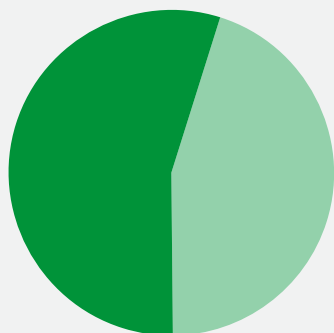


# PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE FOZ DO IGUAÇU 2024

Pesquisa de caracterização de demanda turística aplicada entre dezembro de 2024 e janeiro de 2025, realizada pela Secretaria Municipal de Turismo de Foz do Iguaçu e o Itaipu Parquetec. Os resultados deste infográfico referem-se à primeira etapa da pesquisa, realizada entre 05 e 15/12/2024.

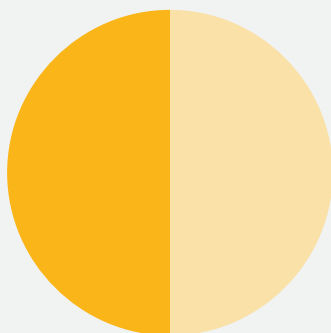
## Perfil dos turistas

### Gênero



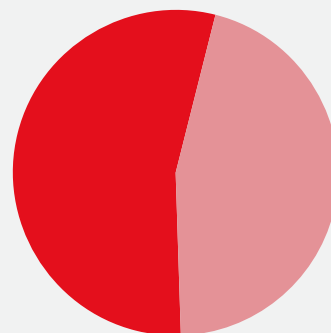
Masculino **56%**  
Feminino **44%**

### Faixa etária



32 a 50 anos  
**50% do público**

### Escolaridade



Superior Completo  
**55% do público**

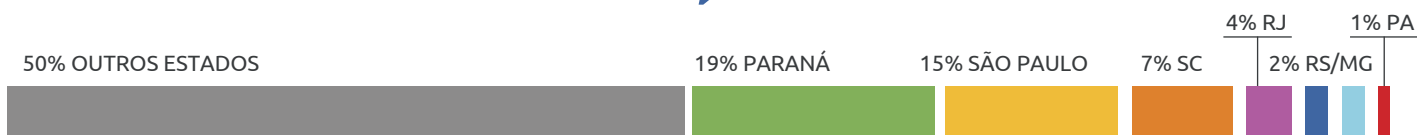
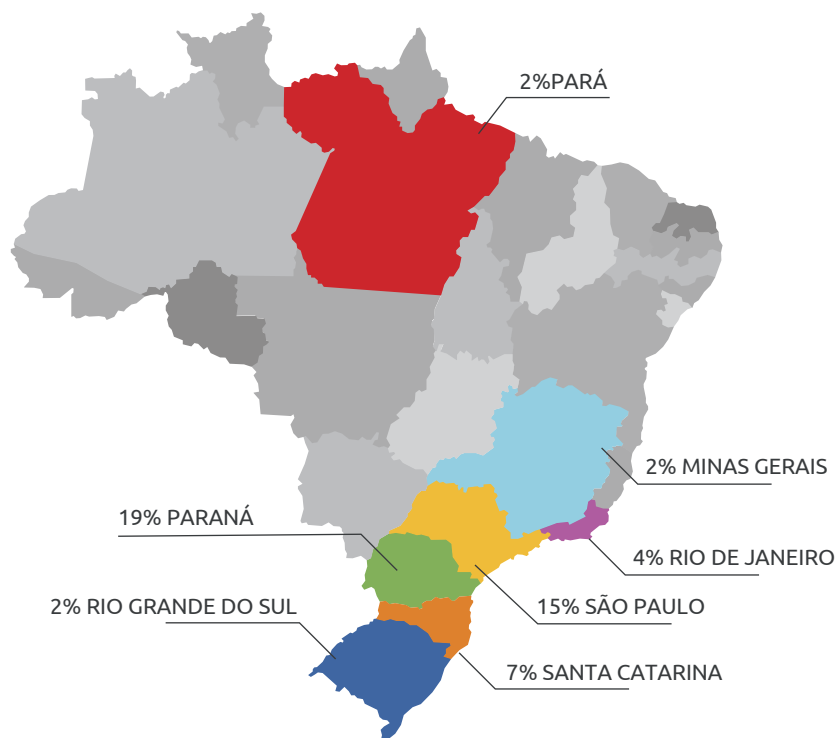
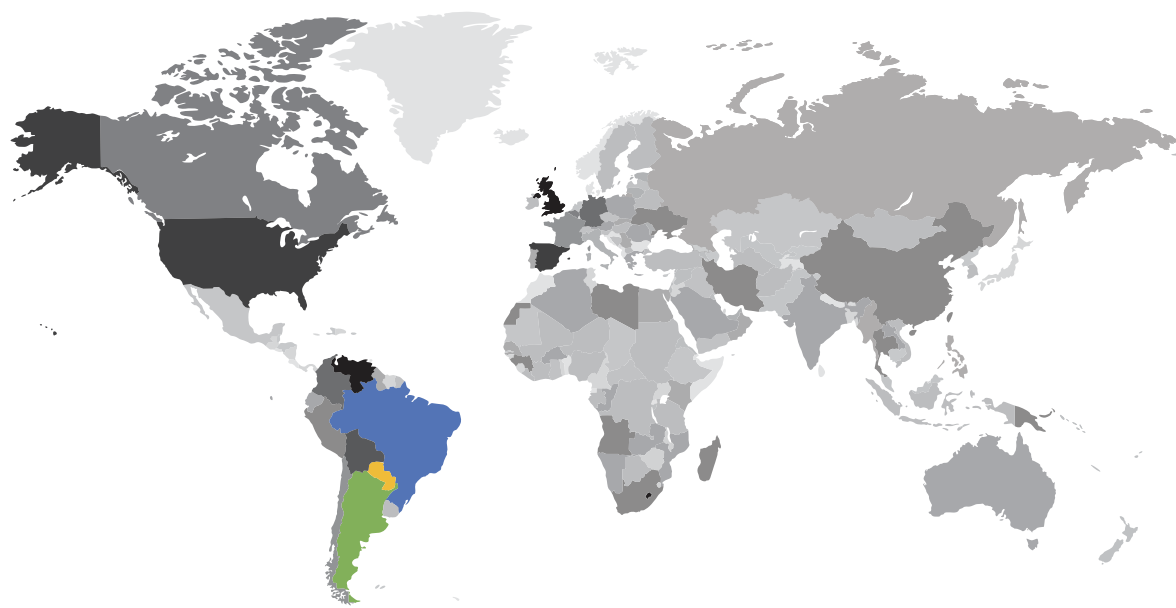
**Renda média** R\$10.500,00  
individual mensal

