

### 3.14 DEMANDA TURÍSTICA ATUAL

Este capítulo apresenta um conjunto de informações sobre o Turismo no Pólo de modo a traçar o perfil dos turistas para identificar as preferências e produtos que procuram.

Os números apresentados aqui são provenientes dos anos de 1996 a 1998, incluindo um paralelo com os dados disponíveis para o mês de Janeiro de 1999. As principais variáveis de classificação do perfil dos visitantes foram a faixa etária, o sexo, a origem, o tipo de turismo que procuram e o poder de compra. Eventualmente, outras variáveis podem ser acrescentadas à análise.

Apresenta-se na Tabela 74 os números do turismo com relação ao fluxo mensal de entrada de hóspedes registrados na Grande Natal. A mesma abrange os municípios de Natal, São Gonçalo do Amarante, Parnamirim e Extremoz, os quais respondem por 91,2% do parque hoteleiro da Área de Planejamento, dado que Macaíba não pertence a esta área e não dispõe de meios de hospedagem. A tabela deixa de refletir apenas 8,73% da demanda turística da Área de Planejamento, que é representado majoritariamente pelo município de Tibau do Sul (detentor de 7,1% do parque hoteleiro da Área de Planejamento).

Tabela 74 Fluxo Mensal de Entrada de Hóspedes Registrados nos Meios de Hospedagem

	FLUXO TOTAL DE HÓSPEDES					
	1996		1997		1998	
	QUANT	%	QUANT	%	QUANT	%
<b>Brasileiros</b>						
Janeiro	14.442	6.7	26.888	11.6	29.062	10.9
Fevereiro	17.690	8.2	15.252	6.6	15.536	5.8
Março	14.746	6.8	16.031	6.9	16.262	6.1
Abril	12.145	5.6	14.328	6.2	14.652	5.5
Maio	11.636	5.4	13.136	5.6	15.491	5.8
Junho	15.958	7.4	13.322	5.7	14.106	5.3
Julho	20.744	9.6	20.804	9.0	25.805	9.7
Agosto	10.930	5.1	16.790	7.2	20.319	7.6
Setembro	14.031	6.5	16.891	7.3	22.420	8.4
Outubro	18.175	8.5	19.476	8.4	25.717	9.7
Novembro	20.918	9.7	19.742	8.5	20.735	7.8
Dezembro	23.718	11.1	22.322	9.6	25.412	9.5
<b>Subtotal</b>	<b>195.133</b>	<b>90.6</b>	<b>214.982</b>	<b>92.6</b>	<b>245.517</b>	<b>92.1</b>
<b>Estrangeiros</b>						
Janeiro	971	0.5	2.149	0.9	2.356	0.9
Fevereiro	1.792	0.8	3.258	1.4	2.281	0.9
Março	1.822	0.8	2.502	1.1	2.217	0.8
Abril	1.928	0.9	722	0.3	1.610	0.6
Maio	862	0.4	824	0.4	954	0.4
Junho	1.109	0.5	455	0.2	853	0.3
Julho	1.442	0.7	1.446	0.6	964	0.4
Agosto	2.715	1.2	1.560	0.7	2.283	0.9
Setembro	2.457	1.1	613	0.3	1.130	0.4
Outubro	1.038	0.5	790	0.3	1.700	0.6
Novembro	2.324	1.1	1.463	0.6	2.458	0.9
Dezembro	1.895	0.9	1.450	0.6	2.270	0.8
<b>Subtotal</b>	<b>20.355</b>	<b>9.4</b>	<b>17.232</b>	<b>7.4</b>	<b>21.076</b>	<b>7.9</b>
<b>Total</b>	<b>215.488</b>	<b>100.0</b>	<b>232.214</b>	<b>100.0</b>	<b>266.593</b>	<b>100.0</b>

