

Boletim de Monitoramento de Indicadores Turísticos

PAINEL DE INTELIGÊNCIA
DE DADOS E MERCADOS

JUNHO 2026

<https://painel.pbtur.pb.gov.br>



Pedra da Boca - ARARUNA
Foto: @marco_pimentel

Paraíba



SUMÁRIO



APRESENTAÇÃO

ORIGEM DO TURISTA

PERFIL DO TURISTA

PLANEJAMENTO DA VIAGEM

MOBILIDADE URBANA

PREFERÊNCIA DE HOSPEDAGENS

PERMANÊNCIA GERAL E FLUXO DE
ATRATIVOS TURÍSTICOS

ANÁLISE DE DESEMPENHO

TAXA DE OCUPAÇÃO

FLUXO GLOBAL ESTIMADO DA
HOTELARIA

PERMANÊNCIA MÉDIA/DIA
HOTELARIA

CADASTUR

APRESENTAÇÃO



A Coordenação de Inteligência de Dados e Mercados da Empresa Paraibana de Turismo (PBTUR) disponibiliza aos agentes públicos e ao trade turístico o Boletim de Monitoramento de Indicadores Turísticos semestral, referente aos meses de janeiro a junho de 2026. Entre suas principais atividades e ações, destacam-se a produção e a divulgação do monitoramento do comportamento turístico, com foco especial na capital paraibana, onde se localiza o portão de entrada dos turistas. O boletim identifica os principais serviços utilizados pelos visitantes, 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 o planejamento e embasamento de políticas públicas, viabilizando uma infraestrutura mais adequada e garantindo maior qualidade nos serviços oferecidos no destino.

O segmento do turismo na Paraíba se consolida 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!

VITAL COSTA DE ARAÚJO

Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico

FERDINANDO LUCENA

Diretor Presidente/PBTUR

EQUIPE TÉCNICA



LUCAS RIBEIRO NOVAIS DE ARAÚJO
Governador

VITAL COSTA DE ARAÚJO
Secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico

EDNALCE ALVES SILVESTRE HENRIQUE
Secretária Executiva de Turismo do Estado da Paraíba

FERDINANDO JOSÉ DE LUCENA MEDEIROS
Presidente da Empresa Paraibana de Turismo S/A

JARBAS DE LUCENA AGUIAR
Diretor de Economia e Fomento

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
Coordenador de Inteligência de Dados

Equipe Coordenação de Inteligência de Dados

ALEXANDRE ANTÔNIO DE ARAÚJO
Economista

VINÍCIUS DANIEL DOS SANTOS ALEXANDRE
Hospitalidade

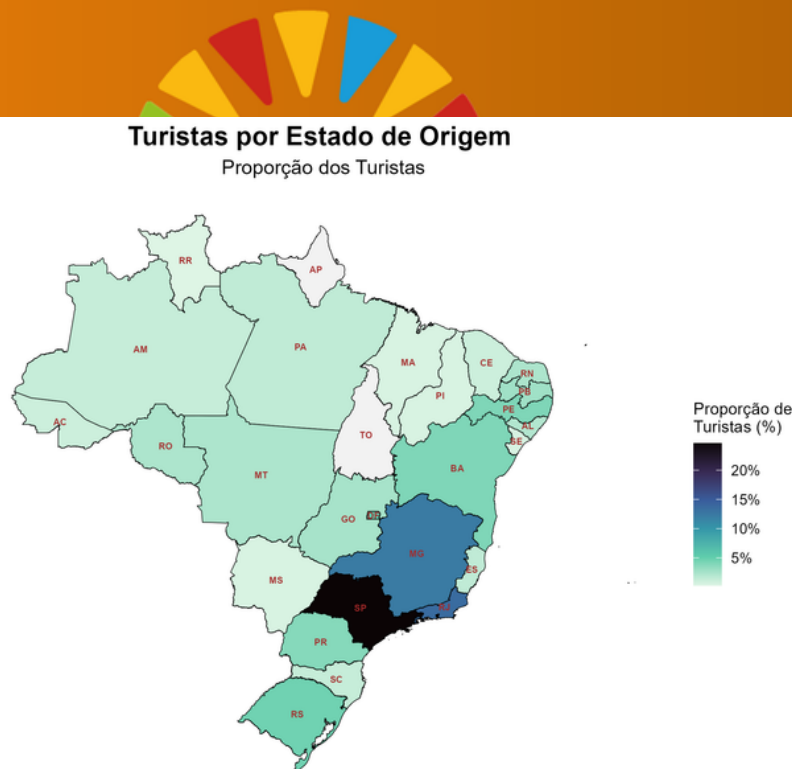
GABRIELLY EDUARDA DE SOUZA SANTOS
Hospitalidade

MARIA JOSÉ BELIZÁRIO
Coordenação Regional de Serviços Turísticos

ARY WASHINGTON DA SILVA JUNIOR
Coordenador de Tecnologia da Informação

CIBELLY CORREIA DOS SANTOS
MARIANA FERNANDES VIEIRA DE MELO
PEDRO VELÔSO STUCKERT SEIXAS
Assessoria de Imprensa

ORIGEM DO TURISTA



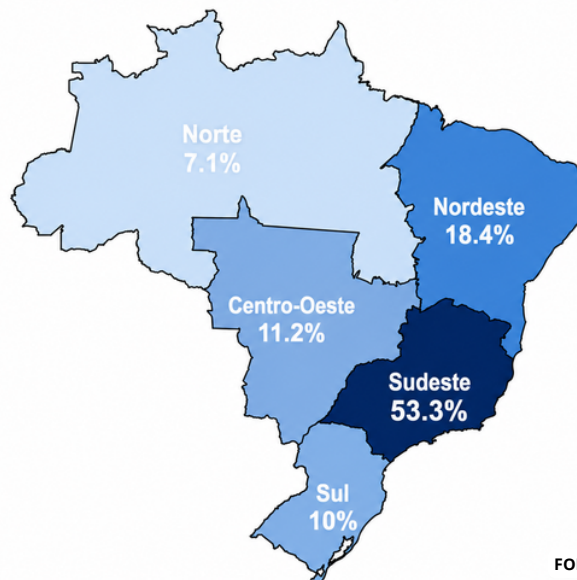
Fonte: Dados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 - PBTUR

Os resultados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 realizada no período de Janeiro – Junho, evidenciam que João Pessoa possui um mercado emissor amplamente concentrado na Região Sudeste, mas com capacidade de atrair turistas de todas as unidades da federação. A análise por estado mostra que São Paulo é o principal emissor de turistas para a capital paraibana, seguido por Minas Gerais e Rio de Janeiro. Esse comportamento reflete a elevada densidade populacional desses estados, sua maior renda média e a boa conectividade aérea com João Pessoa, fatores que favorecem o fluxo contínuo de pessoas.

Além dos estados do Sudeste, destacam-se importantes mercados regionais, como Pernambuco, Rio Grande do Norte, Bahia e Ceará, responsáveis por uma parcela significativa da demanda turística. Observa-se ainda a presença de turistas oriundos das regiões Sul e do Centro-Oeste, indicando que o destino possui alcance nacional e não depende exclusivamente dos mercados vizinhos.

ORIGEM DO TURISTA

Origem dos Turistas por Grande Região
Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026



FONTE: PBTUR

Ao agrupar os turistas por grandes regiões, essa concentração torna-se ainda mais evidente. O Sudeste responde por 53,3% do fluxo turístico, representando mais da metade dos turistas que visitam João Pessoa. Em seguida aparecem o Nordeste (18,4%), o Centro-Oeste (11,2%), o Sul (10,0%) e o Norte (7,1%). Essa distribuição demonstra que, embora o turismo regional exerça papel importante, a principal base da demanda está localizada nas regiões de maior população e poder aquisitivo do país.

Esse padrão de origem dos turistas possui implicações relevantes para o planejamento turístico. A predominância do Sudeste evidencia a necessidade de manter e ampliar ações promocionais voltadas a esse mercado, fortalecendo a imagem do estado como destino de sol e praia, cultura e qualidade de vida. Ao mesmo tempo, a participação do Nordeste revela o potencial do turismo de curta distância, que pode contribuir para reduzir os efeitos da sazonalidade por meio de viagens de finais de semana, feriados e períodos de baixa temporada.

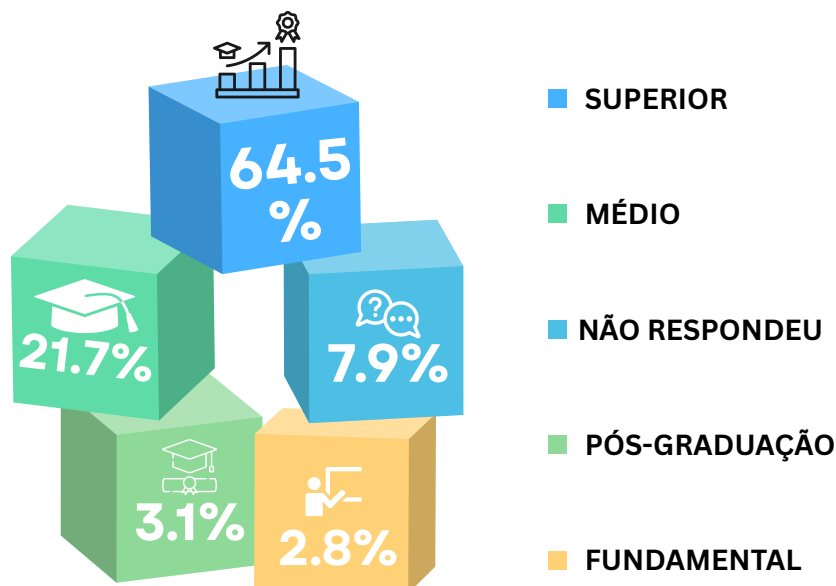
ORIGEM DO TURISTA



Por fim, os resultados demonstram que João Pessoa consolidou-se como um destino de abrangência nacional, com forte inserção nos principais mercados emissores do Brasil. Esse cenário reforça a importância de estratégias de promoção segmentadas, priorizando os estados e regiões de maior participação no fluxo turístico, ao mesmo tempo em que se desenvolvem ações para ampliar a presença em mercados ainda pouco explorados, diversificando a origem dos turistas e fortalecendo a competitividade do destino.

