

## Turistas brasileiros: Quem são? Onde vivem? Quanto consomem?

*Brazilian tourists: Who are they? Where do they live? How much do they consume?*

*Turistas brasileños: ¿Quiénes son? ¿Donde viven? ¿Cuánto consumen?*

Glauber Eduardo de Oliveira Santos<sup>1</sup>

---

Este artigo foi recebido em 22 de junho de 2022 e aprovado em 05 de setembro de 2023

---

**Resumo:** Este trabalho objetiva produzir e apresentar estatísticas representativas do consumo nacional de turismo (emissivo e doméstico) no Brasil no período anterior à pandemia da COVID-19. Essas informações descritivas são desenvolvidas a partir dos microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018 do IBGE. O consumo turístico nacional é quantificado pelo volume das despesas turísticas das famílias brasileiras. São apresentadas estimativas da despesa média, bem como do consumo turístico agregado das famílias. A dimensão do consumo é associada a aspectos demográficos e socioeconômicos. Os resultados revelam que o acesso ao consumo de viagens turísticas no Brasil é profundamente desigual. A desigualdade está associada principalmente à renda. Outras variáveis relevantes são o grau de instrução, a localização do domicílio, cor ou raça, sexo, composição familiar e o tamanho da família. A despesa turística agregada anual estimada é de R\$ 90,7 bilhões. A maior parte do turismo nacional é representado por famílias da região Sudeste, com 2 a 4 pessoas, 2 adultos com ou sem crianças, formadas exclusivamente por pessoas brancas, chefiadas por homens com ensino superior e com renda mensal acima de 10 salários mínimos.

**Palavras-chave:** Turismo no Brasil. Turismo doméstico. Estatísticas de turismo. Demanda turística. Consumo turístico.

**Abstract:** This article aims to produce and present representative statistics on the national tourism (outbound and domestic) in Brazil in the pre-COVID-19 period. Descriptive information is estimated from microdata of IBGE's 2017-2018 Family Budget Survey. National tourist consumption is measured by the volume of tourism expenditure of Brazilian households. Estimates of the household average and aggregate expenditure are presented. The volume of consumption is associated with demographic and socioeconomic variables. The results reveal that access to tourism consumption in Brazil is profoundly uneven. Inequality is mainly associated with income. Other relevant variables are education level, region, ethnic groups, sex, and household composition and size of the family. The estimated annual aggregate tourism expenditure is R\$ 90.7 billion. The largest share of the national tourism is represented by families from the Southeast region, with 2 to 4 people, 2 adults with or without children, formed exclusively by white people, headed by men with higher education, and with monthly income above 10 minimum wages.

**Keywords:** Tourism in Brazil. Domestic tourism. Tourism statistics. Tourism demand. Tourism consumption.

**Resumen:** Este trabajo tiene como objetivo producir y presentar estadísticas representativas del turismo nacional (emisor y doméstico) en Brasil en el período anterior a la pandemia de COVID-19. Esta información descriptiva se desarrolla a partir de microdatos de la Encuesta de Gastos de los Hogares 2017-2018 del IBGE. El consumo turístico nacional se cuantifica por el volumen de gastos turísticos de los hogares brasileños. Se presentan estimaciones del gasto medio, así como del consumo turístico agregado de los hogares. La dimensión del consumo está asociada a aspectos demográficos y socioeconómicos. Los resultados revelan que el acceso al consumo de viajes turísticos en Brasil es profundamente desigual. La desigualdad se asocia principalmente a los ingresos. Otras variables relevantes son el nivel de educación, la ubicación del hogar, la etnia, el sexo, la composición familiar y el tamaño de la familia. El gasto turístico agregado anual estimado es de R\$ 90,7 mil millones. La mayor parte del turismo nacional está representado por familias de la región Sudeste, de 2 a 4 personas, 2 adultos con o sin hijos, formado exclusivamente por personas blancas, encabezado por hombres con estudios superiores y con ingresos mensuales superiores a 10 salarios mínimos.

**Palabras Clave:** Turismo en Brasil. Turismo interno. Estadísticas de turismo. Demanda turística. Consumo turístico.

## 1 Introdução

---

<sup>1</sup>**Formação/cursos:** Doutor em Economia, Doutor em Administração, Livre Docente em Economia do Turismo. **Instituição:** Universidade de São Paulo – USP, São Paulo – SP, Brasil. **E-mail:** glauber.santos@usp.br

**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

A produção de estatísticas sobre o turismo é geralmente dominada pelas informações sobre o turismo receptivo internacional. O turismo nacional, formado pelos fluxos emissivo e doméstico (UNITED NATIONS et al., 2008), recebe muito menos atenção. No Brasil, embora informações descritivas de diferentes aspectos do turismo nacional não sejam raras, estatísticas representativas do consumo turístico nacional são escassas. No entanto, a escassez de informações contrasta com a importância do turismo nacional para o país (RABAHY, 2020). Os fluxos turísticos emissivo e doméstico são substancialmente maiores do que o receptivo. Em 2019, enquanto o receptivo internacional movimentou US\$ 6,0 bilhões, o emissivo gerou despesas internacionais de US\$ 17,6 bilhões (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2023). A desproporção no turismo internacional se manteve após a pandemia da COVID-19, já que em 2022 a receita turística internacional do Brasil foi de US\$ 5,0 bilhões e a despesa foi de US\$ 12,2 bilhões (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2023). A discrepância do turismo doméstico é ainda mais acentuada. Em 2011, estimava-se 190 milhões de turistas domésticos anuais (FIPE, 2012), volume cerca de 35 vezes maior do que o turismo receptivo internacional do país (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020). As estimativas do número de grupos de viagens de brasileiros elaboradas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para 2021, embora relativas a um período ainda impactado pela pandemia da COVID-19, também reforçam a enorme superioridade dos fluxos domésticos em comparação com o receptivo internacional (IBGE, 2022).

A questão da falta de representatividade das estatísticas disponíveis diz respeito à descrição dos padrões mais estruturais do amplo espectro das viagens turísticas, opondo-se a estimativas mais pontuais e localizadas em termos temporais, geográficos ou de segmentação do mercado. Muitas das pesquisas disponíveis abordam parcelas específicas do mercado, como somente os turistas que viajam de avião ou aqueles que viajam com uma motivação específica. O recorte geográfico é outra limitação frequente, resultando em estatísticas descritivas dos fluxos pertinentes a uma determinada região ou localidade. Existem, ainda, aquelas pesquisas que tratam de apenas uma época do ano, ignorando as variações sazonais do turismo. A amostragem não representativa é outro problema recorrente e que se proliferou à medida em que os levantamentos online se tornaram usuais. Pesquisas com processos amostrais por conveniência, casuais e por adesão são atualmente habituais. Contudo, os resultados obtidos por estes meios estão sujeitos a vieses expressivos. Logo, faltam estudos sobre todos os tipos de viagens turísticas, realizadas por todos os brasileiros e durante todas as estações do ano.

Algumas pesquisas que retratam o mercado turístico inteiro estão largamente desatualizadas. Os trabalhos realizados pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas para o Ministério do Turismo (FIPE, 2001; 2007; 2009; 2012) são fontes abrangentes e consistentes de estatísticas sobre o consumo turístico do brasileiro, mas estão defasados em mais de 10 anos. A pesquisa sobre o consumo turístico nacional desenvolvida pelo IBGE a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua

## **TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

(PNAD Contínua) de 2019 trata de um único trimestre do ano, desconhecendo as variações sazonais típicas do turismo (IBGE, 2020). Por fim, os relatórios da PNAD Contínua de 2020 e 2021, embora descritivos de anos completos, retratam o período afetado pela pandemia da COVID-19 e, desta forma, não representam os padrões mais estruturais do consumo turístico nacional no Brasil (IBGE, 2022).

Buscando preencher algumas dessas lacunas, este trabalho objetiva apresentar estatísticas representativas do consumo turístico das famílias brasileiras. As estimativas são desenvolvidas a partir dos microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018 (POF) realizada pelo IBGE. O consumo é quantificado pelo volume das despesas com viagens turísticas. O volume de consumo é associado a aspectos demográficos e socioeconômicos das famílias. Desta forma, são apresentadas estimativas do consumo médio e agregado de diferentes grupos de famílias.

## **2 Teorias Econômicas do Consumo Turístico**

### **2.1 Turismo como atividade de consumo**

Os contornos do conceito de turismo foram muitas vezes definidos, embora nenhuma definição tenha permanecido incontestada (LAI; LI, 2022). Seekings (1989) identifica que a pluralidade de significados está presente sobretudo na academia e no mercado turístico, em contraste com o entendimento relativamente homogêneo dos órgãos governamentais ao redor do mundo. Para a Organização Mundial do Turismo (UNWTO) e conseqüentemente para os governos dos países filiados às Nações Unidas, turismo é a atividade do indivíduo que viaja para fora de seu entorno habitual, por menos de um ano, por qualquer motivo principal que não seja o de ser empregado por uma entidade residente no destino visitado (UNITED NATIONS, 2010). Embora, como a própria organização reconhece, o significado da palavra “turista” tradicionalmente tenha incluído “apenas aqueles que viajam por lazer” (UNITED NATIONS, 2010, p. 2, tradução do autor), essa não é a definição oficial do termo na atualidade. Como nota McCabe (2009), a associação do turismo ao lazer foi gradualmente dispensada do entendimento oficial para que o conceito passasse a incluir outros tipos de viagens, atendendo sobretudo a interesses políticos e econômicos. A definição atual, de contornos mais amplos, inclui uma vasta lista de motivos para a realização de viagens turísticas, incluindo negócios, visita a amigos e parentes, tratamento de saúde, educação, religião e incontáveis variações (CAMARGO et al., 2020).

