

---

# INCENTIVO AO TURISMO NO NORDESTE: RESULTADOS DE UMA PROMOÇÃO

---

## *Apresentação*

Ao ensejo da conclusão das obras de asfaltamento das BR-101 e 116, o Banco do Nordeste do Brasil, os Governos Estaduais e empresas privadas promoveram, sob os auspícios da EMBRATUR, uma campanha de incentivo ao turismo no Nordeste.

Este trabalho <sup>(1)</sup> constitui uma tentativa de avaliação dos resultados obtidos, a fim de possibilitar a adoção de providências, no sentido, principalmente, de dar uma melhor orientação a promoções futuras e, em especial, à etapa que se desenvolverá no semestre em curso.

As informações do estudo, efetuado por amostragem, possibilitaram inferir que, durante julho de 1971, as capitais dos Estados do Ceará até a Bahia receberam 32.300 visitantes, representando um acréscimo de 48% em relação aos 21.800 de julho de 1968 <sup>(2)</sup>.

Parte das pessoas que vieram ao Nordeste, durante o mês de julho, teve como objetivo principal o lazer (45%) e os restantes vieram a negócios ou com outras finalidades.

Constatou-se, ademais, que dos 17.500 visitantes que tomaram conhecimento da campanha, 7.800 vieram à Região com finalidade exclusivamente diversional. Dêstes últimos, 3.700 se deslocaram ao Nordeste motivados pela campanha.

Admite-se que os que tiveram a realização de negócios e outras finalidades como objetivo de viagem viriam à Região independentemente da campanha, de modo que esta se destinou a estimular basicamente os visitantes à procura do

lazer. Assim, conclui-se que a campanha motivou a viagem de 47% da faixa de visitantes que se procurava atingir através da promoção (3.700 no total de 7.800).

Os custos da Campanha orçaram em Cr\$ 1.185 mil e as despesas efetuadas na Região pelos turistas diretamente influenciados por ela foram estimadas em Cr\$ 5.170 mil, os quais sob efeito do multiplicador de gastos dessa natureza representam a injeção de Cr\$ 15.510 mil ao fim de um ano de circulação na economia regional.

Pode-se considerar, destarte, excelente o resultado da campanha, já que a pesquisa de avaliação foi efetuada apenas 45 dias após o seu início, quando ainda não esgotados seus efeitos motivacionais e que ela continuará até o fim do corrente ano.

Esperam-se resultados cada vez mais promissores no tocante ao aumento do fluxo turístico à Região, caso se institucionalize o esforço promocional em bases permanentes e haja uma resposta correspondente da infra-estrutura turística regional. Acredita-se que, com essas

---

<sup>(1)</sup> Elaborado pelo economista Afonso César Coelho Ribeiro, sob a supervisão do Chefe da Divisão de Indústria do ETENE, Augusto Glauco Falcão Gondim, que é também responsável pelo planejamento da pesquisa e redação final do relatório. A seleção das unidades pesquisadas foi efetuada pelo economista Francisco Alzir de Lima, colaborando ainda na pesquisa de campo os economistas Roberto Gérson Gradwohl e Humberto Abel Vilar Ribeiro, todos do BNB.

<sup>(2)</sup> Estimados a partir de dados constantes do Anuário Estatístico do Brasil-1970, da Fundação IBGE.

providências, a taxa de crescimento de 12% (3.700 sobre 32.300), obtida em apenas um mês e meio de propaganda, seja superada em futuro próximo.

#### Origem dos Visitantes

O movimento turístico durante o mês de julho de 1971, nas capitais nordestinas de Fortaleza até Salvador, foi constituído por 32.300 pessoas que compuseram o universo da pesquisa.

Estima-se em 16.700 o número de pessoas vindas na qualidade de dependentes, representando 51,8% do total de visitantes, o que revela ter sido ponderável a participação de grupos familiares no movimento turístico naquele mês.

O exame da origem dos visitantes, segundo a área onde residem, revela maior participação daqueles procedentes de São Paulo, os quais representaram

24,8% do total, seguidos de perto pelos residentes no Estado da Guanabara (21,5%).

A proporção de turistas oriundos da própria área nordestina (29,0%) evidencia elevado nível de fluxo intra-regional.

