

BOLETIM DE INTELIGÊNCIA DA EMPROTUR

N. #5 Julho 2021

 Galinhos - RN

PERFIL E DEMANDA TURÍSTICA PARA O RN

A partir do levantamento feito com mais de 2.500 turistas nos meses de Janeiro e Abril, foi possível identificar diversos aspectos importantes sobre o seu perfil, como: as variáveis mais relevantes na experiência de viagem no atual contexto, as principais fontes de influência para a escolha do destino; os atrativos mais desejados no Estado, a média do seu gasto diário individual e, por fim, como esse turista avalia sua experiência no RN.

NO CONTEXTO DA PANDEMIA

Quando perguntados **o que consideram mais importante em um destino turístico no contexto da pandemia** a maioria dos respondentes afirma que as **medidas sanitárias e os selos de boas práticas são os fatores de maior relevância**. A importância desse fator cresceu 8% entre os dois levantamentos (Abril x Janeiro).

Fonte: SIRIO

37% JANEIRO

43% ABRIL



Em Abril mais de 85% dos respondentes afirmam que se sentiram seguros com os protocolos e práticas de biossegurança adotados no RN.

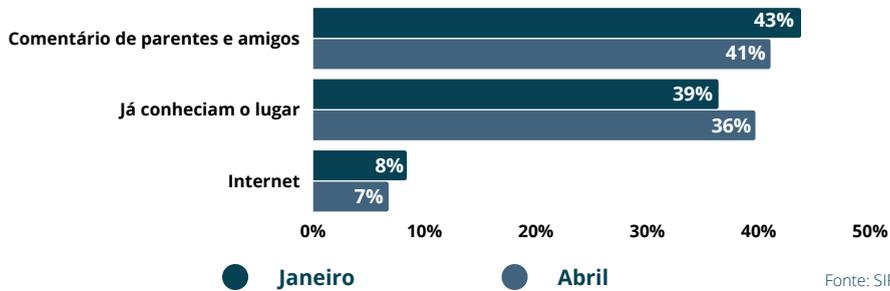


INFLUÊNCIA NA ESCOLHA DO DESTINO

Parentes e amigos são os principais "influencers".

De acordo com dados do levantamento feito pelo DEES a principal fonte influência na decisão pelo destino é o "**comentário de amigos/ parentes**". Historicamente, essa fonte tem sido a mais relevante, mesmo com o advento das mídias sociais e o surgimento de influenciadores digitais. Em segundo lugar estão os que já conheciam o Estado e pretendem voltar mais vezes, em seguida aqueles que conheceram o destino por meio da internet.

"Qual foi a principal fonte de influência na escolha do destino?"



RANKING DE ATRATIVOS MAIS BUSCADOS NO RN

A partir do levantamento feito pelo DEES, da vasta quantidade de atrativos que o RN possui, os 5 mais buscados estão listados ao lado. As praias de São Miguel do Gostoso são as mais desejadas pelos turistas Potiguares, enquanto a Praia da Pipa pelos Paulistas, e, Ponta Negra é a preferida dos Paranaenses.

1° PRAIA DE PIPA



2° PRAIA DE PONTA NEGRA



3° DUNAS DE GENIPABU



4° PRAIAS DE SÃO M. DO GOSTOSO



5° CAJUEIRO DE PIRANGI



Fonte: SIRIO



GASTO MÉDIO DIÁRIO INDIVIDUAL

As características de GMDI do Turista no RN segundo levantamento do DEES. **As origens que respondem pelos maiores gastos em média são: DF, MG, RS, RJ e SP.** Os dados foram levantados em pesquisas, realizadas na alta temporada (Janeiro) e baixa temporada (Abril).

	JANEIRO	ABRIL
De R\$101 a R\$200	23,19%	23,86%
De R\$201 a R\$300	17,48%	19,68%
De R\$51 a R\$100	17,78%	15,18%
Até R\$ 50	7,11%	11,49%
De R\$301 a R\$400	8,81%	11,00%
Acima de R\$500	9,70%	7,95%
NÃO RESPONDEU	6,67%	1,77%

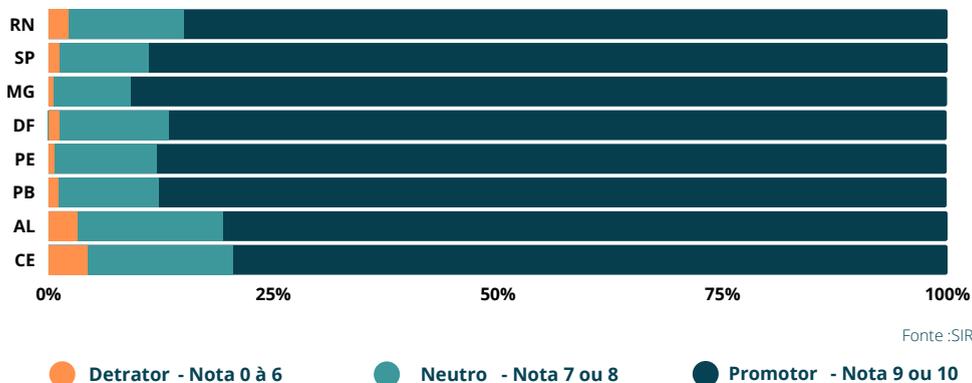
Fonte: SIRIO



TURISTAS SATISFEITOS COM O RN

O RN tem sido muito bem avaliado pelos turistas de acordo com os levantamentos realizados em janeiro e abril. Com NPS médio de 83%, sigla para NET PROMOTER SCORE, o Estado tem demonstrado elevados níveis de satisfação dos visitantes das diferentes regiões. Além de indicar que os turistas estão satisfeitos, esse resultado pode ser traduzido em fidelidade, ou seja, intenção de retorno, e, recomendação para amigos e parentes, indicações nas redes sociais, etc.

COMO OS TURISTAS DE DIFERENTES ESTADOS AVALIARAM O DESTINO



Explicando o NPS:

A fórmula para calcular o NPS é: % clientes promotores (notas 9 e 10) - % clientes detratores (notas de 0 a 6) = NPS

O Net Promoter Score é uma metodologia de satisfação de clientes desenvolvida para avaliar o grau de fidelidade dos clientes. É uma métrica criada por Fred Reichheld para medir a satisfação dos clientes, perguntando “de 0 a 10, o quanto você indicaria nossa empresa aos amigos?”

- **Detratores:** São os clientes que dão uma nota de 0 a 6, ou seja, não estão satisfeitos com a sua marca, com o seu produto, com o seu atendimento ou qualquer coisa da sua empresa.
- **Passivos/Neutros:** São os clientes que dão nota 7 ou 8, ou seja, não estão insatisfeitos, mas também não são leais. Podem também trazer alguns pontos de atenção sobre sua empresa nos seus comentários, mas que não o fazem querer abandoná-la (ao menos por enquanto).
- **Promotores:** São os clientes que dão nota entre 9 e 10, aqueles que amam a sua empresa e provavelmente recomendam para amigos e até mesmo nas redes sociais. São tesouros valiosos que podem ser usados para trabalhar seu marketing boca a boca.