Turismo é uma atividade praticada por indivíduos. Com frequência, essa prática exige a aquisição de bens e serviços. Logo, do ponto de vista das relações comerciais, o turismo constitui uma atividade diretamente associada à demanda. Enquanto as atividades econômicas são usualmente definidas a partir de seu produto, a atividade econômica do turismo é definida pela condição de seu consumidor. A associação do turismo à oferta se dá apenas por via indireta. Um produto ou serviço pode

## **TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

ser considerado turístico apenas quando é produzido e comercializado em função da viagem. Santos, Silveira e Lobo (2014) destacam esse aspecto:

É a condição do demandante que permite reconhecer o fato turístico, e não a natureza daquilo que é ofertado. Para identificar o produto ou serviço turístico não importa conhecer suas características intrínsecas, mas sim a condição daquele que o consome. A demanda turística pode ser reconhecida a partir de seus próprios atributos, enquanto a oferta turística apenas pode ser identificada por meio da demanda a ela associada. (SANTOS et al., 2014, p. 5)

Dada a centralidade do turista e da demanda, a compreensão do consumo turístico é um objetivo central do estudo dessa atividade. O consumo turístico pode ser considerado a partir de diferentes perspectivas. Cada ótica trata de um recorte específico, exige dados distintos e analisa variáveis explicativas diversas. Como resultado, cada perspectiva permite responder perguntas e oferecer suporte para a solução de problemas diferentes. Do ponto de vista geográfico, as diferentes óticas sobre o consumo turístico permitem focar um destino, uma origem ou um par origem-destino. Por exemplo, pode-se estudar o consumo dos visitantes do Rio de Janeiro, dos residentes em São Paulo, ou dos residentes em São Paulo que visitam o Rio de Janeiro. Essa classificação é detalhada pela UNWTO ao diferenciar o turismo receptivo, emissivo, doméstico, interno e nacional (UNITED NATIONS et al., 2008). Turismo interno é definido como a soma do turismo receptivo com o doméstico, enquanto turismo nacional é o termo que designa a soma do emissivo como doméstico. O presente trabalho trata do turismo nacional, ou seja, do turismo consumido pelos brasileiros.

As pesquisas que tratam dos turistas de um destino, sejam eles de uma origem específica ou não, embora sejam bem mais numerosas, são capazes de descrever o consumo turístico apenas parcialmente. Esses trabalhos geralmente enxergam apenas a parte do consumo turístico que ocorre dentro do território do destino. Logo, fica de fora uma parte importante do consumo. O transporte, por exemplo, apesar de ser um dos itens mais relevantes do consumo turístico, geralmente é desconsiderado pelos estudos feitos sob a ótica do destino. Da mesma forma, trabalhos desse tipo usualmente desconhecem os serviços e as margens dos intermediadores do produto turístico, como agências e operadoras. Outra omissão comum é o consumo associado aos preparativos da viagem, como vistos, bagagem e guias turísticos. Além disso, as pesquisas realizadas nessa ótica não são capazes de enxergar os indivíduos que não viajam ao destino em questão. A demanda potencial sequer chega a ser observada, deixando de fora todos elementos associados ao não consumo.

Assim sendo, os estudos que tratam do consumo turístico com base em dados dos consumidores de uma determinada origem permitem a análise de uma série de questões adicionais. Os trabalhos sob a ótica da origem consideram o consumo turístico em sua totalidade, incluídos os elementos pertinentes ao destino visitado e também aqueles pertinentes à origem ou ao trajeto, facultando a análise do consumo de transporte, serviços de distribuição e outros. Além do mais, permitem explicar o processo de decisão

## **TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

dos indivíduos independentemente do resultado, incluindo tanto as decisões de consumo quanto as de não consumo. A relevância desses aspectos é destacada por Eugenio-Martin e Campos-Soria (2011):

As políticas de turismo não podem se basear apenas nas preferências dos turistas atuais, devendo levar em consideração também aquelas pessoas que não viajam. Compreender as razões pelas quais as pessoas não viajam é relevante para os destinos turísticos atuais, mas ainda mais para destinos turísticos novos ou potenciais, porque eles podem tentar atrair a demanda latente. (EUGENIO-MARTIN; CAMPOS-SORIA, 2011, p. 2520, tradução do autor)

Em especial, a análise do consumo turístico dos residentes em determinado lugar ou país permite conhecer detalhadamente a influência da renda. Essa ótica também possibilita analisar como outras características dos indivíduos explicam o consumo turístico, tais como aspectos demográficos, sociais, culturais, psicológicos e comportamentais. As relações de substituição e complementaridade do turismo em relação a outros bens e serviços também fazem parte dos fenômenos alcançados por essa perspectiva. A ótica da origem permite, ainda, a análise da demanda de viagens para quaisquer destinos, viabilizando o estudo da concorrência e dos padrões de escolhas de destinos. Por fim, as pesquisas que tratam do consumo turístico em uma origem específica facilitam análises relativas ao excedente do consumidor e ao bem-estar dos residentes.

### **2.2 Importância do estudo do consumo turístico**

O consumo turístico em um país, região ou localidade é tema de interesse em variados sentidos. O primeiro e mais óbvio é aquele associado aos impactos sociais e ambientais gerados pelo turismo, incluídos os impactos positivos, dentre os quais se destaca a renda e toda a sorte de impactos negativos da atividade. Os esforços para angariar renda e outros benefícios gerados pelo turismo, deduzidos os custos, constituem o foco da atividade de diversos tipos de empresas que vendem bens e serviços turísticos ou que participam da cadeia de valor do turismo, assim como de governos nacionais e de destinos turísticos. Para essas organizações, o estudo do consumo turístico constitui uma forma de compreender a dimensão e os determinantes da demanda, permitindo uma alocação mais eficiente dos recursos empregados na oferta de bens, serviços e destinos. Desse modo, para a gestão de transportadoras, hotéis, agências de viagens e outras tantas empresas turísticas, assim como para a gestão de destinos, o estudo do consumo turístico é fundamental para a tomada de decisões a fim de alcançar maior lucratividade, no caso das organizações privadas, e atingir o bem comum, no caso dos órgãos públicos.

Todavia, a importância do estudo do consumo turístico não se limita aos interesses da oferta. As viagens são fonte de bem-estar para os indivíduos que viajam, merecendo atenção por si mesmas. O

## **TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

turismo dá vazão a diferentes necessidades e desejos, incluídos o descanso, o lazer e o entretenimento, a socialização, a cultura e a educação, e até mesmo o cumprimento de obrigações pessoais e profissionais. O valor do turismo para o viajante é tema de vasta pesquisa científica (OH et al., 2007; PREBENSEN et al., 2014a; PREBENSEN et al., 2014b), embora usualmente receba menor atenção por parte da gestão pública do que o valor para a oferta. Essa discrepância é infeliz, pois é papel do estado democrático prezar pelo bem-estar de seus cidadãos, independentemente da forma pela qual ele é obtido. No âmbito do turismo, bem-estar pode ser obtido tanto por meio dos benefícios do turismo para o produtor, quanto diretamente pelo consumo de viagens. A importância do consumo como objeto central de análise – e não como elemento para análises que, em última instância, se referem à oferta – é destacada no âmbito da história econômica por Trentmann:

Consumo é um espelho da condição humana. Nossa compreensão de como as pessoas consomem sempre refletiu nossa visão sobre como elas deveriam viver. [...] O que foi objeto de condescendência – um objetivo menor, privado ou inconsequente, que na melhor das hipóteses é consequência do trabalho e da atividade comunitária, e na pior das hipóteses distrai as pessoas desses verdadeiros objetivos – agora emerge como a substância central da história. O consumo saiu das sombras da produção. O *homo consumens* tomou o lugar do *homo faber*. (TRENTMANN, 2012, p. 1, tradução do autor)

O estudo do consumo de turismo também permite a análise de desigualdades no acesso e nas escolhas dos indivíduos de diferentes grupos sociais. Dessa forma, em vez de dar ênfase à desigualdade de renda, pode-se focar diretamente o resultado concreto dessa discrepância. A Teoria da Classe Ociosa, de Thorstein Veblen, já chamava a atenção para o fato de que o prestígio, a diferenciação e a desigualdade social são dadas pelo consumo, e não pela renda em si (VEBLEN, 1994).

### **2.3 Mensuração do consumo turístico**

A variável mais elementar descritiva do turismo na ótica da origem é o consumo de viagens, ou seja, a indicação de se o indivíduo viajou ou não. Abordada sob uma perspectiva probabilística, a chance de que o consumo de viagens ocorra é comumente referida como propensão a viajar. O consumo turístico daqueles que efetivamente viajam pode ser mensurado por diferentes variáveis. As variáveis físicas incluem o número de pernoites, a distância viajada, o rol de atividades realizadas no destino e a quantidade de serviços demandados, dentre outras. Do ponto de vista econômico, o consumo turístico dos viajantes pode ser mensurado pelo gasto turístico (RABAHY et al., 2009), variável que pode ser definida como o dispêndio de recursos financeiros no destino ou na viagem como um todo. Deve-se destacar que essa forma de mensuração desconsidera as parcelas do consumo turístico referentes aos

## **TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

elementos não alocados por meio de transações monetizadas, tais como os bens e serviços gratuitos, os itens produzidos pelo próprio consumidor e as transferências em espécie.

