

# Boletim de Monitoramento de Indicadores Turísticos



PAINEL DE INTELIGÊNCIA DE DADOS E MERCADO

ABRIL 2026

[painel.pbtur.pb.gov.br](http://painel.pbtur.pb.gov.br)



Parque Solon de Lucena - JOÃO PESSOA

Foto: @marco\_pimentel



Empresa Paraibana de Turismo

Paraíba

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO



GOVERNO DA PARAÍBA



# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

ORIGEM DO TURISTA

PRINCIPAIS TRANSPORTES

MOTIVO DA VIAGEM

PLANEJAMENTO DA VIAGEM

PERFIL DO TURISTA

PERMANÊNCIA

PONTOS TURÍSTICOS

TAXA DE OCUPAÇÃO

# APRESENTAÇÃO

A Coordenação de Inteligência de Dados da Empresa Paraibana de Turismo (PBTUR) disponibiliza aos agentes públicos e ao trade turístico o Boletim de Monitoramento de Indicadores Turísticos referente ao mês de abril de 2026. Entre suas principais atividades e ações, destacam-se a produção de pesquisas e a divulgação do monitoramento do comportamento turístico, com foco especial na capital paraibana, onde localiza-se o portão de entrada dos visitantes. O boletim identifica os principais serviços utilizados pelos turistas, permitindo analisar os tipos de hospedagem mais procurados, bem como os meios de transporte, os locais turísticos e as praias mais visitadas. Essas informações são fundamentais para apoiar os turistas e viabilizar uma infraestrutura mais adequada e um maior cuidado com os serviços oferecidos. O segmento do turismo na Paraíba consolida-se nos mercados estadual, regional, nacional e internacional, graças ao trabalho bem articulado entre o poder público e a iniciativa privada, o que tem possibilitado avanços significativos para o estado.

Boa leitura!

## **MARIANE GOES**

Secretária de Desenvolvimento Econômico e Turismo/ SETDE

## **FERDINANDO LUCENA**

Diretor Presidente/PBTUR

# APRESENTAÇÃO



LUCAS RIBEIRO NOVAIS DE ARAÚJO  
**Governador**

MARIANNE GÓES BARBOSA GAUDÊNCIO  
**Secretária De Turismo E Desenvolvimento Econômico**

FRANCISCO RINALDO MARANHÃO DE FIGUEIREDO  
**Secretário Executivo De Turismo Do Estado Da Paraíba**

FERDINANDO JOSÉ DE LUCENA MEDEIROS  
**Presidente Da Empresa Paraibana De Turismo S/A – Pbtur**

JARBAS DE LUCENA AGUIAR  
**Diretor De Economia e Formento**

MARCUS ROBERTO GOMES ABRANTES SARMENTO  
**Coordenador De Relação Para Mercados**

MIGUEL ÂNGELO GOMES DA SILVA  
**Interlocutor Do Programa de Regionalização Da Paraíba**

## **EQUIPE TÉCNICA**

CÁSSIO DA NÓBREGA BESARRIA  
**Coordenador Geral**

RAFHAEL AURÉLIO DA SILVA (Estatístico)  
ALEXANDRE ANTÔNIO DE ARAÚJO (Economista)  
VINÍCIUS DANIEL DOS SANTOS ALEXANDRE (Hospitalidade)  
**Coordenação De Inteligência De Dados**

ARY WASHINGTON DA SILVA JUNIOR  
**Coordenador De Tecnologia Da Informação**

CIBELLY CORREIA DOS SANTOS  
MARIANA FERNANDES VIEIRA DE MELO  
**Assessoria De Imprensa**