Fonte: BOH e FNRH. SETUR - RN

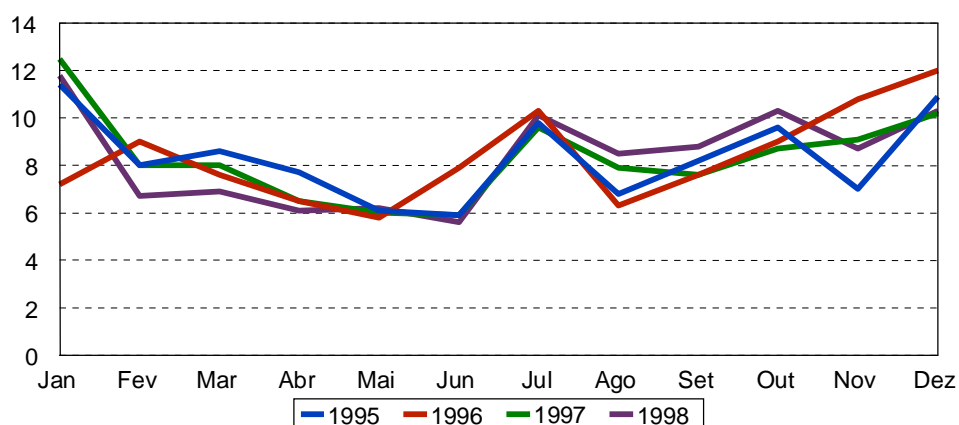


Gráfico 6 Fluxo Mensal de Hóspedes (Brasileiros e Estrangeiros) registrados em Meios de Hospedagem nos meses de 1995 a 1998.

Considerando a totalidade dos turistas que foram registrados em meios de Hospedagem, percebe-se pelo Gráfico 6 que o fluxo de turistas tem sua maior intensidade nos meses de Janeiro, Julho e Dezembro, mantendo percentuais acima dos 10 % para esses meses.

Uma vez identificados os meses de maior fluxo, são analisados a seguir os locais de origem destes turistas.

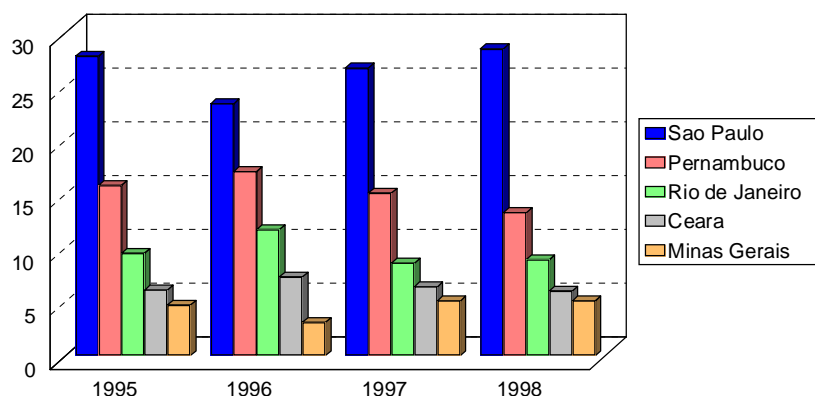


Gráfico 7 Principais Estados Emissores de Turistas

Identifica-se pelo Gráfico 7 que o maior emissor de turistas para a região, durante o período de 1995 a 1998, é o Estado de São Paulo seguido do Estado de Pernambuco.

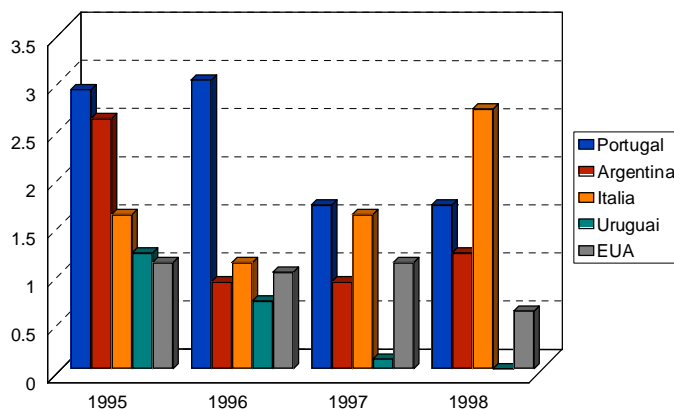


Gráfico 8 Principais Países Emissores de Turistas

Com relação ao fluxo de turistas estrangeiros, o principal país emissor, no ano de 1998 foi a Itália, seguido de Portugal que se mantinha como principal emissor de turistas para o Estado nos anos anteriores.