A propensão a viajar e o gasto turístico podem ser combinados, resultando em uma variável mais abrangente e representativa do consumo turístico: a despesa turística, resultado da multiplicação das duas variáveis anteriores. A despesa turística de quem não viaja é necessariamente zero, enquanto aqueles que viajam usualmente apresentam despesa turística positiva. Logo, essa variável costuma apresentar uma distribuição pouco comum, composta por uma importante massa de zeros e por uma série de valores positivos. É importante destacar que, embora a diferenciação entre gasto turístico e despesa turística seja evidente, a terminologia nesse campo não é universal. Termos distintos frequentemente denotam o mesmo conceito, da mesma forma que os dois conceitos são recorrentemente designados pela mesma palavra.

### **2.4 Estatísticas do consumo turístico no Brasil**

Diversas organizações desenvolvem estatísticas sobre o turismo, incluindo órgãos governamentais, empresas privadas e entidades do terceiro setor. Contudo, poucas organizações têm condições e interesse para desenvolver estatísticas abrangentes sobre o turismo no Brasil. As empresas que eventualmente produzem estatísticas, como redes hoteleiras ou *on-line travel agencies* (OTAs), geralmente dispõem de dados sobre suas próprias atividades. Por mais amplas que sejam as esferas de atuação dessas empresas, as estatísticas produzidas são essencialmente limitadas em sua abrangência. Uma grande OTA, por exemplo, é capaz de produzir estatísticas sobre as vendas de pacotes turísticos para muitos destinos. Contudo, ficam de fora os turistas que compram pacotes na concorrência, assim como aqueles que não viajam com pacotes turísticos. As estatísticas produzidas por associações empresariais, como o Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB), ou a Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), geralmente sofrem do mesmo problema, embora em extensão diferenciada.

No âmbito governamental, diversas secretarias estaduais e municipais de turismo produzem estatísticas sobre seus destinos. Contudo, os dados apresentados geralmente adotam a ótica do destino, omitindo questões relevantes do consumo turístico. Além do mais, a abrangência geográfica desse conjunto de estudos é bastante limitada. Por fim, deve-se destacar que os métodos de coleta são usualmente distintos uns dos outros, inviabilizando a comparabilidade e a compilação de estatísticas abrangentes.

O Ministério do Turismo (MTUR) talvez seja a única entidade no Brasil que esteja em posição de produzir ou comissionar a produção de estatísticas abrangentes sobre a atividade no país. Com efeito, o MTUR tem produzido uma série de pesquisas nesse sentido. Os anuários estatísticos do MTUR, por

**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

exemplo, representam uma longa tradição de publicação de estatísticas de turismo no país que vem desde 1970. Entretanto, estão voltados quase que exclusivamente ao turismo receptivo internacional do país. O MTUR também produziu diversas pesquisas pontuais, como aquelas sobre a demanda turística durante a Copa do Mundo de 2014 e durante as Olimpíadas de 2016, além de pesquisas sobre aspectos da oferta. No âmbito do consumo turístico dos brasileiros, o MTUR produziu, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, entre 2008 e 2017, uma série de pesquisas intituladas “Sondagem do Consumidor” (MINISTÉRIO DO TURISMO & FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2017). Essa série tratava das intenções de viagem, não trazendo dados sobre o comportamento efetivo.

As primeiras pesquisas que descreveram o consumo turístico nacional no Brasil, cumprindo satisfatoriamente os critérios de consistência metodológica e abrangência, foram aquelas desenvolvidas pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas para a Embratur e o Ministério do Turismo sobre o tema (FIPE, 2001; 2007; 2009; 2012). Com amostras domiciliares de alcance nacional e anual, e com foco em todos os tipos de viagens turísticas, essas pesquisas oferecem grande riqueza de informações. A última versão, por exemplo, estimou o número de 190 milhões de viagens turísticas domésticas anuais no Brasil. Além disso, a pesquisa descreve uma série de características dessas viagens, incluindo origens e destinos, meios de transporte e hospedagem, motivação e gastos. No entanto, mesmo a versão mais recente dessa coleção encontra-se bastante defasada, descrevendo a realidade brasileira no ano de 2011. Outra pesquisa relevante, comissionada pelo MTUR, foi o módulo de turismo da PNAD Contínua realizada em 2019 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020). Essa pesquisa traz um conjunto de informações particularmente amplas sobre o consumo turístico efetivo. Contudo, a pesquisa apresenta uma restrição fundamental para o turismo: representatividade sazonal. Tendo sido o levantamento de dados realizado no terceiro trimestre de 2019 e se referindo somente aos 90 dias imediatamente anteriores às entrevistas, a pesquisa representa a realidade do turismo em uma época específica do ano. A pesquisa não é capaz, por exemplo, de descrever as viagens ocorridas durante o verão. A questão da sazonalidade foi resolvida nos módulos de turismo da PNAD Contínua de 2020 e 2021, os quais foram realizados ao longo de todo o ano. Contudo, esses levantamentos acabaram retratando um período mais que especial do turismo brasileiro, pois foram realizados durante a pandemia da COVID-19. Cabe destacar que o turismo foi uma atividade profundamente impactada pela pandemia (CLEMENTE et al. 2020), de forma que os fluxos turísticos retratados nos levantamentos de 2020 e 2021 não podem ser considerados minimamente representativos dos padrões estruturais do turismo no país.



## **TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

### **3 Metodologia**

Esta pesquisa é descritiva (COOPER; SCHINDLER, 2003) e se justifica especialmente pela relevância do objeto descrito: o consumo turístico nacional no Brasil. A descrição é feita por meio da aplicação de técnicas de estatística descritiva aos dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018 (POF 2017-2018) desenvolvida pelo IBGE. O objetivo geral da POF 2017-2018 é “disponibilizar informações sobre a composição orçamentária doméstica e sobre as condições de vida da população” (IBGE, 2019). A POF levanta informações, com riqueza de detalhes, sobre as despesas das famílias residentes no Brasil. Além disso, a pesquisa traz diversas informações sobre as características demográficas e socioeconômicas das famílias. O levantamento é feito por meio de entrevistas domiciliares com abrangência geográfica nacional. A POF 2017-2018 é a sexta edição de pesquisas de orçamentos familiares realizadas pelo IBGE, tendo sido a primeira desenvolvida em 1974-1975, e a penúltima, em 2008-2009.

A coleta de dados da versão mais recente foi iniciada em julho de 2017 e encerrada doze meses mais tarde. O plano de coleta foi composto por 5.504 unidades primárias de amostragem (UPAs) selecionadas aleatoriamente entre as 15.096 unidades definidas pelo IBGE em seu Sistema Integrado de Pesquisas Domiciliares. Em cada UPA urbana, foram selecionados aleatoriamente 13 domicílios para coleta de dados. Nas UPAs rurais, foram selecionados 17 domicílios. A partir desse plano amostral e das restrições impostas pelo trabalho de campo, chegou-se a uma amostra final de 58 mil domicílios. A edição 2017-2018 da POF foi composta por 7 questionários que versam sobre características do domicílio e dos moradores, aquisições coletivas periódicas e diárias, aquisições individuais, trabalho e rendimento individual, condições de vida e consumo alimentar pessoal. O questionário de aquisições individuais incluiu um quadro dedicado ao levantamento de despesas com viagens esporádicas para fora do município de residência. Viagens esporádicas foram definidas em contraposição às viagens rotineiras, aquelas que “compõem a rotina semanal” (IBGE, 2017, p. 205). O período de referência para esses gastos foi composto pelos 90 dias que antecederam cada entrevista. Como o levantamento foi realizado ao longo de 12 meses, o período de referência para cada domicílio entrevistado varia, mas o conjunto de dados se mantém representativo de um ano completo, captando as variações sazonais. Despesas pagas por terceiros, como empresas, não foram registradas na POF.

O quadro dedicado às viagens registrou as despesas com bens e serviços de 92 categorias distintas. Neste trabalho, foi analisada a despesa turística resultante da soma dessa lista de itens. As estimativas apresentadas a seguir dão atenção a dois aspectos distintos. A despesa turística média indica o nível de consumo turístico das famílias de cada grupo demográfico ou socioeconômico. Essa informação é relevante para a análise do perfil de consumo de cada grupo, aspecto especialmente útil para a tomada de decisões acerca das características da oferta turística. Além disso, essa informação

## **TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

permite o exame das desigualdades no consumo turístico. O segundo aspecto analisado foi a despesa turística agregada, variável informativa do volume total de despesas turísticas realizadas por todas as famílias do grupo demográfico ou socioeconômico em questão. Esse dado permite a análise da composição da demanda turística nacional por grupos demográficos e socioeconômicos, aspecto particularmente útil para o dimensionamento da oferta.

É importante destacar que as observações de despesas turísticas da POF 2017-2018 se referem ao período de um trimestre. A expansão das despesas trimestrais para o ano exige a simples multiplicação por quatro. Por outro lado, os dados disponíveis não permitem estimar o número de viagens realizadas. Os registros tampouco possibilitam a estimação do número de famílias que viajam anualmente, pois não são coletadas informações acerca da correlação em diferentes trimestres das propensões a viajar das famílias.