PERFIL DO TURISTA

NÍVEL DE ESCOLARIDADE



A maior parte dos turistas possui Ensino Superior (64,5%) e Pós-Graduação (3,1%) — totalizando 67,6% da amostra identificada. A predominância desse perfil para a realização de viagens no semestre e principalmente no mês de julho justifica-se pelos seguintes fatores:

1. Maior Poder Aquisitivo e Renda Disponível:

Historicamente, há uma relação intrínseca entre o nível de escolaridade formal e a média salarial no mercado de trabalho. Indivíduos com formação superior tendem a ocupar cargos de maior especialização, gerando maior estabilidade financeira e renda discricionária, o capital que sobra após o pagamento de despesas básicas é o recurso majoritariamente destinado ao lazer e ao turismo.

PERFIL DO TURISTA



2. Sazonalidade das Férias em Julho:

O mês de julho é marcado pelo recesso escolar e acadêmico. Populações com alto nível de instrução frequentemente planejam suas viagens familiares de forma a coincidir com o período de descanso de seus filhos ou com suas próprias férias profissionais, o que explica o pico de movimentação turística registrado nesse período do ano.

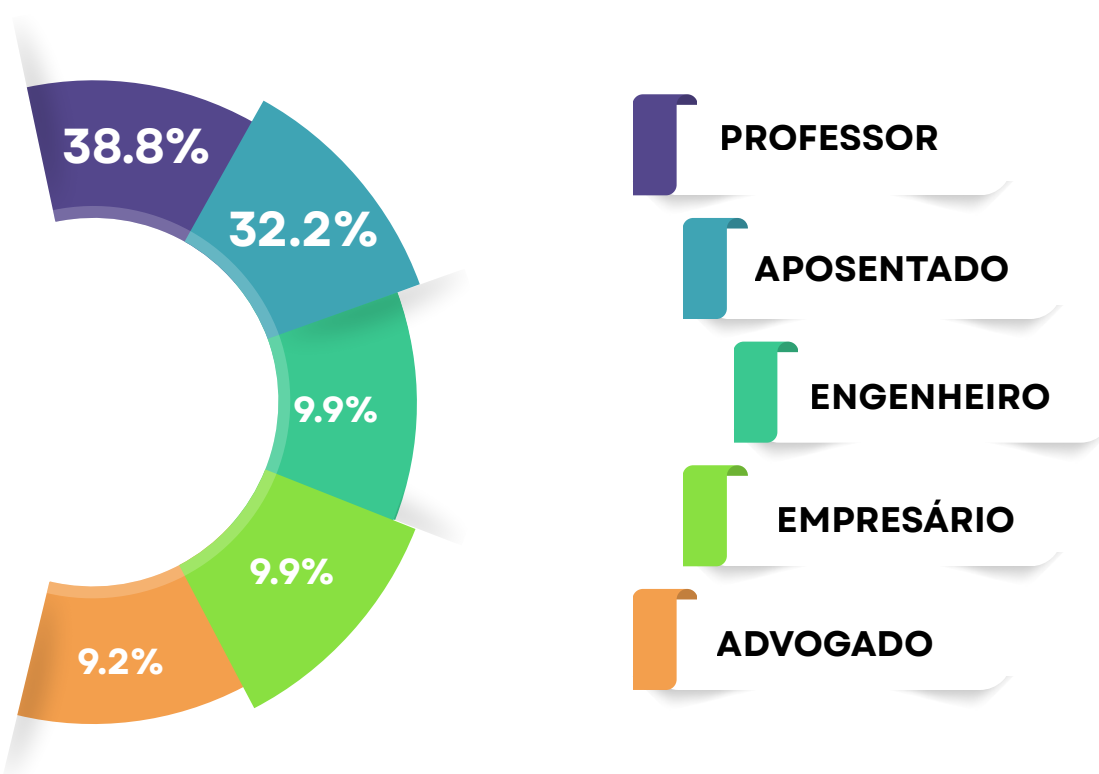
3. Propensão ao Consumo de Turismo Cultural e de Experiência:

Turistas com maior bagagem acadêmica costumam demonstrar um forte interesse por atividades que envolvem o repertório cultural, histórico, ecoturismo e gastronomia. A busca por enriquecimento pessoal atua como um forte motivador psicológico para a escolha de destinos de viagem.

Em suma, o gráfico comprova que o mercado de turismo (particularmente em períodos de alta temporada) é majoritariamente sustentado por um público de elevado capital cultural e econômico, sendo os indivíduos de nível superior a principal persona de interesse para agências de viagens, redes hoteleiras e destinos turísticos que buscam otimizar suas estratégias de marketing e serviços.

PERFIL DO TURISTA

STATUS OCUPACIONAL



O gráfico ilustra a composição de um público-alvo segmentado por cinco principais categorias profissionais: Professores (38,8%), Aposentados (32,2%), Engenheiros (9,9%), Empresários (9,9%) e Advogados (9,2%). Somados, os dois primeiros grupos representam a parcela maior da amostra, totalizando 71% do total.

A compreensão dessa distribuição é uma ferramenta estratégica para o planejamento e desenvolvimento de produtos turísticos, uma vez que o comportamento de consumo, a sazonalidade e as preferências de viagem estão diretamente ligados à ocupação e ao estilo de vida de cada nicho.

Professores (38,8%): Representando a maior parcela, este grupo possui um calendário de férias rigidamente vinculado ao ano letivo. Suas preferências tendem a convergir para o turismo cultural, histórico e pedagógico. O turismo para esse público deve focar em enriquecimento cultural, visitas a museus, patrimônios históricos e roteiros literários.

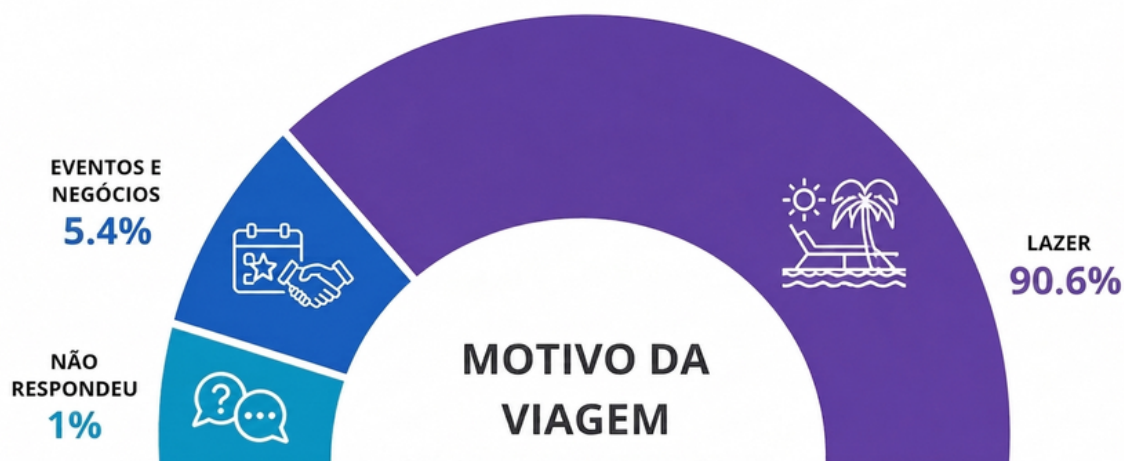
PERFIL DO TURISTA



Aposentados (32,2%): Este segmento é um dos pilares mais valiosos para o setor devido a sua alta flexibilidade de tempo. Diferente dos professores, os aposentados têm a capacidade de viajar durante a baixa temporada, ajudando hotéis e agências a mitigar os efeitos da ociosidade sazonal. Suas preferências comumente se voltam para o turismo de bem-estar, saúde, ecoturismo acessível e cruzeiros, onde o conforto, a segurança e a socialização são prioritários.

A análise demográfica e comportamental da amostra evidencia que o sucesso do planejamento e da comercialização dos produtos turísticos reside na dualidade de estratégias para os dois maiores nichos representados. Juntos, Professores (38,8%) e Aposentados (32,2%) dominam amplamente o público-alvo, totalizando 71% da amostra.

PLANEJAMENTO DA VIAGEM



O turismo de lazer (férias, descanso, praias e entretenimento) é, de forma absoluta, o principal motor para a escolha das viagens. Conforme os dados analisados, 90,6% dos entrevistados indicam que o turismo de descanso e o de "sol e mar" possuem total destaque entre as motivações dos visitantes.

