

**Recebido: 20.03.2024****Aprovado: 21.06.2024****Avaliado pelo Sistema Double Blind Review****INDICADORES DO TURISMO SUL-MATO-GROSSENSE DE 2023:
BOLETIM DE INTELIGÊNCIA N. 09/2024/ALUMIA****INDICADORES TURÍSTICOS DEL SUR DE MATO-GROSSENSE
PARA 2023: BOLETÍN DE INTELIGENCIA N. 09/2024/ALUMIA****Danielle Cardoso de Moura****E-mail:** dannyellemoura@hotmail.com.**ORCID:** 0002-0563-2299**Camille Sahib Guimarães Citino****E-mail:** camillesahib@hotmail.com**ORCID:** 0002-3866-772X**Eliomar Vieira Junior****E-mail:** jrobstur@gmail.com**ORCID:** 0009-0000-9722-0509**Thatiane Poiato Castelani Coelho****E-mail:** thatycastelani@gmail.com**ORCID:** 0001-8420-0533**RESUMO**

Este boletim apresenta o compilado dos principais indicadores disponibilizados na Alumia – Plataforma de Inteligência Turística de Mato Grosso do Sul referente ao desenvolvimento da atividade turística no ano de 2023. As coletas foram feitas mensalmente, por meio da extração das informações em portais públicos, sistemas específicos de parceiros, aquisição de dados (Big Data), e ainda, dados primários. A partir dos dados e indicadores apresentados, identifica-se o crescimento, fortalecimento e desenvolvimento do turismo no Mato Grosso do Sul, a partir do aumento das chegadas de passageiros pelos modais aéreo e rodoviário. Da mesma forma, verificamos o aumento nos principais indicadores de performance e de visitas nos principais atrativos do estado.

Palavras-chave: Plataforma. Big Data. Anuário. Mato Grosso do Sul. Brasil.

RESUMEN

Este boletín presenta la recopilación de los principales indicadores disponibles en la Plataforma de Inteligencia Turística de Alumia – Mato Grosso do Sul sobre el desarrollo de la actividad turística en el año 2023. Las recolecciones se realizaron mensualmente, a través de la extracción de informaciones de portales públicos, sistemas específicos de socios, adquisición de datos (Grandes Datos), y también, datos primarios. A partir de los datos e indicadores presentados, se puede identificar el crecimiento, fortalecimiento y desarrollo del turismo en Mato Grosso do Sul, a partir del aumento de la llegada de pasajeros por vía aérea y terrestre. Asimismo, vimos un aumento en los principales indicadores de desempeño y en las visitas a los principales atractivos del estado.

Palabras- clave: Plataforma. Grandes Datos. Directorio. Mato Grosso do Sul. Brasil



1. INTRODUÇÃO

A Alumia é uma Plataforma de Inteligência Turística do Mato Grosso do Sul, composta por seis módulos – Aéreo, Alojamento, Redes Sociais, Motores de Buscas, Informações Gerais e Eventos. A partir da referida ferramenta, é possível comparar, compreender e analisar o cenário do turismo no Estado de Mato Grosso do Sul através de diversificadas fontes de dados.

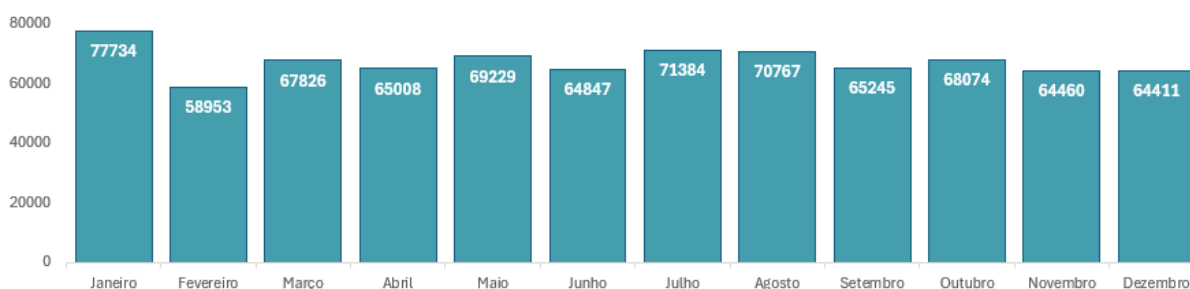
Uma vez lançada, o maior desafio é envolver os empresários e gestores do estado, estimulando cada um deles a ler e interpretar os dados e informações da Alumia. Entende-se, nesse sentido, que o conjunto de informações oferecidas pode ser inserido no dia a dia e no processo de tomada de decisão desse grupo de empreendedores, com foco nos agentes de Mato Grosso do Sul, mas não restrito somente a eles.