**Renda média** R\$15.500,00  
familiar mensal



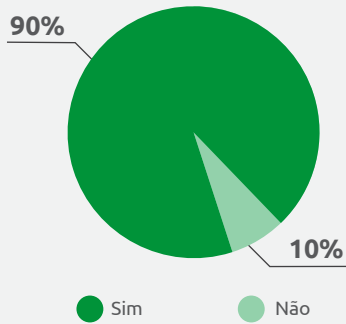
Foto: Cataratas do Iguaçu/Banco de Imagens

## Procedência dos Turistas



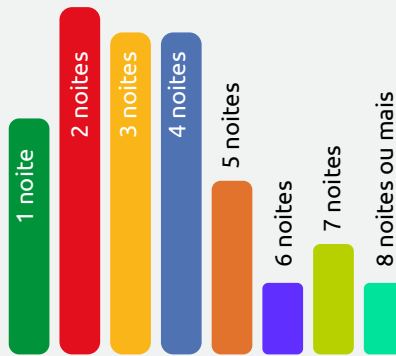
## Comportamento

### VOCÊ PERNOITOU EM FOZ DO IGUAÇU?



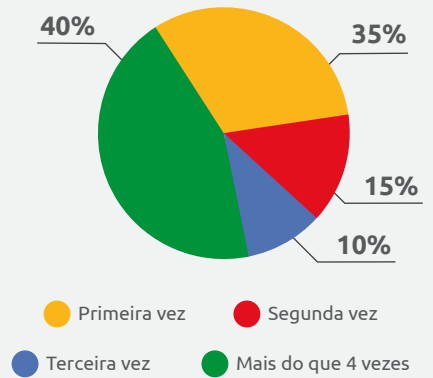
Foz do Iguaçu apresenta um grande percentual de turistas que pernovernam e movimentam a economia e ainda tem o potencial de converter excursionistas em turistas.

### QUANTAS NOITES VOCÊ PERNOITOU EM FOZ DO IGUAÇU?



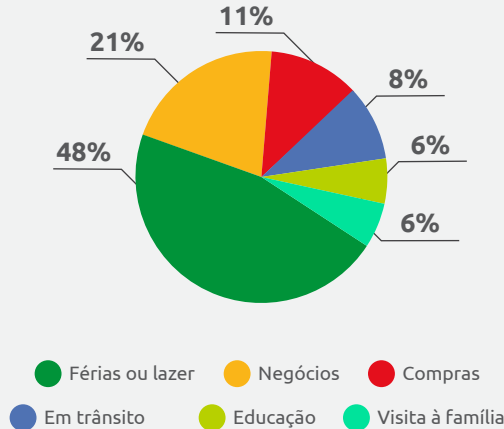
A média de noites em Foz do Iguaçu é de 3,66, com destaque para 51% dos turistas que permaneceram na cidade 4 noites ou mais.

### QUANTAS VEZES VOCÊ VISITOU FOZ DO IGUAÇU?



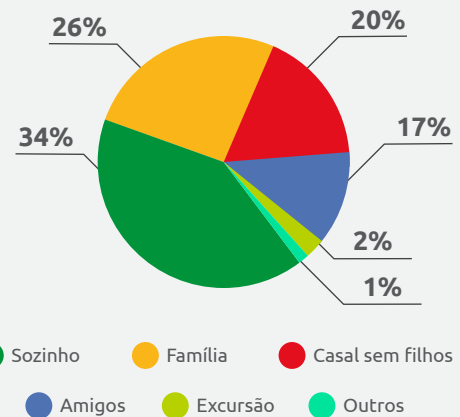
Foz do Iguaçu apresenta um público diversificado, com capacidade de cativar novos turistas e manter turistas recorrentes.

