



PESQUISA QUANTITATIVA

# Análise do Setor de Turismo em Mato Grosso: Perfil das Empresas, Desafios e Perspectivas Futuras

SETEMBRO 2023

# TURISMO EM MATO GROSSO

O estudo do setor de turismo em Mato Grosso é de extrema importância devido a riqueza natural e cultural da região. Compreender esse setor não só impulsiona o desenvolvimento econômico local, mas também promove a conservação do meio ambiente, fortalece a cultura local e beneficia as comunidades tradicionais. Ao analisar as necessidades e desafios do turismo em Mato Grosso, podemos desenvolver estratégias para atrair visitantes, proporcionar experiências turísticas enriquecedoras e contribuir para o crescimento econômico e o bem-estar das comunidades, desempenhando um papel fundamental no presente e futuro do estado.

# Metodologia

**Objetivo:** A pesquisa visa obter informações essenciais sobre as empresas de turismo em Mato Grosso, incluindo seus sócios, características demográficas, operações, desafios e expectativas futuras, a fim de orientar estratégias e tomadas de decisões no setor

**Período de coleta:** 10/07/2023 até 19/08/2023

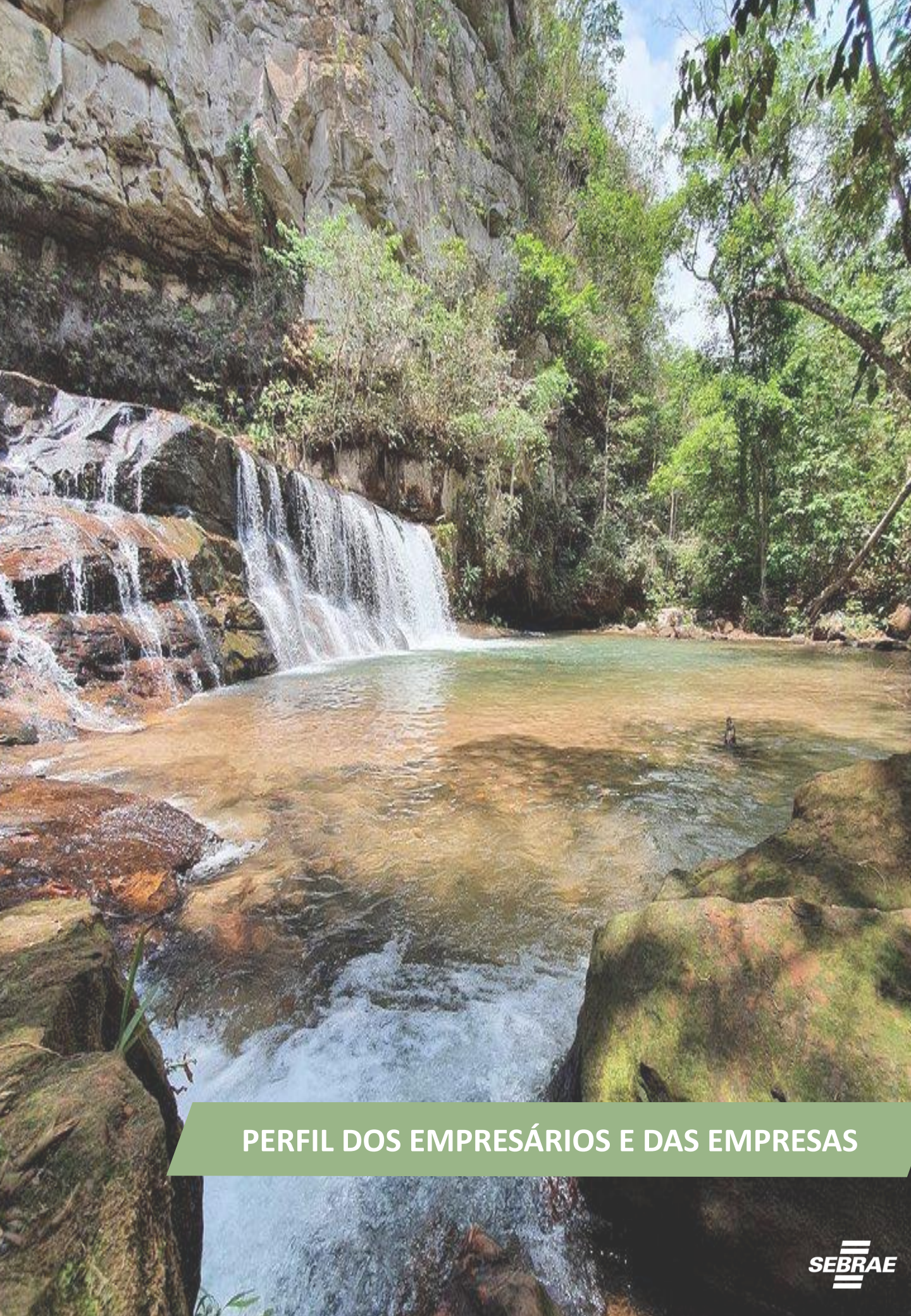
**Tipo de pesquisa:** Quantitativa por telefone

