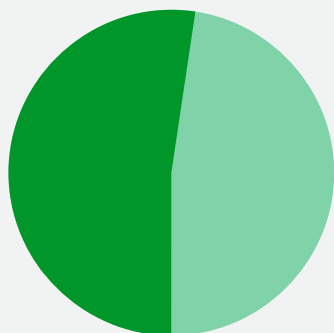


PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA DE FOZ DO IGUAÇU 2024

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 segunda fase da pesquisa, realizada entre 19 a 22/12/2024 e de 26 a 29/12/2024.

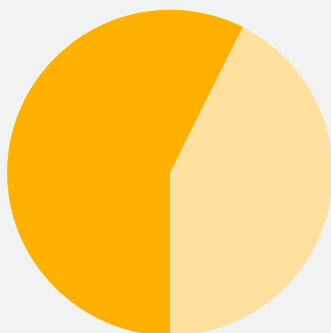
Perfil dos turistas

Gênero



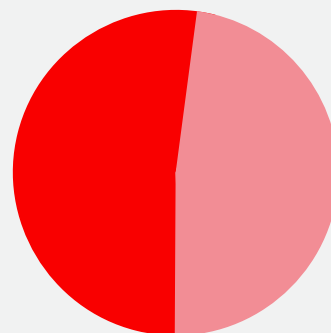
Masculino **51%**
Feminino **49%**

Faixa etária



32 a 50 anos
59% do público

Escolaridade



Superior Completo
51% do público

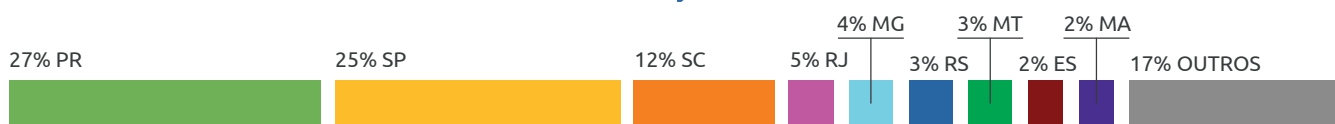
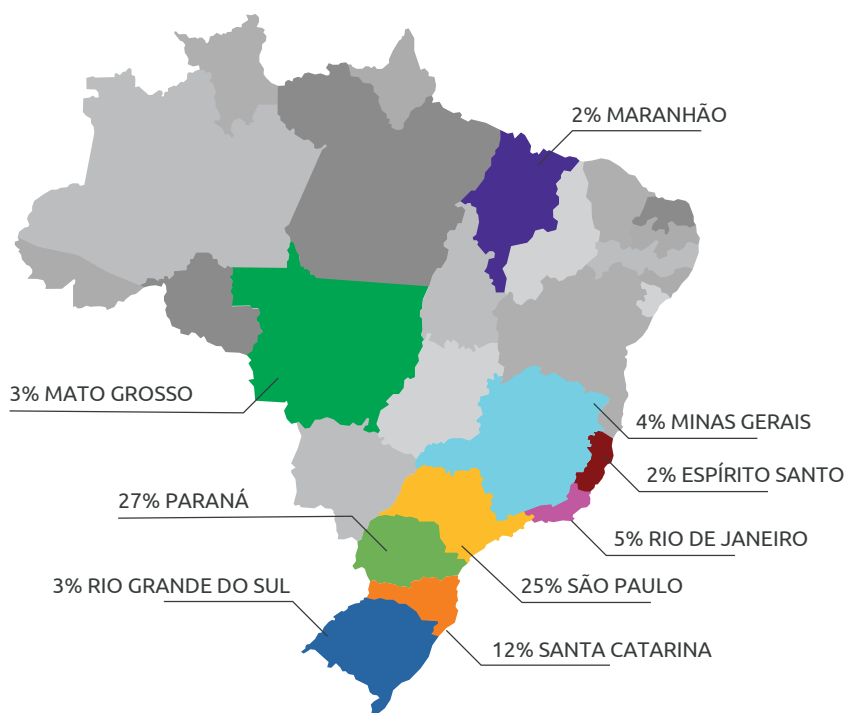
Renda média R\$9.234,00
individual mensal