JOHN WAYNE MATIAS DE ALMEIDA FORMIGA  
**Designer Gráfico**



# ORIGEM DO TURISTA



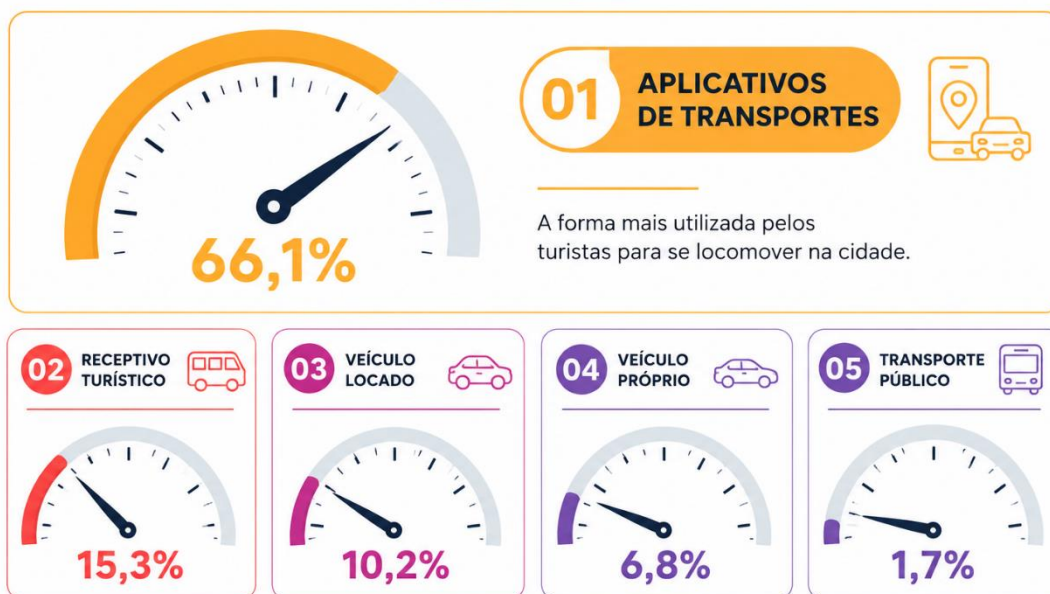
Ademais, Rio Grande do Sul (RS) e Pernambuco (PE) apresentam fluxos significativos de turistas, o que contribui para a diversificação do panorama turístico local.

A nível regional, nota-se uma participação expressiva de visitantes oriundos de estados vizinhos, notadamente Pernambuco (PE), Rio Grande do Norte (RN) e Ceará (CE). Este cenário ratifica o amadurecimento do turismo interno, impulsionado tanto pela proximidade geográfica quanto pela eficiente infraestrutura de transporte aéreo e terrestre.

Com isso, a Paraíba se consolida como um centro estratégico de atração de demanda dentro do Nordeste.

# PRINCIPAIS TRANSPORTES

## Meios de transportes mais utilizados pelos turistas na cidade.



A preferência dos visitantes pelos aplicativos de transporte é absoluta, alcançando **66,1%**. Esse domínio reflete a consolidação desses apps como a principal escolha para trajetos entre aeroportos, hotéis e pontos turísticos, impulsionada pela transparência e praticidade oferecidas aos usuários.

Abaixo, os demais modais completam o cenário de mobilidade:

- **Receptivo Turístico (15,3%):** Demonstra a força de serviços estruturados, como excursões e *transfers* organizados.
- **Veículo Locado (10,2%):** Atende ao perfil de turista que busca autonomia, principalmente para explorar destinos fora do eixo da capital.
- **Veículo Próprio (6,8%):** Apresenta uma participação mais tímida, sendo a escolha predominante de quem viaja a partir de cidades vizinhas.
- **Transporte Público (1,7%):** Com o menor índice de adesão, os dados indicam a existência de gargalos e uma clara oportunidade de melhoria na infraestrutura para atrair o público visitante.

# MOTIVO DA VIAGEM

## MOTIVO DA VIAGEM



Fonte: Dados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 - PBTUR

Com uma participação de 84,7%, o lazer consolida-se como a motivação predominante das viagens. O segmento de negócios, embora secundário, mantém relevância ao responder por 10,2% do fluxo.