**Público - alvo:** Agências de turismo, operadores turísticos, serviços de reservas e outros serviços de turismo

**Amostra:** 122 respondentes

**Erro amostral:** 5%

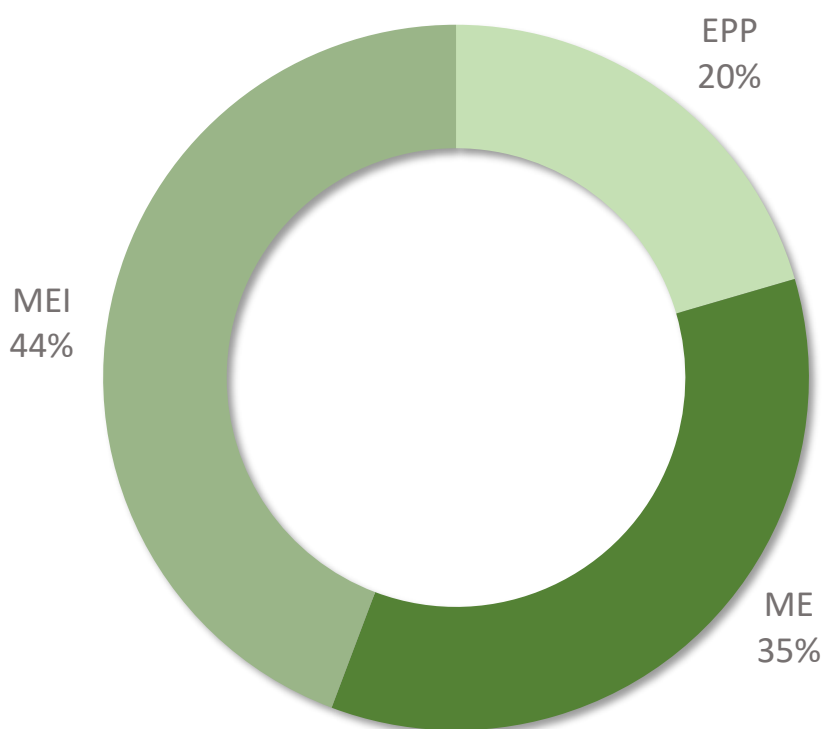
**Nível de Confiança:** 95%



## PERFIL DOS EMPRESÁRIOS E DAS EMPRESAS

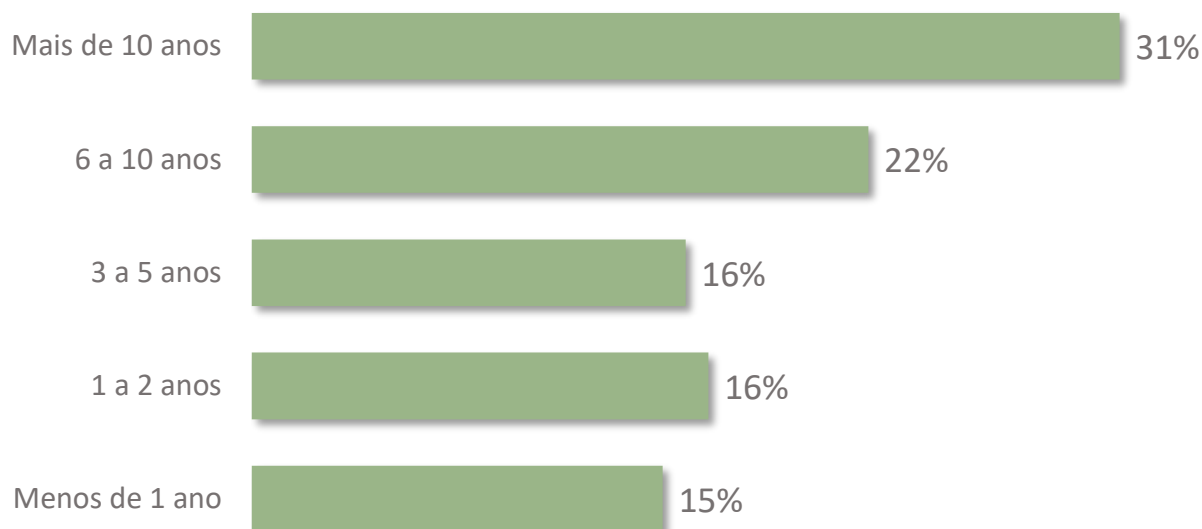
- ✓ De acordo com a pesquisa realizada, percebe-se que o Setor de Turismo é predominantemente liderado por mulheres, representando 52% dos empresários ou líderes neste setor.
- ✓ A idade média dos empresários que conduzem esse setor é de 44 anos.
- ✓ Somente 20% das empresas são associadas a ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens;
- ✓ 62% são os únicos dono do negócio.

### *Porte da Empresa*



- ✓ O porte das empresas do segmento do turismo é bem variado, mas tem uma predominância de 44% como microempresa individual