### QUAL O PRINCIPAL MOTIVO DE VIAGEM A FOZ DO IGUAÇU?



Foz do Iguaçu atrai turistas que querem descansar, conhecer os atrativos locais, mas também visitam a cidade a negócios, predominantemente.

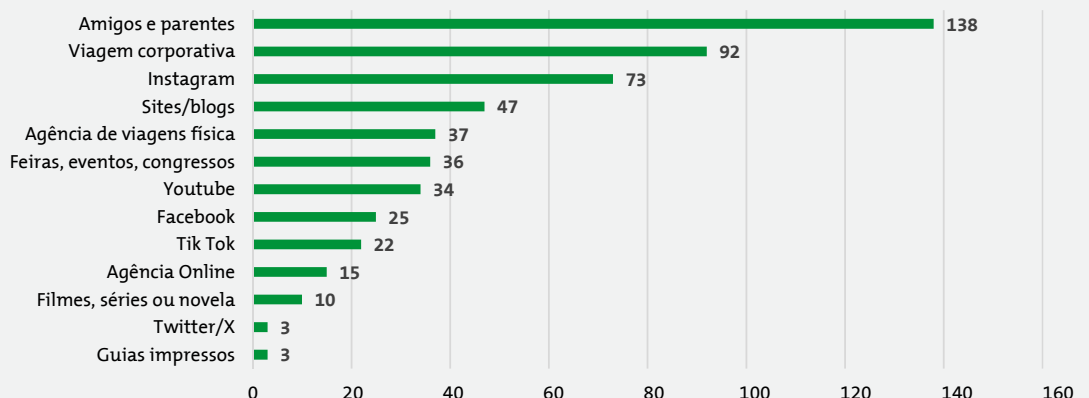
### COM QUEM VOCÊ VIAJOU A FOZ DO IGUAÇU?



Foz é atrativa para viajantes solo, mas também para viajantes em família, casal sem filhos e amigos, demonstrando ser um destino que atrai perfis diversificados.

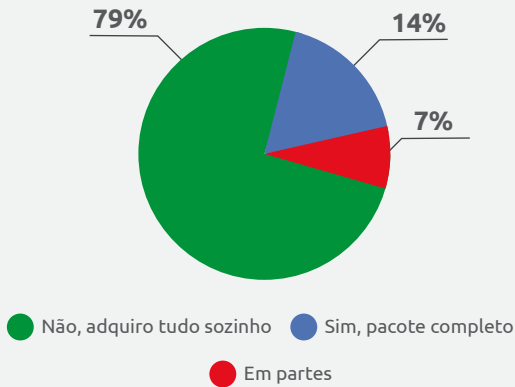
### QUAL O MEIO MAIS IMPORTANTE PARA A ESCOLHA DE FOZ DO IGUAÇU?

Os turistas foram influenciados por amigos e parentes, pela mídia social Instagram e agências de viagens física, predominantemente, demonstrando a importância da opinião de pessoas próximas, do digital e ainda das agências de viagens.



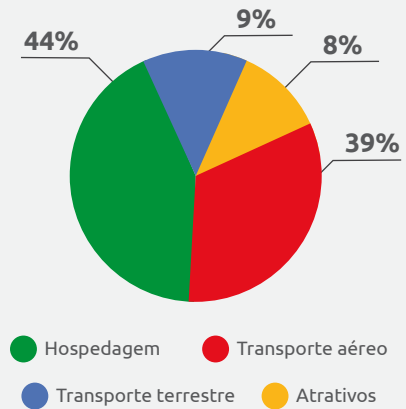
## Organização da Viagem e Oferta Turística

### SUA VIAGEM FOI ORGANIZADA POR AGÊNCIA DE VIAGENS?



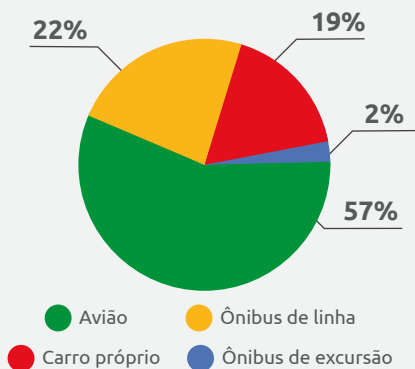
Grande parte dos turistas organizou a viagem de forma independente, refletindo a tendência crescente entre viajantes que buscam maior autonomia e flexibilidade.

### QUAIS ITENS FORAM ADQUIRIDOS POR AGÊNCIA DE TURISMO?



Entre os turistas que optaram adquirir itens de agências de turismo, a hospedagem e o transporte aéreo foram os mais procurados, tendo registrado menor demanda o transporte terrestre e os ingressos de atrativos.

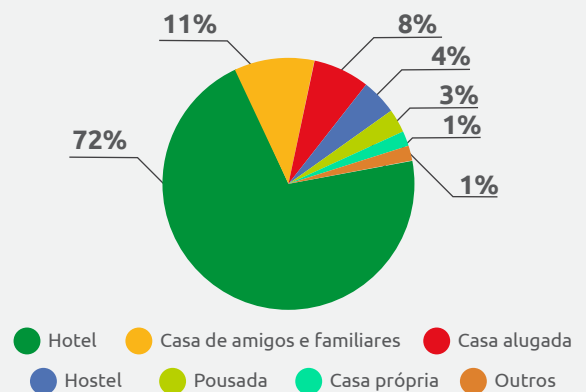
### QUAL FOI O PRINCIPAL MEIO DE TRANSPORTE USADO PARA CHEGAR EM FOZ?