Complementando esse perfil, a análise da organização da viagem evidencia o nível de autonomia do visitante em seu planejamento.

# PLANEJAMENTO DA VIAGEM

## ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM

Como os turistas organizaram sua viagem



Fonte: Dados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 – PBTUR

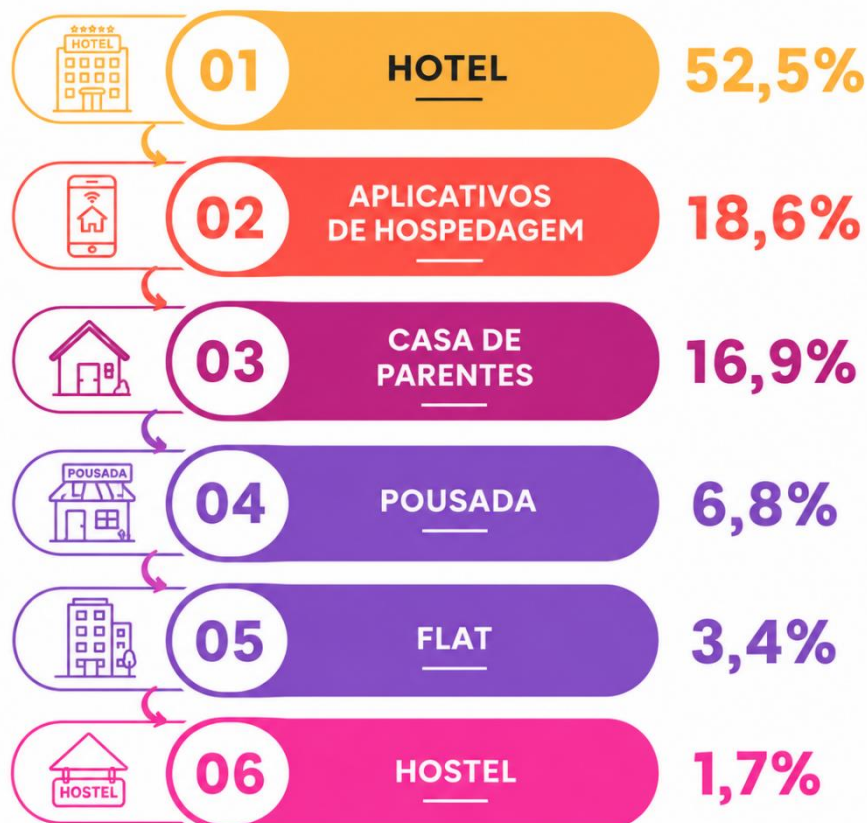
**Montou o seu pacote (50,8%)** – Mais da metade dos turistas declarou ter organizado a viagem de forma independente, combinando diretamente os serviços de transporte, hospedagem e roteiro sem intermediários tradicionais.

**Agência de Viagem (30,5%)** – Uma parcela significativa ainda utiliza serviços de agências, seja por conveniência, segurança ou por meio de pacotes comercializados em mercados emissores. Esse canal segue relevante, especialmente para turistas de longa distância ou para aqueles que buscam maior comodidade e suporte durante o deslocamento.

**Internet (18,6%)** – Essa categoria se refere à compra isolada de serviços por meios digitais (como passagens aéreas e reservas de hotéis) sem a configuração de um pacote completo ou sem o intermédio de agências físicas.

# PLANEJAMENTO DA VIAGEM

## MEIOS DE HOSPEDAGEM MAIS UTILIZADOS



Fonte: Dados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 – PBTUR

A preferência dos turistas em relação a hospedagem são os locais mais bem estruturados.

**Hotel (52,5%)** – Mais da metade dos turistas optou por hotéis, consolidando esse segmento como o principal provedor de acomodação na capital paraibana. Esse dado evidencia a confiança do visitante na infraestrutura hoteleira do destino, que oferece desde opções econômicas até empreendimentos de alto padrão. Para o setor, esse percentual reforça a importância de manter a qualidade dos serviços, investir em inovação e ampliar a oferta hoteleira de forma sustentável, acompanhando o crescimento da demanda.

