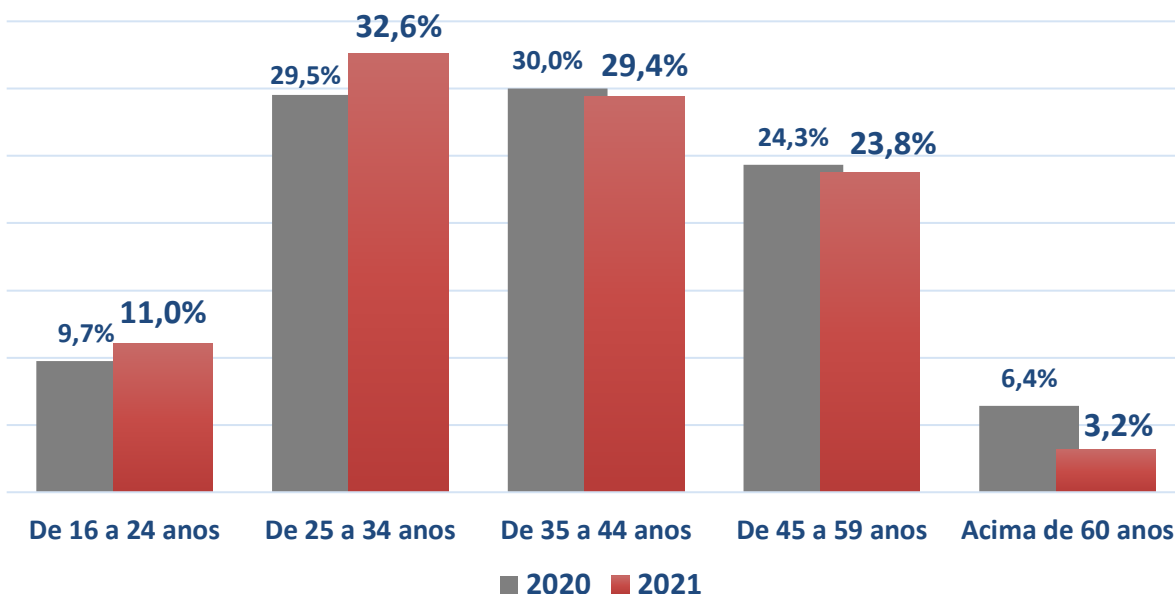


Gráfico 3 – Escolaridade.

Fonte: Fecomércio RN

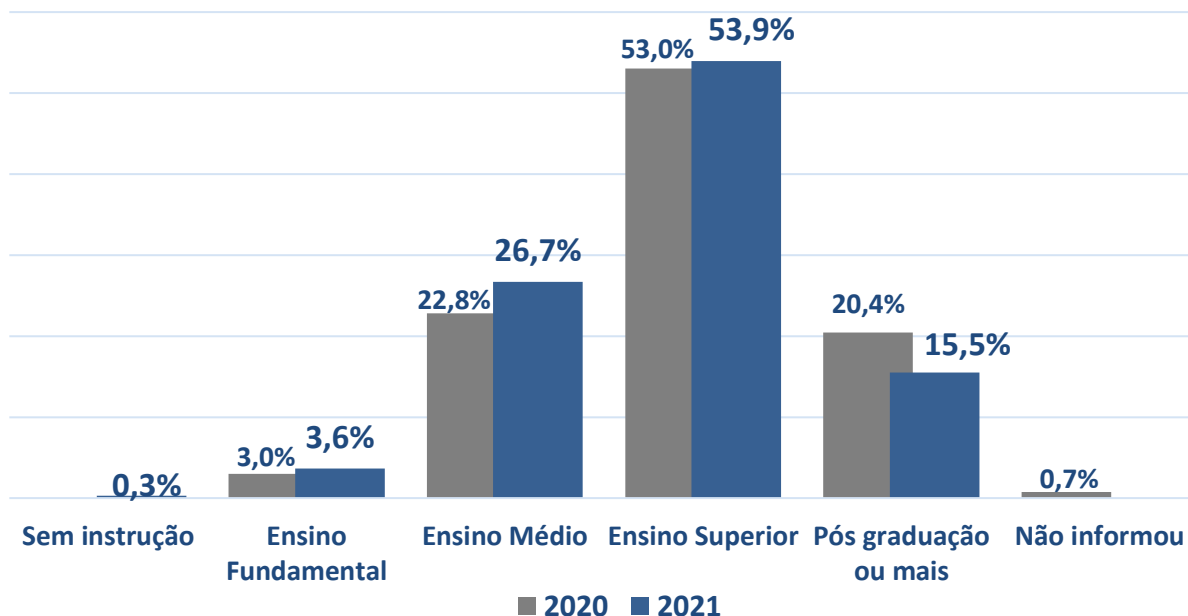


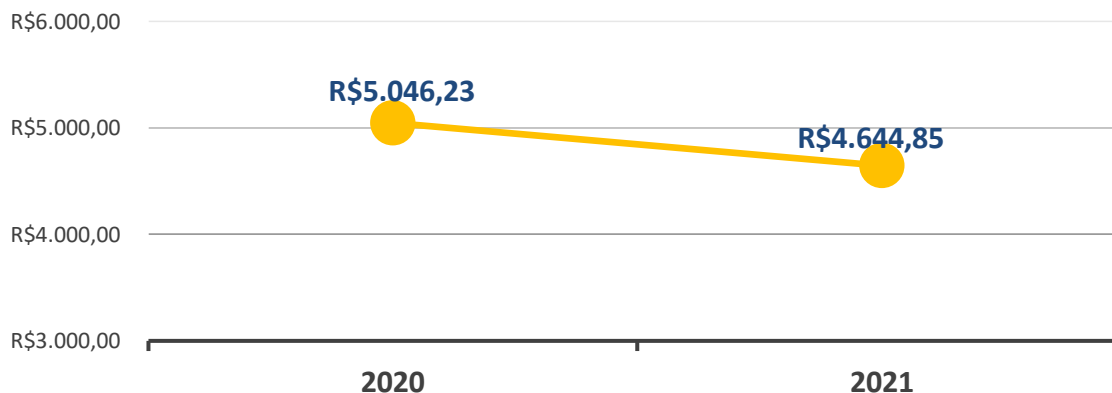
Tabela 1 – Renda mensal individual.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	RN	Outros Estados	Internacional	Total Geral
Até 1 SM	19,3%	5,4%	0,0%	8,7%
Entre 1 e 3 SM	36,5%	20,4%	7,0%	24,1%
Entre 3 e 5 SM	17,8%	21,7%	25,6%	20,8%
Entre 5 e 7 SM	7,0%	17,6%	23,3%	15,1%
Entre 7 e 10 SM	4,4%	9,8%	16,3%	8,7%
Mais de 10 SM	8,5%	12,8%	14,0%	11,8%
Não respondeu	6,4%	12,2%	14,0%	10,8%
Média	R\$ 3.607,16	R\$ 4.957,98	R\$ 5.870,93	R\$ 4.644,85

Gráfico 4 – Renda média mensal individual – 2020 X 2021.

Fonte: Fecomércio RN



Grupo de viagem

Gráfico 5 – O (a) Sr. (a) viajou?
Fonte: Fecomércio RN

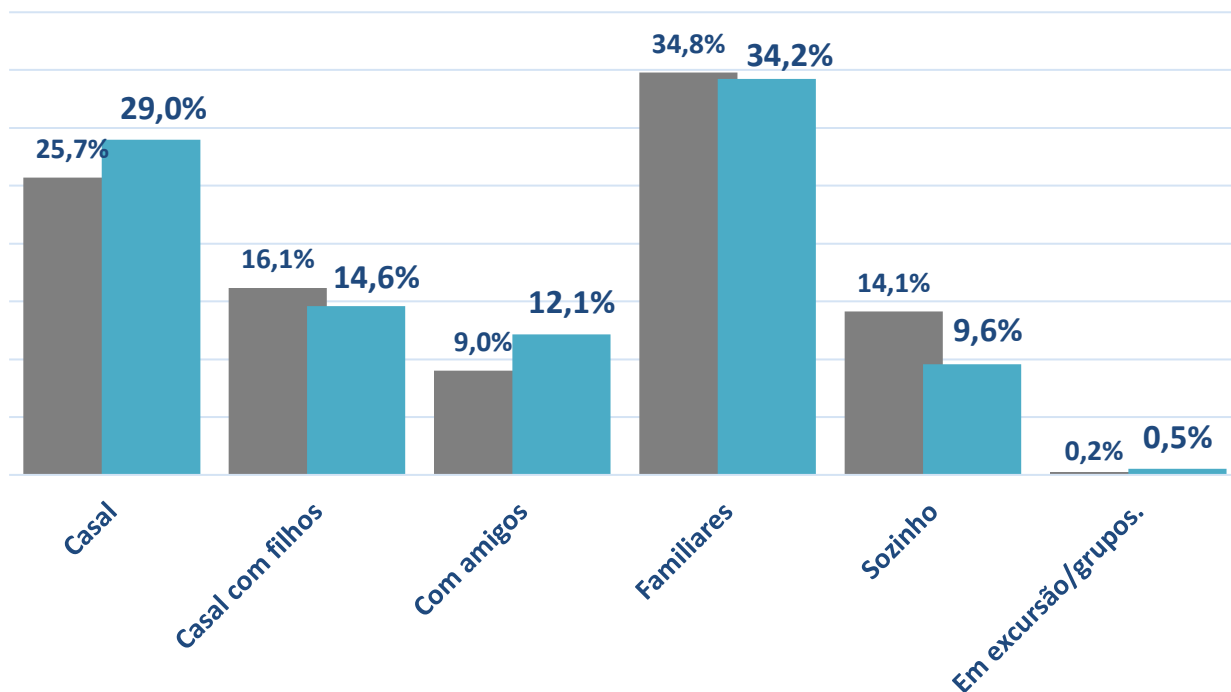
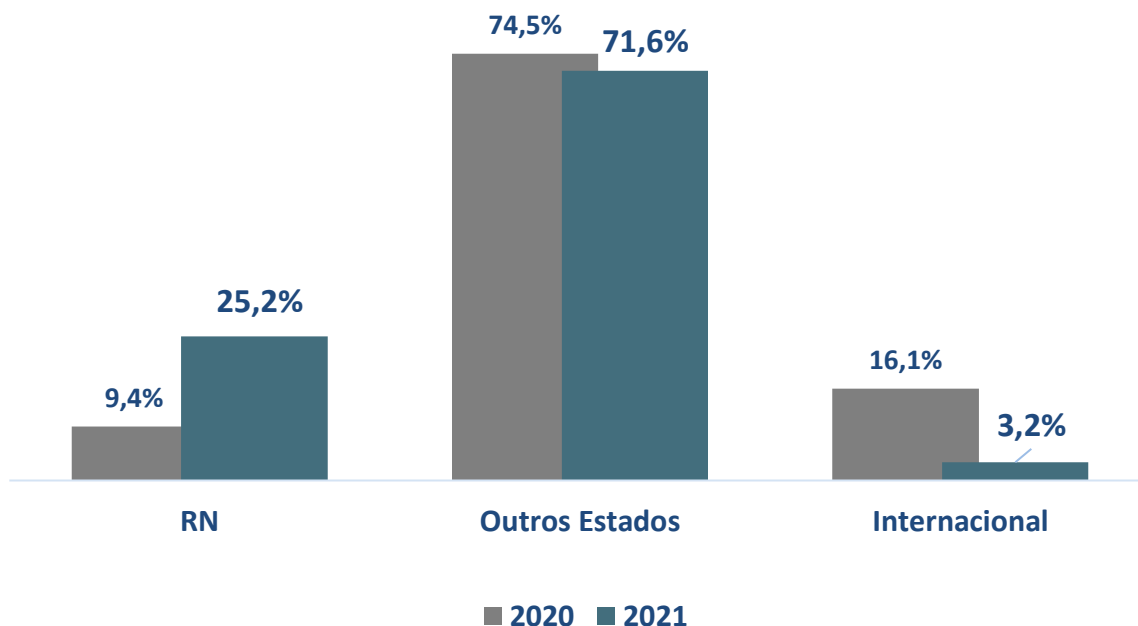


Tabela 2 – Motivo da viagem por grupo de acompanhantes.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Turismo/ Passeio	Visitar parente/amigos	Negócio/ trabalho	Eventos/ congressos	Intercâmbio/ Estudo	Religião	Saúde	Outros
Familiares	36,0%	36,1%	10,6%	0,0%	0,0%	33,3%	30,0%	0,0%
Casal	29,7%	24,6%	20,2%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	100,0%
Casal com filhos	15,6%	15,6%	7,4%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%
Com amigos	12,3%	9,8%	12,8%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
Só	6,0%	13,1%	47,9%	100,0%	100,0%	0,0%	10,0%	0,0%
Excursão/ grupos	0,5%	0,8%	1,1%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%

Gráfico 6 – Tipo de turista.