Renda média R\$13.722,84
familiar mensal



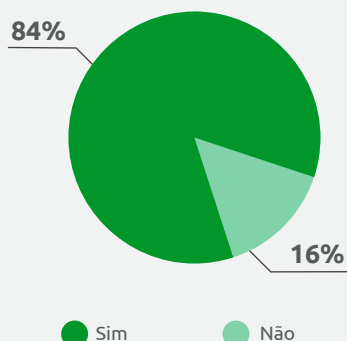
Foto: Anahêcer - Urbiá Cataratas

Procedência dos Turistas



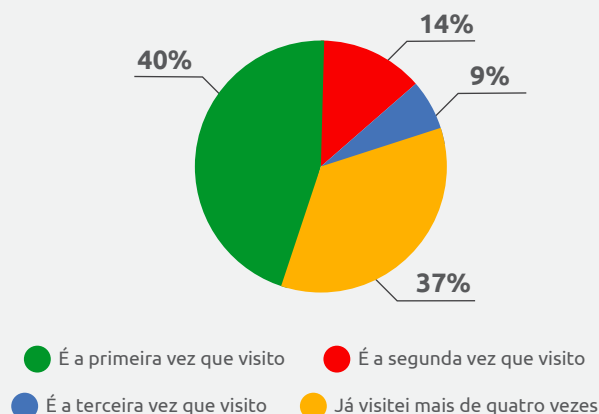
Comportamento

VOCÊ PERNOITOU EM FOZ DO IGUAÇU?



A maioria dos pesquisados são turistas (84%), enquanto os excursionistas representam 16%, o que demonstra a importância do tempo de permanência para a economia local e a elaboração de estratégias para incentivar estadias mais longas.

NÚMERO DE VEZES QUE TURISTAS VISITARAM FOZ DO IGUAÇU



Os resultados desta segunda fase são muito similares à primeira fase, reforçando o **alto nível de satisfação dos visitantes devido à reincidência de visitas a Foz do Iguaçu pelos turistas**, tendo registrado o expressivo percentual de 60% de turistas que visitaram Foz do Iguaçu mais do que uma vez.

TEMPO DE PERMANÊNCIA DOS TURISTAS EM FOZ DO IGUAÇU

A tabela indica um empate com 18% os visitantes que permanecem 1 e 2 noites, enquanto 17% permanecem 3 noites. A partir do quarto dia, observa-se uma queda gradual no percentual, com 14% ficando 4 noites e apenas 4% dos visitantes permanecendo 8 noites ou mais. **Esse padrão sugere que a maioria dos turistas opta por estadias de curta duração, concentrando-se entre 1 a 3 noites.**

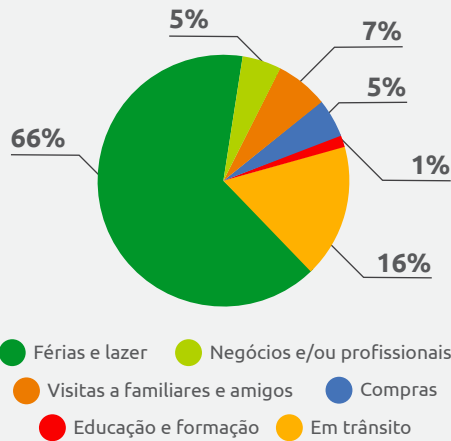
Número de Noites	Quantidade	Percentual
1 noite	69	18%
2 noites	69	18%
3 noites	66	17%
4 noites	54	14%
5 noites	60	15%
6 noites	25	6%
7 noites	30	8%
8 noites ou mais	16	4%