# PLANEJAMENTO DA VIAGEM



**Aplicativo de hospedagem (18,6%)** – As plataformas digitais de aluguel por temporada já respondem por um contingente relevante, indicando a crescente adesão a modelos de acomodação que oferecem flexibilidade e maior espaço.

**Casa de parente (16,9%)** – Esse percentual reflete a importância do turismo de visita a amigos e parentais, especialmente entre os fluxos regionais. Embora não represente ocupação hoteleira direta, esse público gera movimentação econômica em outros setores, como alimentação, transporte e comércio, devendo ser considerado nas estratégias de desenvolvimento turístico.

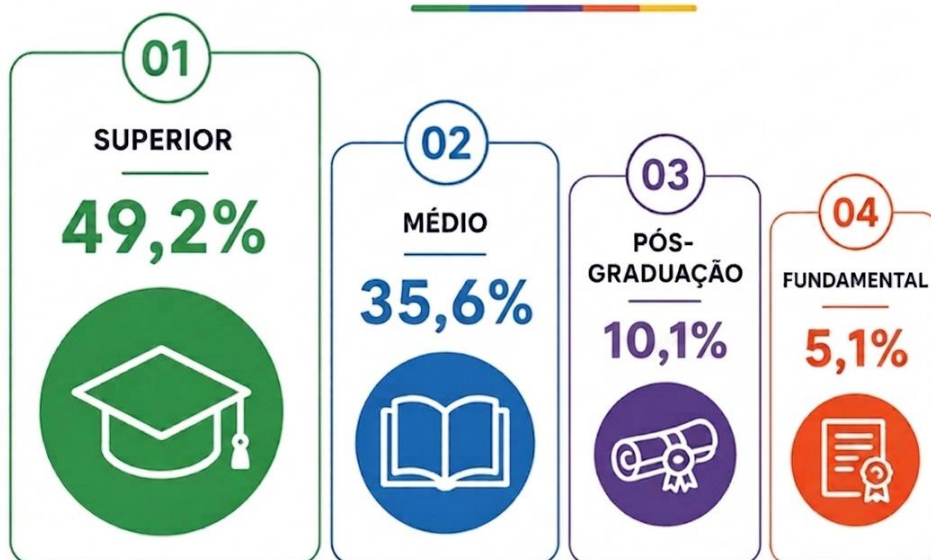
**Pousada (6,8%)** – As pousadas representam uma parcela baixa das escolhas, especialmente entre turistas que buscam uma experiência mais acolhedora, de contato mais próximo com a cultura local e com características arquitetônicas e paisagísticas diferenciadas.

**Flat (3,4%)** – O baixo percentual de adesão a modalidade flat reflete um modelo que ainda busca o seu lugar competindo com a estruturas de hotéis e pousadas aliado a um bom custo benefício.

**Hostel (1,7%)** – A baixa adesão a hostels indica que o perfil de turista que visita a Paraíba, ao menos na capital, tem se mostrado menos orientado ao turismo de mochilão ou de baixo custo extremo.

# PERFIL DO TURISTA

## NÍVEL DE ESCOLARIDADE



Fonte: Dados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 - PBTUR

**Superior (49,2%)** – Predomina entre os visitantes, indicando um público mais escolarizado e, em geral, mais exigente quanto à qualidade dos serviços e experiências. Reforça a necessidade de qualificação, boa comunicação e oferta turística mais elaborada.

**Médio (35,6%)** – Segundo maior grupo, relevante em fluxos regionais e familiares. Destaca a importância de uma oferta diversificada e acessível.

**Pós-graduação (10,1%)** – Representa um nicho menor, porém com alto nível de exigência, valorizando experiências diferenciadas, culturais e bem estruturadas.