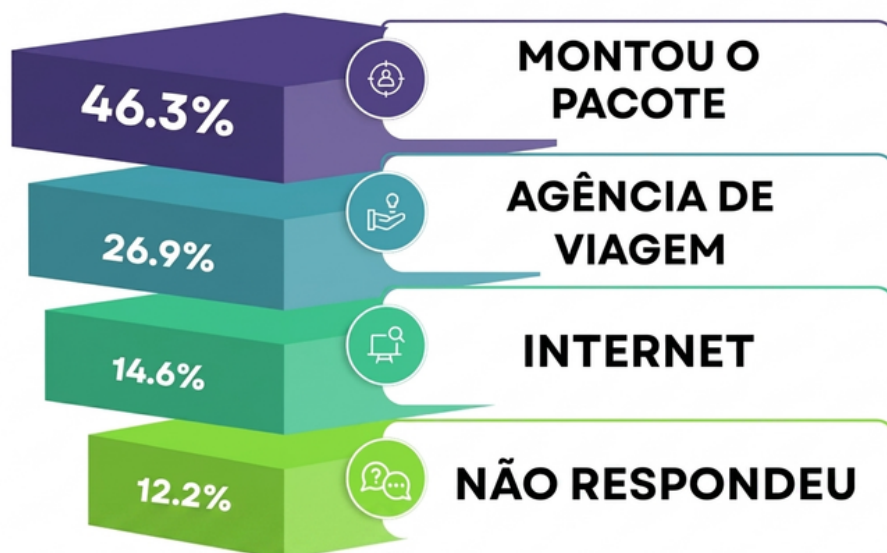
A Paraíba — que se diferencia pela combinação estratégica de sol e praia (com orlas urbanas estruturadas, como Tambaú e Cabo Branco, e litorais preservados ao norte e ao sul) e pelo forte apelo do turismo cultural e histórico (tanto na capital, João Pessoa, quanto no Brejo Paraibano e no Sertão) — atrai um fluxo turístico massivamente voltado para o descanso, o entretenimento e o bem-estar.

Por outro lado, a soma de Negócios e Eventos representa uma parcela de 5,4%. No mercado paraibano, esse segmento corporativo é uma ferramenta fundamental para a sustentabilidade do setor, especialmente nos períodos de baixa temporada. Enquanto o fluxo geral da alta temporada se concentra no lazer (como no veraneio e nas festas juninas), o turismo de negócios dinamiza a economia por meio de infraestruturas específicas, como o Centro de Convenções.

Outras motivações somam 1% do total (incluindo os que não responderam). Esses segmentos menores são nichos que a Paraíba tem buscado impulsionar, sediando, de forma constante, grandes eventos esportivos nacionais — como jogos de praia e competições de corrida.

PLANEJAMENTO DA VIAGEM

ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM



O gráfico quantifica a preferência dos viajantes no planejamento de suas jornadas, dividindo-os em cinco categorias distintas: "Montou o pacote" (46,3%), "Agência de viagem" (26,9%), "Internet" (14,6%), "Não respondeu" (12,2%) e "Sozinho" (0,3%).

Abaixo, analisa-se a motivação intrínseca de cada percentual no contexto do turismo contemporâneo.

1. Montou o Pacote (46,3%)

Representando a maior fatia do gráfico, esta modalidade reflete a ascensão do turismo personalizado (customizado). O viajante moderno busca autonomia e flexibilidade para desenhar seu próprio roteiro, combinando voos, hospedagens e passeios de acordo com suas preferências e orçamento. Esse comportamento é impulsionado pelo desejo de experiências exclusivas e únicas, distanciando-se do turismo de massa engessado. O turista prefere selecionar a dedo o que deseja vivenciar, otimizando seu tempo e recursos.

PLANEJAMENTO DA VIAGEM



2. Agência de Viagem (26,9%)

Mesmo com a digitalização, as agências tradicionais ou operadoras consolidadas mantêm uma participação representativa de mercado. A busca por segurança, comodidade e assessoria profissional. Viajantes que optam por esse canal priorizam o suporte de ponta a ponta, especialmente em viagens internacionais complexas, roteiros exóticos ou quando não dispõem de tempo para planejar por conta própria.

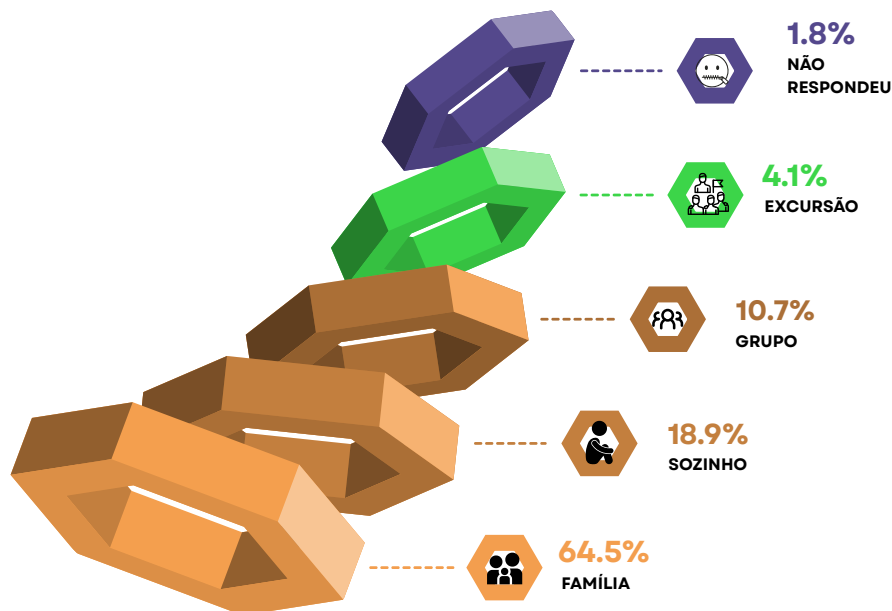
3. Internet (14,6%)

Esta categoria refere-se à contratação direta via plataformas digitais integradas (como OTAs — Online Travel Agencies — ou sites consolidadores de tarifas). O ambiente digital permite que o turista compare dezenas de opções de tarifas em tempo real. São viajantes altamente influenciados por avaliações online, redes sociais e ferramentas tecnológicas de reserva rápida.

O panorama demonstra um mercado turístico amplamente dominado pelo protagonismo do consumidor: a soma daqueles que montam seus pacotes ou utilizam diretamente a internet ultrapassa 60% da amostra. Isso sugere que o trade turístico (hotéis, companhias aéreas e receptivos) invista constantemente em plataformas intuitivas e na oferta de serviços modulares.

PLANEJAMENTO DA VIAGEM

Companhia da Viagem



Entender quem é o turista que escolhe a Paraíba e o que ele busca é fundamental para explicar o ótimo momento do turismo local. O estado se consolidou no cenário nacional não apenas por suas paisagens inesquecíveis, mas por sua versatilidade em oferecer a viagem ideal para cada estilo de vida.

Uma parcela de 64,5% dos visitantes esteve em viagem com a família. Esse resultado reflete perfeitamente o trabalho de divulgação do estado enquanto destino turístico de tranquilidade e lazer, criando, assim, o cenário ideal para a construção de memórias entre gerações.

Já 18,9% dos turistas viajaram sozinhos. Seja a negócios ou a lazer, a Paraíba é uma ótima escolha para o turismo de autodescoberta devido à hospitalidade do povo paraibano; sendo assim, o visitante encontra facilidade para se integrar nas experiências que o estado proporciona.

Outra fatia importante, que chega a quase 15%, é a dos viajantes que chegam em grupos ou excursões. Embora representem uma parcela menor, eles reforçam a busca por comodidade. Para esse público, o formato ideal de viagem é aquele com roteiro planejado e sem estresse, onde o foco principal é viver experiências compartilhadas.