O motivo que traz estes turistas ao Estado resume-se em duas principais categorias, o Turismo "Passeio", propriamente dito, e as Viagens de Negócios. O turismo de negócios

tem um maior valor nos meses de Abril e Junho, aproximando-se em valor percentual da principal categoria, que tem seus maiores picos nos meses de Janeiro, Julho e Dezembro.

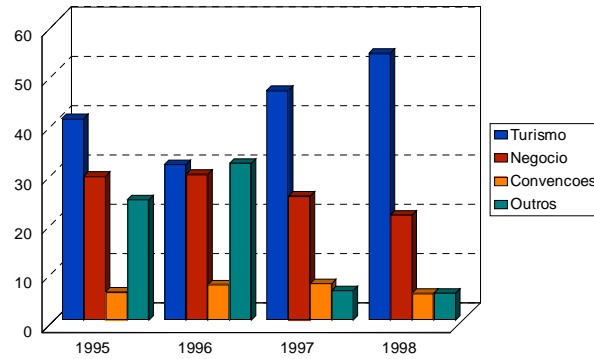


Gráfico 9 Principais Motivos da Viagem de Turistas Brasileiros

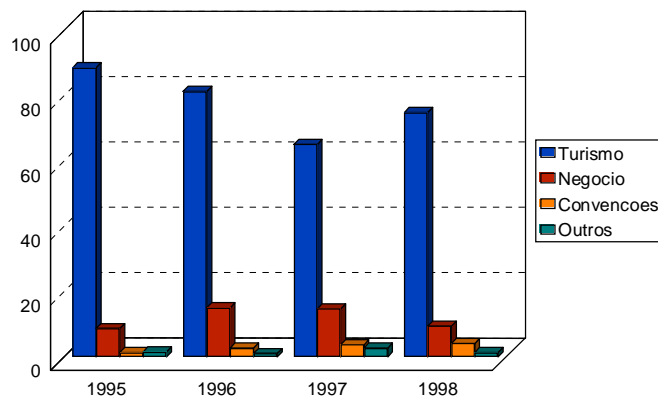


Gráfico 10 Principais Motivos da Viagem de Turistas Estrangeiros

Em contrapartida, o Turismo é o principal motivo de atração para os visitantes estrangeiros. Nos anos de 1995 a 1998, o percentual observado para esta categoria manteve-se acima dos 60%. Um fato interessante é relacionar o motivo da viagem com o tempo de permanência do turista.

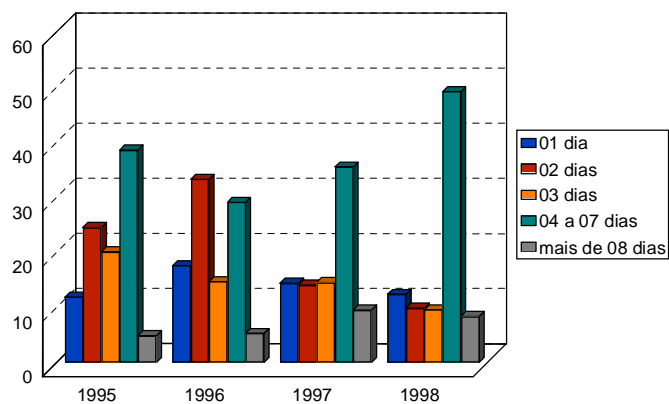


Gráfico 11 Tempo de Permanência de Turistas Estrangeiros

O turista brasileiro, que nos anos de 1995 e 1996, em maior percentual passava 01 dia pela cidade, nos anos de 1997 e 1998 foi registrado que ele permanece por um período de 04 a 07 dias na região.

Como o Turismo é o principal motivo dos visitantes brasileiros, um maior número de atrativos passou a “prender” os turistas por mais tempo na região. Atualmente, as agências de turismo estão comercializando pacotes com um maior número de dias. Os períodos variam de 8 a 14 dias, e oferecem opções múltiplas de passeios a Genipabu, a Pipa, e ao interior do Estado.