Foto: Marco das Três Fontes - Jean Pavão

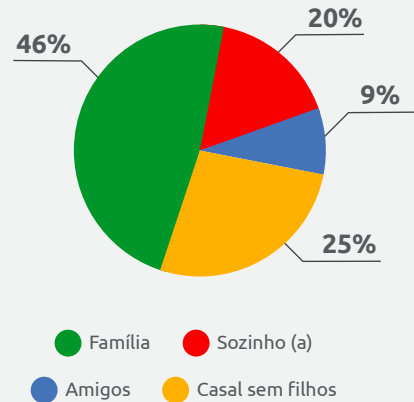
Comportamento

QUAL O PRINCIPAL MOTIVO DE VIAGEM A FOZ DO IGUAÇU?



Os dados destacam o perfil diversificado de Foz do Iguaçu como destino turístico, com **predominância de turistas de lazer (66%)**, visitantes em trânsito (16%) e por compras (7%), evidenciando a importância de estratégias segmentadas para potencializar o turismo e a economia local.

COM QUEM VOCÊ VIAJOU A FOZ DO IGUAÇU?



Foz do Iguaçu atraiu principalmente famílias (46%), seguidas por casais, enquanto os públicos de viajantes solo e com amigos apresentaram queda, possivelmente devido ao período de férias, demonstrando a necessidade de estratégias para atingir diferentes perfis de turistas.

IMPORTÂNCIA DE CADA FONTE DE INFORMAÇÃO NA ESCOLHA DE FOZ DO IGUAÇU (1 A 5)

Por meio da escala Likert que pontua de 1 a 5, sendo atribuído 1 para menos importante e 5 para mais importante, **os turistas escolheram Foz do Iguaçu principalmente devido à recomendações de amigos e parentes**. Já nas mídias sociais, como Instagram e blogs, evidencia-se a influência da confiança e do apelo visual na decisão de viagem. Formatos tradicionais e redes sociais como Facebook e TikTok tiveram menor impacto.

Importância de cada fonte de informação na escolha de Foz do Iguaçu (1 a 5)

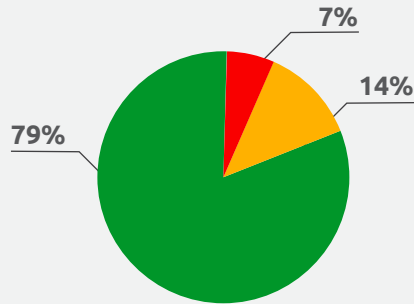
Fonte	Nota Média
Amigos e parentes	2.2
Instagram	2.0
Sites/blogs	1.8
Youtube	1.6
Viagem corporativa	1.4
Facebook	1.2
Agência de viagens online	1.2
Tik Tok	1.2
Filme, série ou novela	1.1
Agência de viagens física	1.1
Feiras, eventos e congressos	1.1
Guias, brochuras	1.0
Twitter/X	1.0



Foto: Parque das Aves

Organização da Viagem

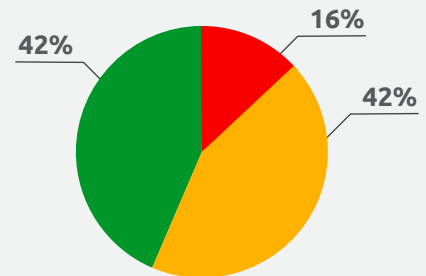
SUA VIAGEM FOI ORGANIZADA POR AGÊNCIA DE VIAGENS?



- Não, adquirei todos os itens separadamente por conta própria
- Em partes: comprei apenas alguns serviços
- Sim, comprei um pacote completo

A grande maioria dos turistas preferiu organizar sua viagem de forma independente, sem a utilização de agências de turismo (79%), o que reflete uma tendência crescente entre viajantes que buscam maior autonomia, flexibilidade e economia ao planejar suas viagens.