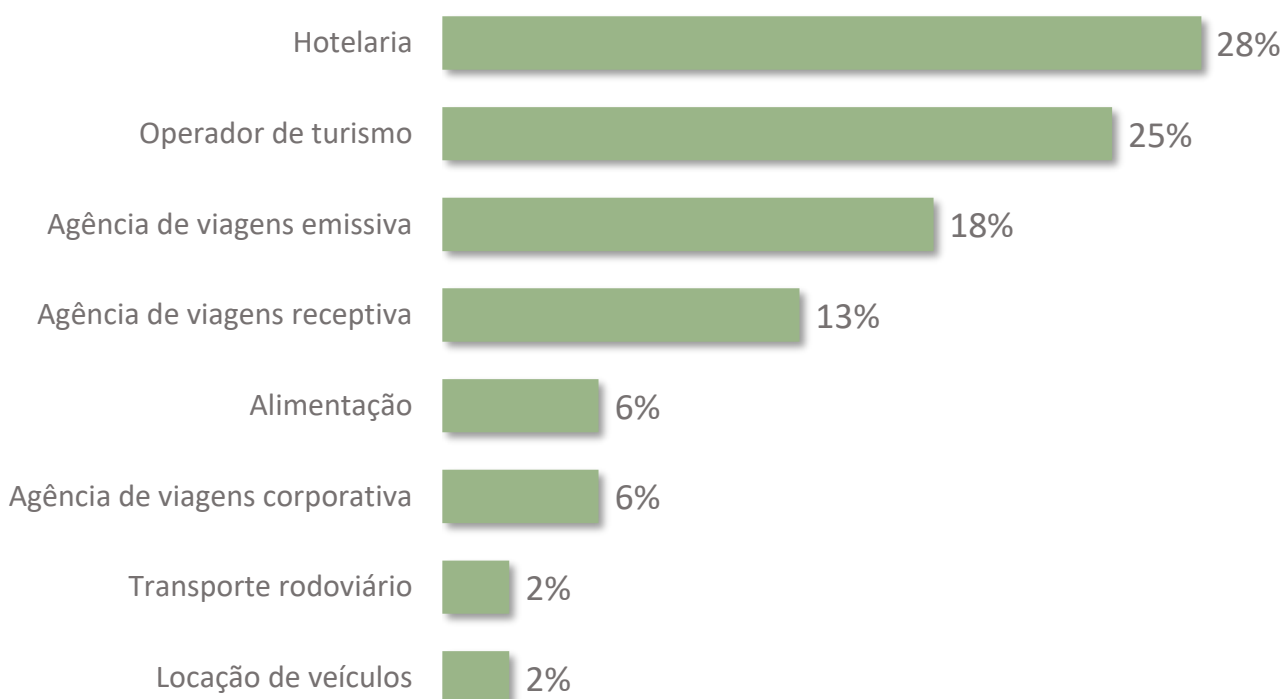
## Tempo da Empresa



✓ 51% das empresas estão consolidadas no mercado;