O avião\* foi o meio de transporte mais utilizado pelos turistas nesta etapa da pesquisa, seguido de ônibus de linha e carro próprio. Ônibus de excursão pode ser melhor explorado, tendo registrado apenas 2% das respostas dos turistas.

\*Nota: O posto de fiscalização da BR-277 que poderia ter contribuído para que este percentual fosse maior foi desconsiderado devido à impossibilidade de triagem dos veículos pelos pesquisadores. Como consequência, a pesquisa foi impactada, pois a BR 277 é a principal via de acesso para turistas que chegam ou saem da cidade de carro.

### QUAL FOI O TIPO DE HOSPEDAGEM UTILIZADA EM FOZ DO IGUAÇU?

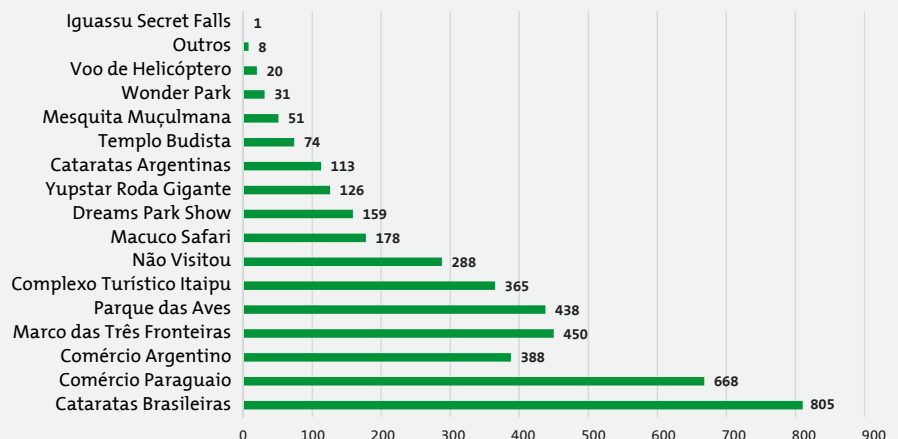


Hotel é o meio de hospedagem mais escolhido pelos turistas, reforçando a forte infraestrutura hoteleira da cidade. Casa de amigos e familiares ficou na segunda posição, seguido de casa alugada.

### QUAIS ATRATIVOS VOCÊ VISITOU?

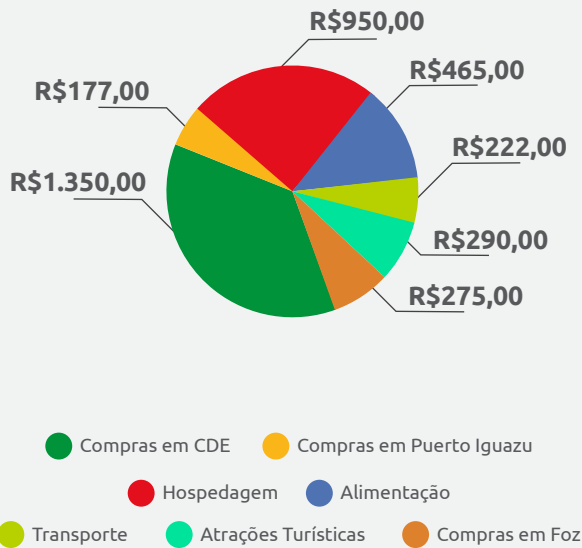
Os atrativos mais visitados foram as Cataratas brasileiras (59%), o comércio paraguaio (54%), o comércio argentino (36%), o Marco das Três Fronteiras, o Parque das Aves (35%) e o Complexo Turístico Itaipu (29%).

As Cataratas brasileiras permanece como a principal escolha dos turistas, mas o comércio paraguaio apesar de não ter sido citado como uma das principais motivações de viagem a Foz do Iguaçu, foi apontado por 54% dos turistas, relevando a representatividade do turismo de compras para o destino.