A distribuição dos dependentes, conforme a área de residência, difere pouco daquela identificada para o total de visitantes. Dêse modo, São Paulo contribuiu com 26,2%, Guanabara com 21,2% e os Estados do Nordeste com 25,9% dessa categoria.

As demais regiões<sup>(3)</sup> alcançaram juntas a parcela de 26,7% na formação do fluxo turístico para o Nordeste, destacando-se com 10,5% os residentes em outros Estados do Sul.

(3) Minas Gerais, Outros Estados do Sul e Outros Estados do Norte.

**TABELA 1**  
**TURISTAS QUE VIERAM AO NORDESTE E SEUS DEPENDENTES,**  
**SEGUNDO OS ESTADOS ONDE RESIDEM**  
**1971**

Estados onde Residem	TURISTA			
	Total		Dependentes	
	Números Absolutos	%	Números Absolutos	%
Guanabara	6.945	21,5	3.540	21,2
São Paulo	8.010	24,8	4.376	26,2
Minas Gerais	2.519	7,8	1.420	8,5
Outros do Norte	2.067	6,4	1.035	6,2
Outros do Sul	3.392	10,5	2.004	12,0
Outros do NE	9.367	29,0	4.325	25,9
<b>TOTAL</b>	<b>32.300</b>	<b>100,0</b>	<b>16.700</b>	<b>100,0</b>

Fonte: BNB/ETENE — Estimativa com base nos resultados da amostra.

### Alcance da Campanha Publicitária

Dentre os residentes em São Paulo, vindos ao Nordeste, 61,9% declararam ter tomado conhecimento da Campanha. Para Minas Gerais e Guanabara, as percentagens foram 57,6% e 54,3%, respectivamente, atestando, portanto, o sucesso da promoção nos três Estados onde ela foi mais intensa.

Em termos globais, conforme se destacou na apresentação, 54,2% dos visitantes registraram ter tomado conhecimento da campanha de incentivo ao turismo na Região. Dessas 17.500 pessoas, 28,3% eram residentes em São Paulo, Estado onde a Campanha logrou seu maior êxito. Aproximou-se desse percentual o relativo aos procedentes de Estados da própria Região (26,6%).

**TABELA 2**  
**TURISTAS QUE TOMARAM CONHECIMENTO DA CAMPANHA,**  
**SEGUNDO OS ESTADOS ONDE RESIDEM**

1971

Estados	Ns. Absolutos	%
Guanabara	3.762	21,5
São Paulo	4.952	28,3
Minas Gerais	1.453	8,3
Outros do Norte	753	4,3
Outros do Sul	1.925	11,0
Outros do Nordeste	4.655	26,6
<b>TOTAL</b>	<b>17.500</b>	<b>100,0</b>

Fonte: BNB/ETENE — Estimativa com base nos resultados da amostra.

Convém lembrar que 21,1% dos que tomaram conhecimento da Campanha declararam ter sido por ela motivados à realização da viagem ao Nordeste. Admite-se que essas 3.700 pessoas tenham vindo com objetivo essencialmente turístico, em virtude do caráter de que se revestiu a promoção.

Dentre as pessoas alcançadas pela promoção, 55% apontaram como objetivo de viagem, principalmente, a realização de negócios. Tendo em vista que

essas decisões de viajar, obviamente, dependeram de sugestões publicitárias, o efeito real da Campanha deve ser medido com referência aos 45% restantes (7.800 pessoas) que vieram com propósitos recreativas. Assim sendo, da comparação dessas pessoas com as 3.700 mencionadas no parágrafo anterior, resulta válido atribuir a responsabilidade direta da Campanha de incentivo em 47% (3.700 sobre 7.800) das viagens de cunho essencialmente diversional.

**TABELA 3**  
**TURISTAS, SEGUNDO O OBJETIVO DA VIAGEM**  
**1971**

Objetivo da Viagem	Ns. Absolutos	%
Negócios	12.565	38,9
Turismo	14.535	45,0
Outros	5.200	16,1
<b>TOTAL</b>	<b>32.300</b>	<b>100,0</b>

Fonte: BNB/ETENE — Estimativa com base nos resultados da amostra.

#### *Eficiência dos Meios de Divulgação*

Os jornais constituíram-se no veículo de comunicação mais eficiente na divulgação de campanha, conforme indicaram 30,5% das pessoas que vieram ao Nordeste.