Assim, este boletim compila os principais indicadores da plataforma, resumindo o desenvolvimento da atividade turística no ano de 2023. Em cada gráfico está a localização dele na plataforma, com a indicação do Módulo e do Painel que está inserido. Para melhor organização das informações e cadências dos dados, eles serão apresentados por módulo.

2. ACESSO AÉREO

O Ano de 2023 foi intenso, de crescimento e fortalecimento do Mato Grosso do Sul enquanto destino turístico. Ao total, desembarcaram no estado 807.933 passageiros. Campo Grande recebeu a maior parte desses passageiros, com 90% dos passageiros, seguido de Ponta Porã com 3,96%; e Bonito, com 3,08%. Surpreende Ponta Porã ultrapassar Bonito, que é o principal destino de ecoturismo do estado e um dos mais relevantes do Brasil. Todavia, Ponta Porã, cidade distante 320 km de Campo Grande, na fronteira com o Paraguai, possui voos diários da Azul. Enquanto para Bonito, até outubro de 2023, a Azul operava aos domingos, segundas, quartas e sextas, além de dois voos se - manais da GOL (aos domingos e quintas). Só a partir de novembro do mesmo ano que os voos passaram a ser diários. Entende-se, desse modo, que essa variação de ofertas de voos pode explicar esse protagonismo de Ponta Porã no cenário aéreo. Janeiro e Julho são os principais períodos de movimentação, com 77.734 e 71.384 passageiros, respectivamente. Entretanto, fevereiro foi o mês com menor volume de desembarques, com 58.953, conforme gráfico 1 abaixo:

Gráfico 1- Passageiros Transportados, Módulo Aéreo – Movimentação Total

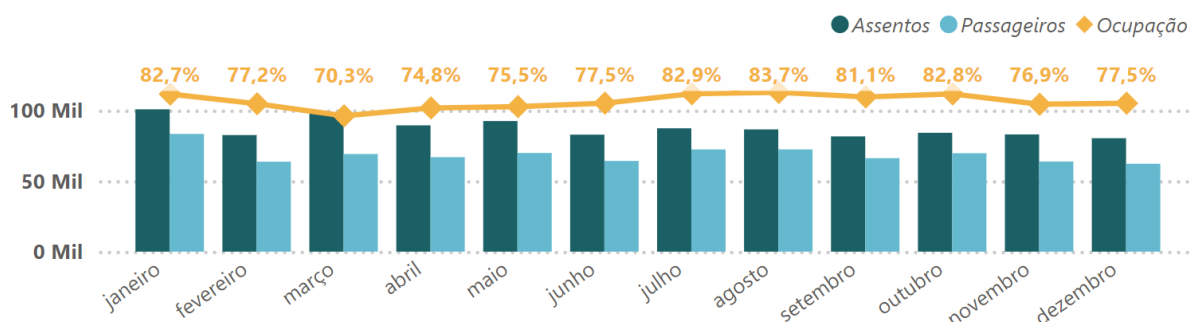


Fonte: IATA. Disponível em: www.alumia.tur.br



Observa-se, ao longo do ano, uma variação na oferta de assentos nas aeronaves. Ao compararmos janeiro 2023 com dezembro de 2023, identificamos uma redução de 25,3% na oferta de assentos para o Estado. Entretanto, observa-se a manutenção e o incremento da ocupação média, sempre acima dos 70%, chegando em agosto com o melhor resultado de 83,7%. O gráfico 2 abaixo apresenta a variação mensal:

Gráfico 2- Assentos x Passageiros, Módulo Aéreo - Desembarque Nacional



Fonte: ANAC. Disponível em: www.alumia.tur.br

Constata-se que, 95,8% dos passageiros que chegaram ao estado foram brasileiros, sendo que São Paulo é o estado com maior volume de chegadas, com 23.379 passageiros, o que equivale a aproximadamente 35% das chegadas nacionais. Em seguida, recebem destaque os visitantes do Rio de Janeiro, com 6.540 passageiros (aproximadamente 9%). Dentre os estrangeiros, os Estados Unidos foi o país de origem de 38% dos passageiros, Portugal 17% e a França 9%. Considerando os passageiros que utilizaram o modal aéreo para chegar até o Mato Grosso do Sul, temos a seguinte caracterização, conforme aponta a figura 1 a seguir:

Figura 1 – Análise de compra dos passageiros por via aérea, Módulo aéreo – Análise de Vendas



Fonte: IATA. Disponível em: www.alumia.tur.br

3. ACESSO TERRESTRE

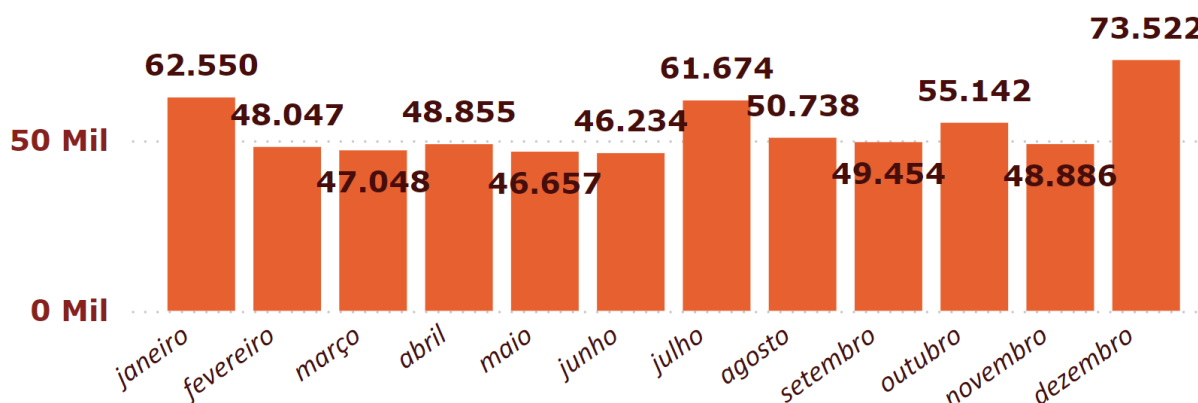
3.1 Fluxo Rodoviário, Fretamento Turístico e Fronteiriço

Segundo dados da Rodoviária de Campo Grande, chegaram à capital sul-mato-grossense, através das linhas regulares, 638.807 passageiros por via terrestre. Assim como no



modal aéreo, os meses com maior fluxo foram Janeiro, com 62.550 passageiros; e Julho, com 61.674 e dezembro, com 73.522, conforme gráfico 3 abaixo:

Gráfico 3- Desembarque de passageiros por período, Módulo Informações Gerais – Fluxo Terrestre – Movimentação Rodoviária



Fonte: Superintendência do Terminal Rodoviário de Campo Grande. Disponível em: www.alumia.tur.br