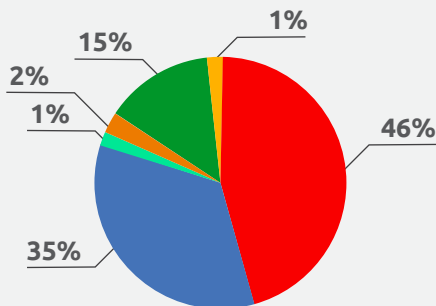
QUAIS ITENS FORAM ADQUIRIDOS VIA AGÊNCIA DE TURISMO?



- Atrativos
- Hospedagem
- Transporte aéreo

Entre os itens adquiridos por agências, a hospedagem e os atrativos (ambos 42%) foram os mais procurados, mostrando que esses serviços são os principais atrativos das agências para os turistas. Já o transporte aéreo (16%), apresenta uma demanda menor, sugerindo que esses aspectos podem ser organizados pelos próprios turistas ou possuem alternativas acessíveis diretamente.

QUAL FOI O PRINCIPAL MEIO DE TRANSPORTE PARA CHEGAR EM FOZ DO IGUAÇU?



- Avião
- Carro próprio
- Ônibus de linha
- Ônibus de excursão, fretado ou turismo
- Motocicleta
- Outros

O avião foi o meio de transporte mais utilizado para chegar a Foz do Iguaçu (46%)*, seguido por automóveis próprios (35%) e ônibus de linha (15%), indicando a busca por agilidade, comodidade e autonomia dos turistas no deslocamento dentro do destino.

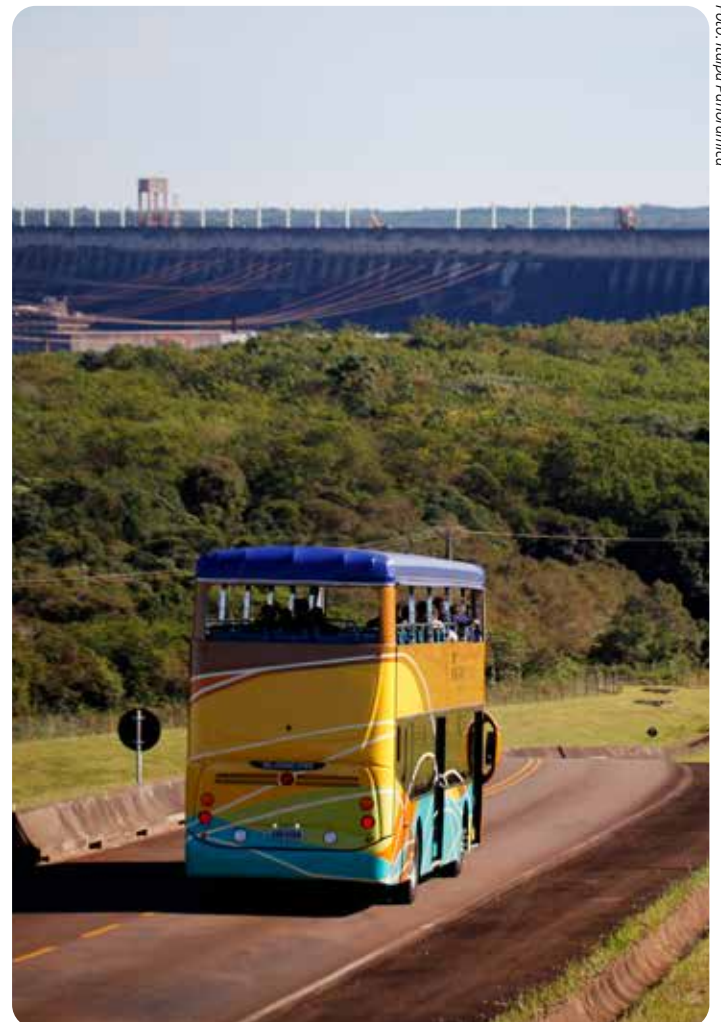
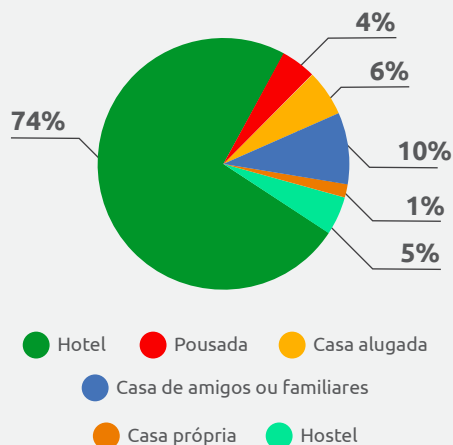