Fonte: Fecomércio RN



Origem

Tabela 3 – País de origem dos turistas

Fonte: Fecomércio RN

País	2020	2021
Brasil	84,1%	96,8%
Argentina	10,5%	0,8%
Uruguai	1,2%	0,0%
Chile	1,1%	0,2%
Itália	0,7%	0,2%
Paraguai	0,4%	0,1%
Portugal	0,4%	0,0%
Suécia	0,2%	0,0%
Suíça	0,2%	0,1%
França	0,2%	0,1%
Inglaterra	0,2%	0,1%
Peru	0,2%	0,0%
Alemanha	0,1%	0,1%
Colômbia	0,1%	0,1%
Espanha	0,1%	0,3%
Estados Unidos	0,1%	0,1%
Holanda	0,1%	0,1%
Irlanda	0,1%	0,1%
República Tcheca	0,1%	0,0%
Reino Unido	0,0%	0,2%
Rússia	0,0%	0,1%
Israel	0,0%	0,1%
Bolívia	0,0%	0,2%
Escócia	0,0%	0,1%
Bélgica	0,0%	0,1%

Gráfico 7 – Regiões dos turistas

Fonte: Fecomércio RN

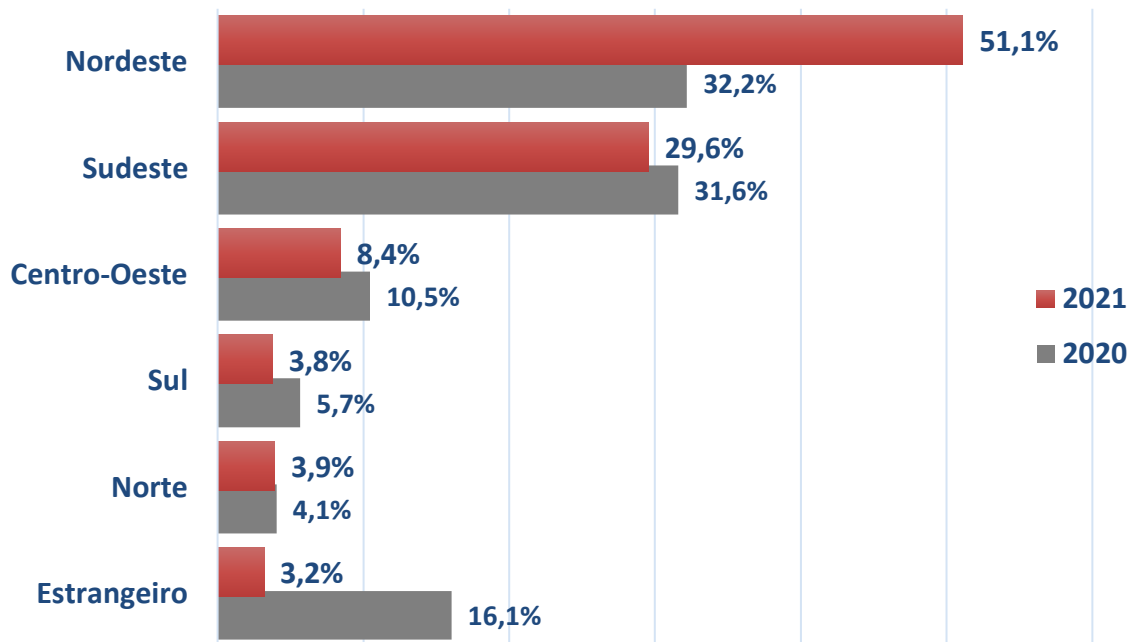


Tabela 4 – Estado de origem dos turistas

Fonte: Fecomércio RN

Estados	2020	2021
Rio Grande do Norte	9,4%	25,2%
São Paulo	14,6%	16,4%
Pernambuco	7,1%	7,0%
Paraíba	7,1%	7,0%
Rio de Janeiro	8,8%	6,8%
Ceará	3,7%	6,6%
Minas Gerais	9,1%	6,1%
Distrito Federal	4,1%	4,3%
Estrangeiro	16,1%	3,2%
Goiás	3,6%	2,4%
Paraná	2,6%	2,1%
Bahia	2,0%	1,8%
Alagoas	0,9%	1,6%
Amazonas	1,2%	1,2%
Maranhão	0,8%	1,1%
Rio Grande do Sul	1,9%	1,0%
Mato Grosso	0,6%	0,9%
Rondônia	0,6%	0,9%
Mato Grosso do Sul	1,1%	0,8%
Pará	1,0%	0,8%
Santa Catarina	0,8%	0,7%
Piauí	0,9%	0,4%
Sergipe	0,4%	0,4%
Acre	0,6%	0,3%
Espírito Santo	0,2%	0,3%
Tocantins	0,2%	0,3%
Amapá	0,1%	0,3%
Roraima	0,2%	0,1%

Tabela 5 – Ranking das 100 principais cidades de origem.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%		%
Natal	11,6%	Teresina	0,3%
São Paulo	9,9%	Vitória	0,3%
Recife	5,0%	Apodi	0,2%
Brasília	4,0%	Arapiraca	0,2%
Rio de Janeiro	4,0%	Bela Vista	0,2%
Fortaleza	3,8%	Caraúbas	0,2%
Belo Horizonte	3,6%	Carnaubais	0,2%
João Pessoa	3,3%	Cascavel	0,2%
Goiânia	1,6%	Ceará Mirim	0,2%
Caicó	1,3%	Duque de Caxias	0,2%
Mossoró	1,3%	Ipanguaçu	0,2%
Manaus	1,2%	João Câmara	0,2%
Campina Grande	1,0%	Juazeiro	0,2%
Curitiba	1,0%	Macaé	0,2%
Maceió	1,0%	Monte Alegre	0,2%
São Luís	0,9%	Nitéroi	0,2%
Currais Novos	0,8%	Nova Cruz	0,2%
Uberlândia	0,8%	Osasco	0,2%
Campinas	0,7%	Picuí	0,2%
Salvador	0,7%	Prado	0,2%
Buenos Aires	0,7%	Rio Branco	0,2%
Baraúna	0,7%	Santiago	0,2%
Campo Grande	0,6%	Santo Antônio	0,2%
Cuiabá	0,6%	São Bernardo	0,2%
Macaíba	0,6%	São José do Rio Preto	0,2%
Parnamirim	0,6%	São Vicente	0,2%
São Gonçalo do Amarante	0,6%	Sumaré	0,2%
Belém	0,5%	Amsterdã	0,1%
Goianinha	0,5%	Aquiraz	0,1%
Juazeiro do Norte	0,5%	Ariquemes	0,1%
Porto Alegre	0,5%	Atibaia	0,1%
Assú	0,4%	Barra	0,1%
Guarulhos	0,4%	Bauru	0,1%
Olinda	0,4%	Birmingham	0,1%
Aracajú	0,4%	Boa Vista	0,1%
Aracati	0,4%	Cajazeiras	0,1%
Caruaru	0,4%	Catolé do Rocha	0,1%
Extremoz	0,4%	Córdoba	0,1%
Porto Velho	0,4%	Coremas	0,1%
Santo André	0,4%	Estrangeiro	0,1%
Santos	0,4%	Florânia	0,1%
Areia Branca	0,3%	Florianópolis	0,1%
Cabo Frio	0,3%	Grossos	0,1%
Caiçara	0,3%	Guarujá	0,1%
Juiz de Fora	0,3%	Icapuí	0,1%
Macapá	0,3%	Indaiatuba	0,1%
Maringá	0,3%	Iquarapava	0,1%
Nova Iguaçu	0,3%	Itaporã	0,1%
São José dos Campos	0,3%	Jardim do Seridó	0,1%
		Joinville	0,1%
		Lajes	0,1%

Tabela 6 – (Para estrangeiros) qual foi o aeroporto de entrada no Brasil? (UF)

Fonte: Fecomércio RN

Estado	2020	2021
São Paulo	46,5%	58,1%
Pernambuco	1,2%	20,9%
Distrito Federal	0,4%	7,0%
Rio de Janeiro	5,0%	7,0%
Paraíba	1,7%	2,3%
Rio Grande do Norte	26,6%	2,3%
Ceará	2,9%	2,3%
Bahia	0,4%	0%
Santa Catarina	1,7%	0%
Paraguai	0,4%	0%
Mato Grosso do Sul	1,2%	0%
Rio Grande do Sul	10,4%	0%
Minas Gerais	1,7%	0%

Tabela 7 – Na sua viagem, esteve em algum outro Estado antes de vir ao RN?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2020	2021
Veio direto para o RN	83,2%	75,1%
São Paulo	4,9%	2,0%
Paraíba	3,2%	8,6%
Ceará	2,1%	3,4%
Pernambuco	1,8%	5,7%
Distrito Federal	1,1%	0,4%
Bahia	0,6%	0,6%
Rio de Janeiro	0,5%	0,4%
Alagoas	0,4%	2,0%
Rio Grande do Sul	0,4%	0,0%
Minas Gerais	0,5%	0,5%
Sergipe	0,3%	0,0%
Santa Catarina	0,2%	0,0%
Maranhão	0,2%	0,5%
Mato Grosso	0,2%	0,0%
Mato Grosso do Sul	0,2%	0,0%
Goiás	0,1%	0,2%
Piauí	0,1%	0,4%
Pará	0,0%	0,1%
Paraná	0,0%	0,1%

Hábitos dos turistas

Gráfico 8 – É a primeira vez que visita o destino?
Fonte: Fecomércio RN

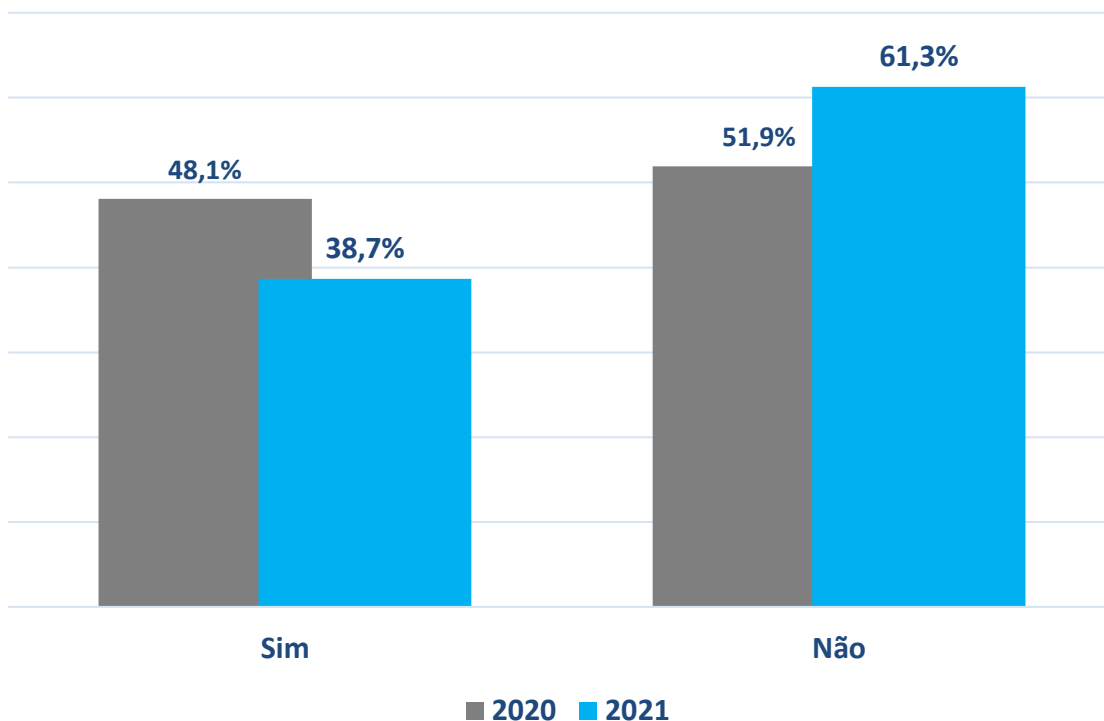


Tabela 8 – Se é a primeira vez no estado por localização de residência.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Outros Estados	Internacional
Primeira vez	51,8%	51,2%
De 1 a 2 vezes	19,4%	27,9%
De 2 a 4 vezes	13,0%	14,0%
De 4 a 5 vezes	4,7%	2,3%
Mais de 5 vezes	11,2%	4,7%

Tempo de permanência

Gráfico 9 – Número de dias que permaneceu no destino.