Para o Estado de São Paulo e outros do Norte, entretanto, esse meio de infor-

mação foi superado pelas revistas, as quais foram assinaladas, respectivamente, por 33 e 27,4% dos informantes.

Além da publicidade em revistas, também destacou-se a televisão, cuja eficiência se fez sentir especialmente com relação aos visitantes procedentes da área nordestina.

**TABELA 4**  
**TURISTAS QUE TOMARAM CONHECIMENTO DA CAMPANHA, SEGUNDO OS**  
**ESTADOS ONDE RESIDEM E O VEICULO DE COMUNICAÇÃO APONTADO**  
**PERCENTAGENS DO TOTAL DE CADA ESTADO**  
**1971**

Veículo de Comunicação	Estado onde Residem os Turistas						Total
	Guana- bara	São Paulo	Minas Gerais	Outros do Norte	Outros do Sul	Outros do Nordeste	
<i>Jornal</i>	29,8	30,2	30,1	27,2	32,3	31,1	30,5
<i>Revista</i>	25,2	33,0	28,2	27,4	28,3	24,5	28,0
<i>Rádio</i>	10,7	9,5	12,8	13,7	6,5	13,4	10,9
<i>Televisão</i>	19,3	18,4	19,2	22,4	17,1	20,2	19,1
<i>Outros</i>	15,0	8,9	9,7	9,3	15,8	10,8	11,5

Fonte: BNB/ETENE — Coleta Direta.

### Meios de Transportes Utilizados pelos Visitantes

A preferência pelo transporte rodoviário foi indicada por 72,7% dos turistas, resultado para o qual, obviamente, concorreu, entre outros fatores, a incidência de menor custo em relação aos demais meios. Isso se acentua na medida em que o turista reside mais próximo da região-objetivo e em que são melhores as condições das rodovias.

Ratificam a afirmação acima os números referentes aos nordestinos, que em 35,9% optaram pela viagem de ônibus e 52,4% pela utilização do automóvel

nos seus deslocamentos à área a ser visitada.

Observa-se, ainda, o uso específico do automóvel em mais de 45% dos casos relativos a quase todas as áreas, tendo sido este o tipo de transporte adotado por 46,1% dos residentes no Estado de São Paulo.

Com referência aos procedentes da Guanabara verificou-se, porém, o emprego mais freqüente do transporte aéreo (42,8%), superior portanto à utilização do automóvel (32,1%).

A via marítima, embora assinalada por informantes originários de todas as áreas, apresentou uma preferência inexpressiva (1%) ante os outros meios de transporte.

TABELA 5  
TURISTAS, SEGUNDO OS ESTADOS ONDE RESIDEM E O  
MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO  
PERCENTAGENS DO TOTAL DE CADA ESTADO  
1971

Meio de Transporte	Estado onde Residem os Turistas						Total
	Guana- bara	São Paulo	Minas Gerais	Outros do Norte	Outros do Sul	Outros do Nordeste	
Aéreo	42,8	31,4	27,6	24,3	22,7	11,0	26,3
Marítimo	0,2	0,8	2,4	1,0	3,1	0,7	1,0
Rodoviário							
Ônibus	24,9	21,7	22,2	29,7	28,5	35,9	27,8
Automóvel	32,1	46,1	47,8	45,0	45,7	52,4	44,9

Fonte: BNB-ETENE — Coleta Direta.

### Fluxo de Turistas nas Capitais

Constatou-se uma relação média cidades visitadas/turista de 2,8 donde se dimensiona o fluxo total de 90.440 visitantes para o conjunto das cidades pesquisadas.

Salvador e Recife lideraram movimento turístico, absorvendo respectivamente 22,2% e 15,6% do fluxo acima avaliado, seguindo-se-lhes Aracaju, que alcançou quantidade bastante significativa de visitantes (12,2%), resultado, provavelmente, do deslocamento de tu-

**TABELA 6**  
**TURISTAS, SEGUNDO AS CIDADES VISITADAS**  
1971

Cidades	Ns. Absolutos	%
Salvador	20.080	22,2
Aracaju	11.030	12,2
Maceió	8.320	9,2
Recife	14.110	15,6
João Pessoa	6.780	7,5
Natal	5.700	6,3
Fortaleza	9.590	10,6
Teresina	2.440	2,7
São Luis	2.710	3,0
Outras	9.680	10,7
<b>TOTAL</b>	<b>90.440</b>	<b>100,0</b>

Fonte: BNB-ETENE — Estimativa com base nos resultados da amostra  
OBSERVAÇÃO: O total (91.440) difere do número de turistas (32.300) em virtude de alguns terem visitado mais de uma cidade.

ristas da Bahia para o Estado de Sergipe.