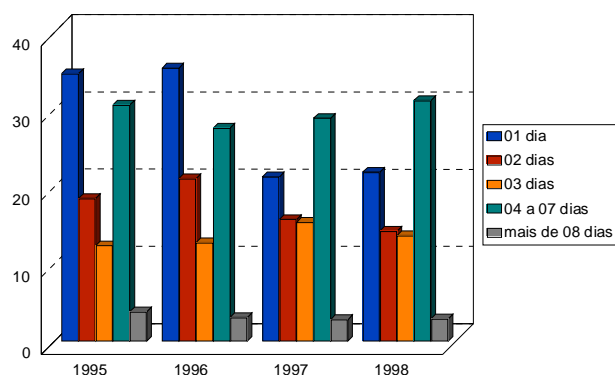


Gráfico 12 Tempo de Permanência de Turistas Brasileiros

Ao contrário da transição no tempo de permanência a que passou o visitante brasileiro, o estrangeiro, desde 1995 permanece na cidade, em sua maioria, de 04 a 07 dias, diminuindo gradativamente o percentual nas demais categorias nesses quatro anos.

A seguir, apresentam-se algumas características pessoais, como renda, faixa etária e sexo dos visitantes da Área de Planejamento.

Tabela 75 Classificação do Turista segundo Faixa Etária

CLASSIFICAÇÃO DO TURISTA DE ACORDO COM A FAIXA ETÁRIA (%)				
	1996	1997	1998	1999*
Abaixo de 18 anos	1,62	2,47	0,00	0,01
De 18 a 25 anos	8,79	18,04	19,06	16,46
De 26 a 35 anos	21,31	33,01	29,05	31,04
De 36 a 50 anos	37,15	34,3	38,82	40,92
De 51 a 65 anos	26,27	10,71	11,31	10,25
Acima de 65 anos	4,86	1,47	1,76	1,32
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Fonte: BOH e FNRH. SETUR - RN

\*Observação: Apenas o mês de janeiro foi considerado no ano de 1999 na tabela acima. Nos demais anos, os valores referem-se às médias anuais.

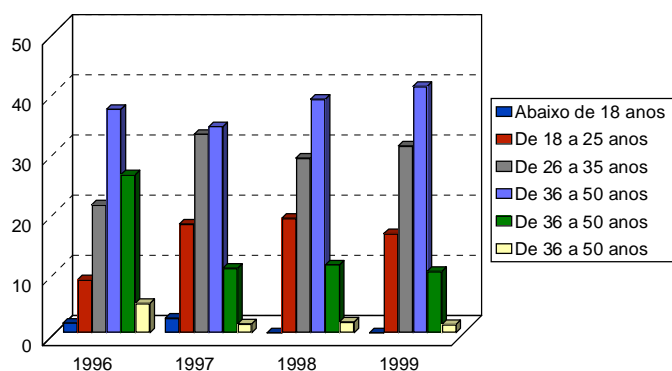


Gráfico 13 Classificação dos Turistas segundo Faixa Etária

O visitante, em sua maior parte, tem entre 36 a 50 anos, seguido da faixa de 26 a 35 anos. Mais uma vez, reforça-se o fato de ter sido considerado apenas o mês de Janeiro no ano de 1999. Ao longo dos anos, são pessoas entre 36 a 50 anos aquelas que mais têm visitado nossa cidade.

Outro ponto a ser observado é com quem este turista viajou, que pessoas ele trouxe consigo e se essas companhias influenciam na permanência e no gasto destes turistas.

Tabela 76 Acompanhantes dos Turistas

	ACOMPANHANTES NA VIAGEM (%)		
	1996	1997	1998
Viajou só	41.84	44.06	41.12
Com a família	40.00	41.71	42.81
Com os amigos	17.18	12.90	11.67
Em excursão	0.98	1.33	3.40

Fonte: BOH e FNRH. SETUR - RN

A partir do gráfico seguinte, obtém-se um dado interessante. O maior número de turistas da cidade, viajou sozinho, reforçado pelo fato de que em sua maior parte, é do sexo masculino. Uma proporção não muito diferente mostra que um grande número de pessoas viaja com a família, reforçando o fato de haverem picos de fluxo nos meses de Janeiro, Julho e Dezembro, meses característicos por férias escolares.