Além das despesas turísticas, sete variáveis descritivas das características das famílias foram consideradas a fim de diferenciar o consumo turístico entre diferentes grupos demográficos e socioeconômicos:

1. Unidade da Federação de localização do domicílio;
2. Tamanho da família;
3. Composição familiar, segundo a presença de crianças, adultos e idosos;
4. Sexo do chefe da família;
5. Cor ou raça das pessoas da família;
6. Grau de instrução do chefe da família;
7. Renda familiar mensal.

Os valores monetários, incluindo despesas e rendimentos, foram deflacionados conforme critérios do IBGE para corresponder aos valores reais ao nível geral de preços em 15 de janeiro de 2018. Além disso, as estimativas foram ponderadas pelo peso de cada família no desenho amostral da POF 2017-2018. Tais pesos foram elaborados pelo IBGE para permitir que os resultados sejam representativos do universo de domicílios particulares permanentes do Brasil, adotando-se a estimativa populacional do país para 15 de outubro de 2018.

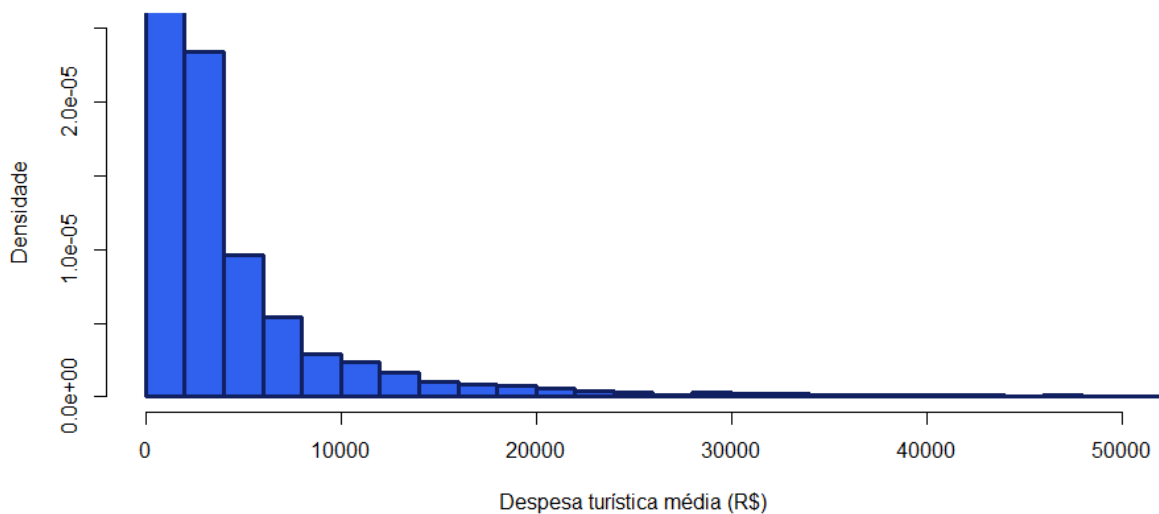
### **4 Resultados**

A despesa turística anual média por domicílio é de R\$ 1.314. O desvio-padrão é de R\$ 6.204, resultando em um coeficiente de variação de 4,7. A despesa mediana é zero, já que apenas 33% das famílias consomem ao menos uma viagem turística no trimestre. O terceiro quartil é R\$ 440, o percentil de 90% é R\$ 2.617, o de 95% é R\$ 5.961. A distribuição das famílias segundo a despesa turística média apresenta uma grande densidade de zeros (67%) e uma forte assimetria positiva para os valores maiores

## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

que zero, conforme ilustrado na Figura 1. Note-se que, na figura, a primeira coluna está truncada na altura, pois a representação dela por inteiro exigiria a redução da escala do gráfico a ponto de tornar as demais colunas indistinguíveis.

**Figura 1** - Distribuição das famílias segundo a despesa turística média



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018.

### 4.1 Localização do domicílio

Na região Sudeste, as famílias apresentam a maior despesa turística média: R\$ 1.647, conforme apresentado na Tabela 1. Esse valor é 25,4% superior à média nacional. As famílias das regiões Sul e Centro-Oeste também apresentam despesas turísticas médias superiores à média nacional. No Centro-Oeste, cada família gasta anualmente em média R\$ 1.608, o que corresponde a 22,4% acima da média nacional. Na região Sul a despesa média das famílias é 3,7% superior à média nacional, ou seja, R\$ 1.363. Já as famílias das regiões Nordeste e Norte apresentam despesas médias inferiores à média nacional. No Norte, cada família gasta, em média, R\$ 849 com viagens por ano (64,6% da média nacional), enquanto no Nordeste, esse valor é de R\$ 766 (58,3% da média nacional).

**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

**Tabela 1.** Despesa turística por unidade da federação e região

Região	Unidade da Federação	Despesa turística			
		Média		Agregada	
		R\$	% da média geral	R\$ milhões	% do total
Norte		849	64,6%	4.260	4,7%
	Acre	732	55,7%	172	0,2%
	Amapá	782	59,5%	164	0,2%
	Amazonas	525	39,9%	534	0,6%
	Pará	1.064	81,0%	2.511	2,8%
	Rondônia	972	73,9%	555	0,6%
	Roraima	374	28,5%	51	0,06%
	Tocantins	561	42,7%	272	0,3%
Nordeste		766	58,3%	13.690	15,1%
	Alagoas	380	28,9%	391	0,4%
	Bahia	978	74,5%	4.795	5,3%
	Ceará	563	42,8%	1.593	1,8%
	Maranhão	524	39,9%	1.034	1,1%
	Paraíba	692	52,7%	876	1,0%
	Pernambuco	889	67,7%	2.686	3,0%
	Piauí	604	46,0%	615	0,7%
	Rio Grande do Norte	949	72,3%	1.026	1,1%
	Sergipe	894	68,0%	672	0,7%
Sudeste		1.647	125,4%	49.631	54,7%
	Espírito Santo	889	67,7%	1.234	1,4%
	Minas Gerais	1.558	118,6%	11.141	12,3%
	Rio de Janeiro	1.082	82,3%	6.444	7,1%
	São Paulo	1.971	150,0%	30.812	34,0%
Sul		1.363	103,7%	14.506	16,0%
	Paraná	1.518	115,6%	6.015	6,6%
	Rio Grande do Sul	1.483	112,8%	6.161	6,8%
	Santa Catarina	921	70,1%	2.330	2,6%

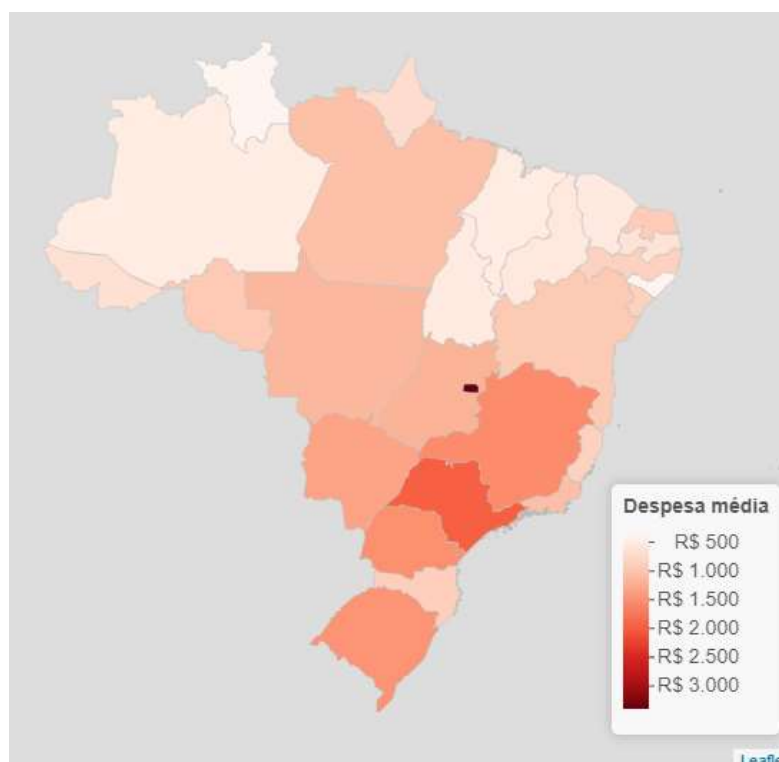
**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

Região	Unidade da Federação	Despesa turística			
		Média		Agregada	
		R\$	% da média geral	R\$ milhões	% do total
Centro-Oeste		1.608	122,4%	8.610	9,5%
	Mato Grosso	1.152	87,6%	1.289	1,4%
	Mato Grosso do Sul	1.338	101,8%	1.217	1,3%
	Distrito Federal	3.387	257,7%	3.306	3,6%
	Goiás	1.191	90,6%	2.799	3,1%
Total		1.314	100,0%	90.696	100,0%

Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018.

Algumas variações dentro de cada região merecem atenção. Em particular, destaca-se a despesa média das famílias do Distrito Federal, que atinge R\$ 3.387, valor mais de 100% superior à média da região Centro-Oeste. A menor despesa média é observada em Roraima, onde as famílias gastam em média apenas R\$ 374 anualmente com viagens turísticas. Outros seis estados também apresentam despesa média abaixo da metade da média nacional (R\$ 657): Alagoas, Amazonas, Ceará, Maranhão, Piauí e Tocantins. A despesa turística média por unidade da federação é ilustrada na Figura 2.