Fonte: Fecomércio RN

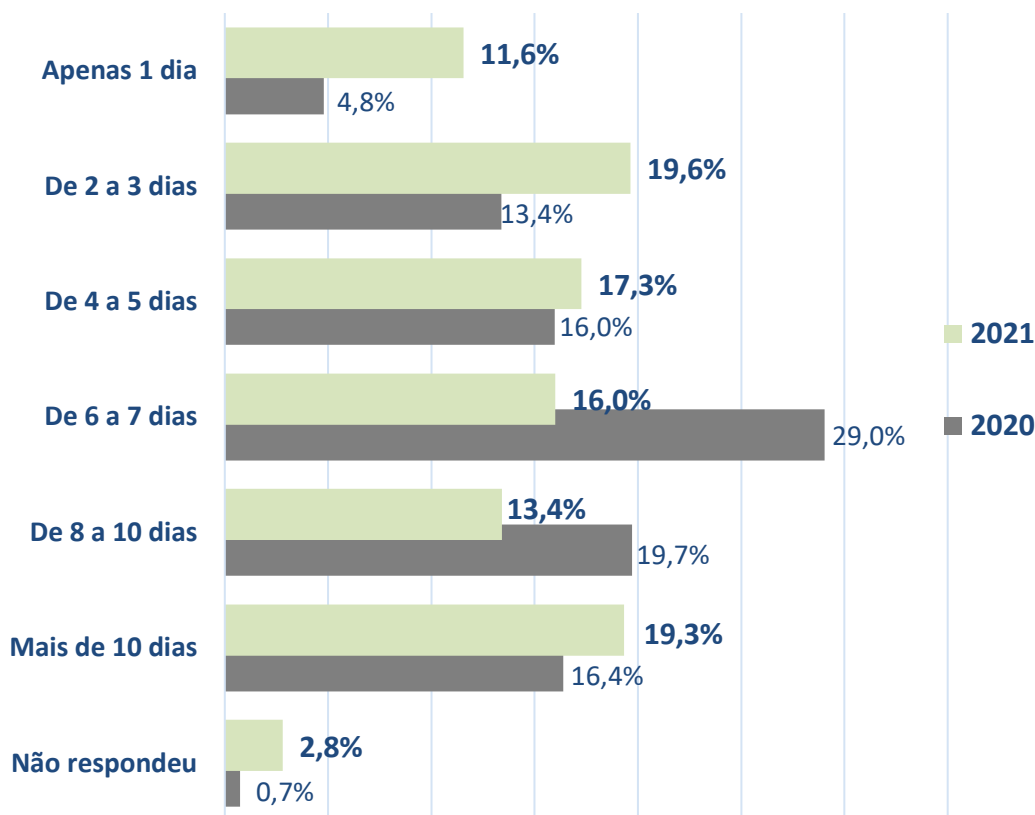


Tabela 9 – Número de dias que permaneceu no destino por tipo de turista.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	RN	Outros Estados	Internacional	Total Geral
Apenas 1 dia	31,9%	4,9%	0,0%	11,6%
De 2 a 3 dias	31,3%	16,2%	4,7%	19,6%
De 4 a 5 dias	9,6%	20,3%	9,3%	17,3%
De 6 a 7 dias	7,6%	19,2%	11,6%	16,0%
De 8 a 10 dias	4,4%	16,3%	20,9%	13,4%
Mais de 10 dias	13,5%	20,0%	51,2%	19,3%
Não respondeu	1,8%	3,2%	2,3%	2,8%
Média	3,8	6,1	8,3	5,6

Motivação da viagem

Gráfico 10 – O que/quem influenciou na decisão de escolher o destino?

Fonte: Fecomércio RN

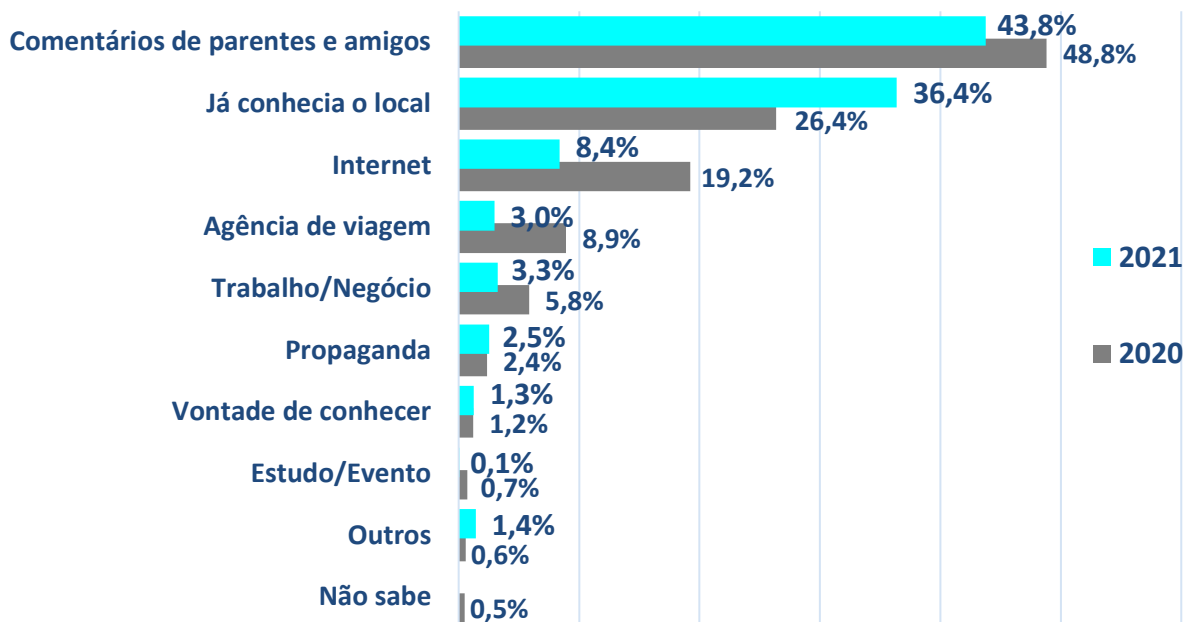


Gráfico 11 – Qual o principal motivo da sua viagem?

Fonte: Fecomércio RN

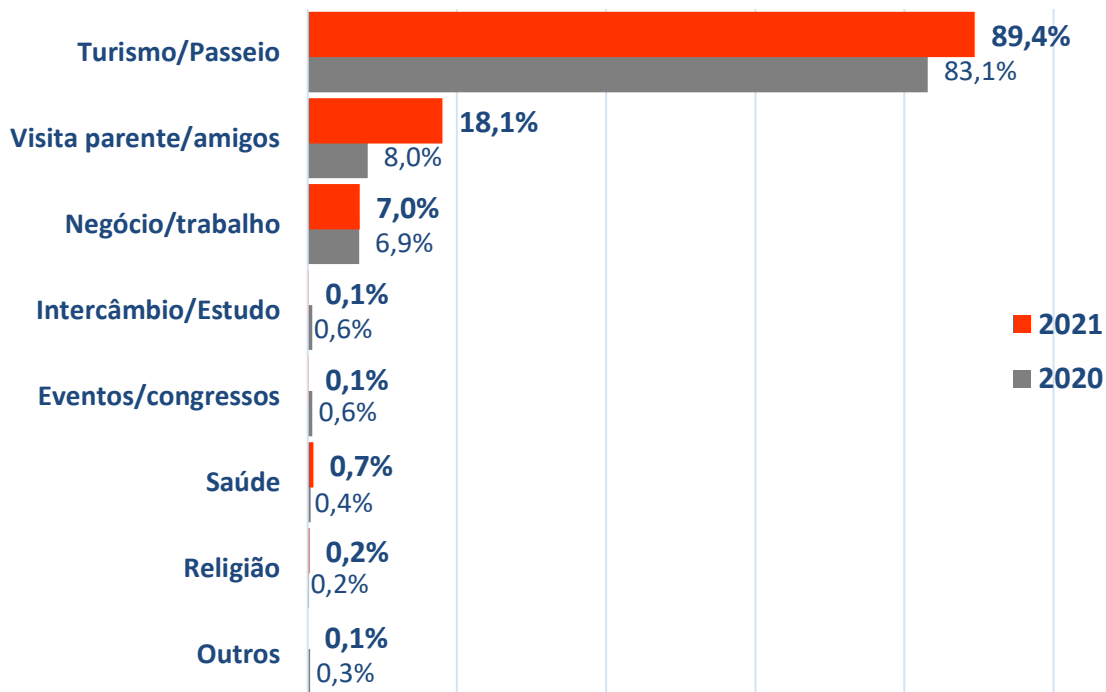
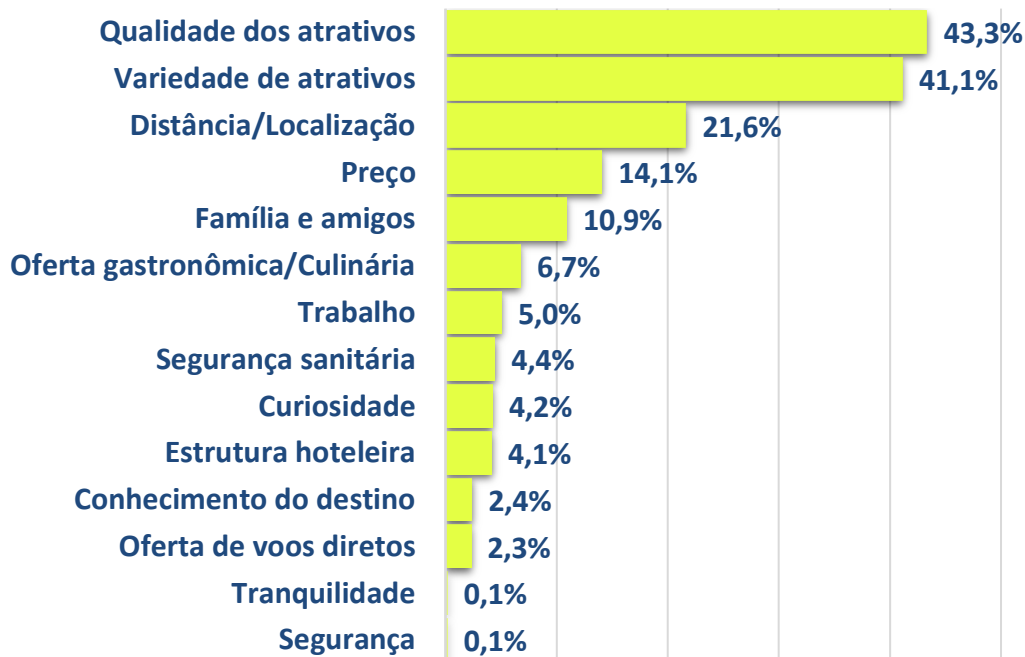


Gráfico 12 – Porque escolheu o RN como atrativo turístico? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN



Planejando a viagem

Gráfico 13 – Quando ocorreu a decisão da viagem?