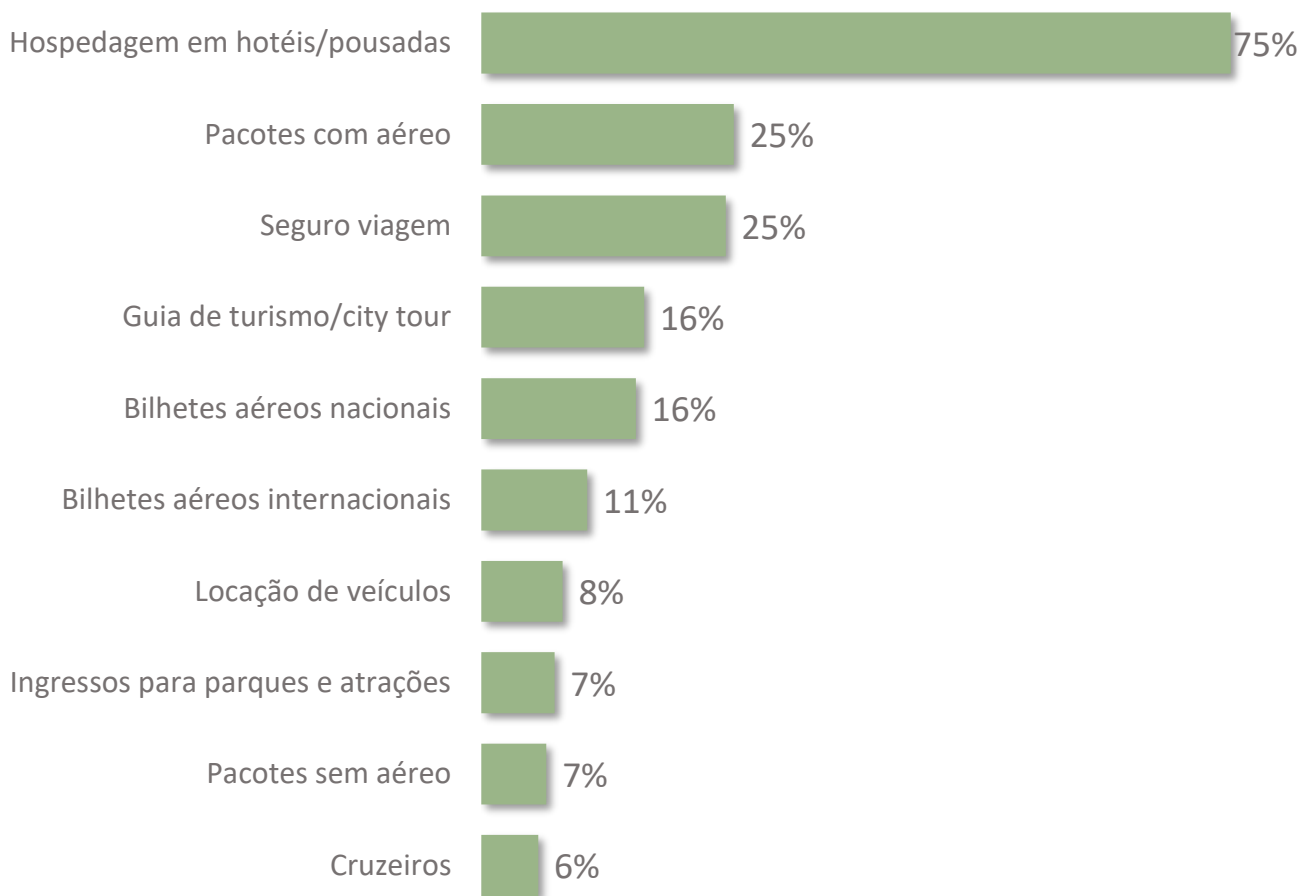
✓ 64% dos empresários de 1 a 5 funcionários em sua empresa;