**Fundamental (5,1%)** – Participação reduzida, indicando menor presença de públicos com menor escolaridade, o que pode refletir barreiras de acesso ou perfil do destino.

# PERFIL DO TURISTA

## PROFISSÕES MAIS FREQUENTE



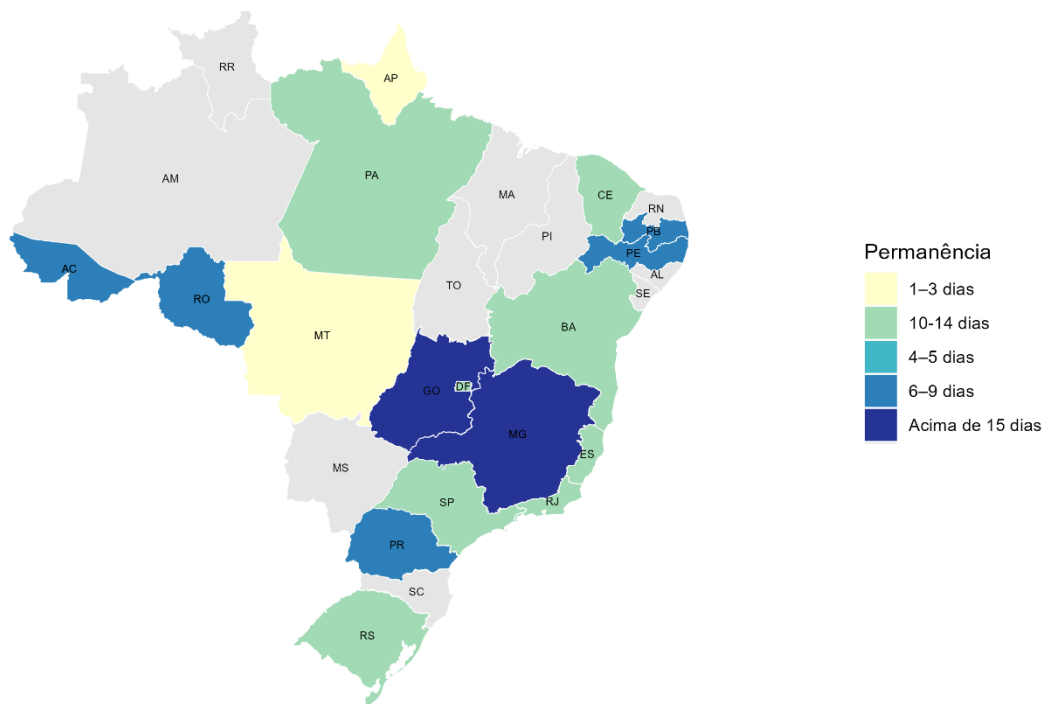
**Aposentado (55%)** – Mais da metade dos turistas entrevistados declarou-se aposentado. Isso aponta para um perfil de visitante com disponibilidade de tempo, maior flexibilidade para viajar em períodos fora da alta temporada e com interesses específicos, como conforto, tranquilidade, acessibilidade, turismo cultural e vivências com ritmo mais contemplativo. A presença expressiva de aposentados sugere oportunidades estratégicas para o desenvolvimento do turismo, incluindo a oferta de pacotes com maior duração, programas de saúde e bem-estar, roteiros culturais aprofundados e infraestrutura adaptada.

**Professor (25%)** – A segunda maior categoria profissional é composta por professores, talvez interessados nos aspectos histórico-culturais e educativos do destino.

**Engenheiro (20%)** – A presença de engenheiros completa o perfil, sugerindo uma parcela de turistas com formação técnica de nível superior e, provavelmente, com boa capacidade de consumo.

# PERMANÊNCIA

Frequência de Permanência agrupada por Estado



Fonte: Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 - PBTUR

O perfil do turismo na Paraíba revela variações estratégicas de acordo com a procedência do visitante, impactando diretamente o tempo de permanência e o consumo no estado.