Agrupando-se as cidades pesquisadas, segundo aspectos de proximidade e vinculações de caráter econômico e sócio-cultural, denota-se a concentração do fluxo nas duas primeiras zonas (Salvador-Aracaju, 34,4% e Maceió-Recife-João Pessoa, 32,3%) enquanto que a terceira (Fortaleza-Natal, 16,9%) e a

quarta (outras cidades, 17,3%) dividem o restante quase que metade a metade entre si.

Os visitantes provenientes de fora do Nordeste (5.190) geraram 74.913 diárias, ou cerca de 14 dias de permanência média por turistas na Região.

Sob o ponto de vista de permanência em cada cidade, obteve-se uma média, por turista, superior a 5 dias, exceção

**TABELA 7**  
**PERMANÊNCIA MÉDIA DOS TURISTAS, SEGUNDO AS CIDADES VISITADAS**  
1971

Cidades	Permanência Média (dias)
Salvador	6,01
Aracaju	4,72
Maceió	3,45
Recife	5,41
João Pessoa	5,86
Natal	5,74
Fortaleza	5,51
Petrolina e Juazeiro	5,38

Fonte: BNB-ETENE — Coleta direta.

feita para Aracaju (4 dias) e Maceió (3 dias). Para Salvador, entretanto, a média foi de 6 dias a maior encontrada para as capitais.

#### *Providências Recomendadas pelos Turistas*

No sentido de melhorar as condições turísticas regionais, as recomendações dos informantes concentraram-se nos itens "distribuição de roteiros e mapas" e "melhores informações", os quais foram assinalados por quase metade dos turistas das quatro cidades mais visitadas da Região (Salvador, Recife, Aracaju e Fortaleza).

Relativamente a "informações nesta cidade", desdobramento do item "melhores informações", registraram-se os

maiores índices para Salvador e Aracaju, onde solicitaram essa providência 12,9% dos visitantes da primeira cidade e 14,5% dos visitantes da segunda.

As maiores percentagens com respeito à sugestão de "melhores acomodações" foram registradas para João Pessoa e Maceió, por, respectivamente, 24,4% e 19,3% dos turistas que visitaram essas capitais.

Observou-se que o menor percentual de recomendações verificou-se no item "Excursões Organizadas", para o qual não chegaram a se manifestar 10% dos informantes. A interpretação desse fato sugere, antes, uma pequena dimensão do turismo organizado que um razoável nível de satisfação da demanda por esse tipo de serviço.

**TABELA 8**  
**TURISTAS, SEGUNDO AS CIDADES ONDE FORAM ENTREVISTADOS**  
**E AS PROVIDÊNCIAS SUGERIDAS PARA MELHORIA DAS CONDIÇÕES**  
**ATUAIS DA REGIÃO**  
**PERCENTAGENS DO TOTAL DE CADA CIDADE**  
**1971**

Providências Sugerida	Cidades							
	Fortaleza	Natal	João Pessoa	Recife	Maceió	Aracaju	Salvador	Petrolina, Juazeiro
Melhores estradas	16,5	12,0	12,8	10,6	12,5	13,0	13,9	15,5
Melhores informações								
— Noutros Estados	12,2	11,0	6,5	12,7	8,6	12,3	9,5	11,7
— Nesta Cidade	10,3	11,8	9,8	10,8	10,7	14,5	12,9	7,3
Melhor Sinalização								
— Nas Estradas	11,4	14,3	10,8	11,0	12,0	12,0	11,4	16,7
— Nas cidades	14,3	17,2	10,3	9,1	12,3	9,2	12,1	13,1
Melhores Acomodações	8,2	12,1	24,4	11,2	19,3	10,8	9,5	13,0
Excursões Organizadas	5,0	2,5	2,0	9,3	5,8	7,4	8,0	6,1
Distribuição de roteiros e Mapas	22,1	19,1	23,4	25,3	18,8	20,8	22,7	16,6

Fonte: BNB-ETENE — Coleta Direta.