## Ramo de atuação



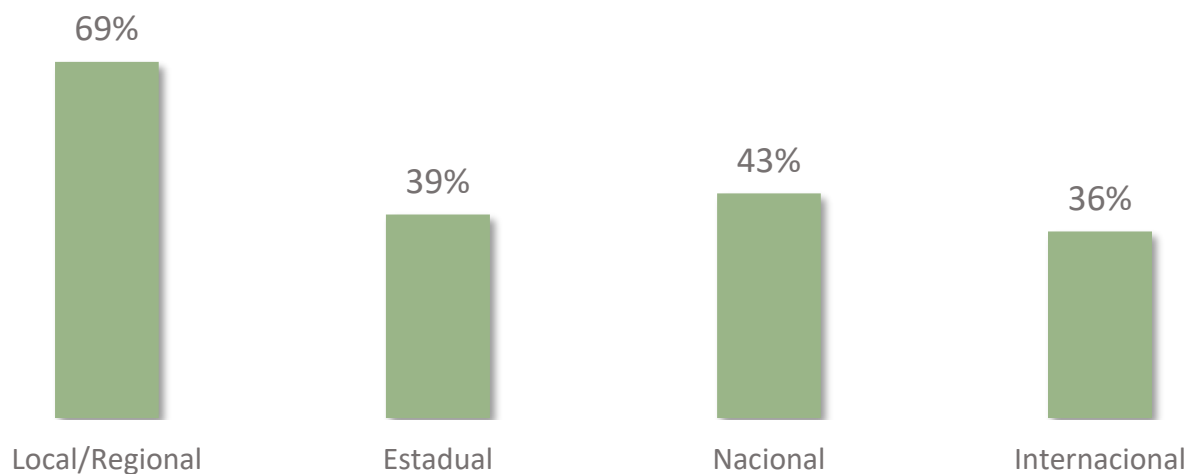
✓ O principal ramo de atuação é no setor de hotelaria, seguido de operador de turismo;