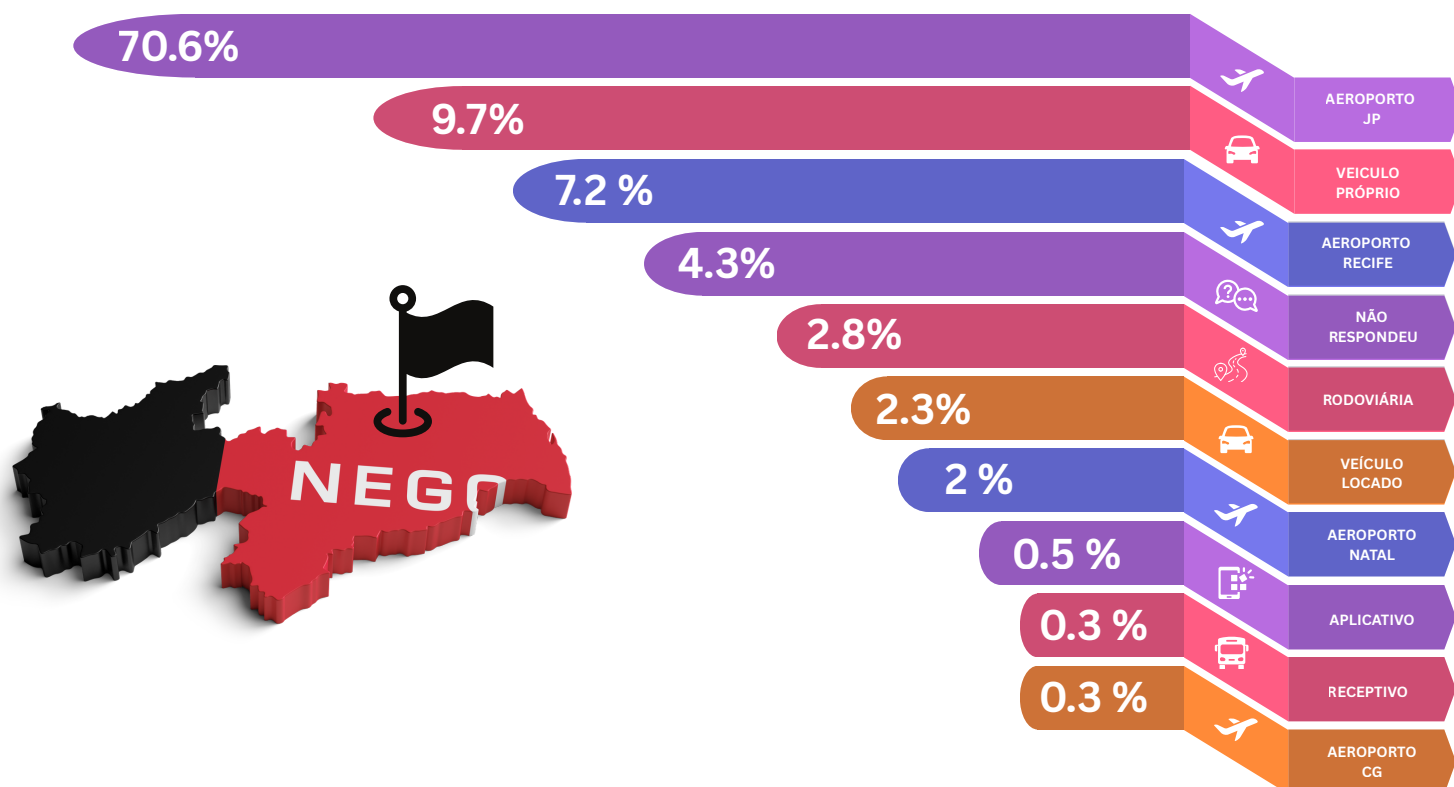
PLANEJAMENTO DA VIAGEM



Em suma, esses números mostram que a Paraíba está no caminho certo. O estado entendeu que fazer turismo é, antes de tudo, saber acolher. Ao abrir os braços tanto para as famílias que querem criar memórias juntas quanto para quem viaja sozinho em busca de autodescoberta, ou para os grupos que desejam compartilhar experiências, a Paraíba mostra sua verdadeira essência: um destino versátil e profundamente hospitaleiro. Por meio de ações públicas e privada, o estado não apenas consolida sua marca no Nordeste, mas transforma sua beleza natural e o carinho do seu povo em um convite irrecusável para quem busca uma viagem inesquecível.

MOBILIDADE URBANA

QUANTO A CHEGADA A PARAÍBA



O gráfico de barras horizontais quantifica as preferências e portas de entrada dos fluxos de passageiros, distribuídas da seguinte forma:

- Aeroporto JP (João Pessoa): Consolida-se como a principal porta de entrada, detendo a parcela de 70,6%.
- Veículo Próprio: Representa a segunda maior fatia, com 9,7%, indicando uma parcela relevante de turismo regional ou de curta distância.
- Aeroporto de Recife (Pernambuco): Configura-se como um ponto de desembarque alternativo, respondendo por 7.2% dos acessos, impulsionado pela proximidade geográfica entre as capitais João Pessoa e Recife.

MOBILIDADE URBANA



O fato de o Aeroporto de João Pessoa deter mais de 70% do fluxo demonstra que a malha aérea direta para a capital é o motor vital do turismo paraibano. Investimentos em infraestrutura aeroportuária, ampliação de voos diários e atração de novas companhias aéreas impactam diretamente a economia do turismo local.

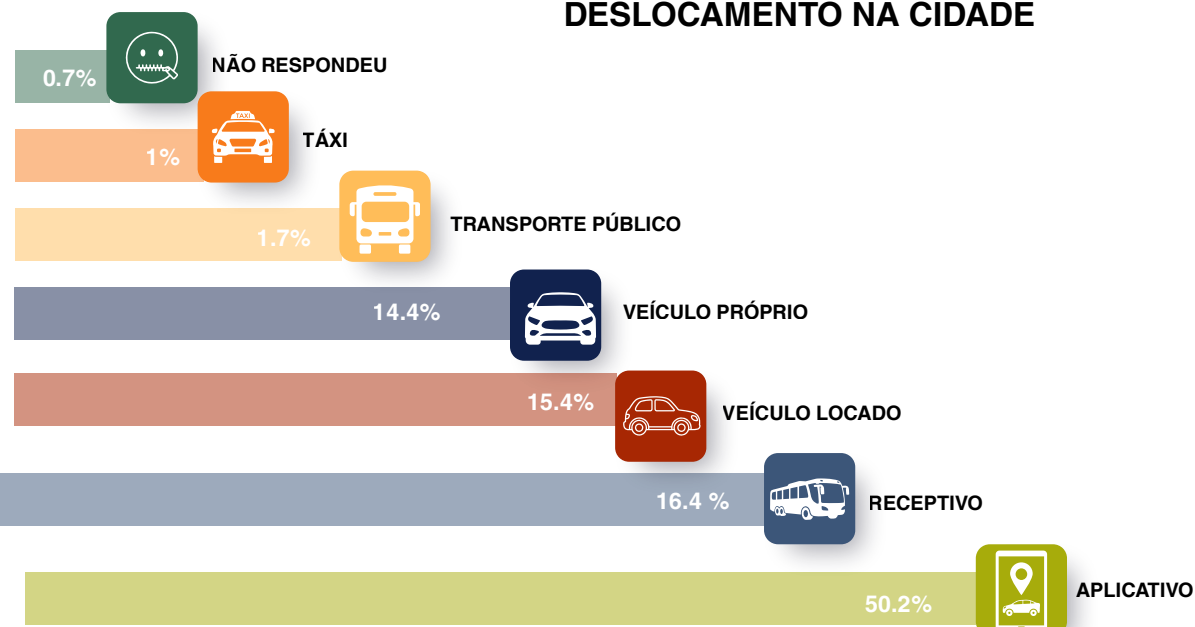
A soma dos acessos via Aeroporto de Recife (7,2%) e Aeroporto de Natal (2%) revela que quase 10% dos turistas que visitam a Paraíba desembarcam em estados vizinhos e completam o trajeto via modal terrestre (carro ou ônibus). Isso ocorre frequentemente devido ao custo das passagens aéreas ou à maior oferta de voos internacionais e conexões em Recife e Natal.

Conclui-se que o ecossistema turístico da Paraíba é predominantemente dependente do modal aéreo centralizado no Aeroporto de João Pessoa (70,6%). Essa forte concentração valida a capital como o principal polo de atração e principal indutora da economia do turismo no estado.

Paralelamente, os dados revelam uma dinâmica de interdependência regional, evidenciada tanto pelo fluxo significativo de visitantes em veículos próprios (9,7%) quanto pela utilização estratégica de aeroportos em estados vizinhos, como Pernambuco e Rio Grande do Norte, que juntos servem de porta de entrada indireta para quase 10% dos turistas. Esse comportamento do consumidor destaca a necessidade de uma infraestrutura rodoviária interestadual bem mantida e sinalizada, além de sugerir oportunidades para o fortalecimento de rotas turísticas integradas no Nordeste.

MOBILIDADE URBANA

DESLOCAMENTO NA CIDADE



Os dados coletados quantificam as escolhas de locomoção interna dos usuários, organizadas de forma decrescente:

- Aplicativo: Consolida-se detendo 50,2% da preferência. Mais da metade dos deslocamentos internos utiliza plataformas digitais de transporte.
- Receptivo: Configura-se como o segundo meio mais utilizado, com 16,4%, englobando vans de turismo, ônibus fretados e traslados organizados por agências de viagens locais.
- Veículo Locado: Representa uma parcela de 15,4%, demonstrando o forte apelo do aluguel de automóveis para quem visita a localidade.
- Veículo Próprio: Registra 14,4%, refletindo o fluxo de visitantes que utilizam seus próprios carros nas vias urbanas.
- O transporte Público e o táxi apresentaram uma taxa de utilização reduzida, registrando menos de 2% cada um.
- Não Respondeu: Apresenta um índice mínimo de omissão de dados, com 0,7%.