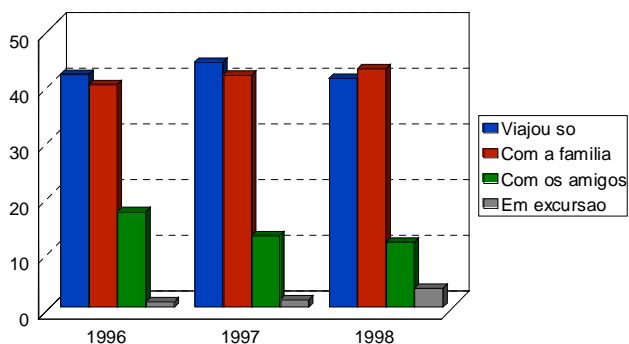


Gráfico 14 Classificação dos Turistas segundo Acompanhantes

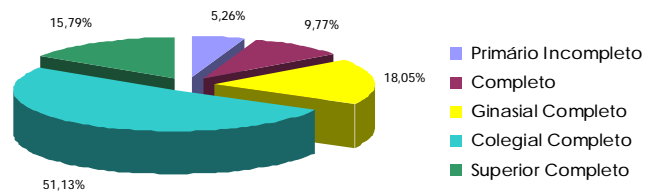


Gráfico 15 Grau de Instrução

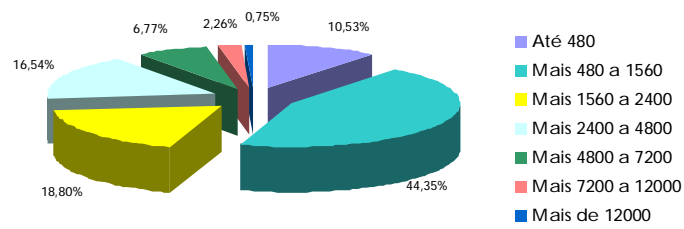


Gráfico 16 Renda Mensal Familiar (em Reais)