**Figura 2.** Despesa turística média das famílias por unidade da federação

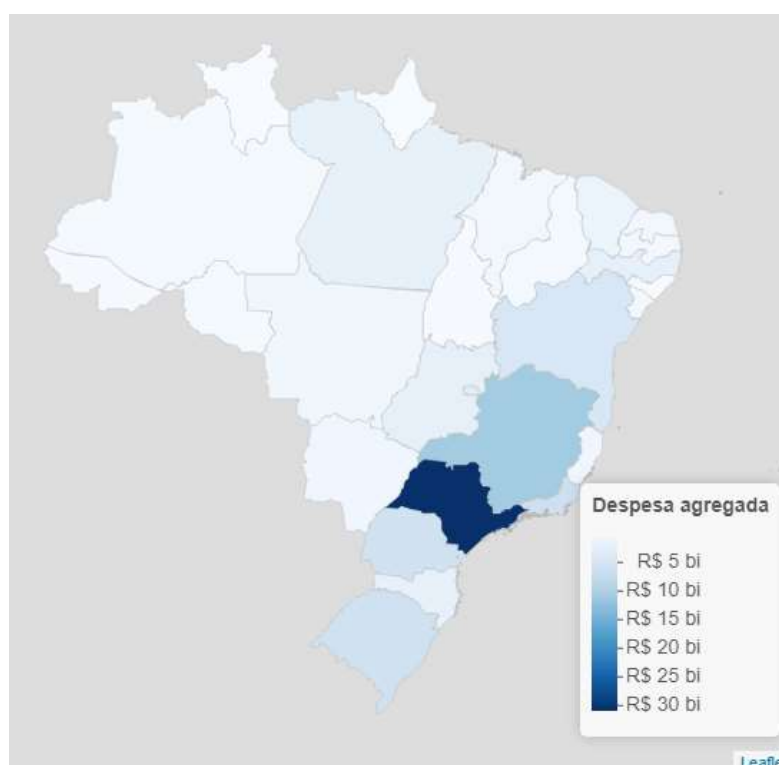


Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

Considerados os 69 milhões de domicílios existentes no país, chega-se à estimativa de que a despesa nacional anual das famílias com turismo é de R\$ 90,7 bilhões. A região Sudeste responde por 54,7% desse total, sendo que só o estado de São Paulo representa 34,0%. O estado de Minas Gerais, que ocupa a segunda colocação nesse ranking, tem uma despesa turística equivalente a 12,3% do agregado nacional. Outros estados que merecem destaque por representarem mais do que 5% do consumo nacional de turismo são Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná e Bahia. O estado com menor representatividade na demanda turística nacional é Roraima, com apenas 0,06% da despesa agregada. A despesa turística agregada das famílias brasileiras é ilustrada na Figura 3.

**Figura 3.** Despesa turística agregada por unidade da federação



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

### 4.2 Tamanho da família

A despesa turística média das pessoas que vivem sozinhas é de R\$ 863, enquanto para as famílias compostas por duas pessoas esse valor é de R\$ 1.334, conforme apresentado na Tabela 2. Famílias com três pessoas têm um comportamento bastante parecido com as famílias de duas pessoas (R\$ 1.309). A despesa média cresce substancialmente para as famílias de 4 pessoas (R\$ 1.731). Contudo, para as famílias com 5 pessoas ou mais, a despesa turística é substancialmente menor (R\$ 1.159). Em suma, a despesa turística média apresenta tendência de crescimento segundo o número de membros da família

## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

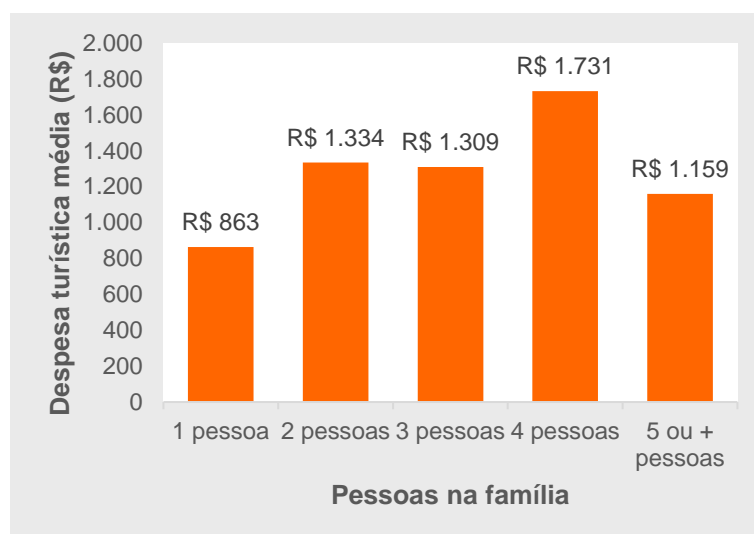
até 4 pessoas, decaindo em seguida, conforme ilustra a Figura 4. No agregado, a maior fatia de mercado turístico é ocupada pelas famílias com 2 a 4 pessoas, as quais respondem por 78,9% da despesa nacional.

**Tabela 2 - Despesa turística por tamanho da família**

Pessoas na família	Despesa turística			
	Média		Agregada	
	R\$	% da média geral	R\$ milhões	% do total
1	863	65,7%	8.515	9,4%
2	1.334	101,5%	24.628	27,2%
3	1.309	99,6%	23.780	26,2%
4	1.731	131,7%	23.183	25,6%
5 ou +	1.159	88,2%	10.590	11,7%
<b>Total</b>	<b>1.314</b>	<b>100,0%</b>	<b>90.696</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

**Figura 4. Despesa turística média por tamanho da família**



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

### 4.3 Composição familiar

As famílias compostas por mais de um adulto e sem crianças apresentam a maior despesa média entre as diferentes composições familiares: R\$ 1.603, valor 22,0% acima da média geral, conforme apresentado na Tabela 3 e ilustrado na Figura 5. No outro extremo, se destacam as famílias com apenas um adulto e ao menos uma criança, com uma despesa média de R\$ 496, ou seja, apenas 37,7% da média

## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

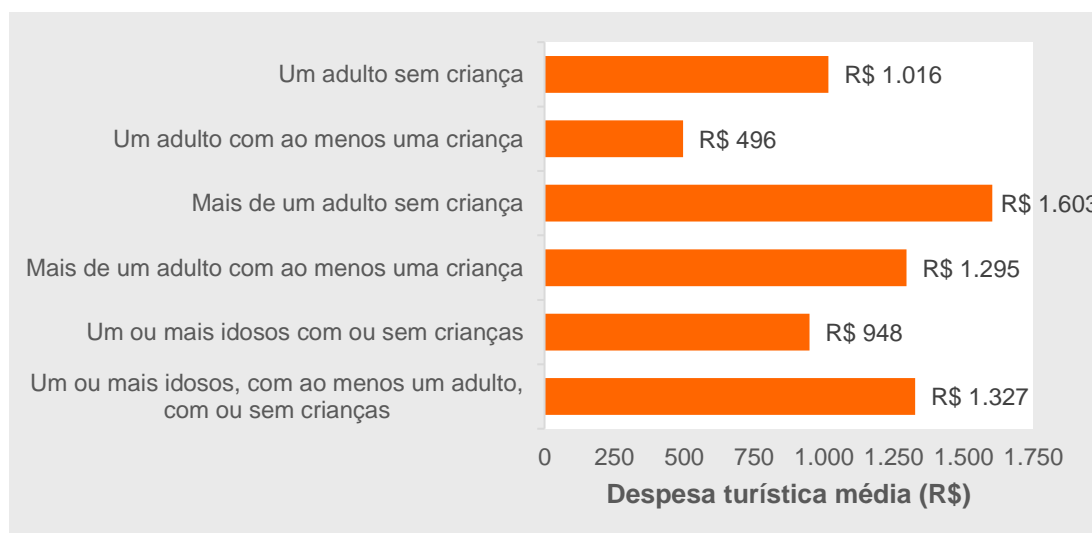
geral. No agregado, as famílias com essa composição representam apenas 1,1% da despesa turística nacional. A maior fatia do mercado é ocupada pelas famílias com dois ou mais adultos, com ou sem criança, que juntas representam 69,8% da demanda turística nacional.