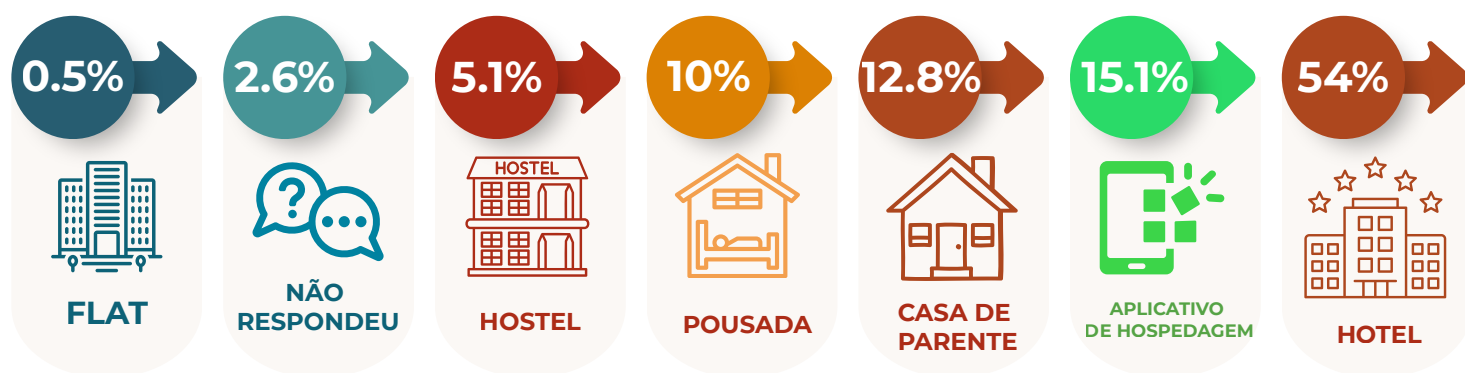
MOBILIDADE URBANA



O fato de o transporte por aplicativo liderar com 50,2% indica que o turista na Paraíba valoriza a conveniência, a agilidade e a previsibilidade de custos proporcionadas pelas plataformas digitais. Cidades turísticas paraibanas centrais, como João Pessoa, possuem uma malha urbana e uma orla compactas e de fácil navegação. Isso facilita o deslocamento rápido entre a rede hoteleira e polos gastronômicos ou centros históricos, barateando e simplificando a experiência do visitante.

PREFERÊNCIA DE HOSPEDAGENS

TIPO DE HOSPEDAGEM



Durante um período de seis meses, os hotéis foram a escolha de 54% dos turistas em nosso estado. Esse resultado reflete a força da nossa rede hoteleira, que se destaca no Nordeste pela modernidade e excelente localização, concentrada em bairros como Tambaú, Cabo Branco e Manaíra. Mais do que uma estadia, esse público busca a conveniência de serviços estruturados e benefícios como o café da manhã incluso. É uma estrutura que atende perfeitamente tanto quem vem a lazer quanto o público corporativo em viagens de negócios e congressos.

Com 15,1%, as plataformas de aluguel por temporada ocupam a segunda posição na escolha dos turistas. Esse comportamento está diretamente ligado à evolução do mercado imobiliário paraibano, que se adaptou rapidamente com a oferta de flats e estúdios compactos. Na capital, esse formato se consolidou por atender exatamente o que muitas famílias e jovens procuram hoje: a conveniência de cozinhar na própria acomodação para reduzir custos e a liberdade de vivenciar o destino como se fossem moradores locais, bem perto do mar.

PREFERÊNCIA DE HOSPEDAGENS



Ocupando a terceira posição, a casa de familiares é a escolha de 12,8% dos visitantes, refletindo a sólida tradição da Paraíba no turismo de base afetiva e de retorno. Eventos de grande relevância no calendário local, como o São João e as festas de fim de ano, funcionam como grandes indutores desse fluxo. Eles trazem de volta paraibanos que residem fora do estado e atraem turistas de mercados emissores vizinhos (PE, RN e CE) que possuem laços familiares na região, gerando um impacto econômico relevante, embora concentrado no ecossistema residencial.

Com 10% das escolhas, as pousadas garantem a preferência dos turistas. Esse dado reflete a força dos destinos paraibanos que se diferenciam pela exclusividade e pelo charme rústico. Essa busca por estadias mais reservadas impulsiona o turismo em regiões como a do Conde (com foco em praias como Amor, Coqueirinho e Tambaba), o litoral norte em Baía da Traição, e o consolidado circuito de inverno e aventura no Brejo Paraibano, liderado por Bananeiras e Areia.

Os hostels e flats respondem por 5,1% da preferência dos visitantes. Esse segmento atrai majoritariamente jovens, mochileiros e esportistas: um perfil de público que prioriza o custo-benefício e vivências autênticas. Na Paraíba, a rotina desses viajantes se divide entre o litoral do Conde e a imersão cultural no Centro Histórico de João Pessoa.

Os dados revelam que, embora a Paraíba venha se modernizando em ritmo acelerado com o mercado de aluguel por aplicativo, a hotelaria tradicional e o turismo de base afetiva continuam sendo o cerne do nosso fluxo turístico. É a combinação perfeita entre inovação e tradição que sustenta o volume de visitantes no estado.

PERMANÊNCIA GERAL E FLUXO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS

==. PERÍODO DE PERMANÊNCIA NA PARAÍBA.==

Distribuição percentual do tempo que os turistas permanecem no estado.



Aproximadamente
7 em cada 10

turistas permanecem na Paraíba
por até 8 dias.



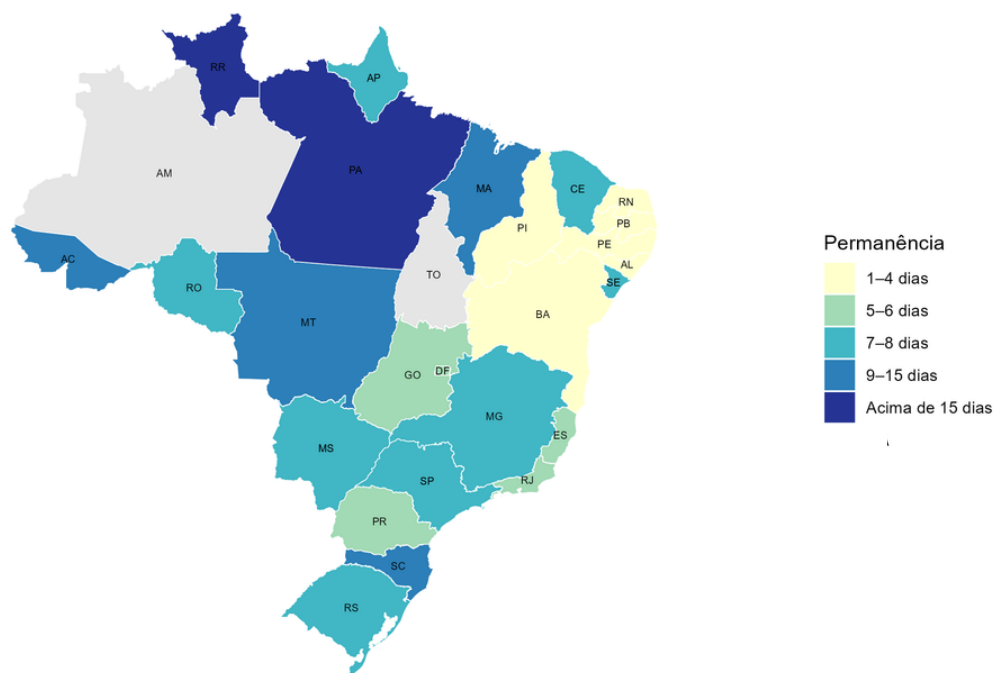
Fonte: Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 – PBTUR

A permanência dos turistas na Paraíba revela um perfil predominante de viagens com duração entre uma semana ou mais, característica compatível com deslocamentos motivados por lazer e férias. Os resultados da Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 mostram que o intervalo de 7 a 8 dias é o mais frequente, concentrando 29,2% dos turistas. Em seguida, destacam-se as permanências de 5 a 6 dias (22,5%) e de 1 a 4 dias (19,2%), indicando que aproximadamente 7 em cada 10 turistas permanecem no estado por até 8 dias.

As estadias de maior duração apresentam menor participação. Os turistas que permanecem entre 9 e 15 dias representam 15,6% da amostra, enquanto aqueles com permanência superior a 15 dias correspondem a 11%. Apenas 2,6% dos entrevistados não informaram o tempo de permanência.

PERMANÊNCIA GERAL E FLUXO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS

Frequência de Permanência agrupada por Estado



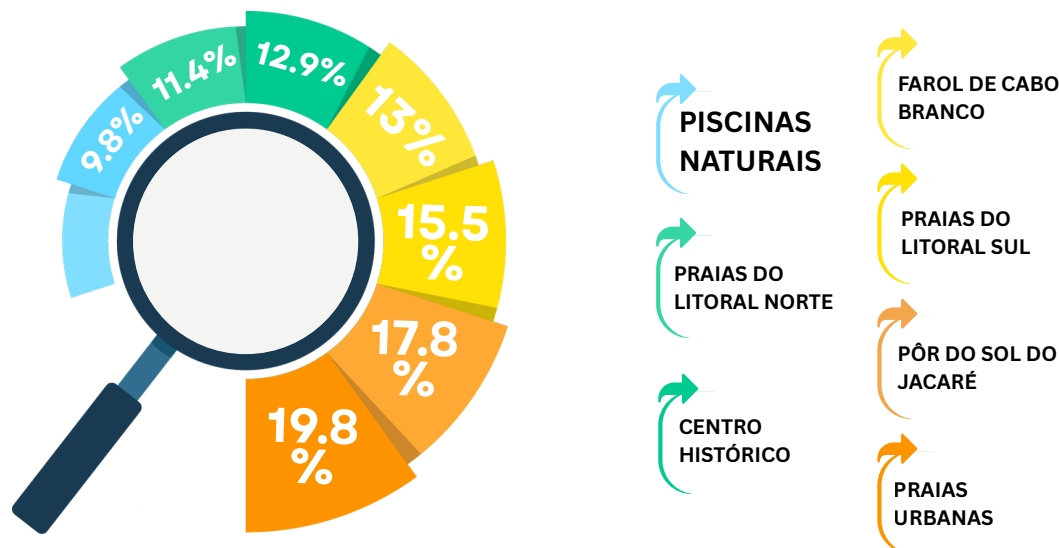
Fonte: Pesquisa de Demanda e Satisfação Turística 2026 - PBTUR

A análise espacial evidencia diferenças importantes entre os mercados emissores. Os estados do Nordeste, principais emissores de viagens de curta distância, concentram predominantemente permanências de 1 a 4 dias, refletindo a facilidade de deslocamento terrestre e aéreo entre os estados da região. Em contrapartida, turistas provenientes das regiões Sudeste, Sul e parte do Centro-Oeste apresentam, em sua maioria, permanências entre 5 e 8 dias, indicando que a maior distância percorrida tende a ser compensada por estadias mais longas.