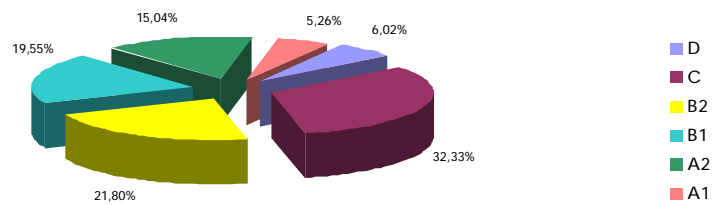


Gráfico 17 Classe Socioeconômica

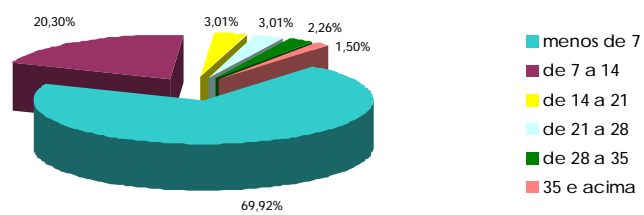


Gráfico 18 Parcela da Renda Familiar (em %) Gasta em Média com Turismo

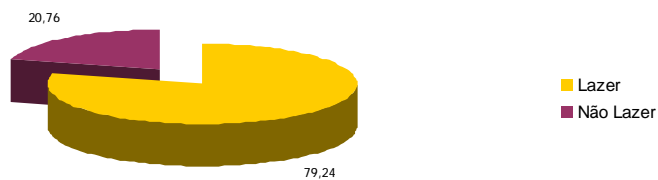


Gráfico 19 Tipo de Viagem

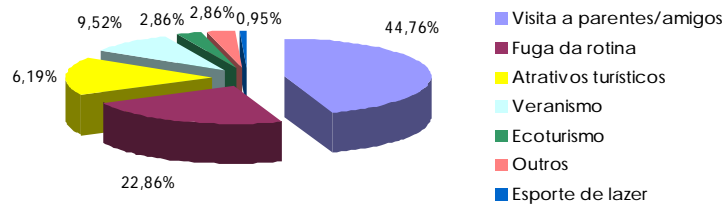


Gráfico 20 Motivo da Viagem de Lazer

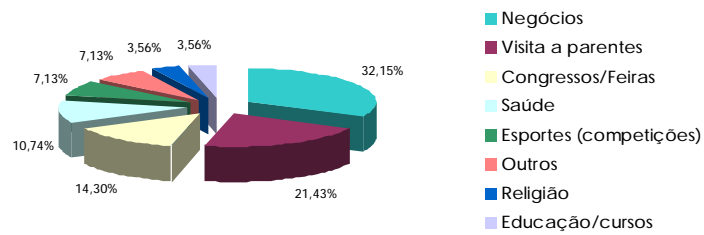


Gráfico 21 Motivo da Viagem de Não Lazer

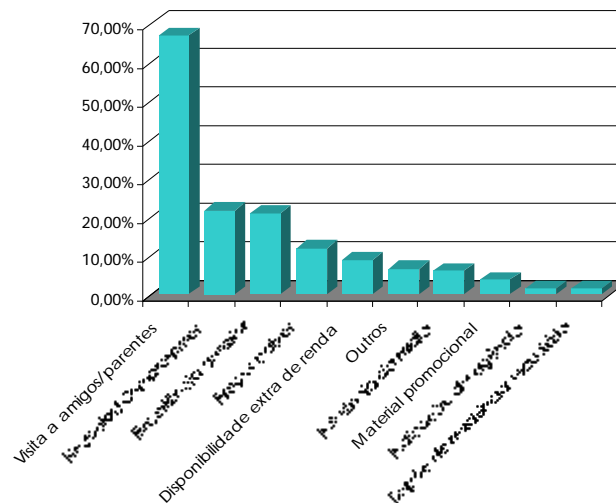


Gráfico 22 Principais Fatores que Influíram na Decisão de Viajar (questão admite mais de uma resposta)

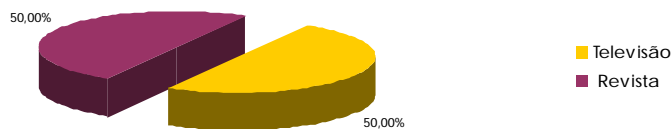


Gráfico 23 Meio de Comunicação que Influenciou a Decisão de Viajar

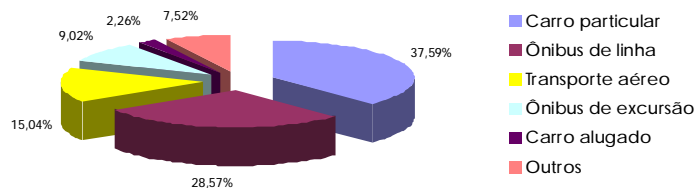


Gráfico 24 Meio de Transporte Utilizado

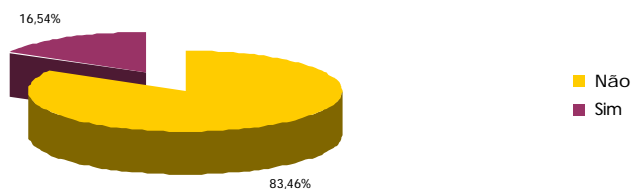


Gráfico 25 Organização da Viagem (utilização de agência)

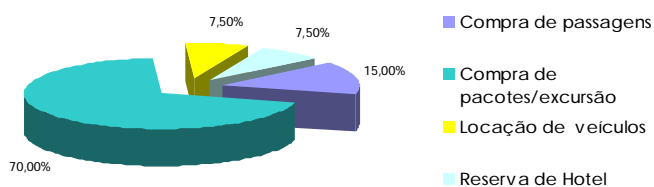
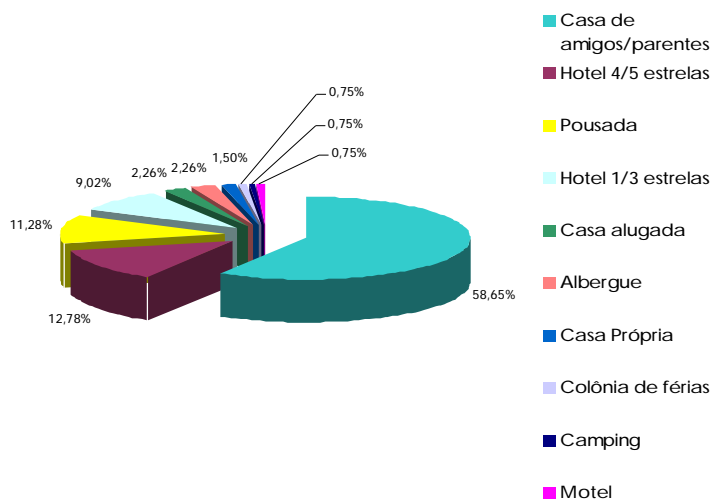


Gráfico 26 Serviços Utilizados da Agência de Viagens



## Gráfico 27 Utilização e Meio de Hospedagem

### O perfil do Turista

O Estado do Rio Grande do Norte apresenta uma demanda turística cuja participação dos turistas nacionais, que ainda é discreta, supera a dos estrangeiros, isto porque, além de não constituir um dos principais portões de entrada de fluxo internacional, o Estado está recentemente firmando sua atividade no Complexo Norte - Nordeste.