Fonte: Fecomércio RN

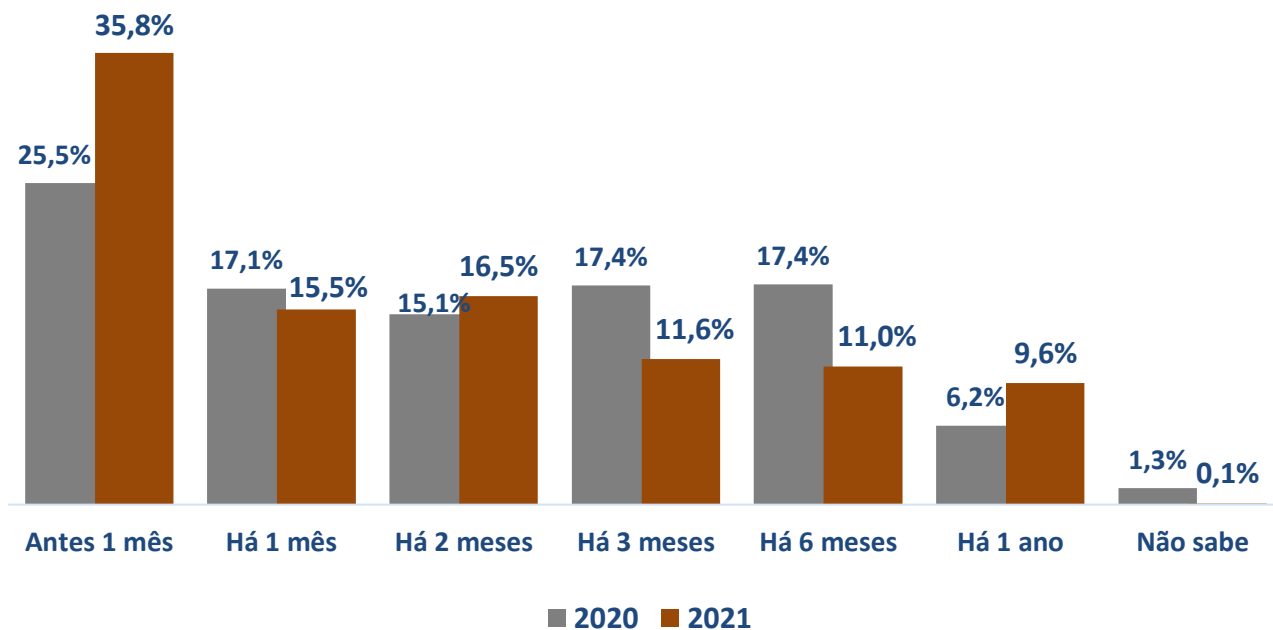


Tabela 10 – Cidades mais visitadas durante o passeio.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Natal	61,6%
Tibau do Sul/Pipa	51,4%
São Miguel do Gostoso	24,0%
Mossoró	12,6%
Parnamirim	6,1%
Tibau do Norte	4,1%
Maxaranguape	2,3%
Touros	2,1%
Extremoz	1,9%
Galinhos	1,6%
Nísia Floresta	1,5%
Canguaretama	1,0%
Ceará Mirim	0,8%
Baía Formosa	0,7%
Martins	0,4%
Rio do Fogo	0,4%
Areia Branca	0,2%
Assú	0,1%
Caraúbas	0,1%
Goianinha	0,1%
Macaíba	0,1%
Alto do Rodrigues	0,1%
Caiçara do Norte	0,1%
Caicó	0,1%
Encanto	0,1%
Macau	0,1%
Ponta do Mel	0,1%
Punau	0,1%
Pureza	0,1%
Sagi	0,1%
Santa Cruz	0,1%
São Gonçalo do Amarante	0,1%
São José de Mipibu	0,1%
Serra de São Bento	0,1%
Tangará	0,1%
Tenente Laurentino	0,1%
Currais Novos	0,1%
Parelhas	0,1%
Água Nova	0,1%
Nenhum	4,3%

Tabela 11 – Para onde foi sua última viagem?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	RN	Outros Estados	Internacional	Total Geral
Interna RN	51,5%	7,6%	2,3%	18,5%
Regional (Nordeste)	21,1%	25,5%	7,0%	23,8%
Outros Estados	23,7%	58,8%	25,6%	48,8%
Internacional	3,2%	7,9%	65,1%	8,5%
Não fez	0,6%	0,3%	0,0%	0,4%

Deslocamento

Gráfico 14 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao RN?

Fonte: Fecomércio RN

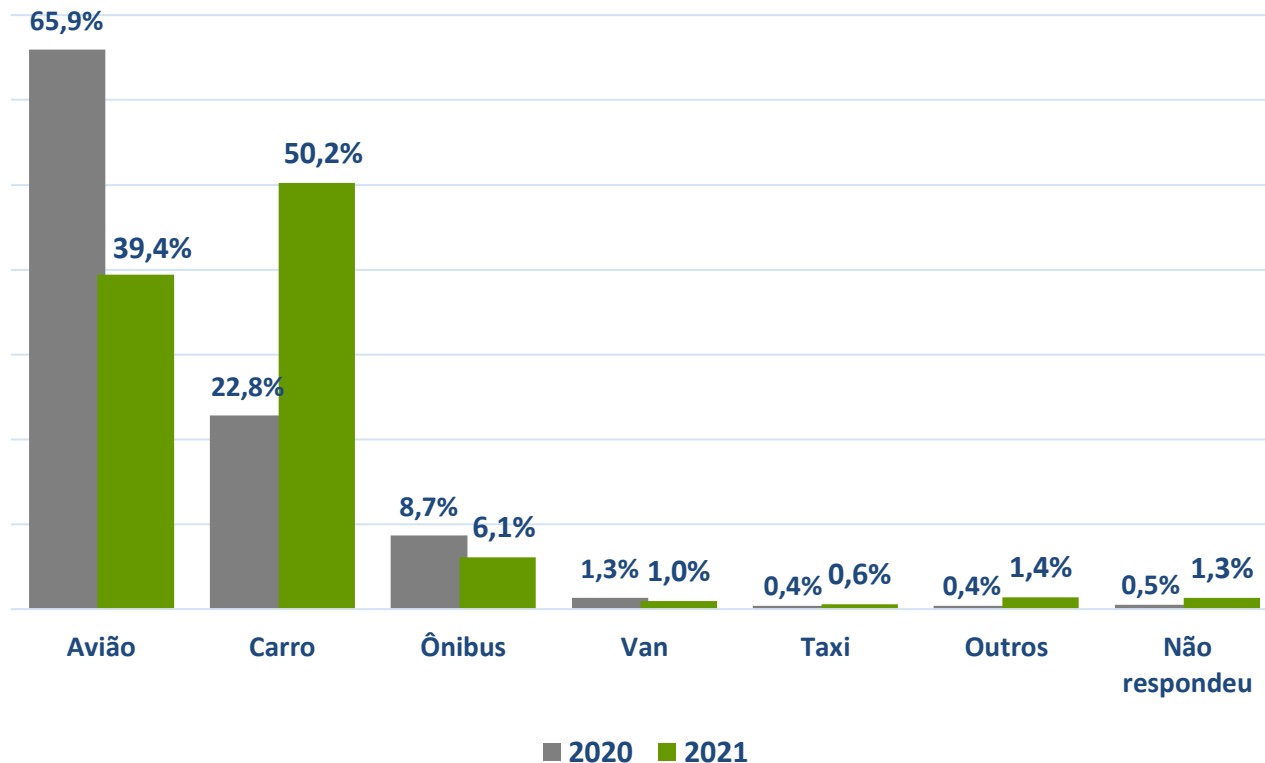


Tabela 12 – Meio de transporte utilizado para chegar ao RN e procedência.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	RN	Outros Estados	Internacional
Carro	78,4%	42,0%	11,6%
Avião	0,9%	51,2%	81,4%
Motocicleta	2,0%	0,6%	0,0%
Ônibus	10,2%	4,7%	4,7%
Táxi	0,9%	0,4%	2,3%
Van	1,8%	0,7%	0,0%
Aplicativo	0,6%	0,3%	0,0%
Caminhão	0,0%	0,1%	0,0%
Não respondeu	5,3%	0,0%	0,0%

Gráfico 15 – Utilizou agência na organização da viagem?

Fonte: Fecomércio RN

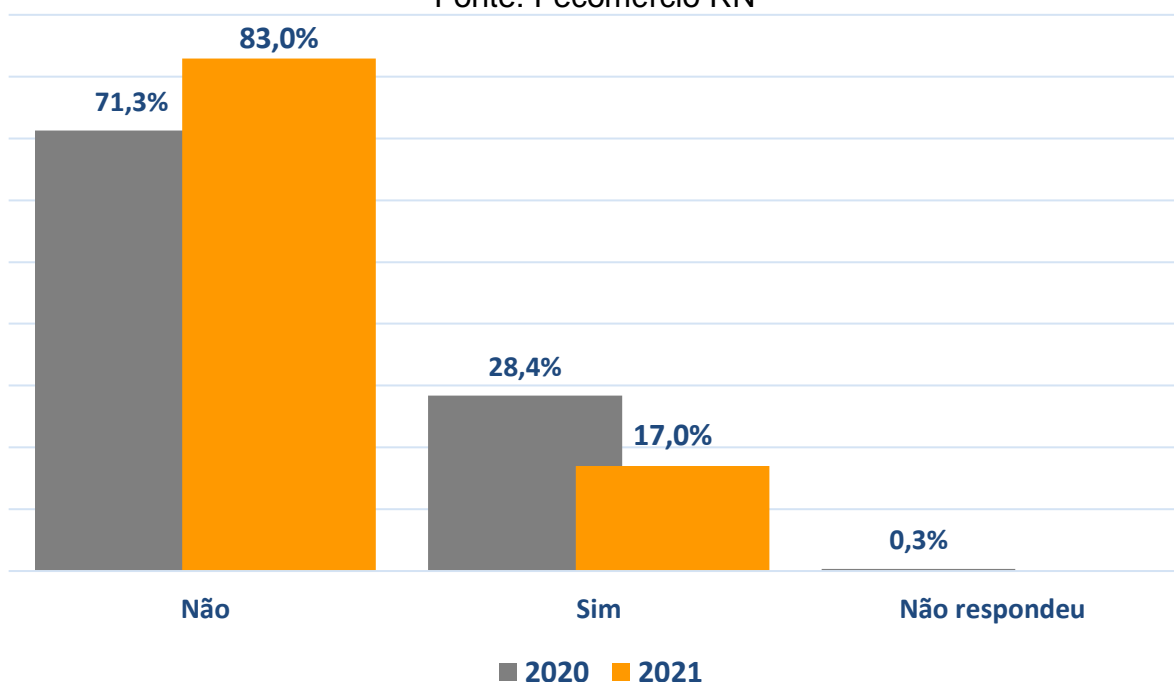


Tabela 13 – Uso de agência de viagem e procedência.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Internacional	Outros Estados	RN
Sim	23,3%	21,9%	2,6%
Não	76,7%	78,1%	97,4%

Gráfico 16 – Tipo de hospedagem.