Foto: Icaipu Panorâmica

*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.

Oferta Turística

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



Os hotéis continuam sendo a principal opção de hospedagem em Foz do Iguaçu (74%), enquanto alternativas como casas alugadas (6%) e hostels (5%) têm um percentual menor, indicando a importância da rede hoteleira, que desempenha um papel de oportunidades para opções mais econômicas e personalizadas.

Os atrativos mais visitados permanecem os mesmos da primeira fase e as Cataratas brasileiras também continuam sendo a primeira escolha dos turistas.

Apesar de ser representativa a quantidade de turistas que não visitaram atrativos em Foz do Iguaçu (115), 83 já conheciam o destino, o que sugere a importância da divulgação de novas atrações existentes para impulsionar a visita aos atrativos.

Apenas 32 eram visitantes de primeira viagem, o que não demonstra uma grande preocupação. Estes turistas podem ter vindo ao destino com motivação de visita a familiares, ou apresentar restrições financeiras ou falta de informação sobre as atividades locais.

Atrativos Visitados

Fonte	Quantidade
Cataratas do Iguaçu - Lado brasileiro	296
Comércio Paraguai	222
Parque das Aves	154
Marco das 3 Fronteiras	154
Não visitou nenhum atrativo	115
Complexo Turístico Itaipu	117
Comércio Argentino	107
Dreams Park Show	62
Macuco Safari, Rafting e/ou Cachoeirismo	52
YupStar Roda Gigante	32
Cataratas do Iguaçu - Lado argentino	29
Templo Budista	16
Wonder Park	8
Mesquita Muçulmana	8
Voo de Helicóptero	4



Foto: Cataratas do Iguaçu - Jean Pardo

Valores Gastos em Foz do Iguaçu

Quais os valores médios gastos por pessoas em reais na viagem?

Item	Valores (R\$)
Hospedagem	1.273,40
Atrações Turísticas	616,80
Alimentação	568,10
Transporte	375,60
Compras em Foz do Iguaçu	841,40
Compras em Ciudad del Este	1.875,30
Compras em Puerto Iguazú	865,25

Quais os valores médios gastos por pessoas em dólares na viagem?

Item	Valores (U\$)
Hospedagem	372,90
Atrações Turísticas	108,60
Compras em Puerto Iguazú	15,60
Alimentação	107,10
Compras em Foz	260,00
Transporte	47,50
Compras em CDE	517,60

Quais os valores médios gastos por pessoas em euros na viagem?

Item	Valores (€)
Hospedagem	73,70
Atrações Turísticas	45,00
Compras em Puerto Iguazú	15,60
Alimentação	0
Compras em Foz	35,00
Transporte	45,00
Compras em CDE	0

As compras no comércio paraguaio representam o maior gasto médio por pessoa em reais, dólares e euros, demonstrando que o comércio paraguaio continua sendo um motor vital para o setor de turismo em Foz do Iguaçu.

Em reais, o segundo maior gasto foi em hospedagem e em terceiro lugar ficou o comércio em Puerto Iguazú, na Argentina.