Com relação ao interesse do visitante, certamente pode-se afirmar que a maior parte deles têm como principal atrativo o Turismo, mais destacado nos meses de Janeiro, Julho e Dezembro. Ficam em segundo lugar as visitas cujos motivos são os negócios ou similares. “Essa ramificação de Turismo por Negócios” está em crescimento ao longo dos anos, principalmente nos meses de Abril e Junho.

Predominam em Natal os brasileiros, destacando-se os paulistas e pernambucanos. Entre os turistas estrangeiros, a grande maioria é de portugueses e italianos.

A análise do perfil do turista é, por sua vez, importante para a compreensão da demanda turística, grau de exigência e requisitos nos padrões de qualidade da prestação de serviços, para garantir a satisfação do cliente. Este perfil sinaliza a habilidade técnica e comportamental que devem nortear as ações de capacitação profissional com foco no cliente.

### Qualidade dos Serviços Turísticos

A oferta turística é constituída por todos os elementos que contribuem para a satisfação das necessidades dos turistas, quer sejam de ordem psíquica, física ou cultural. A avaliação da qualidade dos serviços feita pelos turistas representa um forte indicativo para a necessidade de treinamento.

Somente para Natal se têm informações sobre a qualidade dos serviços turísticos ofertados. Não existem pesquisas sistematizadas nos municípios da Área de Planejamento.

Pelos dados contidos na tabela abaixo se pode inferir que existe muito a se fazer em termos de capacitação da mão-de-obra em Natal, pelo fato de somente 55,21% dos turistas saírem satisfeitos com os serviços que utilizam.

Os itens mais críticos em Natal são: meios de hospedagem, guias de turismo e informações turísticas.

Tabela 77 Qualidade dos Serviços Turísticos (soma dos % de conceitos ótimo e bom)

MUNICÍPIO	MÉDIA	MEIOS DE HOSPEDAGEM	ALIMENTOS & BEBIDAS	COMPRAS	PASSEIOS	RECEPÇÃO E HOSPEDAGEM	INFORMAÇÕES TURÍSTICAS	GUIAS DE TURISMO
NATAL	63,66	57,19	79,55	66,45	58,63	93,45	54,79	35,58

Fonte: Relatório I – Levantamento Diagnóstico para elaboração do componente Capacitação Profissional do PRODETUR II.

## Conclusão

Os maiores emissores de turistas para região, no período de 1995 a 1998, foram São Paulo e Pernambuco, nessa ordem. Com relação ao fluxo de turistas estrangeiros, o principal país emissor foi a Itália, seguido de Portugal. O motivo que traz estes turistas a Natal são: o Turismo "Passeio" que tem seus maiores picos nos meses de Janeiro, Julho e Dezembro e; as Viagens de Negócios, que são mais expressivas nos meses de Abril e Junho.

O turista brasileiro, que nos anos de 1995 e 1996, em maior percentual passava 01 dia na região, nos anos de 1997 e 1998 o período de permanência passou a ser de 04 a 07 dias. O turista estrangeiro, desde 1995, permanece na cidade de 04 a 07 dias.

Como o turismo é o principal motivo dos visitantes brasileiros, um maior número de atrativos passou a "prender" os turistas mais tempo na região. Atualmente, as agências de turismo estão comercializando pacotes com maior número de dias. Os períodos variam de 8 a 14 dias, oferecendo opções múltiplas de passeios a Genipabu e a Pipa.

A oferta turística é constituída por todos os equipamentos que contribuem para a satisfação das necessidades dos turistas. A avaliação da qualidade dos serviços feita pelos turistas representa um forte indicativo para a necessidade de treinamento.

Os resultados positivos obtidos em relação à demanda turística são frutos do trabalho exaustivo feito pelo Estado na captação dos vôos charters internacionais, principalmente provenientes da Europa; e da qualificação do turista que exige produtos gabaritados e meio ambiente ecologicamente correto, contribuindo para o desenvolvimento da região.