Fonte: Fecomércio RN

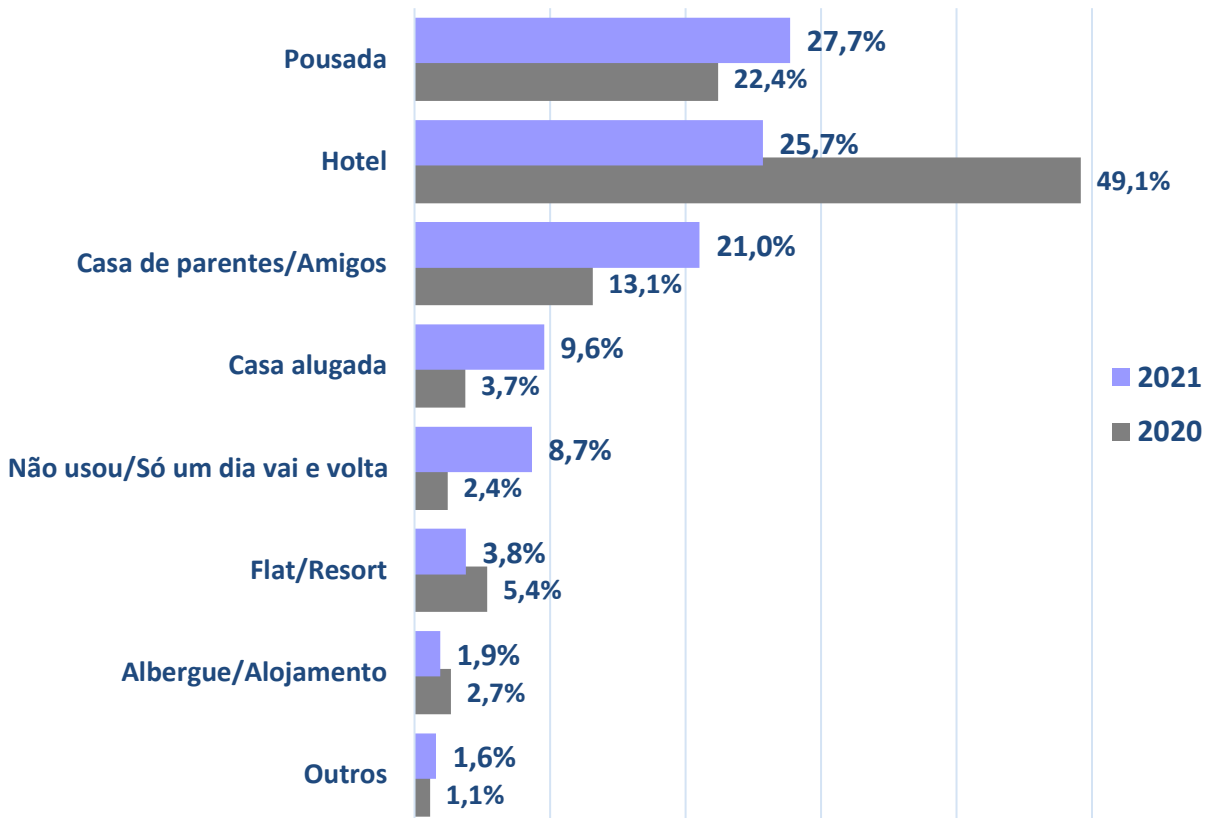


Tabela 14 – Hospedagem e procedência dos turistas.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	RN	Outros Estados	Internacional
Hotel	8,5%	31,1%	41,9%
Pousada	16,7%	32,2%	14,0%
Flat	1,5%	4,5%	2,3%
Resort	0,0%	0,3%	0,0%
Casa alugada/AP	11,4%	8,6%	16,3%
Casa de parentes/Amigos	28,4%	18,2%	25,6%
Albergue/Alojamento	1,8%	2,0%	0,0%
Não usou/Só um dia vai e volta	29,5%	1,7%	0,0%
Outros	2,3%	1,5%	0,0%

Gráfico 17 – Meio de transporte utilizado para se locomover pelo RN.

Fonte: Fecomércio RN

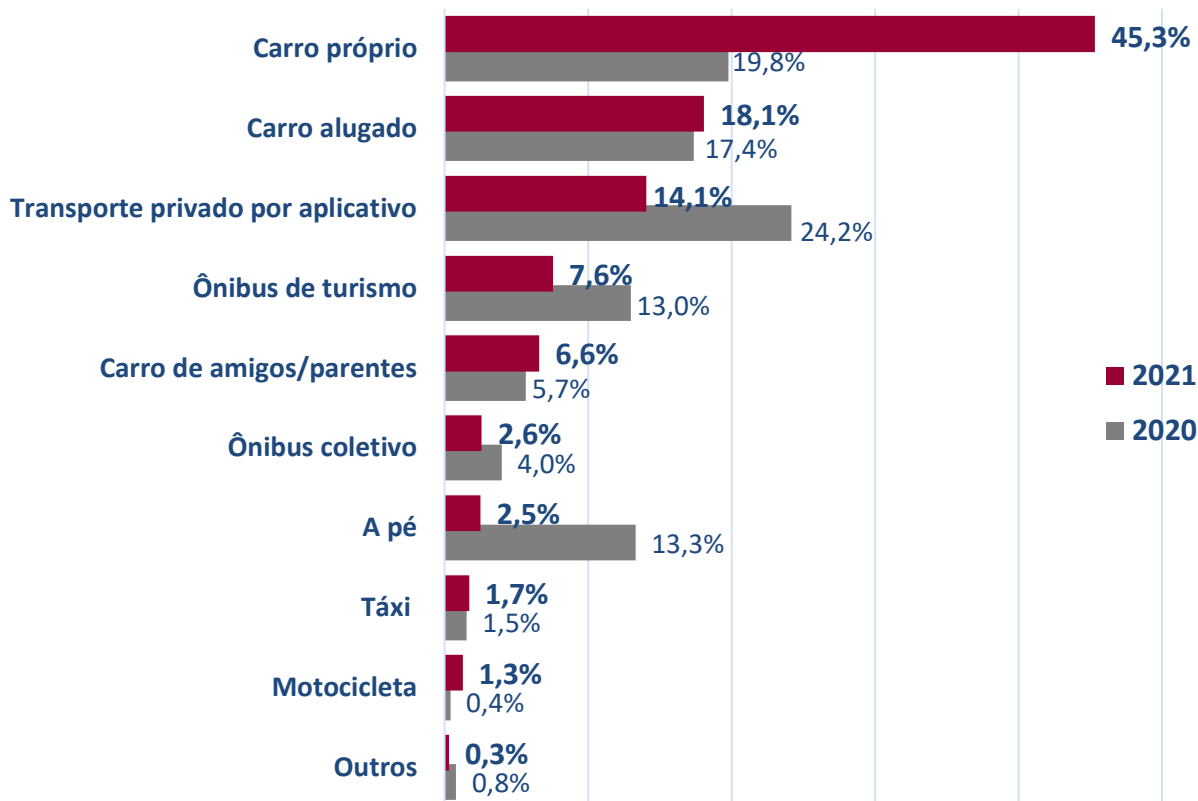


Tabela 15 – Meio de transporte utilizado dentro do RN e procedência.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	RN	Outros Estados	Internacional
Carro próprio	75,7%	36,3%	7,0%
Carro alugado	1,5%	24,4%	9,3%
Transporte por aplicativo	2,0%	18,3%	14,0%
Ônibus/Van de turismo	4,4%	8,3%	16,3%
Carro de amigos/parentes	4,7%	6,8%	16,3%
Transporte público	5,3%	1,5%	7,0%
A pé	2,0%	2,5%	4,7%
Táxi	0,3%	1,1%	25,6%
Motocicleta	3,8%	0,4%	0,0%
Nenhum	0,0%	0,5%	0,0%
Outros	0,3%	0,4%	0,0%

Pernoite

Tabela 16 – Qual foi o 1º município que o(a) senhor(a) pernitoiu durante o passeio?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Natal	45,2%
Tibau do Sul/Pipa	18,7%
São Miguel do Gostoso	8,8%
Mossoró	7,6%
Parnamirim	5,6%
Tibau do Norte	1,9%
João Pessoa	1,0%
Extremoz	0,8%
São Gonçalo do Amarante	0,7%
Macaíba	0,6%
Nísia Floresta	0,6%
Touros	0,6%
Maxaranguape	0,5%
Canguaretama	0,3%
Galinhas	0,3%
Recife	0,3%
Currais Novos	0,2%
Macau	0,2%
Monte Alegre	0,2%
Areia Branca	0,1%
Baia Formosa	0,1%
Caiçara	0,1%
Caicó	0,1%
Campo Grande	0,1%
Caraúbas	0,1%
Ceará Mirim	0,1%
Fortaleza	0,1%
Nova Cruz	0,1%
São José de Mipibu	0,1%
São Paulo	0,1%
Acari	0,1%
Aracajú	0,1%
Aracati	0,1%
Arês	0,1%
Bom Jesus	0,1%
Espírito Santo	0,1%
Ipanguaçu	0,1%
João Câmara	0,1%
Maragogi	0,1%
Martins	0,1%
Oeiras	0,1%
Parelhas	0,1%
Rui Barbosa	0,1%
Santo Antônio	0,1%
Tamandaré	0,1%
Tenente Laurentino	0,1%
Não respondeu	0,2%
Bate e Volta	2,7%

Tabela 17 – Qual foi o último município que o(a) senhor(a) pernitoiu durante o passeio?

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Natal	45,9%
Tibau do Sul/Pipa	19,9%
São Miguel do Gostoso	10,2%
Mossoró	6,9%
Parnamirim	5,5%
Tibau do Norte	2,4%
João Pessoa	0,7%
Nísia Floresta	0,6%
Touros	0,6%
Galinhas	0,5%
Extremoz	0,4%
Maxaranguape	0,4%
Macaíba	0,3%
Recife	0,3%
São Gonçalo do Amarante	0,3%
Canguaretama	0,2%
Areia Branca	0,1%
Caraúbas	0,1%
Ceará Mirim	0,1%
Maceió	0,1%
Aracajú	0,1%
Arês	0,1%
Baia Formosa	0,1%
Bom Jesus	0,1%
Campo Grande	0,1%
Caruaru	0,1%
Currais Novos	0,1%
Espírito Santo	0,1%
Fortaleza	0,1%
Geriquaquara	0,1%
João Câmara	0,1%
Macau	0,1%
Martins	0,1%
Monte Alegre	0,1%
Nova Cruz	0,1%
São José de Mipibu	0,1%
Tenente Laurentino	0,1%
Não respondeu	0,2%
Bate e Volta	2,7%

Locais e pontos turísticos mais visitados

Gráfico 18 – Dos atrativos, quais o (a) Sr (a) visitou? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