## Produtos e serviços turísticos comercializados



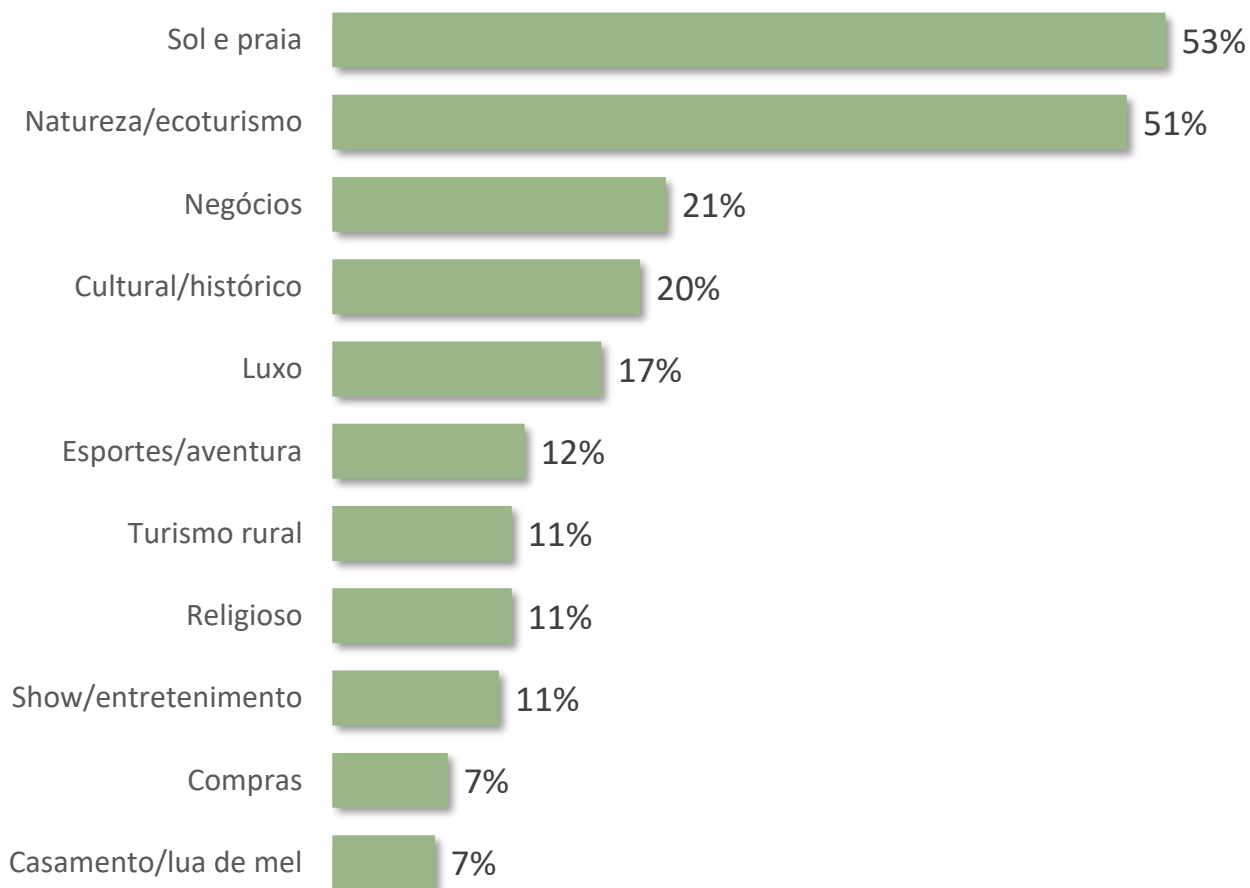
✓ Hospedagem, pacotes e seguro de viagem são os produtos e serviços mais comercializados.

## Abrangência da atuação



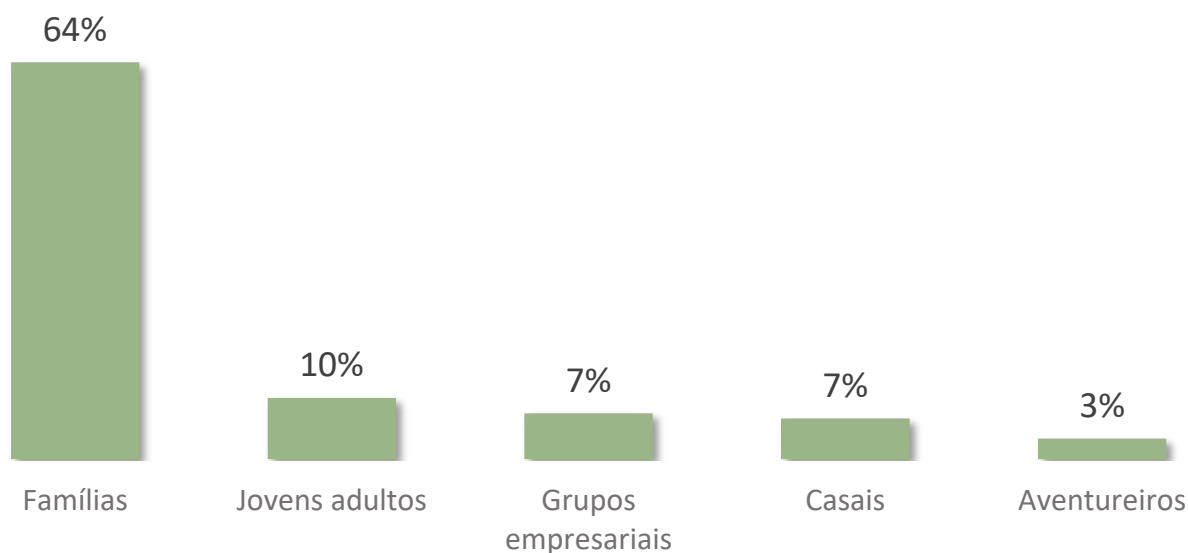
✓ A principal abrangência é a regional, seguida da nacional.