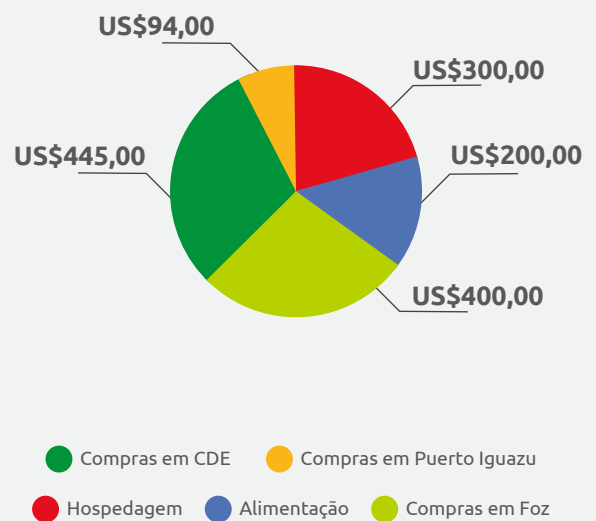


## Valores Gastos em Foz do Iguaçu

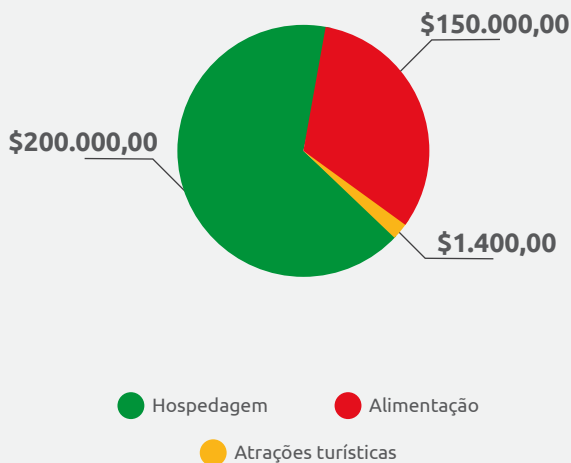
### QUAIS OS VALORES MÉDIOS GASTOS POR PESSOA EM REAIS NA VIAGEM?



### QUAIS OS VALORES MÉDIOS GASTOS POR PESSOA EM DÓLARES NA VIAGEM?



### QUAIS OS VALORES MÉDIOS GASTOS POR PESSOA EM PESOS NA VIAGEM?



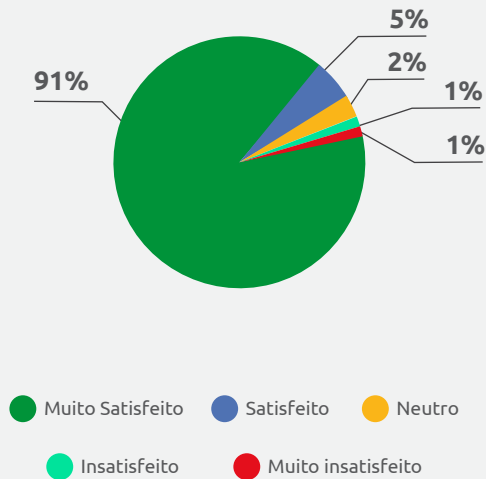
Os turistas em Foz do Iguaçu apresentam um gasto médio individual em reais superior a R\$ 3.750,00 durante a estadia, sendo que o comércio paraguaio lidera as despesas, seguido pela hospedagem e alimentação. Enquanto os turistas que utilizam dólares dão maior peso às compras em Foz do Iguaçu, os argentinos concentram suas despesas em necessidades básicas como hospedagem e alimentação, com valores modestos gastos em atrações turísticas.

Esses padrões de consumo reforçam a importância do turismo de compras para a economia local, consolidando Foz do Iguaçu como um importante polo transfronteiriço, impulsionando o comércio e o turismo regional. Os dados, principalmente relacionados ao público que consome em pesos, os argentinos, apontam para oportunidades de desenvolvimento como a criação de produtos que combinem atrações com hospedagem e alimentação.

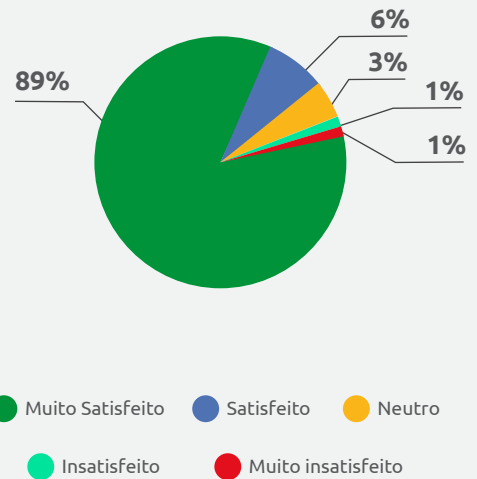


## Satisfação dos Turistas

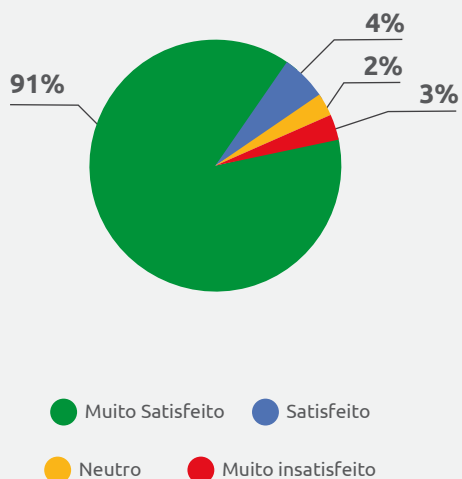
### QUAL SEU NÍVEL DE SATISFAÇÃO PARA RECOMENDAR FOZ DO IGUAÇU?