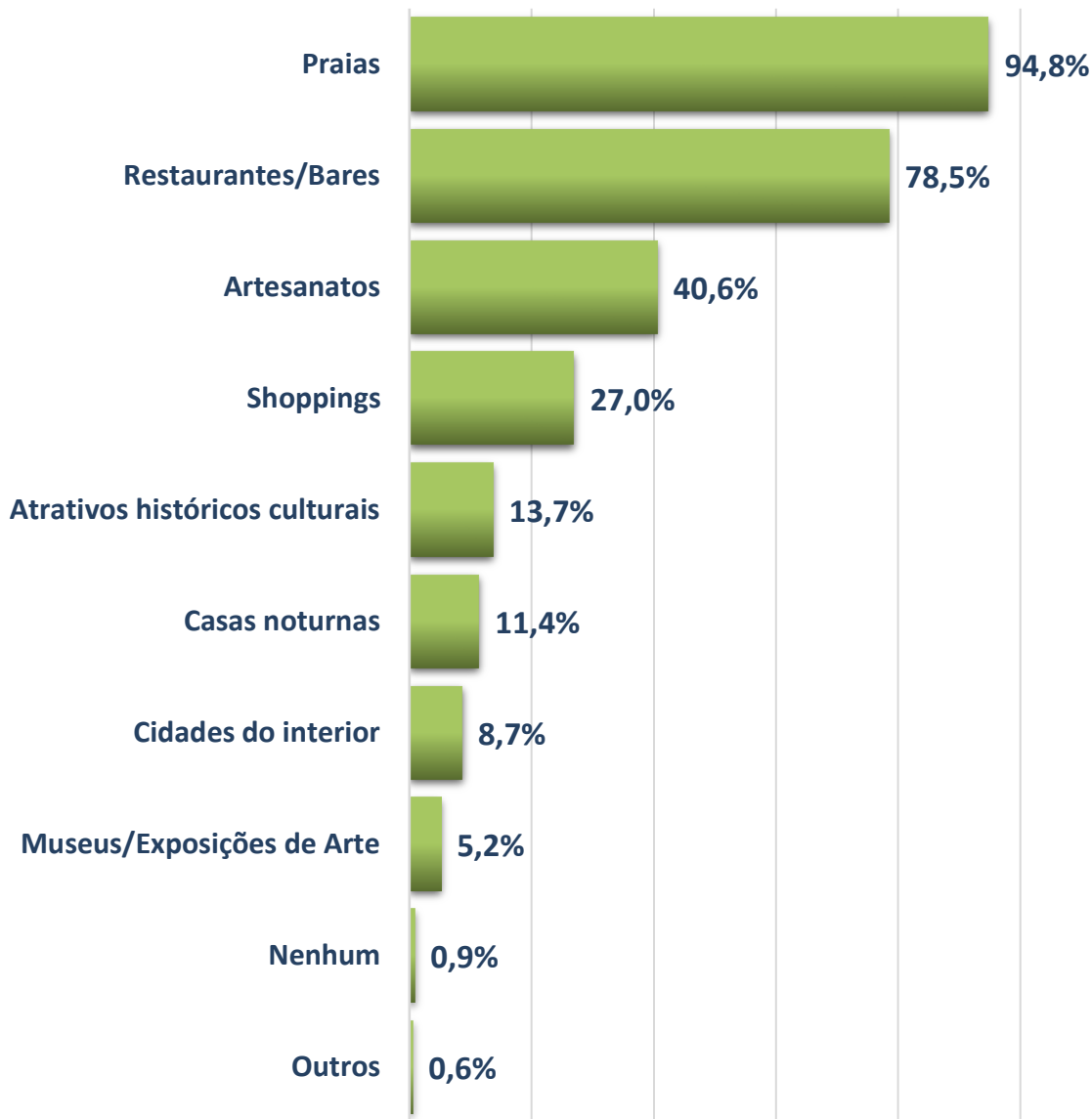


Tabela 18 – Atrativos/pontos turísticos mais visitados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%
Ponta Negra/Morro do careca	57,4%
Pipa/Tibau do Sul	51,5%
Genipabu/Dunas	34,4%
São Miguel do Gostoso/Tourinhos	24,5%
Cajueiro/pirangi	23,9%
Passeio de Buggy	17,0%
Parrachos/Maracajaú	11,6%
Lagoas de Pitanguí/Bomfim/Carcará/Alcaçuz etc.	10,5%
Ponte Nova	7,2%
Barra do Cunhaú	5,0%
Galinhas	5,0%
Tibau do Norte	4,8%
Mossoró	4,7%
Forte dos Reis Magos	3,8%
Baia Formosa	3,6%
Aquário Natal	3,0%
Barreira do Inferno	2,7%
Praia de Touros	1,4%
Praia da Redinha	0,7%
Praia do Meio	0,7%
Praias	0,5%
Praia de Tabatinga	0,4%
Martins	0,4%
Cidades do interior	0,3%
Praia de Jacumã	0,3%
Shoppings	0,3%
Praia de Areia Branca	0,2%
Praia do Amor	0,2%
Praia do Forte	0,2%
Serra de São Bento	0,2%
Barra de Maxaranguape	0,1%
Centro histórico da cidade	0,1%
Grossos	0,1%
Lagoa de Arituba	0,1%
Memorial de Mossoró	0,1%
Praia de Búzios	0,1%
Quadriciclo	0,1%
Rio do Fogo	0,1%
Atrativos históricos de Mossoró	0,1%
Caicara do Norte	0,1%
Extremoz	0,1%
Feira de artesanato	0,1%
Feirinha	0,1%
Goianinha	0,1%
Parque das dunas	0,1%
Pedra do Rosario	0,1%
Ponta do Mel	0,1%
Praça de convivência	0,1%
Praia de Areia Preta	0,1%
Praia de Muriu	0,1%
Praia de Pitanguí	0,1%
Praia dos Artistas	0,1%
Praias da Via Costeira	0,1%
Vilarejo Grego	0,1%
Monte Alegre	0,1%
Igreja de Mossoró	0,1%
Ribeira	0,1%
Parnamirim	0,1%
Nisia Floresta	0,1%
Parelhas	0,1%
Praia do Madeiro	0,1%
Praia de Camurupim	0,1%
Caraúbas	0,1%
Praia de Cibauma	0,1%
Praia de São Cristóvão	0,1%
Pititinga	0,1%
Nenhum	5,1%

Fontes de informação

Gráfico 19 – Onde buscou informações sobre o destino? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

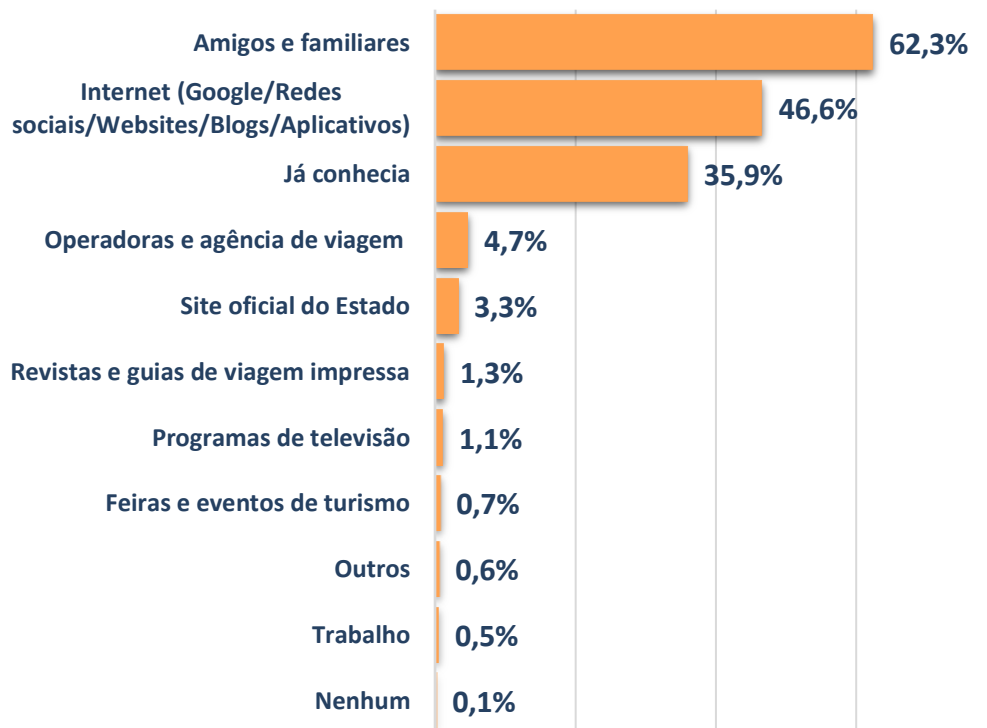


Tabela 19 – Onde buscou informações e procedência.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	RN	Outros Estados	Internacional
Amigos e familiares	54,4%	64,8%	69,8%
Já conhecia	55,3%	29,6%	23,3%
Internet (Google/Redes sociais/Websites/Blogs/Applicativos)	21,1%	55,4%	51,2%
Operadoras e agência de viagem	0,0%	6,3%	4,7%
Site oficial do Estado	0,9%	4,1%	2,3%
Revistas e guias de viagem impressa	0,3%	1,2%	9,3%
Programas de televisão	0,0%	1,3%	4,7%
Feiras e eventos de turismo	0,3%	0,9%	0,0%
Trabalho	0,9%	0,4%	0,0%
Outros	0,0%	0,8%	0,0%
Nenhum	0,0%	0,2%	0,0%

Gastos no RN

Tabela 20 – Gasto individual/dia por faixa de valores dos turistas, segundo a procedência.
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	RN	Outros Estados	Internacional	Total Geral
Até R\$ 50	16,7%	3,8%	4,7%	7,1%
De R\$ 51 a R\$ 100	28,7%	14,3%	9,3%	17,8%
De R\$ 101 a R\$ 200	26,3%	22,2%	20,9%	23,2%
De R\$ 201 a R\$ 300	12,0%	19,2%	23,3%	17,5%
De R\$ 301 a R\$ 400	1,8%	11,5%	4,7%	8,8%
De R\$ 401 a R\$ 500	5,6%	10,3%	16,3%	9,3%
Acima de R\$ 500	2,6%	12,0%	14,0%	9,7%
Não respondeu	6,4%	6,7%	7,0%	6,7%

Gráfico 20 – Gasto médio individual/dia dos turistas, segundo a procedência.
Fonte: Fecomércio RN

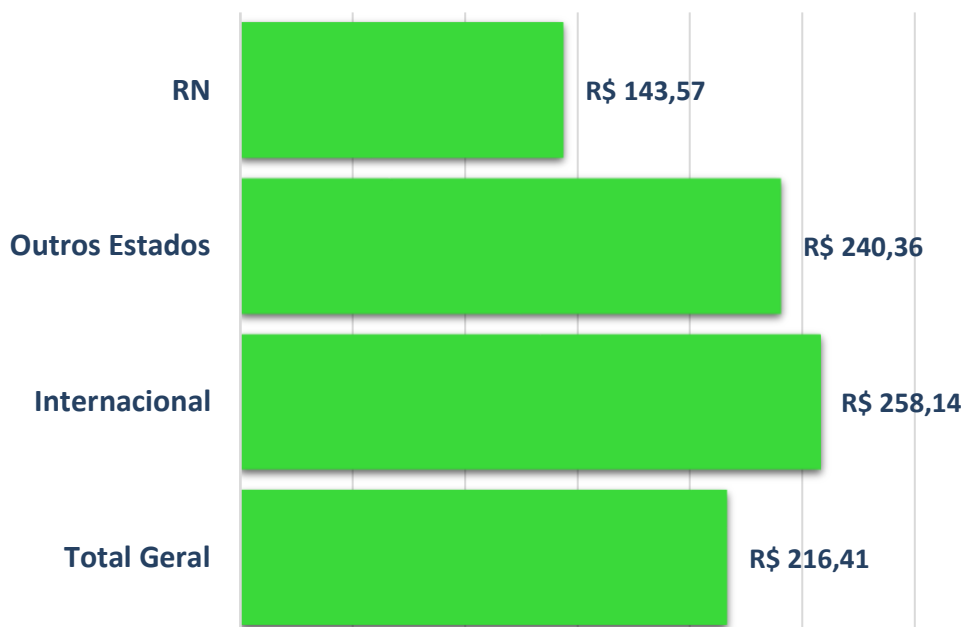


Gráfico 21 – Gasto médio individual/dia dos turistas, segundo a hospedagem (R\$)

Fonte: Fecomércio RN

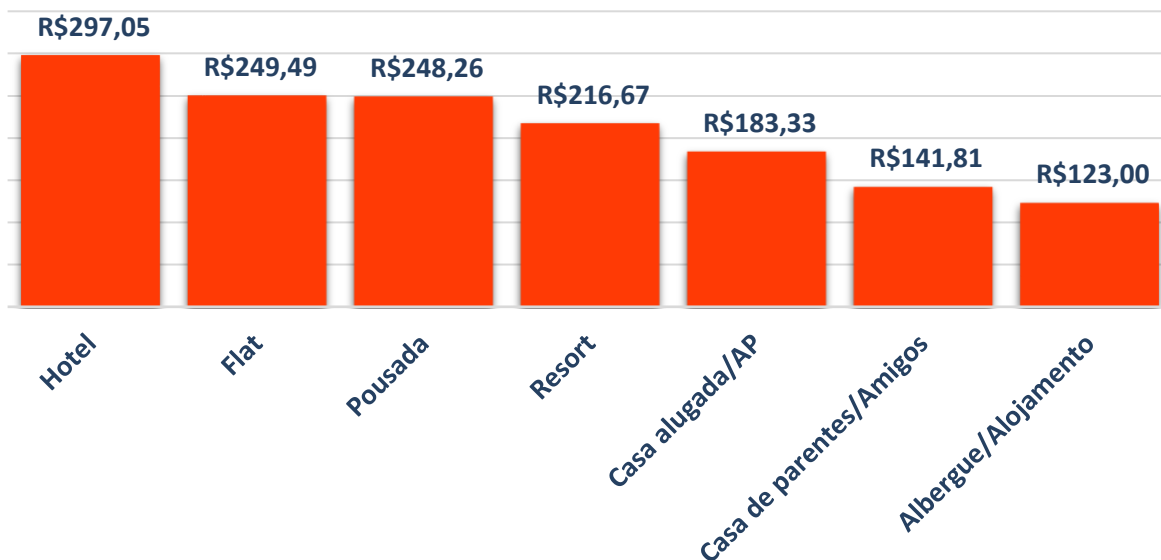
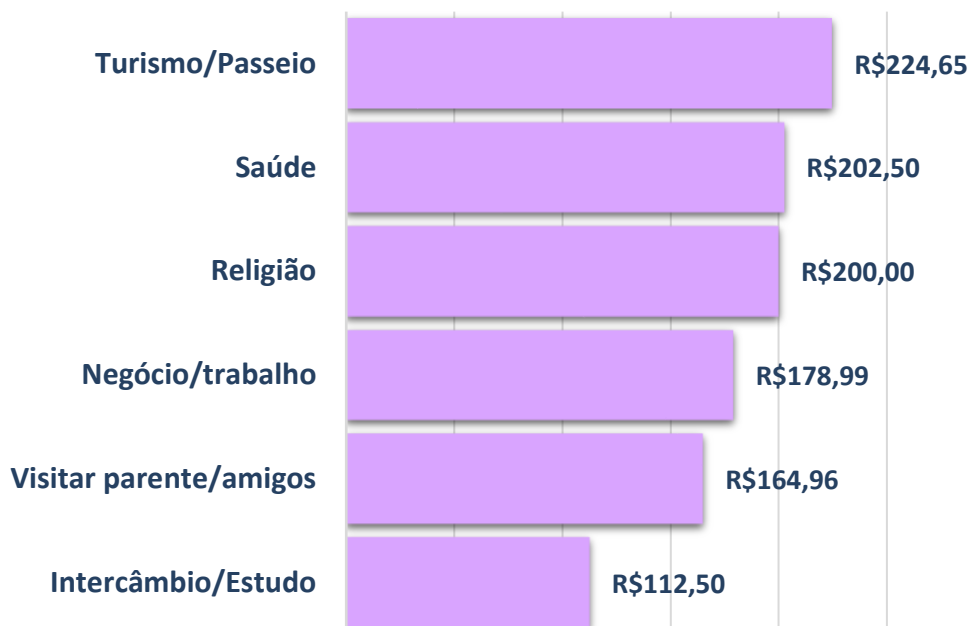


Gráfico 22 – Gasto médio individual/dia dos turistas, segundo o motivo do passeio (R\$)

Fonte: Fecomércio RN



Viagem e pandemia

Gráfico 23 – Você se sente seguro com os protocolos de biossegurança adotados no RN?