## Principais segmentos demandados pelos clientes



✓ Sol e praia, natureza/ecoturismo e negócios são os segmentos mais demandados pelos clientes do setor de turismo em Mato Grosso.

## Público alvo

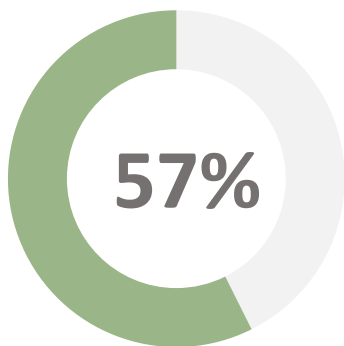


✓ O público alvo predominante são as famílias.

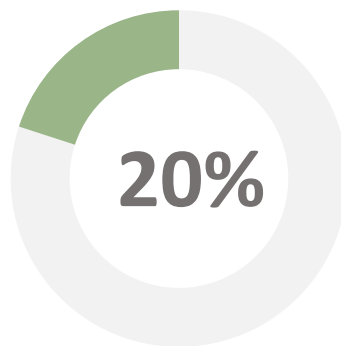




## DESAFIOS E DIFICULDADES

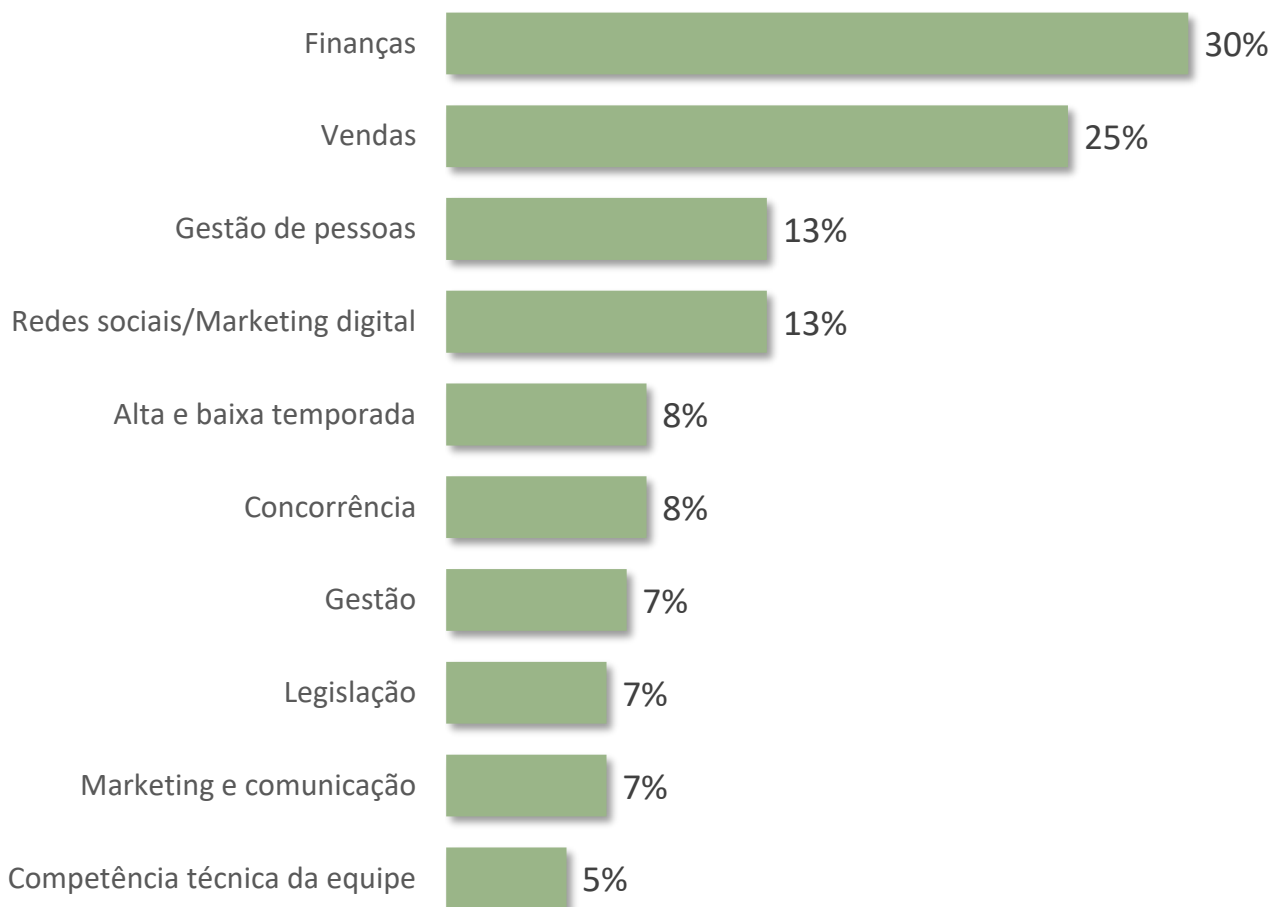


57% dos pequenos empresários do setor de turismo disseram que a pandemia afetou o seu negócio de forma negativa.



Somente 20% desses empresários conseguiram recuperar o prejuízo causado pela pandemia.

### *Principais dificuldades enfrentadas*



✓ Finanças, vendas e gestão de pessoas são as três principais dificuldades enfrentadas pelas empresas do setor do turismo em Mato Grosso.

## *Como lidam com as mudanças nas preferências dos clientes*

- ✓ A maioria dos empresários (62%) mantém um diálogo aberto com os clientes, pelas redes sociais e whatsapp.
- ✓ 44% acompanham as tendências de mercado.
- ✓ 29% realizam pesquisas de mercado para entender as preferências dos clientes.

Esses percentuais sugerem que a comunicação com os clientes por meio de canais digitais é uma prática comum entre os empresários, enquanto o acompanhamento das tendências de mercado e a realização de pesquisas de mercado são menos comuns, mais ainda realizadas por uma parcela significativa dos empresários.

## *Como os empresários lidam com as flutuações de demanda entre alta e baixa temporada*

- ✓ 32% dos empresários ajustam os preços dos serviços ou produtos oferecidos.