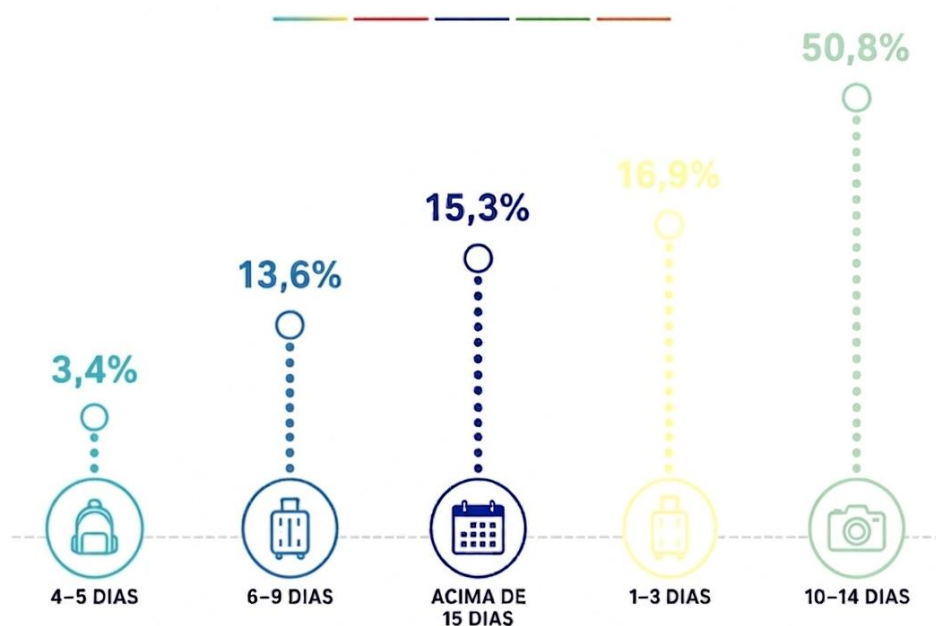
## Dinâmica por Origem e Permanência

- **Turismo Regional (Curta Duração):** Visitantes vindos de estados vizinhos, como **Pernambuco (PE)** e **Rio Grande do Norte (RN)**, costumam realizar viagens rápidas. O foco são os fins de semana e feriados, garantindo uma movimentação constante e essencial para o fluxo contínuo do setor.
- **Mercados Estratégicos (Média Duração):** Turistas de estados como **São Paulo (SP)**, **Rio de Janeiro (RJ)**, **Bahia (BA)** e **Rio Grande do Sul (RS)** permanecem no destino entre **10 e 14 dias**. Esse grupo une

# PERMANÊNCIA

- um volume significativo de pessoas a um tempo de estadia relevante, sendo fundamental para o fortalecimento turístico local.
- **Turismo de Longa Distância (Alta Duração):** Viajantes de **Minas Gerais (MG)** e **Goiás (GO)** apresentam as maiores estadias, geralmente **superiores a 15 dias**. Por se tratar de viagens planejadas para férias prolongadas, esse público gera um impacto econômico mais profundo, com maior investimento em lazer, gastronomia e hotelaria.