O gasto total médio individual foi superior a R\$ 6.415,85 e uma média diária de R\$ 1.772,33. Embora a renda média do turista tenha diminuído de R\$ 10.500,00 para R\$ 9.234,00, os gastos durante a estadia em Foz do Iguaçu aumentaram, com os turistas gastando cerca de 69,48% de sua renda mensal, totalizando R\$ 6.415,85.

Satisfação dos Turistas

NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS TURISTAS

O índice de satisfação dos turistas com Foz do Iguaçu, com média de 4.88 em uma escala de 1 a 5, destaca a alta taxa de retorno ao destino. Esse dado demonstra e reforça que a qualidade dos serviços, infraestrutura e atrativos do destino, além de apresentar um alto nível de indicação do destino.

Qual é o seu Nível de Satisfação com Foz do Iguaçu?

Voltaria para Foz do Iguaçu em outra oportunidade	4.85
Estou muito satisfeito com minha viagem à Foz do Iguaçu	4.88
Recomendaria Foz do Iguaçu como destino para meus amigos e parentes	4.92

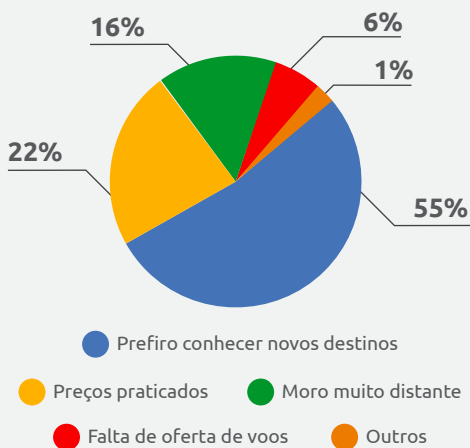
PRINCIPAL MOTIVO DE RETORNO A FOZ DO IGUAÇU

Dentre os motivos para o retorno a Foz do Iguaçu, o destaque está na forte atração dos seus atrativos turísticos, as compras e a conexão com amigos e parentes, fatores que refletem a diversidade e qualidade da oferta local. Os fatores como "novidades" e "distância" têm menor influência na decisão de retorno, o que possivelmente indica que os aspectos intrínsecos do destino são mais determinantes para os turistas.

Qual o principal motivo de retorno para Foz do Iguaçu?

Atrativos	392
Compras	159
Visitar amigos e parentes	54
Outros	9
Distância que moro	8
Sempre tem novidades	4

POR QUAL MOTIVO VOCÊ NÃO RETORNARIA A FOZ DO IGUAÇU?



Embora Foz do Iguaçu seja um destino atrativo, o principal motivo para os turistas não retornarem é o desejo de explorar outros lugares (55%). Os preços praticados no destino também apresenta uma porcentagem significativa (22%), destacando a importância de estratégias que destaquem o custo-benefício do destino.

A distância (15%) e a oferta limitada de voos (6%) são levantadas com um percentual reduzido, porém podem ser mitigadas com melhorias na conectividade de voos. A estruturação de inovações acerca da experiência turística e o foco em acessibilidade são de suma importância para manter a competitividade e atratividade do destino.



Foto: Marco das Três Fronteiras - Jean Poúdio

Acessibilidade

Avaliação da Acessibilidade de Foz do Iguaçu (1 a 5)

Item avaliado	Avaliação
Os funcionários dos serviços turísticos estão preparados para atender pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida	4,47
A sinalização e as informações disponíveis nas atrações turísticas são claras e acessíveis	4,47
Os hotéis e acomodações possuem infraestrutura adequada para pessoas com mobilidade reduzida	4,47
As opções de lazer e entretenimento são acessíveis e inclusivas	4,33
Os acessos às atrações turísticas são adequados para pessoas com mobilidade reduzida	4,13
A experiência geral de turismo é inclusiva para pessoas com deficiência	4,07
Os preços de serviços adaptados são justos e acessíveis	4,0
Os serviços de transporte (táxis, ônibus, vans) são adequados e acessíveis para pessoas com deficiência	3,73
Os banheiros públicos e áreas de conveniência são adaptados e bem localizados	3,2
As informações turísticas (site, guias impressos, etc.) estão disponíveis em formatos acessíveis, como áudio e braile	3,0

Os pontos positivos da avaliação da acessibilidade em Foz do Iguaçu foram: o preparo dos funcionários nos serviços turísticos, a clareza das sinalizações, a infraestrutura adaptada nos meios de hospedagem e as opções de lazer e entretenimento.