**Tabela 3.** Despesa turística por composição familiar

Composição familiar	Despesa turística			
	Média		Agregada	
	R\$	% da média geral	R\$ milhões	% do total
Um adulto sem criança	1.016	77,4%	6.452	7,1%
Um adulto com ao menos uma criança	496	37,7%	988	1,1%
Mais de um adulto sem criança	1.603	122,0%	33.853	37,3%
Mais de um adulto com ao menos uma criança	1.295	98,6%	29.467	32,5%
Um ou mais idosos com ou sem crianças	948	72,2%	5.929	6,5%
Um ou mais idosos, com ao menos um adulto, com ou sem crianças	1.327	100,9%	14.006	15,4%
<b>Total</b>	<b>1.314</b>	<b>100,0%</b>	<b>90.696</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

**Figura 5** – Despesa turística média por composição familiar



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

### 4.4 Sexo

As famílias chefiadas por mulheres gastam substancialmente menos com turismo do que as famílias chefiadas por homens, como apresentado na Tabela 4 e ilustrado na Figura 6. A despesa média das



## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

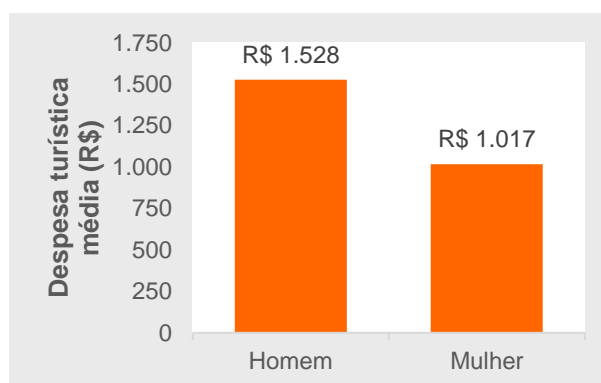
famílias chefiadas por mulheres é de R\$ 1.017, enquanto para aquelas chefiadas por homens esse valor é de R\$ 1.528. A diferença é de 33%. O menor nível de consumo das famílias chefiadas por mulheres corrobora os achados de Gabrielli et al. (2023) para o mercado brasileiro. No agregado, as famílias chefiadas por mulheres representam 32,4% da despesa turística nacional.

**Tabela 4.** Despesa turística por sexo da ou do chefe da família

Sexo	Despesa turística			
	Média		Agregada	
	R\$	% da média geral	R\$ milhões	% do total
Homem	1.528	116,3%	61.323	67,6%
Mulher	1.017	77,4%	29.374	32,4%
<b>Total</b>	<b>1.314</b>	<b>100,0%</b>	<b>90.696</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

**Figura 6 –** Despesa turística média por sexo da ou do chefe da família



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

### 4.5 Cor ou raça

As famílias compostas apenas por pessoas brancas gastam anualmente em média R\$ 2.305 com viagens turísticas, valor 75,4% superior à média geral. Para as famílias compostas apenas por pessoas negras ou pardas, esse valor é de R\$ 658, o que corresponde a apenas 50,1% da média geral. Portanto, as famílias exclusivamente brancas gastam, em média, 250% a mais do que as famílias compostas apenas por pretos e pardos. As famílias com pessoas de diferentes cores ou raças, eventualmente incluindo brancos, pretos e pardos, têm despesa turística média de R\$ 1.084. Ao todo, as famílias exclusivamente brancas respondem por 55,3% da despesa turística nacional, conforme apresentado na Tabela 5 e ilustrado na Figura 7.

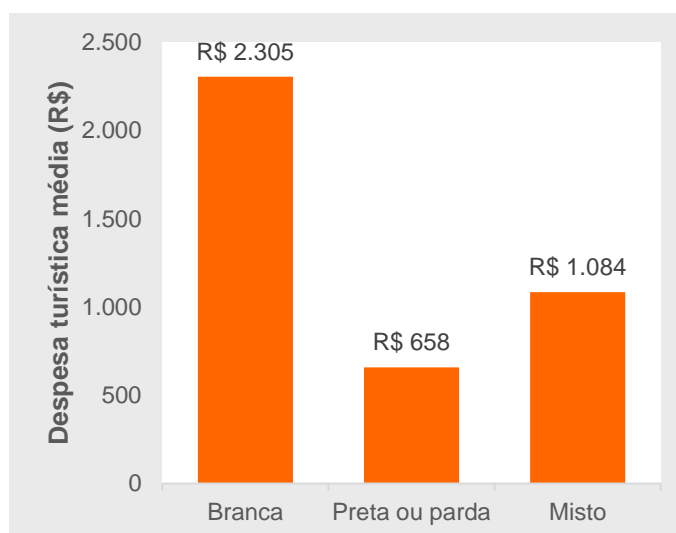
**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

**Tabela 5** – Despesa turística por cor ou raça

Cor ou raça	Despesa turística			
	Média		Agregada	
	R\$	% da média geral	R\$ milhões	% do total
Somente branca	2.305	175,4%	50.122	55,3%
Somente preta ou parda	658	50,1%	16.479	18,2%
Mista	1.084	82,5%	24.096	26,6%
<b>Total</b>	<b>1.314</b>	<b>100,0%</b>	<b>90.696</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

**Figura 7.** Despesa turística média por cor ou raça



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

#### 4.6 Grau de instrução

A despesa turística cresce em função do grau de escolaridade do chefe da família. O efeito é observado em todos os níveis, mas maiores diferenças estão nos níveis mais elevados. Conforme apresentado na Tabela 6 e ilustrado na Figura 8, famílias em que o chefe da família tem ensino médio apresentam despesa turística média 79% superiores àquelas em que o chefe tem apenas o ensino fundamental completo (R\$ 1.147 contra R\$ 640). Já o ensino superior está associado a um acréscimo de 310% na despesa média em relação ao ensino médio. As famílias chefiadas por pessoas com ensino superior completo gastam em média 257,5% a mais do que a média geral das famílias e 914% a mais do que as famílias chefiadas por pessoas sem instrução ou com ensino fundamental incompleto. No agregado, as famílias chefiadas por pessoas com ensino superior representam 53,4% da despesa turística

## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

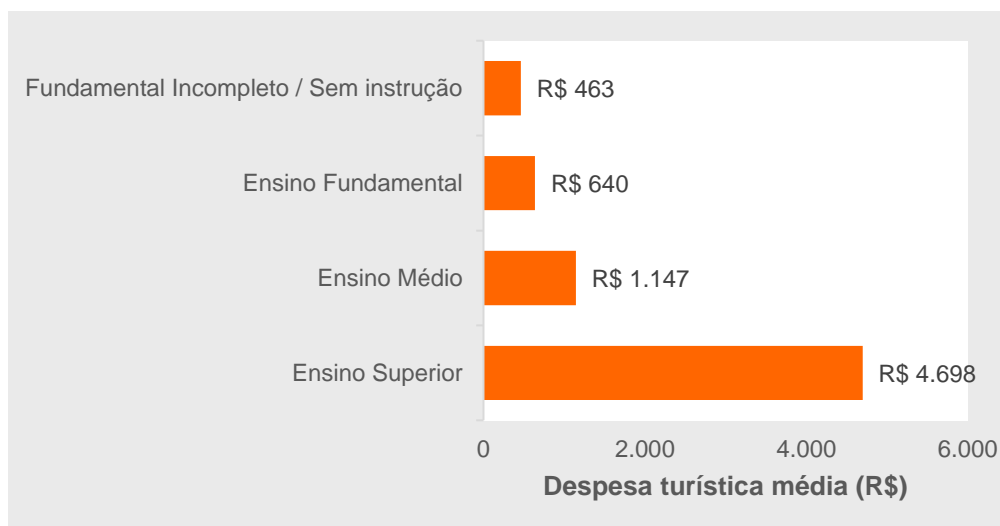
nacional. As famílias chefiadas por pessoas com ensino médio completo representam 24,8% da demanda turística nacional. Deve-se destacar que as famílias chefiadas por pessoas sem instrução ou com fundamental incompleto, apesar da baixa despesa turística média, representam uma parcela não desprezível do mercado turístico brasileiro total: 15,3%.

**Tabela 6.** Despesa turística por grau de instrução

Grau de instrução	Despesa turística			
	Média		Agregada	
	R\$	% da média geral	R\$ milhões	% do total
Sem instrução / Fundamental Incompleto	463	35,3%	13.858	15,3%
Ensino Fundamental	640	48,7%	5.878	6,5%
Ensino Médio	1.147	87,3%	22.491	24,8%
Ensino Superior	4.698	357,5%	48.469	53,4%
<b>Total</b>	<b>1.314</b>	<b>100,0%</b>	<b>90.696</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

**Figura 8.** Despesa turística média por grau de instrução



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

### 4.7 Renda

A despesa turística é fortemente influenciada pela renda. Famílias com renda de até 1 salário mínimo por mês gastam em média R\$ 132 por ano com viagens turísticas (Tabela 7 e Figura 9). No outro extremo, as famílias com renda acima de 20 salários mínimos gastam em média R\$ 11.420, valor que equivale a 87 vezes a despesa turística das famílias da faixa de renda mais baixa. No agregado, as

## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

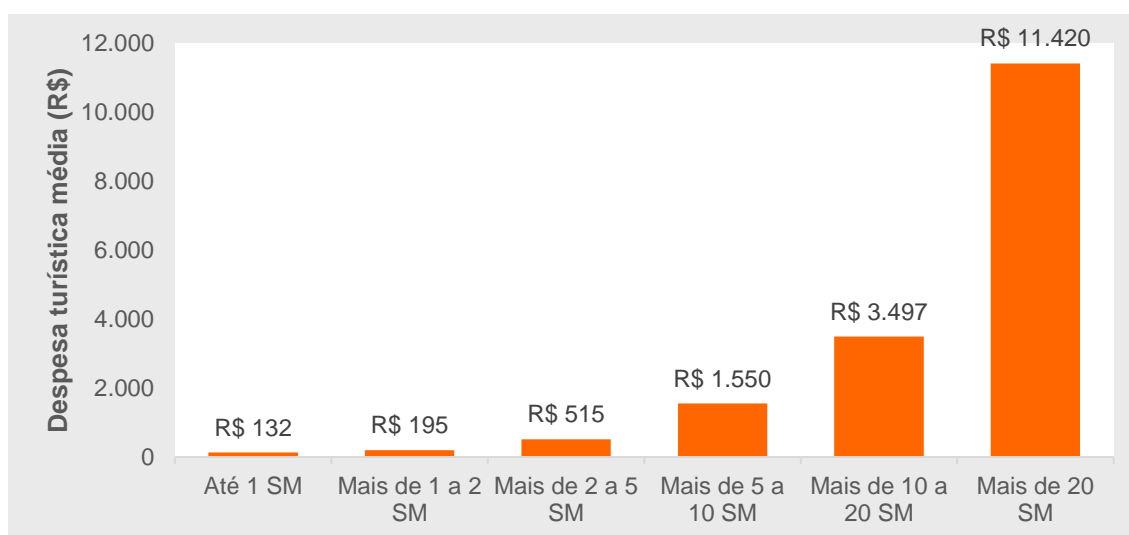
famílias com renda acima de 20 salários mínimos respondem por 32,1% da despesa nacional com viagens turísticas, embora elas representem apenas 3,7% do total de famílias. Por outro lado, é interessante notar que as famílias com renda acima de 2 e até 5 salários mínimos, embora apresentem uma despesa média equivalente a apenas 39,2% da média geral (R\$ 515), respondem por 16,6% do mercado nacional.