## Receitas e Gastos

A estimativa dos gastos efetuados pelos turistas no Nordeste evidenciou uma despesa diária "per capita" de aproximadamente Cr\$ 100,00. Tendo em conta a quantidade média de dias de permanência (14 dias) na Região, observou-se, durante a temporada em análise, o dispêndio de Cr\$ 1.400,00 por visitante na Região, distribuído nos seguintes itens:

Acomodações .....	Cr\$ 420,00
Alimentos e bebidas ....	Cr\$ 350,00
Compras .....	Cr\$ 350,00
Visitas e diversões .....	Cr\$ 140,00
Transporte local .....	Cr\$ 70,00
Outros .....	Cr\$ 70,00

Contra-pondo-se aos custos promocionais de Cr\$ 1.185 mil apresentou-se, portanto, uma receita total de Cr\$ 5,170 mil, auferida na área, proveniente das despesas dos 3.700 turistas. Além disso, o efeito multiplicador desses gastos, estimado em 3 para a América Latina<sup>(4)</sup>, transforma-os em Cr\$ 15.510 mil no prazo de um ano, à medida em que o dinheiro circula na economia regional.

Resumindo a apreciação anterior, a cada Cr\$ 1,00 aplicado na publicidade específica correspondeu Cr\$ 4,30 de gastos turísticos no Nordeste, que resultam em Cr\$ 12,90 no prazo de um ano, em virtude do multiplicador antes referido.

## Metodologia

A presente investigação foi efetuada durante o mês de julho de 1971, abrangendo as capitais dos Estados do Nordeste e as cidades geminadas Petrolina-Juazeiro na fronteira da Bahia com Pernambuco.

O "Guia de Hotéis do Brasil" (1968), da Fundação IBGE, forneceu os elementos quantitativos básicos, complementados por informações colhidas pelas agências do BNB, para a seleção dos estabelecimentos onde seriam realizadas as entrevistas.

Recorreu-se à amostragem aleatória simples para executar a seleção, tomando-se o valor da diária como variável de determinação do tamanho da amostra.

Esse trabalho obedeceu às seguintes etapas:

- determinação do tamanho total da amostra, definido em termos do número de acomodações hoteleiras;
- distribuição por categoria de hotel<sup>(5)</sup>, mantendo-se a proporcionalidade verificada no universo;
- distribuição dos hotéis por cidade, de acordo com cada categoria e segundo as proporções observadas no universo;
- identificação dos hotéis por categoria em cada cidade, considerando os que possuísem um número igual ou maior de aposentos que o definido na composição da amostra.

(4) Harry G. Clement, em "The Impact of Tourist Expenditure", na revista "Development Digest", julho 1967, fl. 71 e Reto J. Schneider, em "Tourism as a Key Industry in Latin American Development", no boletim mensal da ADELA INVESTMENT COMPANY S.A., novembro 1969, fl. 3.

(5) Para a definição das categorias dos hotéis foi adotado critério baseado no preço das diárias sem refeições cobradas na época do levantamento efetuado pelo IBGE (1968), classificando-se, finalmente, os hotéis em quatro categorias:

- 1.º) Diárias superiores a Cr\$ 30,00
- 2.º) Diárias de Cr\$ 21,00 a Cr\$ 30,00
- 3.º) Diárias de Cr\$ 11,00 a Cr\$ 20,00
- 4.º) Diárias até Cr\$ 10,00.



**COMPOSIÇÃO DA AMOSTRA**  
**No. DE APOSENTOS DOS HOTÉIS SELECIONADOS**

Segundo a Cidade	Total	Segundo a Categoria			
		1.a	2.a	3.a	4.a
Fortaleza	406	—	213	137	56
Natal	156	61	—	33	62
João Pessoa	127	—	—	19	108
Recife	336	—	160	100	76
Maceió	168	—	6	85	77
Aracaju	180	—	76	59	45
Salvador	478	61	131	76	210
Petrolina/Juazeiro	148	—	47	52	49
<b>TOTAL</b>	<b>1.999</b>	<b>122</b>	<b>633</b>	<b>561</b>	<b>683</b>

Identificaram-se 68 hotéis dentro dos critérios adotados e, para assegurar a representatividade do modelo, foram selecionadas unidades hoteleiras suplementares, destinadas a eventuais substituições, o que ocorreu no caso de oito estabelecimentos localizados nas quarta (7) e terceira (1) categorias, nas cidades de Fortaleza (3), João Pessoa (1), Maceió (2), Aracaju (1) e Salvador (1).