Entretanto, a experiência geral de inclusão para pessoas com deficiência e os preços de serviços adaptados demonstram uma necessidade de atenção maior, evidenciando que ainda existem pontos de melhoria nesse sentido.

Os serviços de transporte e banheiros adaptados, bem como informações turísticas em formatos acessíveis foram as áreas com pontuações mais baixas.

Melhorias nessas áreas são indispensáveis para tornar Foz do Iguaçu um destino inclusivo em sua totalidade, promovendo o turismo sustentável e a acessibilidade universal.



Foto: Yip Star Roda Gigante

Conclusões da Fase 2

A segunda fase da pesquisa demonstrou que a maioria dos turistas em Foz do Iguaçu continua sendo de brasileiros (81%), com destaque para o Paraná, São Paulo e Santa Catarina. A motivação principal continua sendo lazer, especialmente nas férias, com uma média de 3,62 noites de permanência. O avião é o meio de transporte mais utilizado (46%), ressaltando que o posto em que há maior volume de entrada de turistas via terrestre (BR-277) não foi considerado. Os hotéis seguem como a principal escolha de hospedagem e as Cataratas Brasileiras e o Comércio Paraguaio são os atrativos mais visitados.

Os turistas gastam principalmente com compras, seguido por hospedagem e atrações. A acessibilidade foi bem avaliada em aspectos como sinalização e infraestrutura adaptada, ainda que haja necessidade de melhorias em transporte acessível e informações em formatos alternativos.

A satisfação, recomendação e intenção de retorno a Foz do Iguaçu seguem com ótima pontuação (média de 4,88). Dentre os fatores que fariam os turistas não retornarem a Foz do Iguaçu estão a preferência em explorar outros destinos (55%), os preços praticados e a distância - fatores a serem avaliados para aumentar a taxa de retorno e atrair novos turistas.

Para a última etapa, que ocorrerá entre 05 e 15/01/2025 pretende-se obter informações para compreender de maneira mais assertiva e consistente o comportamento, satisfação, taxa de visitação, preferência e outras características de consumo durante as férias de janeiro de 2025. Ao final das etapas, pretende-se obter um panorama mais preciso para o delineamento de estratégias que fortaleçam o potencial competitivo do destino, com foco na melhoria da infraestrutura, acessibilidade, tempo de permanência e desenvolvimento de inovações para manutenção do turismo de forma responsável e sustentável.



Sobre a pesquisa

A Secretaria Municipal de Turismo e Projetos Estratégicos (SMTU), em parceria com o Itaipu Parquetec e com financiamento do Fundo Iguaçu, realizou uma pesquisa de demanda com turistas que visitaram Foz do Iguaçu entre dezembro de 2024 e janeiro de 2025, dividida em três fases.

O objetivo foi atualizar o perfil dos visitantes, identificar preferências de consumo, avaliar motivos para retornar ou não ao destino e medir a probabilidade de recomendação. A segunda fase ocorreu de 19 a 22/12/2024 e de 26 a 29/12/2024, envolvendo 475 turistas maiores de 18 anos que estavam deixando a cidade após permanecerem por mais de três horas e residiam a mais de 100 km de Foz do Iguaçu. As entrevistas foram realizadas nos seguintes locais: Aeroporto Internacional, Rodoviária Internacional, Alfândega Brasil-Argentina, Recanto Thermas Resort & Convention e Del Rey Quality Hotel. A pesquisa teve 95% de confiança e 4% de margem de erro.

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