**Tabela 7.** Despesa turística por faixa de renda familiar

Renda familiar em salários mínimos (SM)	Despesa turística			
	Média		Agregada	
	R\$	% da média geral	R\$ milhões	% do total
Até 1 SM	132	10,0%	530	0,6%
Mais de 1 a 2 SM	195	14,8%	2.476	2,7%
Mais de 2 a 5 SM	515	39,2%	15.085	16,6%
Mais de 5 a 10 SM	1.550	118,0%	22.327	24,6%
Mais de 10 a 20 SM	3.497	266,1%	21.120	23,3%
Mais de 20 SM	11.420	869,0%	29.157	32,1%
<b>Total</b>	<b>1.314</b>	<b>100,0%</b>	<b>90.696</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

**Figura 9.** Despesa turística média por faixa de renda familiar



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

### 4.8 Análises conjuntas

O poder explicativo das diferentes variáveis estudadas foi comparado a partir da estimação de um modelo linear generalizado com distribuição Normal do erro. Segundo a estatística a F de cada variável, o maior poder explicativo é o da variável renda, seguido pelo grau de instrução, cor ou raça, sexo e região. As estatísticas do modelo são apresentadas na Tabela 8.

**Tabela 8.** Despesa turística por faixa de renda familiar

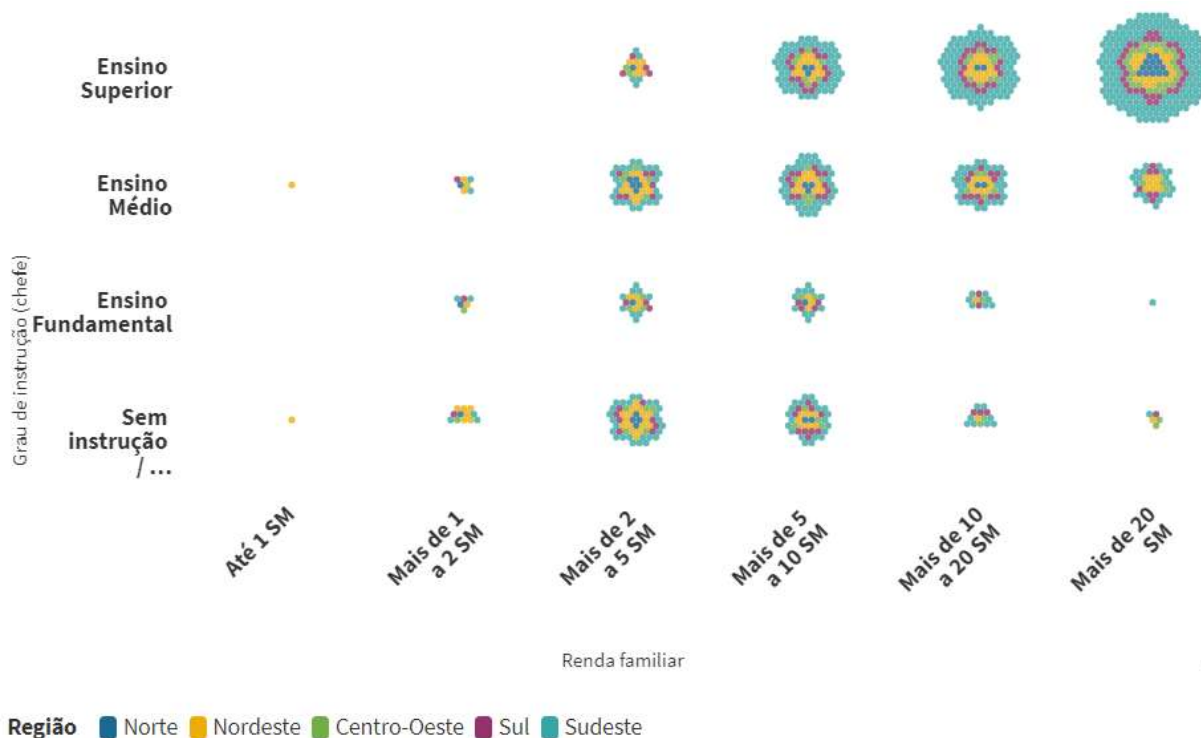
Variável	Soma dos quadrados	Graus de liberdade	F	Ranking
Região	7,10E+08	4	9,4	5
Pessoas na família	1,08E+08	4	1,4	7
Composição familiar	2,86E+08	5	3,0	6
Sexo	2,10E+08	1	11,1	4
Cor ou raça	9,20E+08	2	24,3	3
Grau de instrução	1,54E+10	6	135,7	2
Renda	7,67E+10	1	4.051,6	1

Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

A desagregação das estimativas do consumo turístico por combinações de variáveis explicativas contribui para o maior detalhamento e a melhor compreensão da realidade. Contudo, a infinidade de combinações possíveis exige um tratamento voltado para objetivos específicos. A título de ilustração, a Figura 10 apresenta a distribuição conjunta da despesa turística agregada segundo as variáveis renda, grau de instrução e região. Cada ponto no gráfico representa um montante de R\$ 100 milhões em despesas turísticas. Nota-se, por exemplo, que grande parte do volume de despesas turísticas é feito pelo grupo de famílias com renda acima de 20 salários mínimos, chefiadas por pessoas com ensino superior e residentes na região Sudeste. A Figura 10 pode ser acessada em versão dinâmica e interativa em <https://public.flourish.studio/visualisation/5180280/>.

## TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?

Figura 10. Despesa turística por região, grau de instrução e faixa de renda familiar



Fonte: Estimativas do autor a partir dos microdados da POF 2017-2018

### 5 Considerações Finais

O título deste artigo é uma provocação com o objetivo de sublinhar a escassez de estatísticas representativas do consumo turístico do brasileiro. A ênfase nas informações sobre o turismo receptivo internacional e a profusão de estatísticas parciais ou inconsistentes camuflam a carência brasileira de dados sobre essa parcela tão relevante do turismo no país. O fluxo emissivo internacional e, sobretudo, o doméstico são pouco conhecidos no Brasil em uma perspectiva integral. A coleção de informações disponíveis é repleta de lacunas. A grande maioria das pesquisas não cobre todas as formas de turismo, toda a população de consumidores do país e todas as épocas do ano. As referências que reúnem todas essas qualidades estão defasadas, tendo sido realizadas há década ou mais, ou então retratam o período especial da pandemia da COVID-19. Desta forma, o presente trabalho traz um conjunto de informações descritivas de qualidades únicas. As informações inéditas trazidas por este trabalho devem ser relevantes para diferentes públicos, incluindo gestores e pesquisadores. A diversidade e a natureza descritiva dos dados permitem inúmeras interpretações e aplicações. Ciente desses múltiplos caminhos possíveis, o presente trabalho priorizou a descrição, criando oportunidades para que os leitores tirem proveito dessas informações para compreender diferentes aspectos, atender interesses distintos e solucionar problemas diversos.

**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

As estimativas desenvolvidas revelam que o acesso ao consumo de viagens turísticas no Brasil é profundamente desigual. Em termos regionais, as regiões Sudeste e Sul, além do Distrito Federal, apresentam níveis médios de despesa turística bem mais elevados do que as regiões Norte e Nordeste. A diferença entre regiões chega a 115%, enquanto entre unidades da federação chega a 805%. A desigualdade também está associada às características demográficas das famílias. Destacam-se os baixos níveis de consumo turístico das famílias com cinco pessoas ou mais e daquelas compostas por crianças e um único adulto, condição em que a despesa média é aproximadamente um terço da média geral. A desigualdade de gênero se revela na discrepância do consumo turístico de famílias chefiadas por mulheres em comparação com aquelas chefiadas por homens. As famílias de chefia feminina gastam 33% a menos com viagens turísticas. A desigualdade racial também é evidente, já que famílias compostas apenas por brancos gastam com viagens três vezes e meia o valor da despesa turística daquelas famílias formadas apenas por negros e pardos. A escolaridade também implica discrepâncias marcantes. Famílias em que a chefia é exercida por pessoas com ensino superior completo gastam mais de 10 vezes o valor dispendido por famílias chefiadas por pessoas sem instrução ou com fundamental incompleto. Mas, a maior de todas as desigualdades é a econômica. Famílias com renda acima de 20 salários mínimos gastam com viagens 87 vezes o que gastam as famílias com renda de até 1 salário mínimo.