Observa-se ainda que alguns estados das regiões Norte e Centro-Oeste, como Pará e Roraima, registram predominância de permanências superiores a 15 dias. Embora esses mercados representem uma parcela menor do fluxo turístico, o comportamento sugere que viagens originadas em localidades mais distantes costumam envolver maior tempo de permanência, permitindo ao visitante aproveitar melhor o deslocamento realizado.

PERMANÊNCIA GERAL E FLUXO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS

Pontos turísticos mais visitados



Sobre a preferência ou fluxo de visitantes entre os principais atrativos turísticos da região litorânea e histórica da Paraíba temos uma clara predominância do turismo de "Sol e Mar", complementado por fortes produtos de turismo cultural e contemplativo.

- Praias Urbanas (19,8%): Consolida-se como o principal polo de captação de fluxo. A liderança deste indicador justifica-se pela infraestrutura hoteleira, acessibilidade imediata e oferta gastronômica concentrada na capital, João Pessoa.
- Pôr do Sol do Jacaré (17,8%): Localizado em Cabedelo, o atrativo destaca-se como um dos produtos turísticos mais consolidados e de forte apelo contemplativo/cultural, atraindo uma quantidade considerável dos visitantes que buscam a experiência do Bolero de Ravel.
- Praias do Litoral Sul (15,5%): Representa a força do turismo de veraneio e ecoturismo de destinos como Conde (Jacumã, Carapibus, Coqueirinho e Tambaba). A porcentagem reflete o posicionamento desse litoral como um produto indutor essencial para o aumento do tempo de permanência do turista no estado.

PERMANÊNCIA GERAL E FLUXO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS

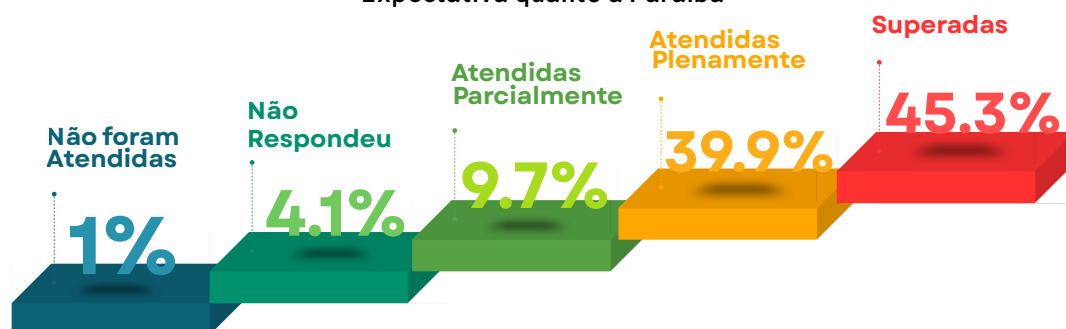


- Farol de Cabo Branco (13%): o atrativo mantém uma posição central na rota de city tours, configurando-se como parada obrigatória de caráter histórico e paisagístico.
- Centro Histórico (12,9%): Evidencia a relevância do turismo cultural e do patrimônio material na Paraíba. O índice demonstra o interesse dos visitantes na trajetória cronológica da terceira cidade mais antiga do país, integrando o roteiro para além do segmento praiano.
- Praias do Litoral Norte (11,4%): Abrangendo municípios como Lucena e Cabedelo, o segmento apresenta um fluxo estável, frequentemente associado a perfis de visitantes que buscam um turismo mais focado na tranquilidade, na história local e na gastronomia de frutos do mar.
- Piscinas Naturais (9,8%): Embora configurem um dos cartões-postais mais icônicos da região (como as de Picãozinho e Seixas), o fluxo é controlado por fatores ambientais e tábuas de marés, o que justifica estatisticamente um percentual mais restrito e segmentado.

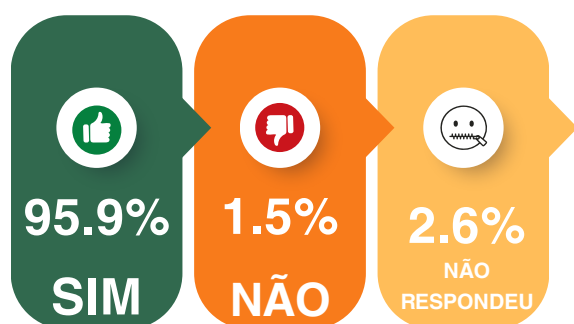
Sendo assim, a Paraíba possui um mix de produtos turísticos altamente complementar. A proximidade geográfica entre o turismo de sol e praia (litorais norte, sul e urbano) e os atrativos históricos e contemplativos (Centro Histórico e Pôr do Sol do Jacaré) facilita a formatação de roteiros integrados de curta e média duração.

ANÁLISE DE DESEMPENHO E FIDELIZAÇÃO DO DESTINO PARAÍBA

Expectativa quanto a Paraíba



As expectativas dos turistas que visitaram o estado nos meses de janeiro a junho, foram: 45,3% responderam que essas expectativas foram superadas e 39,9% afirmaram que elas foram atendidas plenamente. Somando esses dois indicadores, temos 85,2% de aprovação máxima. Isso confirma que a Paraíba não apenas entrega o que promete em suas campanhas promocionais, mas frequentemente surpreende o viajante de forma positiva. Em contrapartida, a taxa de rejeição ou frustração é trivial, com apenas 1% indicando que as expectativas não foram atendidas.



Recomendação da Paraíba como destino

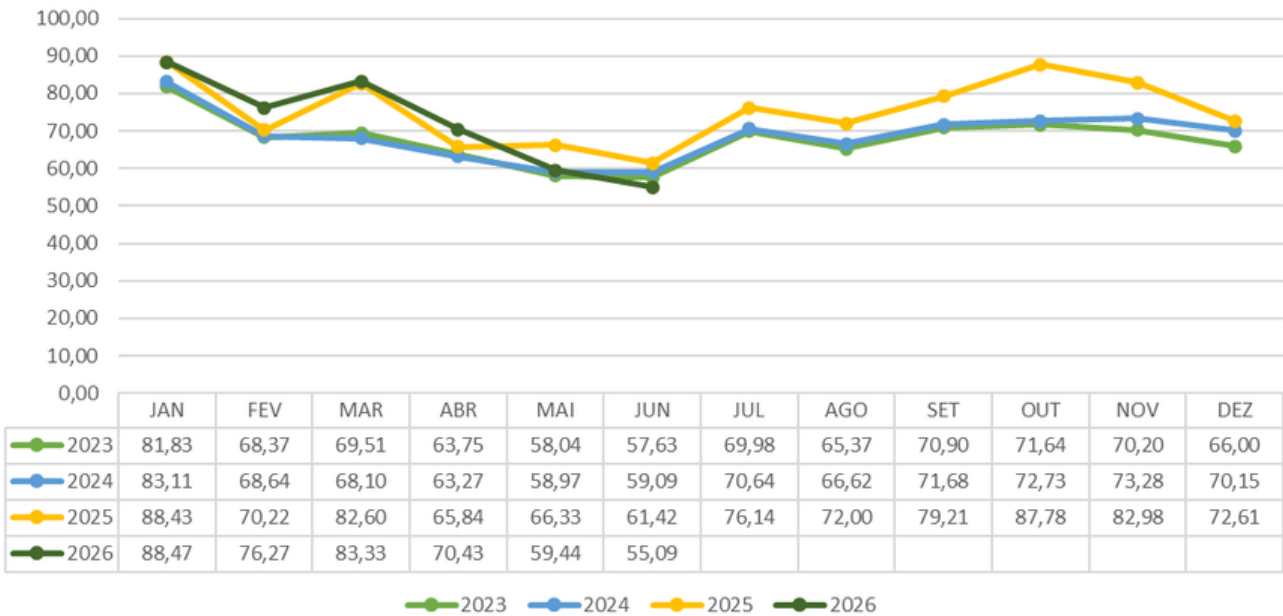
O segundo gráfico avalia o potencial de recomendação do destino pelos visitantes. Os resultados são extremamente positivos: 95,9% dos turistas afirmaram que recomendariam a Paraíba para outras pessoas. Esse índice consolida o marketing 'boca a boca', uma das ferramentas mais orgânicas e poderosas para o fortalecimento do turismo local.