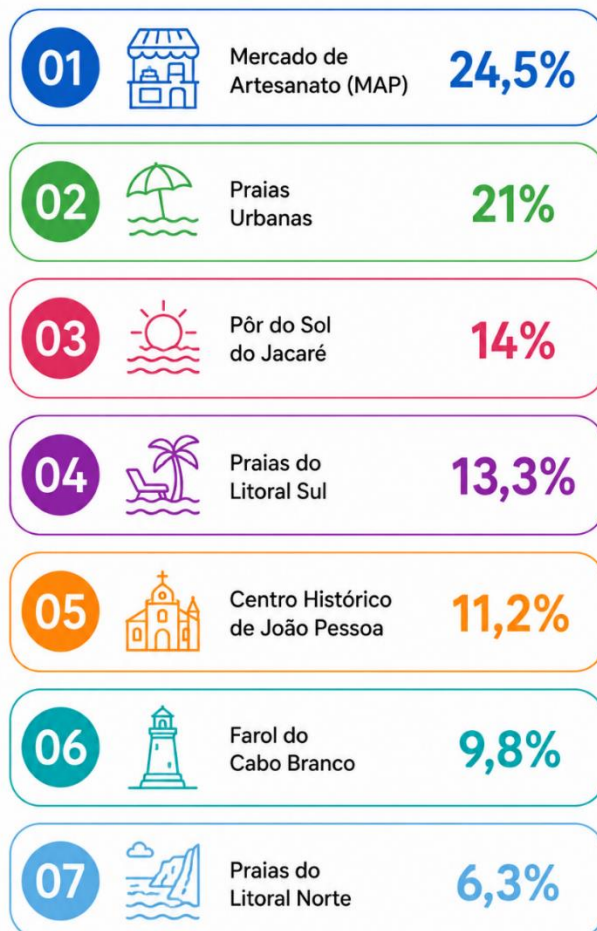
## PERÍODO DE PERMANÊNCIA NA PARAÍBA



Fonte: Dados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 - PBTUR

Com mais da metade dos visitantes (50,8%) passando de 10 a 14 dias no destino, a Paraíba se destaca pela retenção prolongada de turistas. Para otimizar esse cenário, é essencial segmentar as ações: criar experiências diversificadas para o público de longa permanência e fortalecer o mercado de proximidade com opções de curta duração. Tal equilíbrio consolida o estado como um destino versátil, apto a captar tanto o turismo de lazer planejado quanto o regional.

# PONTOS TURÍSTICOS VISITADOS



Fonte: Dados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 – PBTUR

Localizado em João pessoa, o **Mercado de Artesanato (MAP)**, lidera com **24,5%**, indicando alto interesse por experiências de consumo cultural e produtos locais. Em seguida, as **Praias Urbanas: (Praias do Bessa, Cabo Branco e Manaíra com 21%)** reforçam o peso do turismo de sol e mar aliado à conveniência da infraestrutura urbana.

O **Pôr do Sol do Jacaré (14%)** ocupa o 3º lugar, localizado no município de cabedelo possui grande número de visitas afim de prestigiar o pôr do sol ao de *Jurandy do Sax*. As **Praias do Litoral Sul: (Conde, Coqueirinho, Tambaba**