É fundamental destacar que as estatísticas descritivas nada informam acerca das causas das desigualdades no consumo de viagens turísticas. Por exemplo, a despesa média no Nordeste é inferior que a das famílias do Sudeste. Contudo, a renda média no Nordeste também é inferior. Na amostra da POF 2017-2018, a renda média no Nordeste equivale a 57% da renda média das famílias do Sudeste. Logo, a partir das estatísticas descritivas apresentadas neste trabalho, não é possível dizer se as famílias do Nordeste gastam menos com turismo porque moram naquela região, ou porque têm rendas familiares inferiores. O mesmo vale para todas as demais combinações de variáveis. O problema é especialmente relevante em razão da significativa correlação entre as variáveis demográficas e socioeconômicas estudadas, como entre renda e escolaridade.

A análise do efeito causal de cada variável sobre o consumo turístico médio deveria ser feita por meio de modelos estatísticos multivariados que permitissem a estimativa de probabilidades condicionais. Por essa via, seria possível comparar famílias idênticas em todos os quesitos, exceto naquele de interesse. Contudo, o desenvolvimento de modelos estatísticos explicativos da variável despesa turística não é simples, já que essa variável apresenta uma distribuição relativamente peculiar, com grande concentração de zeros e valores não nulos exclusivamente positivos (ALEGRE et al., 2010; BRIDA; SCUDERI, 2013). A estimativa de modelos desse tipo a partir dos dados da POF 2017-2018 constitui um caminho provavelmente frutífero para pesquisas futuras.

**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

Além da análise da despesa média das famílias, o exame da despesa turística agregada é de interesse para a compreensão das dimensões do mercado turístico brasileiro. A despesa agregada anual de R\$ 90,7 bilhões está concentrada sobretudo na região Sudeste (54,7%) e, em especial, no estado de São Paulo (34,0%). Minas Gerais (12,3%) e Rio de Janeiro (7,1%) também merecem destaque. As regiões Sul e Nordeste também representam parcelas significativas da demanda nacional (16,0% e 15,1%, respectivamente). Em termos demográficos, o mercado consumidor brasileiro está concentrado sobretudo nas famílias com 2 a 4 pessoas (78,9%), dois adultos com ou sem crianças (69,8%), formadas exclusivamente por pessoas brancas (55,3%), chefiadas por pessoas com ensino superior completo (53,4%) e homens (67,6%). As famílias com renda acima de 10 salários mínimos representam 55,4% da demanda turística nacional.

A desigualdade no consumo turístico se reflete na concentração de grandes parcelas do consumo agregado em grupos sociais minoritários. Sendo assim, do ponto de vista das empresas e dos destinos, concentrar esforços na atração desses mercados com alto padrão de consumo pode ser uma boa estratégia. Por outro lado, a competição para conquistar esses mercados de alto potencial abre também oportunidades para o investimento em segmentos e nichos específicos, sobretudo para as empresas e destinos não voltados ao turismo de massa. Já do ponto de vista das políticas públicas que visam o bem-estar da população brasileira, cabe reconhecer a desigualdade e buscar amenizá-la. No entanto, essas políticas não devem atacar os sintomas do problema, mas suas causas, ou estarão fadadas ao fracasso. Por exemplo, tomar o Nordeste como prioridade na promoção do consumo turístico pode ser um erro à medida em que o baixo nível de consumo pode estar associado à baixa renda das famílias nordestinas, e não propriamente ao local de residência. Neste sentido, reforça-se a importância da estimação de probabilidades condicionais para a identificação das causas fundamentais da desigualdade no consumo turístico.

É importante ressaltar que as informações aqui apresentadas tratam da realidade do turismo em 2017-2018. Embora algum lapso de tempo sempre exista entre o levantamento de dados e publicação dos resultados das pesquisas, as mudanças ocorridas nesse período geralmente são pouco relevantes, especialmente quando a natureza do trabalho é mais teórica ou descritiva de aspectos estruturais. Contudo, como é amplamente sabido, a pandemia da COVID-19 trouxe transformações sem precedentes para o turismo no Brasil e no mundo a partir de 2020. Por outro lado, em 2023 o turismo brasileiro, especialmente o doméstico, já parecia ter se recuperado da crise sanitária dos anos anteriores, recuperando suas dimensões e padrões. Sendo assim, a realidade descrita neste artigo, embora temporalmente confinada, possivelmente seja representativa também do período pós-pandemia, especialmente em seus padrões mais estruturais. Naturalmente, essa conjectura deve ser objeto de pesquisas futuras assim que os dados necessários se tornarem disponíveis.



**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

**Referências**

- ALEGRE, J.; MATEO, S.; POU, L. An analysis of households' appraisal of their budget constraints for potential participation in tourism. **Tourism Management**, v. 31, issue 1, p. 45-56, 2010.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Balanco de pagamentos - BPM6**. Banco Central do Brasil, 2023.
- BRIDA, J. G.; SCUDERI, R. Determinants of tourist expenditure: A review of microeconomic models. **Tourism Management Perspectives**, n. 6, p. 28-40, 2013.
- CAMARGO, G.; RODRIGUES, D.; NETTO, A. P.; SANTOS, G. Multiplicidade e complexidade dos motivos de viagem. **Marketing & Tourism Review**, v.5, n.1, 2020.
- CLEMENTE, A. C. F.; ANDRADE, L. G.; STOPPA, E. A.; SANTOS, G. E. O. Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID-19 no Turismo. **Cenário Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v.8, n.14, p.73-85, 2020.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Business research methods**. New York: McGraw Hill, 2003.
- EUGENIO-MARTIN, J. L.; CAMPOS-SORIA, J. A. Income and the substitution pattern between domestic and international tourism demand. **Applied Economics**, v.43, n.20, p.2519-2531, 2011.
- FIPE. **Estudo do mercado doméstico de turismo no Brasil**. EMBRATUR, 2001.
- FIPE. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil - 2002 e 2006**. Ministério do Turismo, 2007.
- FIPE. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil - 2007**. Ministério do Turismo, 2009.
- FIPE. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil - 2010/2011**. Ministério do Turismo, 2012.
- IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018: Manual do agente de pesquisa**. IBGE, 2007.
- IBGE. **Pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018: Primeiros resultados**. IBGE, 2019.
- IBGE. **Turismo 2019**. IBGE, 2020.
- IBGE. **Turismo 2020-2021**. IBGE, 2022.
- LAI, K.; LI, X. Tourism in a Semantic Mirror: Retheorizing Tourism from the Linguistic Turn. **Journal of Travel Research**, v.61, n.5, p.963-980, 2022.
- MCCABE, S. Who is a tourist? Conceptual and theoretical developments. In: TRIBE, J. (Ed.), **Philosophical issues in tourism**. Bristol: Channel View Publications, pp. 25-42. 2009.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário estatístico de turismo - 2020**. Ministério do Turismo, 2020.
- MINISTÉRIO DO TURISMO & FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Sondagem do consumidor**. Ministério do Turismo, 2017.

**TURISTAS BRASILEIROS: QUEM SÃO? ONDE VIVEM? QUANTO CONSOMEM?**

OH, H.; FIORE, A. M.; JEOUNG, M. Measuring experience economy concepts: tourism applications. **Journal of Travel Research**, v.46, n.2, p.119–132, 2007.

GABRIELLI, C. P.; MEDAGLIA, J.; SANTOS, G. E. DE O. Gênero e consumo turístico no Brasil: análise dos orçamentos familiares na perspectiva da interseccionalidade. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**, v.13, p.01–09, 2023.

PREBENSEN, N. K; CHEN, S. J.; ULYSAL, M. S. (Eds). **Creating experience value in tourism**. Boston: CABI International, 2014a.

PREBENSEN, N. K.; WOO, E.; UYSAL, M. S. Experience value: antecedents and consequences. **Current Issues in Tourism**, v.17, n.10, p.910–928, 2014b.

RABAHY, W. A. Análise e perspectivas do turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo**, v.14, n. 1, p.1–13, 2020.

RABAHY, W. A.; SANTOS, G. E. DE O.; VASSALLO, M. D. Determinantes do gasto em viagens domésticas no Brasil. **Turismo - Visão e Ação**, v.11, n.3, p.304–324, 2009.

SANTOS, G. E. DE O.; SILVEIRA, C. E.; LOBO, H. A. S. Estudos da demanda turística: métodos, análises e casos. **Revista Turismo em Análise**, v.25, n.1, p.4–8, 2014.

SEEKINGS, J. Components of tourism. *In*: WITT S. F.; MOUTINHO, L. (Eds.), **Tourism marketing and management handbook**. New Jersey: Prentice-Hall, pp. 57–62. 1989

TRENTMANN, F. Introduction. *In*: Trentmann, F. (Ed.) **The Oxford handbook of the history of consumption**. Oxford: Oxford University Press, pp. 1–19. 2012.

UNITED NATIONS. **International recommendations for tourism statistics 2008**. United Nations, 2010.

UNITED NATIONS. World Tourism Organization, Commission for The European Communities, & Organization for Economic Co-Operation and Development. **Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008**. United Nations, 2008.

VEBLEN, T. **The theory of the leisure class**. New York: Dover Publications, 1994.