Fonte: Fecomércio RN

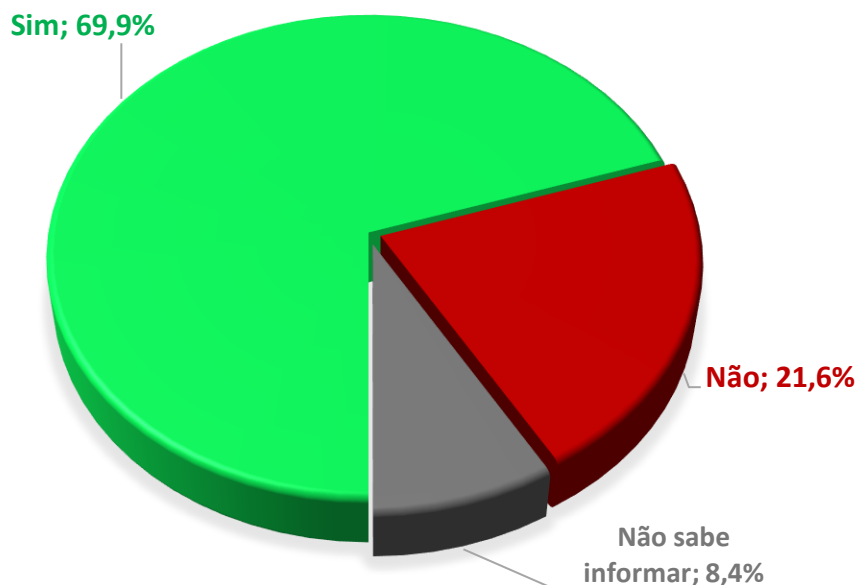


Gráfico 24 – Na sua opinião, o que é mais importante num destino turístico no contexto da pandemia?

Fonte: Fecomércio RN

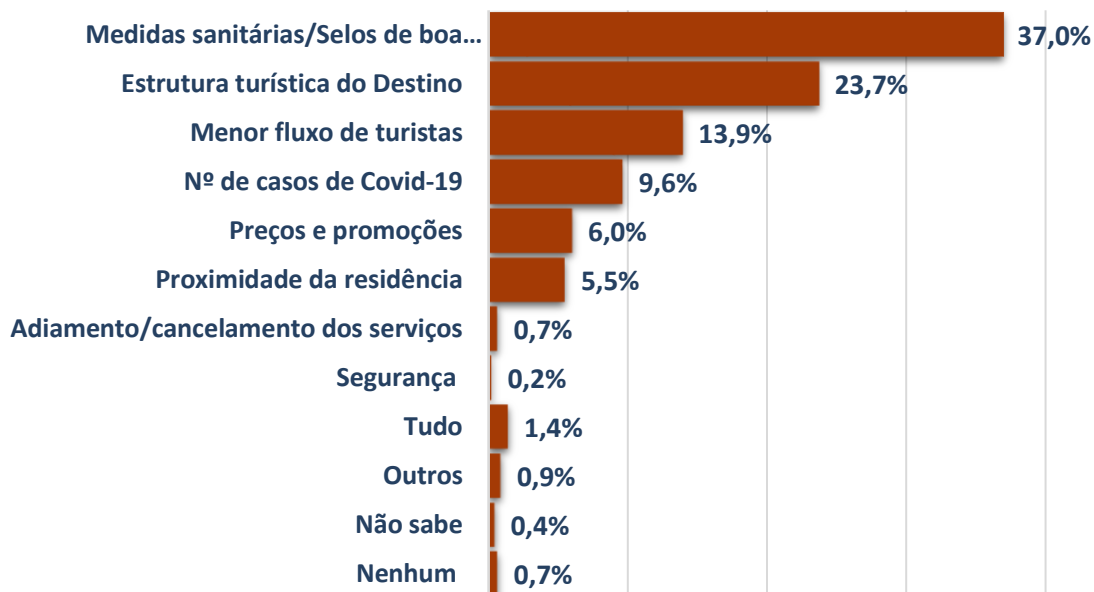


Gráfico 25 – Se não houvesse a pandemia, as escolhas dos lugares para passeio seriam os mesmos?

Fonte: Fecomércio RN

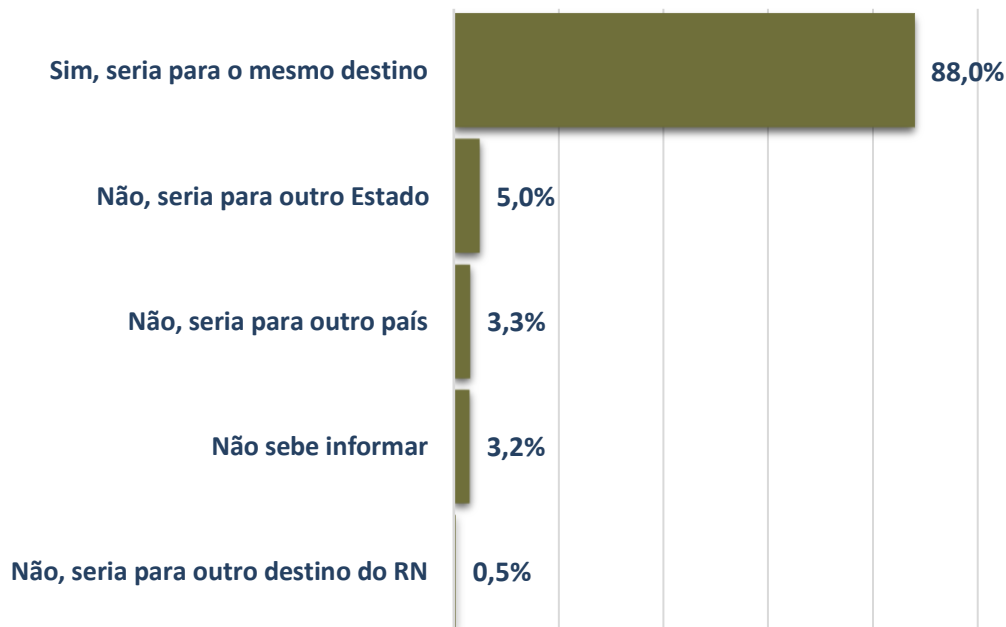
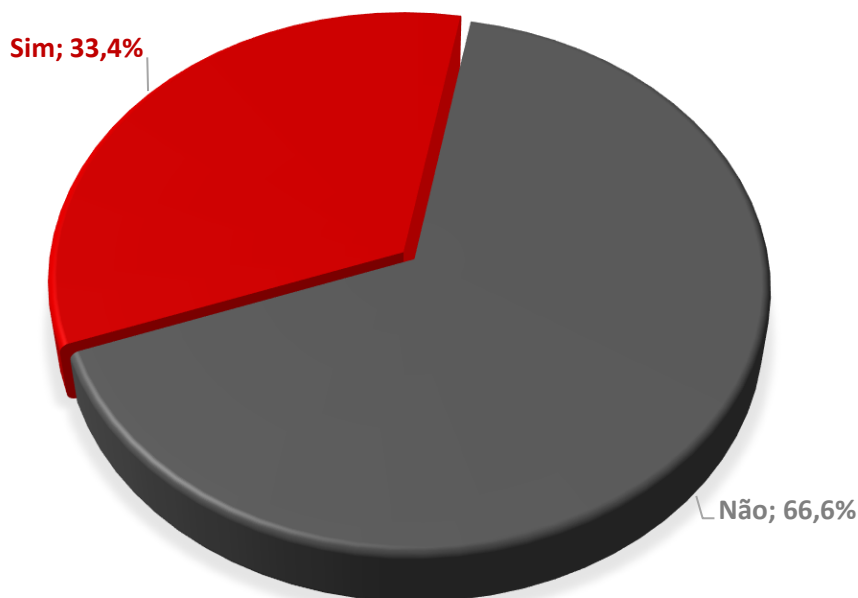


Gráfico 26 – Você ou alguém que está lhe acompanhando nessa viagem foi anteriormente testado positivo para COVID?

Fonte: Fecomércio RN



Qualificação dos atrativos e serviços

Tabela 21 – Avaliação dos itens e serviços utilizados no estado no verão de 2021

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	(Ótimo + Bom)
Atrativos naturais	80,6%	17,5%	1,7%	0,2%	0,0%	98,1%
Hospitalidade do povo	64,5%	31,8%	2,9%	0,4%	0,4%	96,3%
Bares/restaurantes	45,0%	48,7%	5,3%	0,9%	0,1%	93,7%
Passeios oferecidos	50,7%	40,9%	6,8%	1,1%	0,5%	91,6%
Empresas/serviços de receptivo	41,2%	47,6%	9,1%	0,9%	1,2%	88,8%
Equipamentos de lazer	43,3%	45,3%	9,6%	1,4%	0,4%	88,6%
Guias de turismo	36,4%	50,8%	7,9%	1,5%	3,4%	87,2%
Serviços de táxi/uber e outros	36,6%	49,7%	8,4%	2,6%	2,6%	86,3%
Diversões noturnas	41,1%	44,9%	12,1%	1,2%	0,8%	86,0%
Terminal aeroportuário	32,7%	51,2%	8,0%	3,6%	4,5%	83,9%
Serviços de locação de veículos	28,7%	54,9%	9,8%	1,8%	4,9%	83,5%
Patrimônio histórico/cultural	41,0%	42,4%	12,6%	3,1%	1,0%	83,4%
Informações e sinalização turísticas	37,5%	44,8%	12,8%	3,8%	1,1%	82,3%
Comércio	30,2%	49,8%	10,7%	1,5%	0,3%	80,0%
Segurança Pública	25,2%	53,7%	15,4%	3,5%	2,2%	78,9%
Limpeza Pública	22,7%	49,7%	19,1%	5,8%	2,7%	72,4%
Meios de hospedagem	38,5%	31,6%	3,9%	0,3%	0,4%	70,1%
Comunicações (fones/internet)	18,7%	49,4%	20,0%	7,5%	4,2%	68,2%
Protocolos sanitários	13,7%	53,0%	25,7%	4,7%	2,9%	66,7%
Preços cobrados	9,7%	39,1%	31,6%	12,2%	7,4%	48,8%
Transporte público	11,2%	28,4%	31,7%	13,2%	15,5%	39,6%
Terminal rodoviário	5,9%	32,6%	32,6%	10,2%	18,7%	38,5%

Opinião sobre o RN

Gráfico 27 – O (a) Sr (a) pretende voltar ao destino?