- ✓ 20% dos empresários escolhem diversificar sua oferta de produtos e serviços, levando em consideração as demandas específicas da temporada e dos clientes. Isso implica em adaptar o que é oferecido para atender as necessidades sazonais ou as preferências dos clientes durante diferentes períodos do ano.
- ✓ Aproximadamente 16% dos empresários optam por investir em campanhas de marketing e divulgação, promovendo ativamente os negócios durante a alta temporada para atrair mais clientes ou durante a baixa temporada para manter o interesse dos clientes existentes e atrair novos.



**OPORTUNIDADES**

## Participação em eventos



- ✓ 53% dos empresários irão participar da ABAV Expo Internacional de Turismo de 27 a 29 de setembro no Rio de Janeiro.



- ✓ 12% dos empresários irão participar da Festuris que acontecerá nos dias 10 e 11 de novembro em Gramado/RS.
- ✓ A maioria **71%** dos empresários estão **otimistas** com a sua expectativa em relação ao futuro do setor do turismo em Mato Grosso para o próximo ano.

A Pesquisa de **Análise do Setor de Turismo em Mato Grosso: Perfil das Empresas, Desafios e Perspectivas Futuras** é um produto da Gerência de Inteligência Estratégica do Sebrae Mato Grosso.

**Diretora- Superintendente**

Lélia Rocha Abadio Brun

**Gerência de Inteligência Estratégica**

**Gerente**

Ricardo Willian Santiago

**Coordenador**

Diego Buscariol de Almeida

**Núcleo de Inteligência de Mercado**

**Elaboração**

Jaqueline Trentino Silva Lemos

**Colaboradores**

Adilson Divino dos Santos

Amanda Afonso Alves