O critério adotado para estimativa do número de questionários necessários à pesquisa baseou-se na quantidade de aposentos de cada hotel, multiplicada pelo fator 10, que seria o número de hóspedes que ocuparia cada aposento durante o mês de julho.

Para a aplicação dos questionários junto a cada hóspede contou-se com a colaboração dos estabelecimentos selecionados através de sua direção e do pessoal das portarias, sob orientação periódica dos técnicos encarregados da pesquisa, e assistência de um funcioná-

rio do BNB, da agência de cada cidade onde se realizou o levantamento.

O número de questionários preenchidos e devolvidos ao Banco foi suficiente para alcançar o objetivo visado, isto é, avaliar principalmente os resultados da campanha de incentivo ao turismo na Região.

Após exame crítico, efetuado por técnicos do ETENE, em consequência do qual o número total de questionários a serem processados ficou reduzido a 3.525, encaminhou-se o material coletado ao Departamento de Organização e Processamento de Dados do BNB, o qual efetuou a apuração dos resultados por computação eletrônica.

Observou-se, tanto quanto possível, o princípio de manter, quando da triagem, a mesma estrutura percentual de questionários distribuídos por categoria de estabelecimento a fim de que os resultados globais não ficassem distorcidos.

Embora o presente trabalho tenha sido orientado, fundamentalmente, para uma avaliação em nível regional, poderá êle também fornecer elementos satisfatórios, através de uma apuração mais profunda, segundo as cidades investigadas.

A estimativa do número de turistas, no mês de julho, referentes ao universo, obedeceu às seguintes etapas:

- a) determinação do número de visitantes componentes da amostra, antes da crítica dos questionários (10.382), excetuando-se aqueles haviam respondido em outra cidade;
- b) estimativa do número de pessoas que ocupou cada aposento durante o mês, dividindo-se o número de dias do mês (31), pela média de permanência de cada hóspede (5 dias), o que oferece um coeficiente de 6 pessoas por aposento;
- c) estimativa do número de aposentos ocupados durante o mês, dividindo-se o resultado da alínea *a* pelo da alínea *b*, obtendo-se um total de 1.730 aposentos;
- d) o número total de aposentos da amostra foi de 1.999; como foram ocupados 1.730, o índice de utilização encontrado foi, portanto, 86,5%;
- e) a aplicação desse índice (86,5%) sobre o total de aposentos da área pesquisada (6.222) forneceu a quantidade de acomodações utilizada no universo (5.382);
- f) obteve-se o resultado final visando, multiplicando-se o número de aposentos ocupados durante o mês de julho (5.382) pelo coeficiente de 6 pessoas por acomodação, mencionado na alínea *b*, encontrando-se o total de 32.300 visitantes.

Para efeito de comparação com esse informe, estimou-se também o número

de turistas que teria visitado a área da pesquisa em 1968, por ser esse o ano mais recente para o qual se dispõem de dados oficiais <sup>(6)</sup>. O processo de avaliação obedeceu às seguintes fases:

- a) tomou-se o número de hóspedes, em julho, nos hotéis das capitais de Fortaleza até Salvador ..... (61.116); e
- b) dividiu-se o resultado pelo número médio de cidades visitadas por cada turista (2,8), conforme dado fornecido pela amostra, obtendo-se 21.800.

#### ESTRUTURA DE GASTOS DOS TURISTAS NA AMÉRICA LATINA

Tipo de Gasto	%
Acomodações .....	30
Alimentos e bebidas .....	25
Compras .....	25
Visitas e diversões .....	10
Transporte local .....	5
Outros .....	5
TOTAL .....	100

Fonte: "Tourism in Latin America", por Doreen E. Crompton.

A estimativa dos gastos dos turistas foi fundamentada na diária média dos hotéis da amostra, segundo os intervalos relativos às categorias previamente definidas e ponderadas pela quantidade de questionários processados.