A correlação entre os dois gráficos evidencia um ciclo efetivo muito forte para o turismo paraibano:

Quando quase 96% dos turistas se dizem dispostos a recomendar o estado para amigos e familiares, a Paraíba garante um fluxo sustentável de novos visitantes e constrói uma reputação sólida no mercado nacional e internacional.

TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

Taxa de Ocupação Hoteleira



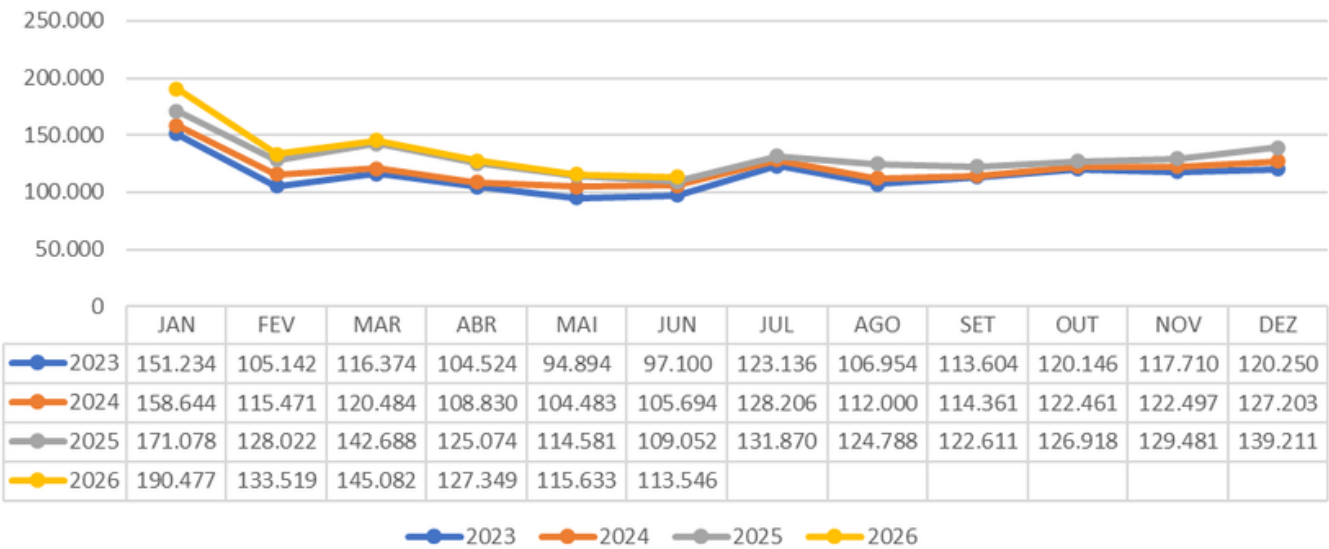
FONTE: Boletim de Ocupação Hoteleira - BOH

Em 2026, a média das taxas (73,35%) ficou um pouco abaixo do índice de 2025 (74,38%), mesmo com a maioria dos meses apresentando resultados mais altos. O motivo dessa queda foram as taxas de maio (59,44%) e junho (55,09%), que “puxaram a média para baixo”. O semestre foi dividido em dois extremos: metade dos meses concentrou taxas altas (igual ou superiores a 76,27%) e a outra metade concentrou os valores mais baixos.

FLUXO GLOBAL ESTIMADO DA HOTELARIA



Fluxo Global Estimado



FONTE: Boletim de Ocupação Hoteleira - BOH

Com base nos Indicadores Turísticos de junho de 2026, obtidos por meio dos Boletins de Ocupação Hoteleira (BOHs), apresenta-se a seguir a análise do Fluxo Global Estimado na cidade de João Pessoa.

Análise Comparativa do Primeiro Semestre

No acumulado dos primeiros seis meses, observa-se um crescimento consistente no volume de visitantes:

- 1º Semestre de 2025: 790.495 turistas
- 1º Semestre de 2026: 825.606 turistas

Esse desempenho representa um aumento absoluto de 35.111 visitantes em 2026, o que equivale a um crescimento de 4,44% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Comportamento Mensal e Sazonalidade

Os dados revelam um padrão claro na movimentação turística ao longo do ano, com destaque para o comportamento da alta temporada:

Pico de Alta Temporada (Janeiro):

Consolida-se como o mês de maior fluxo em ambos os anos. Em 2026, janeiro registrou o recorde do período, com 190.477 turistas — uma alta de 11,34% em comparação ao mesmo mês de 2025.

FLUXO GLOBAL ESTIMADO DA HOTELARIA



Março Estável e Aquecido

Registrou o segundo maior pico de fluxo em ambos os anos (142.688 em 2025 e 145.082 em 2026). Esse desempenho regular possivelmente foi impulsionado por feriados prolongados ou eventos sazonais, como o Carnaval.

Baixa Temporada (Maio e Junho)

O movimento apresentou um declínio gradual a partir de março, atingindo os menores patamares do semestre justamente nesses dois meses. Junho consolidou-se como o período de menor fluxo em ambos os anos, registrando cerca de 109 mil visitantes em 2025 e 113 mil em 2026.

Evolução das Médias Mensais

O mercado turístico operou com médias mensais consolidadas em patamares superiores no último período:

- Média mensal (1º Semestre/2025): 131.749 turistas/mês
- Média mensal (1º Semestre/2026): 137.601 turistas/mês

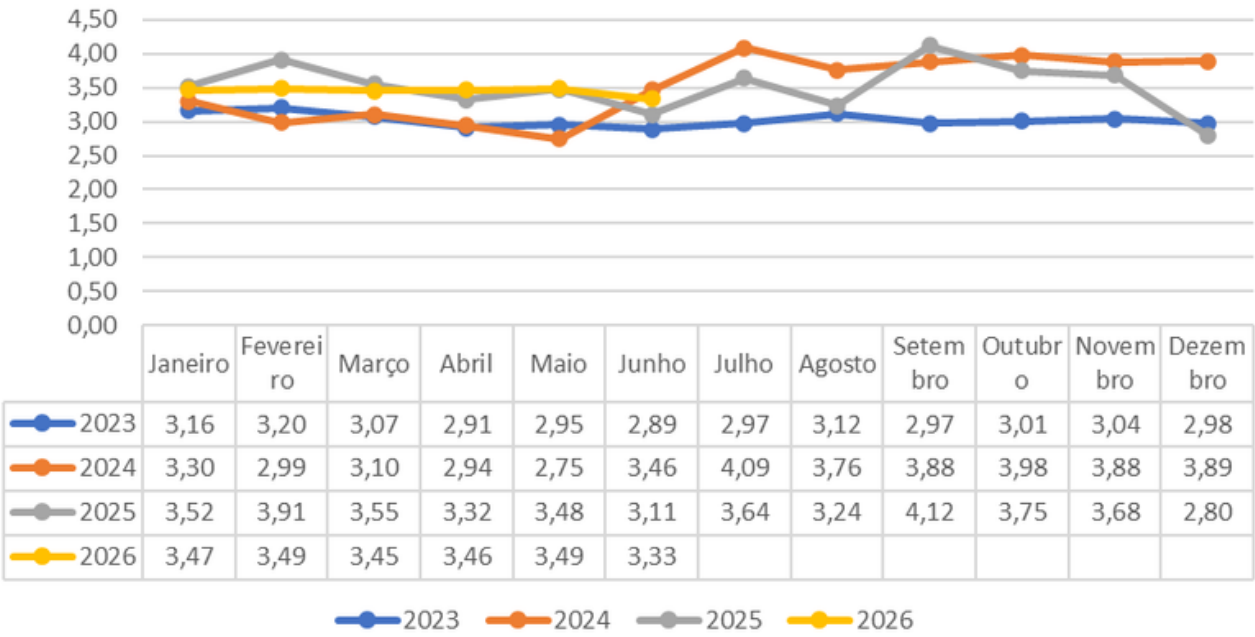
Além da expressiva alta de 11,34% no mês de pico (janeiro), o destino demonstrou resiliência ao conseguir manter uma base de turistas mensais mais elevada durante todo o primeiro semestre de 2026.

Projeção para o Fechamento de 2026

O ano de 2025 encerrou com um acumulado de 1.565.374 turistas. No primeiro semestre de 2026 o ritmo de crescimento foi de 4,44%, caso essa projeção se mantenha ao longo do segundo semestre, o número alcançará uma estimativa de 1.634.877 turistas, consolidando um ano altamente positivo e de expansão contínua para o setor.