### QUAL SEU NÍVEL GERAL DE SATISFAÇÃO COM FOZ DO IGUAÇU?



### QUAL SEU NÍVEL DE SATISFAÇÃO PARA RETORNAR PARA FOZ DO IGUAÇU?

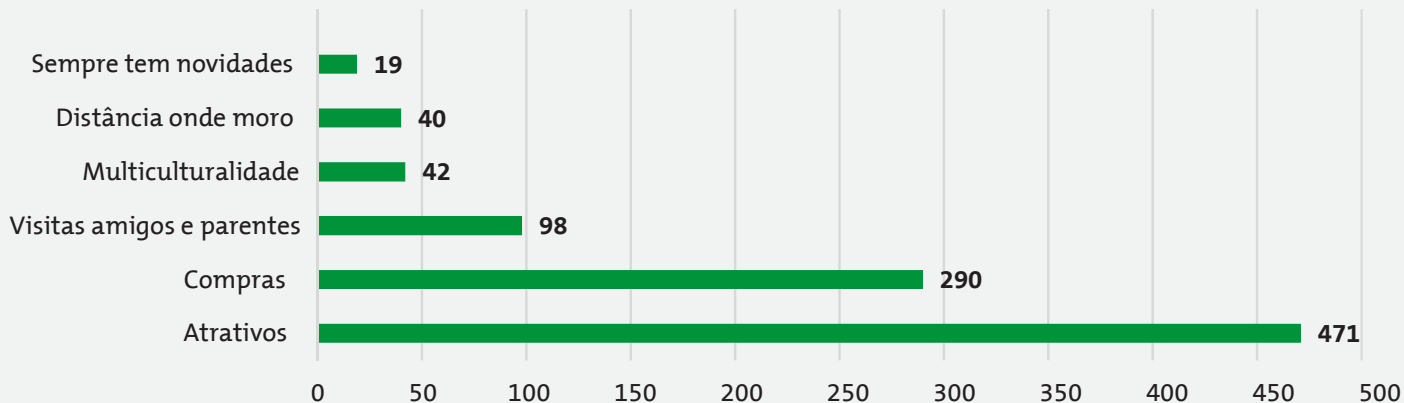


Os dados sobre a satisfação dos turistas em Foz do Iguaçu revelam um alto índice de aprovação, com 95% dos visitantes relatando experiências positivas, refletindo a qualidade dos atrativos e serviços locais. A baixa insatisfação (2%) e neutralidade (3%) indicam que as áreas de melhoria são pontuais, permitindo a manutenção do padrão elevado de atendimento. Com 93% dos turistas manifestando intenção de retorno, o destino demonstra forte atratividade, sugerindo que esforços específicos para abordar as poucas críticas podem fortalecer ainda mais a fidelização dos visitantes.

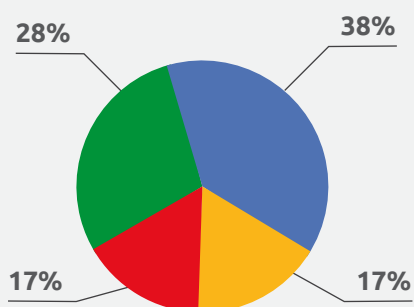


## Satisfação dos Turistas

### QUAL É O PRINCIPAL MOTIVO DE RETORNO A FOZ DO IGUAÇU?



### MOTIVOS PARA NÃO RETORNAR PARA FOZ DO IGUAÇU



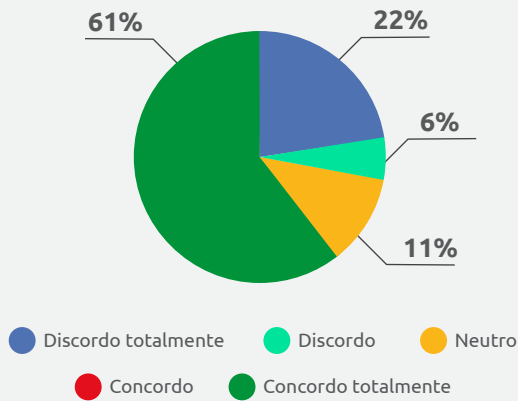
- Prefiro conhecer novos destinos
- Preços praticados
- Moro muito distante
- Falta de oferta de voos

A principal motivação para o retorno, diz respeito à qualidade dos atrativos turísticos (77,87%), seguida pelas compras (47,92%), destacando o potencial do comércio local. A ligação com amigos e familiares representa 8%, enquanto a multiculturalidade e a distância obtiveram 3% cada. Entre os que não retornariam, 38% desejam conhecer novos destinos, 28% apontaram que os preços praticados são um empecilho e a falta de voos e a distância do destinos, ambos com 17% são desafios para aumentar a retenção de turistas.

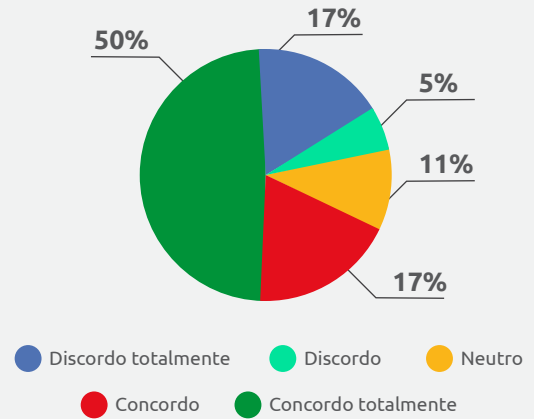


## Acessibilidade

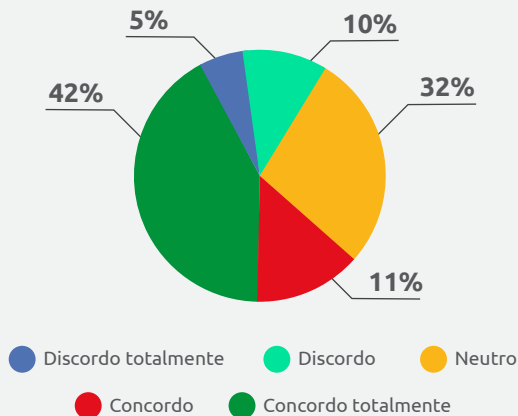
OS HOTÉIS E ACOMODAÇÕES POSSUEM INFRAESTRUTURA ADEQUADA PARA PESSOAS COM MOBILIDADE REDUZIDA?