Fonte: Fecomércio RN

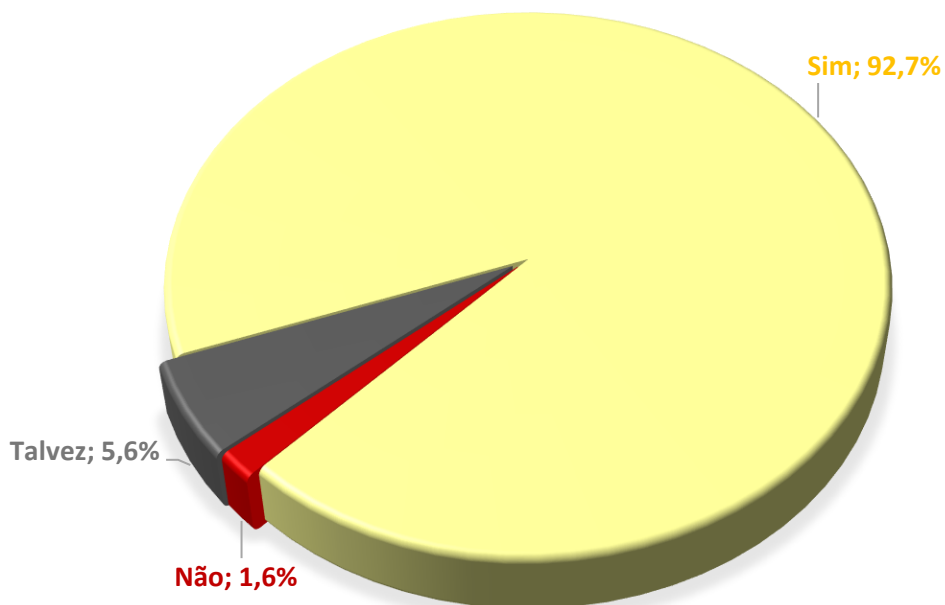


Gráfico 28 – Avaliação geral do destino turístico.

Fonte: Fecomércio RN

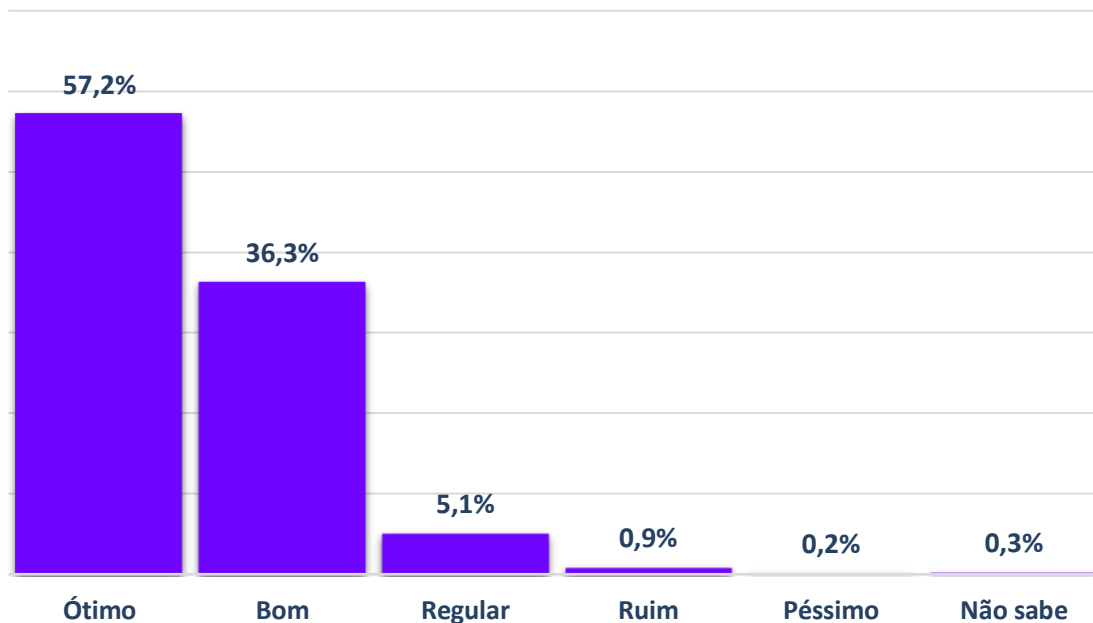


Gráfico 29 – O (a) Sr (a) indicaria o Rio Grande do Norte como destino turístico?

Fonte: Fecomércio RN

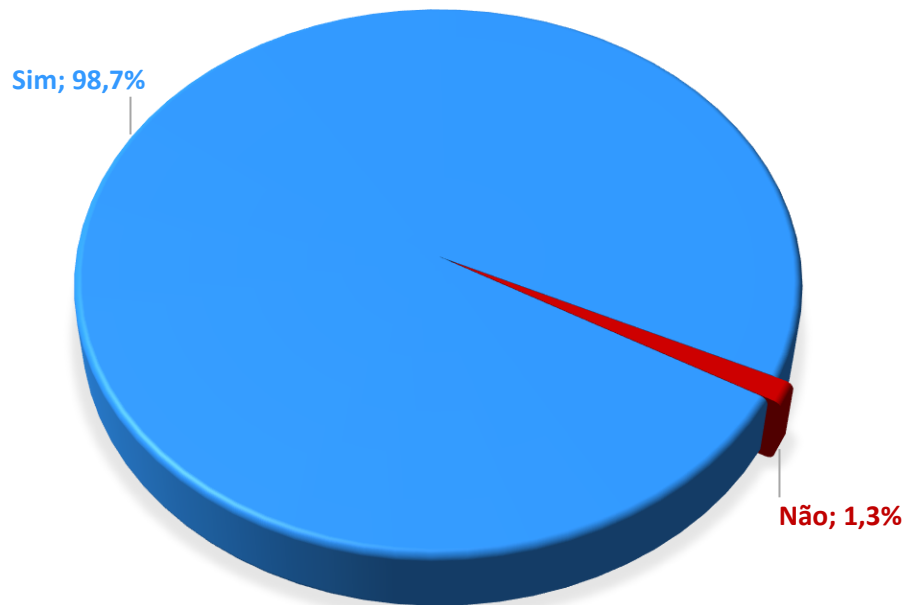


Gráfico 30 – Defina o RN em uma palavra?

Fonte: Fecomércio RN



Tabela 22 – Palavras mais citadas sobre o RN.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	%				
Maravilhoso	14,4%	Agitação	0,2%	Imperdível	0,1%
Lindo	10,4%	Magnífico	0,2%	Inseguro	0,1%
Paraíso	6,0%	Adorável	0,2%	Liberdade	0,1%
Bom	4,5%	Emoção	0,2%	Lindeza	0,1%
Bonito	3,9%	Beleza natural	0,2%	Litoral	0,1%
Ótimo	3,6%	Orgulho	0,2%	Longe	0,1%
Praias	2,5%	Não sabe	0,2%	Loucura	0,1%
Beleza	2,4%	Não respondeu	0,2%	Luxo	0,1%
Hospitaleiro	2,2%	Acessível	0,1%	Mais ou menos	0,1%
Tranquilo	2,1%	Amor	0,1%	Medidas sanitárias	0,1%
Sol	1,9%	Animado	0,1%	Meu lar	0,1%
Perfeito	1,7%	Atrativo	0,1%	Normal	0,1%
Belo	1,6%	Camarões	0,1%	Nota mil	0,1%
Excelente	1,6%	Desinteressante	0,1%	Outro mundo	0,1%
Acolhedor	1,4%	Despreparado	0,1%	Pacato	0,1%
Agradável	1,3%	Ensolarado	0,1%	Passear	0,1%
Aconchegante	1,3%	Esplêndido	0,1%	Provincial	0,1%
Encantador	1,3%	Gosta	0,1%	Queijo	0,1%
Férias	1,2%	Massa	0,1%	Saudade	0,1%
Natureza	1,0%	Melhor	0,1%	Secret spot	0,1%
Lazer	1,0%	Melhorar	0,1%	Show	0,1%
Paz	1,0%	Nice	0,1%	Surpreso	0,1%
Quente	0,8%	Ocean	0,1%	Surreal	0,1%
Alegria	0,7%	Oportunidades	0,1%	Terra rica	0,1%
Diversão	0,7%	Perigoso	0,1%	Tradição	0,1%
Família	0,7%	Positividade	0,1%	Tudo de bom	0,1%
Incrível	0,7%	Qualidade	0,1%	Vento	0,1%
Surpreendente	0,7%	Receptivo	0,1%	Verde	0,1%
Espetacular	0,7%	Relaxar	0,1%	Viber	0,1%
Gostoso	0,7%	Renovador	0,1%	Prazer	0,1%
Legal	0,7%	Sonho	0,1%	Intenso	0,1%
Relaxante	0,7%	Sossego	0,1%	Variedade	0,1%
Sensacional	0,7%	Sujo	0,1%	Litorânea	0,1%
Calmaria	0,6%	Trabalho	0,1%	Potencial	0,1%
Casa	0,6%	Tudo	0,1%	Diferenciado	0,1%
Descanso	0,6%	Marcante	0,1%	Mágico	0,1%
Atraente	0,4%	Satisfatório	0,1%	Mil grau	0,1%
Especial	0,4%	Delícia	0,1%	Chamativa	0,1%
Fantástico	0,4%	Pureza	0,1%	Crescimento	0,1%
Felicidade	0,4%	Abençoado	0,1%	Conhecimento	0,1%
Inesquecível	0,4%	Alto Astral	0,1%	Sem palavras	0,1%
Top	0,4%	Amigos	0,1%	Poderoso	0,1%
Turismo	0,4%	Aprazível	0,1%	Divino	0,1%
Mar	0,4%	Areia	0,1%	Aglomerado	0,1%
Calor	0,4%	Arretado	0,1%	Cerveja	0,1%
Exuberante	0,4%	Auge	0,1%	Covid	0,1%
Paradisiaco	0,4%	Aventura	0,1%	Badalada	0,1%
Abandono	0,3%	Azul	0,1%	Naturalidade	0,1%
Bacana	0,3%	Brasil	0,1%	Festivo	0,1%
Deslumbrante	0,3%	Caloroso	0,1%	Caribe	0,1%
Lar	0,3%	Caro	0,1%	Obra de Deus	0,1%
Segurança	0,3%	Cativo	0,1%	Privilégio	0,1%
Amável	0,2%	Complicado	0,1%	Renascimento	0,1%
Apaixonante	0,2%	Conforto	0,1%	Inspiração	0,1%
Cidade do sol	0,2%	Convdativo	0,1%	Infância	0,1%
Cultura	0,2%	Desenvolvimento	0,1%	Excepcional	0,1%
Diversidade	0,2%	Diversificado	0,1%	Razoável	0,1%
Espectáculo	0,2%	Divertido	0,1%	Céu	0,1%
Extraordinário	0,2%	Esperança	0,1%	Refeição	0,1%
Futuro	0,2%	Expectativa	0,1%	Mormaço	0,1%
Gratidão	0,2%	Fenomenal	0,1%	Parado	0,1%
Interessante	0,2%	Filho	0,1%	História	0,1%
Pipa	0,2%	Frias	0,1%	Pacífico	0,1%
Simpatia	0,2%	Gigantes	0,1%	Custo benefício	0,1%
Verão	0,2%	Gracioso	0,1%		
		Ideal	0,1%		

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

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA EXECUTIVA DA FECOMERCIO/RN

Raniery Christiano de Queiroz Pimenta

ASSESSORIA DE MERCADO DA FECOMERCIO/RN

Marcelo Bandiera

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA FECOMERCIO/RN

Luciano Kleiber

Lívia Aires

Virgínia França

DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS

EQUIPE TÉCNICA:

Tiago Chacon Fontoura
Coordenador Técnico

Nivaldo Gonçalves da Silva Filho
Coordenador de campo

Maria do Socorro da Silva
Celmo Hudson Reis de Paula
Anna Thereza Souza de Oliveira
Lidiane Silva da Costa
João Maria Soares Sobrinho
Josiel Soares da Costa
Josicleide Silva Martins
Julio Cezar Melo Varela
Thales Silva Capistrano
Pesquisadores

ANEXO