O cálculo forneceu o valor médio de Cr\$ 16,40, a preços de 1968, o qual foi atualizado por intermédio das variações do custo de vida na Guanabara <sup>(7)</sup>, verificadas em 22% para 1968/69, 23% para 1969/70 e 20% (estimativa) para 1970/71.

<sup>(6)</sup> Anuário Estatístico do Brasil — 1970, Fundação IBGE.

<sup>(7)</sup> Fundação Getúlio Vargas, Revista Conjuntura Econômica, n.º 3, 1971, pág. 133.

Tabela 9  
 Pesquisa de Avaliação da Campanha de Incentivos ao Turismo  
 Aplicação dos Questionários

Segundo a Cidade	Total			Segundo a Categoria											
	Distri- buidos (A)	Proces- sados (B)	% (B/A)	Primeira			Segunda			Terceira			Quarta		
				Distri- buidos A	Proces- sados (B)	% (B/A)	Distri- buidos (A)	Proces- sados (B)	% (B/A)	Distri- buidos (A)	Proces- sados (B)	% (B/A)	Distri- buidos (A)	Proces- sados (B)	% (B/A)
Fortaleza	4.120	667	16,2	—	—	—	2.130	306	14,4	1.370	227	16,6	620	134	21,6
Natal	1.560	90	5,8	610	17	2,8	—	—	—	330	28	8,5	620	45	7,3
João Pessoa	930	163	17,5	—	—	—	—	—	—	190	9	4,7	740	144	19,5
Recife	3.360	457	13,6	—	—	—	1.600	182	11,4	1.000	194	19,4	760	81	10,6
Maceió	1.390	175	12,6	—	—	—	60	—	—	850	77	9,1	480	98	20,4
Aracaju	1.750	375	21,4	—	—	—	760	173	22,8	590	156	26,4	400	46	11,5
Salvador	4.780	1.070	22,3	610	320	52,5	1.310	145	11,1	760	195	25,7	2.100	410	19,5
Petrolina/Jua- zeiro	1.480	528	35,6	—	—	—	470	149	31,7	520	201	38,6	490	188	38,4
<b>TOTAL</b>	<b>19.370</b>	<b>3.525</b>	<b>18,2</b>	<b>1.220</b>	<b>337</b>	<b>27,6</b>	<b>6.330</b>	<b>955</b>	<b>15,1</b>	<b>5.610</b>	<b>1.087</b>	<b>19,3</b>	<b>6.210</b>	<b>1.146</b>	<b>18,5</b>

FONTE: BNB — ETENE — Pesquisa direta.

Aplicando-se as taxas anteriores à diária média de 1968, obteve-se assim, uma diária de Cr\$ 30,00, considerada como gasto exclusivamente em "Acomodações"; em seguida, foi aplicada a estrutura abaixo, de despesas de turistas na América Latina <sup>(8)</sup>, determinan-

do-se então um gasto diário médio de Cr\$ 100,00 por turista.

---

(8) "Tourism in Latin America", por Doreen E. Crompton de Calvo, na revista do Banco of London & South America — Volume 3, n.º 28, abril de 1968.

## SUMMARY

By the occasion of the conclusion of the asphaltting Works of the highways BR-101 and BR-116, the Bank of Northeast of Brazil, the governments of the states of the region and private enterprises joined in a campaign to promote tourism in Northeastern Brazil, sponsored by EMBRATUR.

The present work is a tentative evaluation of the results obtained and the objectives attained, in order to adopt steps towards giving a better orientation to future promotions, especially those which will be carried out in the current semester.

Information provided by sample studies have made possible to infer that in the month of July, 1971, the capitals of the states, from Ceará to Bahia, have received 32,300 visitants representing an increase of 48% as to the 21,800 of July, 1968. Part of that number had leisure as main objective (45%) and the remaining came on business and other aims.

It was also verified that from the 17,500 visitants reached by the campaign, 7,800 visited the region exclusively with leisure objective. From these 3,700 came to the Northeast motivated by the campaign.

Admitting that those who came on business and other objectives would have visited the region independently of the campaign, since that was basically designed to stimulate visitants looking for leisure, it was proved that the campaign has motivated the coming of 47% of the visitants (3,700 in the total of 7,800).

As the evaluation survey was conducted only 45 days after the beginning of the campaign, when its effects were far from being exhausted, and that it will continue until the end of the year, these results can be considered as excellent.