PERMANÊNCIA MÉDIA/DIA NA HOTELARIA

Permanência Média



FONTE: Boletim de Ocupação Hoteleira - BOH

Permanência Média Hoteleira

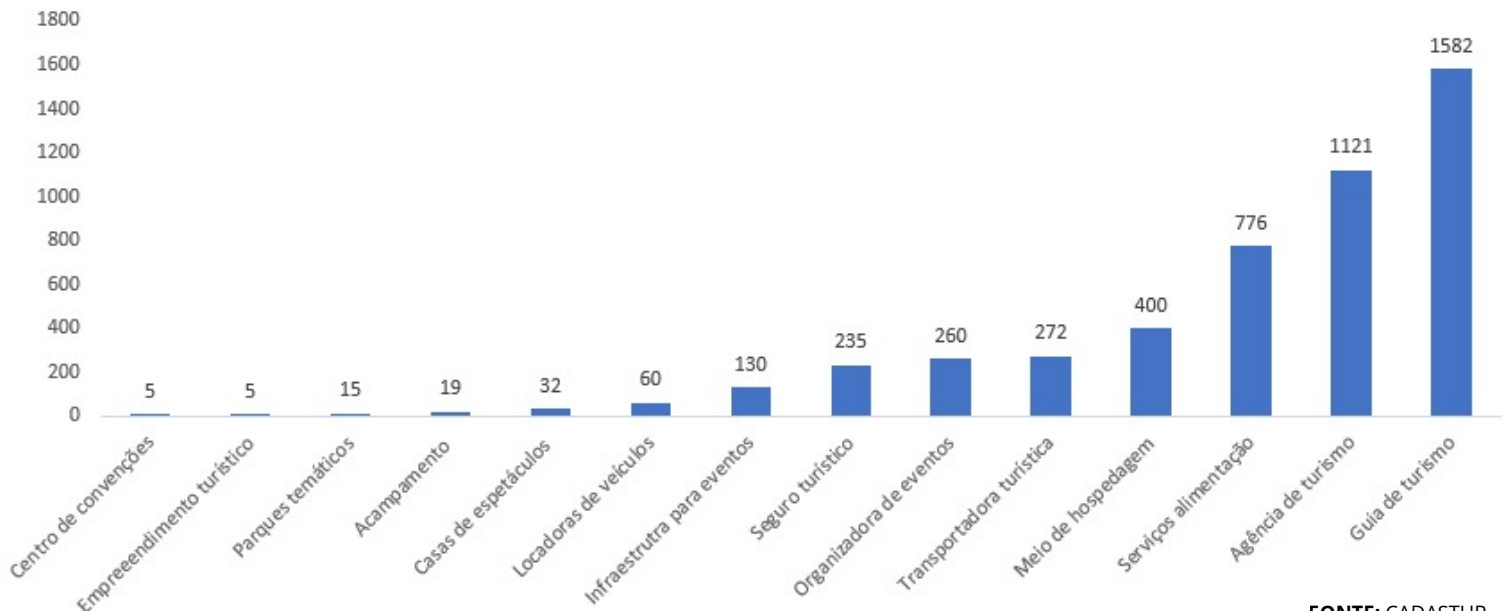
No primeiro semestre de 2025, a permanência média hoteleira foi de 3,50 dias. O período correspondente de 2026 apresentou uma variação mínima, situando-se em 3,47 dias.

Análise de Comportamento

O comportamento dos dados em 2026 revelou uma forte estabilidade ao longo do semestre. Cinco dos seis meses analisados mantiveram-se rigorosamente na estreita faixa entre 3,45 e 3,49 dias, ocorrendo apenas uma queda isolada para 3,33 dias no mês de junho. Em contrapartida, o ano de 2025 não registrou essa linearidade. Os índices mostraram-se mais dispersos, oscilando desde a mínima de 3,11 dias até o pico de 3,91 dias registrado no período.

CADASTUR

Prestadores e Profissionais Regulares no Cadastur



FONTE: CADASTUR

A análise dos prestadores e profissionais regulares no Cadastur (Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos, do Ministério do Turismo) no primeiro semestre de 2026 demonstra um índice importante de formalização no setor turístico. De acordo com os dados apresentados, o estado registrou um total acumulado de 4.912 cadastros regulares, distribuídos em 14 categorias da cadeia produtiva do turismo.

- Guias de Turismo: É a maior categoria, com 1.582 cadastros ativos. Isso indica que grande parte desses profissionais está habilitada para conduzir os visitantes e enriquecer a experiência cultural no destino.
- Agências de Turismo: Aparecem em segundo lugar, com 1.121 empresas ativas e formalizadas, refletindo um mercado estruturado para a comercialização de pacotes e passeios.
- Restaurantes, Bares e Similares: A gastronomia paraibana se consolida como um elemento vital e formalizado no suporte ao fluxo turístico, com 776 registros.
- Meios de Hospedagem: Contam com 400 estabelecimentos regularizados, garantindo a infraestrutura hoteleira e de pousadas do estado.

CADASTUR



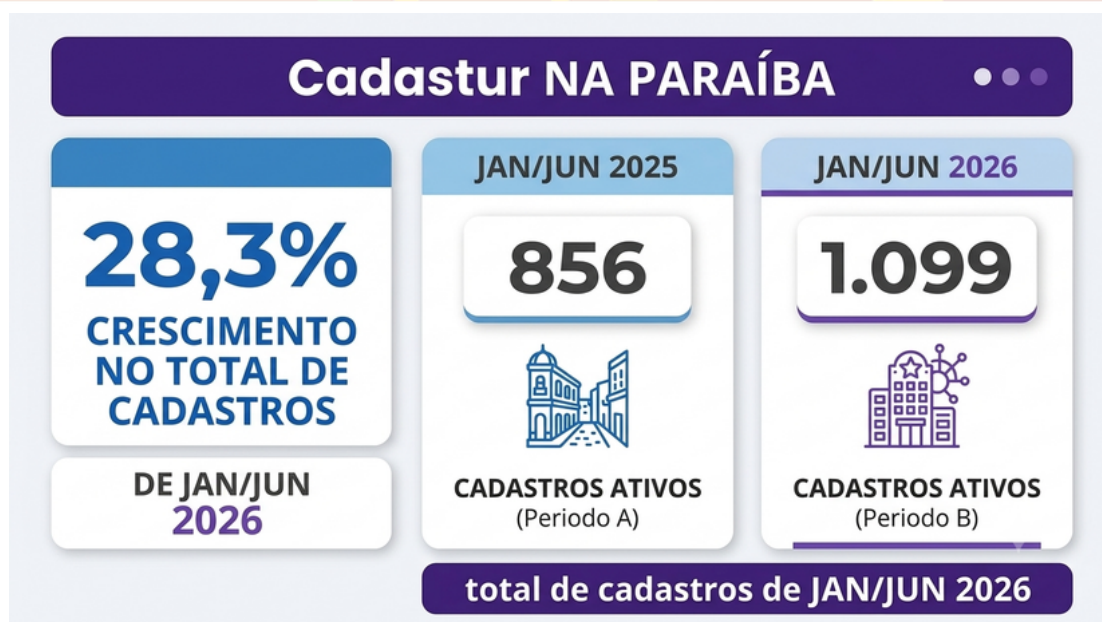
- Transportadoras Turísticas e Organizadoras de Eventos: Com 272 e 260 cadastros, respectivamente, mostram o equilíbrio entre a mobilidade dos viajantes e a força do turismo de negócios e eventos na região.
- Prestadores de Serviços Especializados e Infraestrutura: Categorias como Acampamentos Turísticos (mantendo o paralelo de segurança/apoio com 235 cadastros e Infraestrutura para Eventos com 130) complementam a cadeia, conferindo segurança e viabilidade técnica a grandes realizações no estado.
- Demais Categorias: O restante dos dados divide-se entre Locadoras de Veículos, Casas de Espetáculo, Parques Temáticos*, Centros de Convenções e Empreendimentos Turísticos*, totalizando 136 cadastros no mercado formalizado.

Os dados do primeiro semestre de 2026 comprovam que a Paraíba possui uma base sólida de profissionais e empreendimentos turísticos regularizados. O desafio e a oportunidade para os próximos períodos consistem em incentivar a formalização e a expansão dos setores com menor densidade de cadastros, diversificando ainda mais a oferta turística do estado.

***Parques Temáticos:** Referem-se a parques aquáticos, de diversões, atrações e empreendimentos turísticos com equipamentos de entretenimento e lazer.

***Empreendimentos Turísticos:** Compreendem os empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva.

CADASTUR



O crescimento socioeconômico da Paraíba ganha um novo e importante impulso no primeiro semestre de 2026 comparado a 2025. Dados recentes do Cadastur (Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos, do Ministério do Turismo) revelam um salto na formalização e qualificação do setor turístico no estado: no período de janeiro a junho de 2026, a Paraíba registrou 1.099 cadastros, contra 856 no mesmo período de 2025 — o que representa um crescimento de 28,3%.

Esse dado não reflete apenas um aumento quantitativo de negócios, mas principalmente uma transformação qualitativa na economia paraibana. A ampliação da rede credenciada do Cadastur traz impactos diretos e estratégicos no setor turístico para o estado.

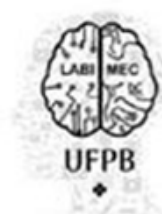
O turismo paraibano demonstra que não cresce apenas em volume de visitantes, mas também em maturidade de gestão e credibilidade. O resultado de 28,3% de aumento no Cadastur reafirma a consolidação da Paraíba no mapa do turismo nacional, mostrando que investir em qualificação e regulamentação é o caminho mais sólido para um desenvolvimento econômico sustentável e inclusivo.

ELABORAÇÃO

PARCERIA TÉCNICA



UNIVERSIDADE FEDERAL
DA PARAÍBA



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS
NACIONAL



Fazendo o turismo legal



REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO



Convention
Bureau
JOÃO PESSOA