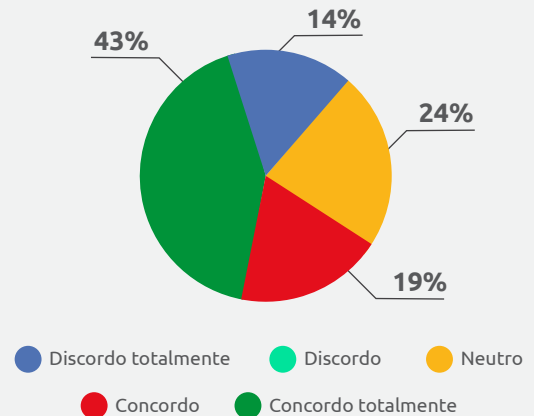
OS SERVIÇOS DE TRANSPORTE (TÁXIS, ÔNIBUS, VANS) SÃO ADEQUADOS E ACESSÍVEIS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA?



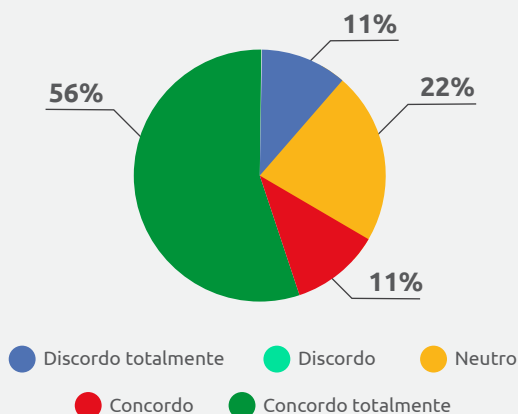
OS ACESSOS ÀS ATRAÇÕES TURÍSTICAS SÃO ADEQUADOS PARA PESSOAS COM MOBILIDADE REDUZIDA?



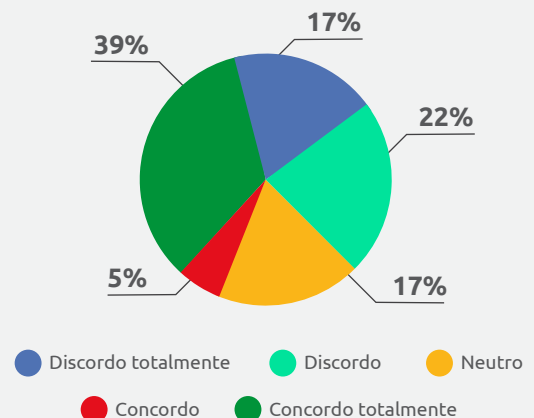
A SINALIZAÇÃO E AS INFORMAÇÕES DISPONÍVEIS NAS ATRAÇÕES TURÍSTICAS SÃO CLARAS E ACESSÍVEIS?



AS OPÇÕES DE LAZER E ENTRETENIMENTO SÃO ACESSÍVEIS E INCLUSIVAS?



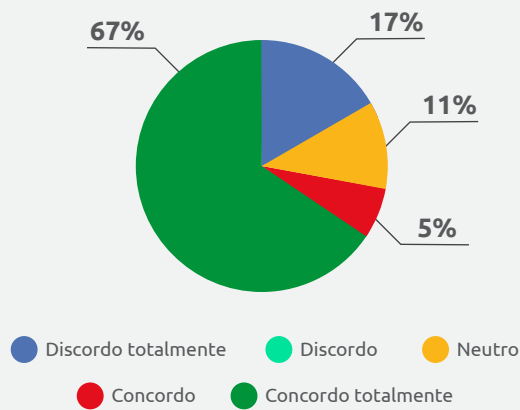
OS BANHEIROS PÚBLICOS E ÁREAS DE CONVENIÊNCIA SÃO ADAPTADOS E BEM LOCALIZADOS?



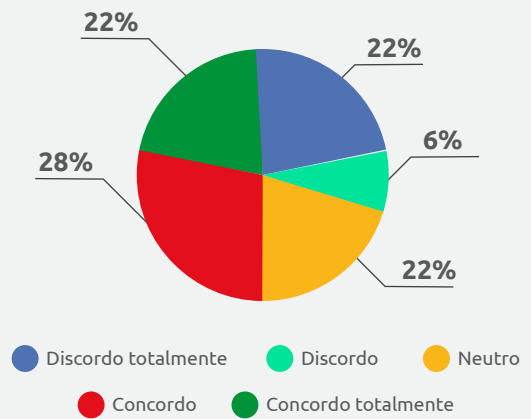


## Acessibilidade

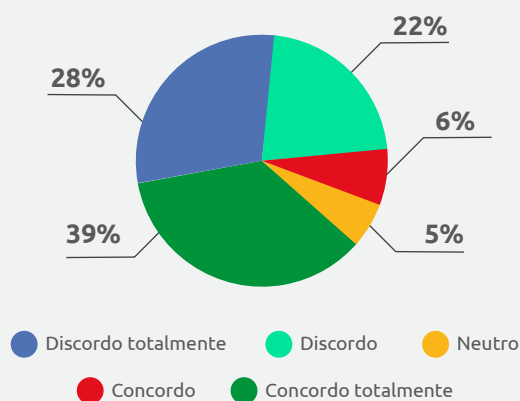
**OS FUNCIONÁRIOS DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS ESTÃO PREPARADOS PARA ATENDER PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E MOBILIDADE REDUZIDA?**