# PONTOS TURÍSTICOS VISITADOS



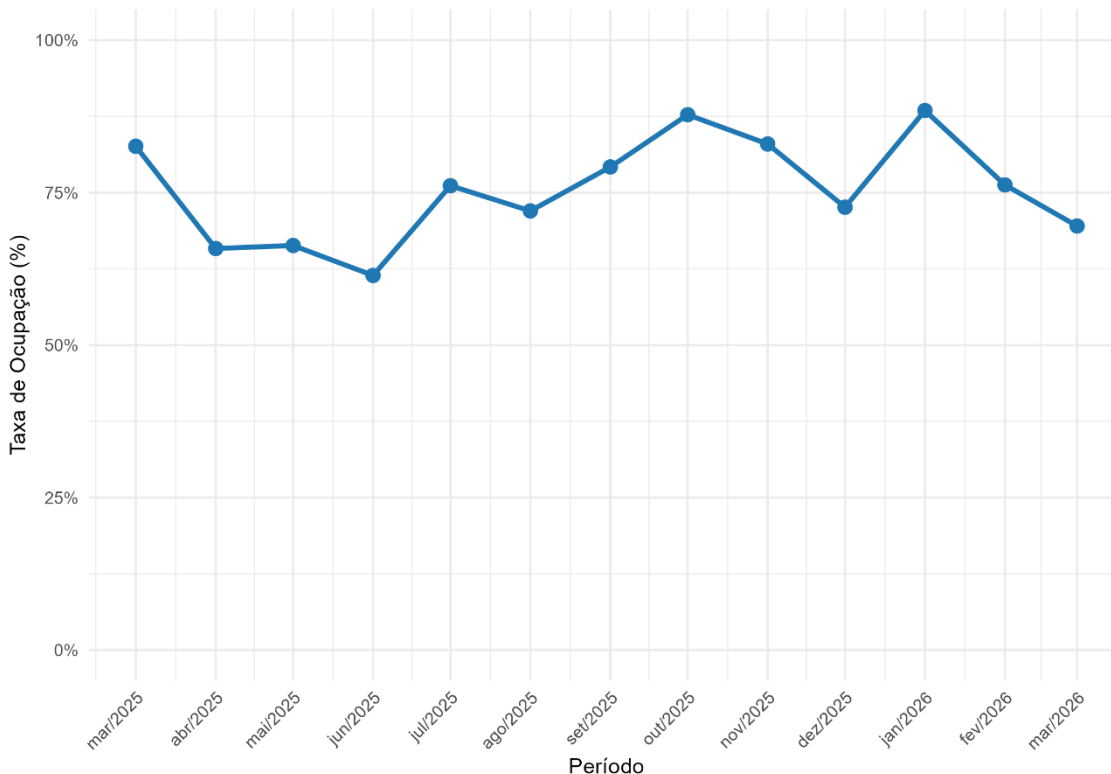
**e Praia Bela com 13,3%)** aparecem como atrativos relevantes, combinando experiência paisagística e lazer, o que sugere boa aceitação de roteiros complementares fora do eixo imediato urbano.

O **Centro Histórico (11,2%)**, situado na capital João Pessoa e o **Farol do Cabo Branco (9,8%)** apresentam participação intermediária, indicando interesse moderado por turismo cultural e pontos simbólicos, mas ainda com potencial de maior valorização e integração aos roteiros principais.

Por fim, as **Praias do Litoral Norte: (Cabedelo, Intermares, Poço, Ponta de Campina, Camboinha, Areia Vermelha, Lucena, e Barra de Camaratuba com 6,3%)** têm menor participação, o que pode refletir maior distância ou menor integração com os fluxos turísticos predominantes.

# TAXA DE OCUPAÇÃO

Série Histórica da Taxa de Ocupação



Fonte: Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 - PBTUR

Quanto a Taxa de Ocupação Hoteleira em João Pessoa, tendo também como fonte o Boletim de Ocupação Hoteleira-BOHs, neste ano de 2026, alcançou um percentual médio de 69,53%, representando um aumento de 5,60%, em comparação ao mesmo mês de 2025, que foi de 65,84 %. Já no período de 2026 em comparação a 2025, representou, entretanto, um acréscimo mais expressivo de 9,80%.

Toda essa movimentação de turistas acima, acontecida e representada pela positividade das Taxas de Ocupações, indicam que os indicadores na estratégia de marketing, estão sendo aplicadas de forma coerente com a demanda do mercado hoteleiro.

# TAXA DE OCUPAÇÃO



Em março de 2026, com base ainda no Boletim de Ocupação Hoteleira-BOHs, a Permanência Média na Hotelaria de João Pessoa, foi de 3,48/pessoa, sendo que no período de janeiro a março neste ano de 2026, a média ficou em 3,32/pessoa.

Uma permanência média significativa representa mais hóspedes circulando nas dependências dos hotéis e como consequência, passam a utilizar o máximo dos serviços do hotel, acarretando mais economia e uma melhor racionalidade e eficiência nos serviços disponibilizados, assim como maior lucro para os empreendedores hoteleiros, favorecendo o investimento em novos empreendimentos.

# ELABORAÇÃO



**Empresa  
Paraibana  
de Turismo**



**GOVERNO  
DA PARAÍBA**

SECRETARIA DE ESTADO  
DO TURISMO E DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO



**UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA PARAÍBA**

## PARCERIA TÉCNICA