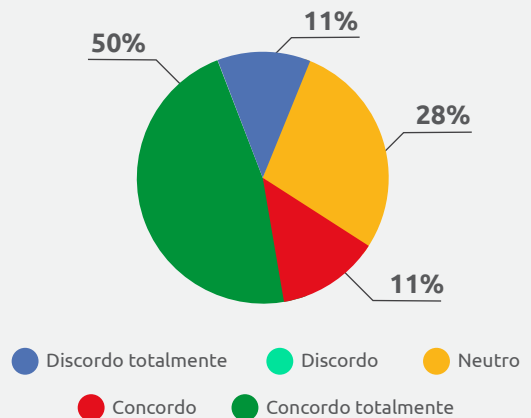
**OS PREÇOS DE SERVIÇOS ADAPTADOS SÃO JUSTOS E ACESSÍVEIS?**



**AS INFORMAÇÕES TURÍSTICAS (SITE, GUIAS IMPRESSOS, ETC) ESTÃO DISPONÍVEIS EM FORMATOS ACESSÍVEIS, COMO ÁUDIO E BRAILLE?**



**A EXPERIÊNCIA GERAL DE TURISMO É INCLUSIVA PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA?**



A acessibilidade em Foz do Iguaçu é percebida como satisfatória por grande parte dos turistas, especialmente em hospedagem e transportes, com 61% e 50% dos respondentes, respectivamente, avaliando positivamente a infraestrutura para pessoas com mobilidade reduzida.

Contudo, ainda há desafios a serem superados, como a adequação dos acessos às atrações turísticas (com menos de 50% de respostas positivas) e os banheiros públicos adaptados, em que apenas 39% dos turistas concordaram totalmente e 5% concordaram parcialmente, enquanto 39% avaliaram negativamente.

A percepção de preços justos também é mista, assim como a falta de informações em formatos acessíveis, indicando um ponto a ser melhor elaborado.

Em geral, a experiência para pessoas com deficiência demonstra um retorno positivo dentre os turistas, indicando 61% de respostas satisfatórias. Isso indica que, ainda sim, a contínua capacitação dos funcionários dos serviços turísticos e investimento em infraestrutura adequada para este público, é indispensável para garantir uma experiência turística cada vez mais inclusiva e atrativa.

## Conclusões da Fase 1

A primeira fase da pesquisa sobre o turismo em Foz do Iguaçu, ocorrida no período de 05 a 08/12/2024 e de 12 a 15/12/2024, revelou dados importantes sobre o perfil dos visitantes e suas percepções - os turistas são predominantemente homens com ensino superior, entre 32 e 50 anos, com renda média de R\$ 10.500,00, provenientes principalmente de estados próximos, como Paraná, São Paulo e Santa Catarina. A maioria pernoita na cidade por cerca de 3,66 noites, preferindo o transporte aéreo e utiliza hotéis como meio de hospedagem.

Os principais atrativos visitados incluem as Cataratas Brasileiras, o comércio paraguaio e argentino, o Parque das Aves, o Marco das Três Fronteiras e o Complexo Turístico Itaipu.

A acessibilidade foi avaliada de forma mista, destacando a necessidade de melhorias em sinalização e acesso. Apesar disso, 89% dos turistas estão satisfeitos e 91% recomendam o destino, demonstrando uma alta taxa de retenção e intenção de retorno.

As próximas fases da pesquisa, realizadas nos períodos entre 19 e 29/12/2024 e de 05 a 15/01/2025, buscarão aprofundar a compreensão sobre o comportamento e satisfação dos turistas antes e durante o feriado de Natal e as férias de janeiro, visando apontar caminhos para serem construídas estratégias mais eficazes para contribuir para o desenvolvimento sustentável do destino.

### SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU

Secretário Municipal de Turismo  
**Jin Bruno Petrycoski**

Diretoria Técnica de Desenvolvimento do Turismo  
**Lourenço Kurten**

Chefe da Divisão de Estatística e Estudos Turísticos/Supervisão da Pesquisa  
Observatório de Turismo de Foz do Iguaçu  
**Sheila Domingues**

Elaboração de Pesquisa e Consultoria/Observatório de Turismo de Foz do Iguaçu  
**Ana Cristina Rempel de Oliveira**

Responsável pelo Instrumento de Pesquisa  
**Regina Maurício**

### ITAIPU PARQUETEC

Superintendente  
**Irineu Mario Colombo**

Diretor de Turismo  
**Yuri Benites**

Gerente do Turismo Sustentável  
**Silvana Gomes**

Coordenadora do Turismo Sustentável/Tabulação, Análises e Supervisão da Pesquisa  
**Viviane Welter**

Bolsista do Turismo Sustentável  
**Milena Gehring Nascimento**



Foto: Marco das Três Fronteiras - Jean Poggio