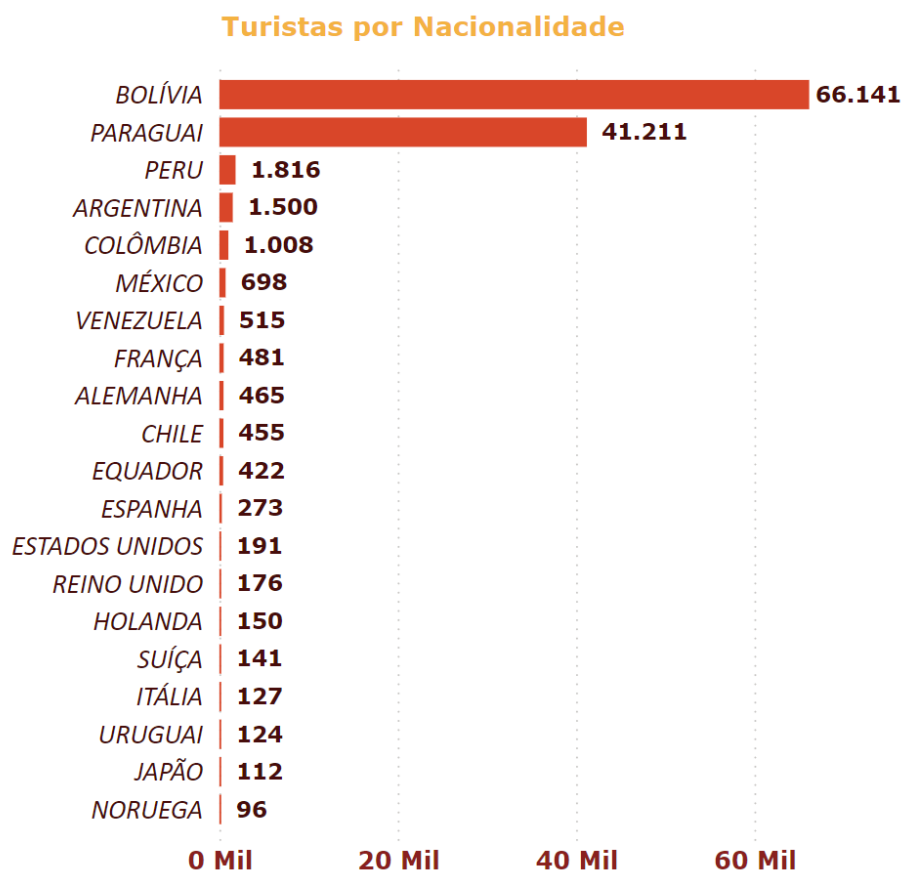
Com relação à procedência desses passageiros, mais uma vez São Paulo se destaca, visto que a capital paulista foi a principal cidade emissora, com 65.544 passageiros. Entretanto, podemos observar a intensa movimentação intermunicipal, com volumes relevantes de Corumbá (64.715 passageiros) e Ponta Porã (56.295), completando as TOP 3 cidades de origem.

Já analisando os fretamentos realizados no estado como um todo, em 2023 eles foram responsáveis pelo transporte de 280.303 passageiros. Campo Grande foi a cidade que recebeu o maior volume de passageiros provenientes de Fretamento, com 56.456 passageiros, dos quais 13.992 tiveram como origem Corumbá, e 10.989 Três Lagoas.

Observa-se que é através das vias terrestres que se dá o maior volume de entradas diretas de estrangeiros no estado. Em 2023, por motivação de turismo, ingressaram no estado 117.885 estrangeiros. Em razão da proximidade e fronteira, a Bolívia e o Paraguai são as principais nacionalidades de entrada. O gráfico 4 abaixo apresenta os turistas por nacionalidade:



Gráfico 4- Turistas por Nacionalidade, Módulo Informações Gerais – Fluxo Terrestre – Movimento Fronteiriço



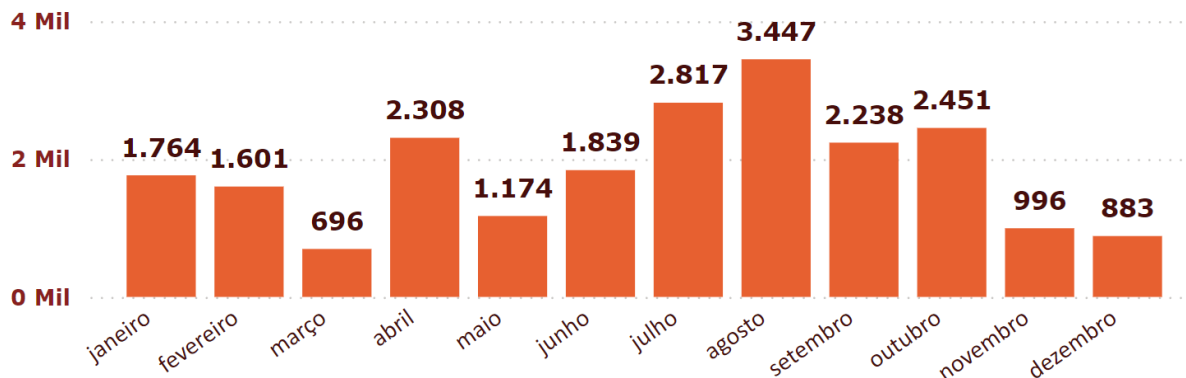
Fonte: STI. Disponível em: www.alumia.tur.br

4. ACESSO FLUVIAL (Barcos-Hotéis)

Utilizando-se da riqueza natural do estado, outra via para a realização da experiência no Pantanal Sul é através dos Barcos- hotéis, que oferecem uma imersão no turismo fluvial no estado. Em 2023, 22.214 passageiros realizaram esse tipo de atividade turística no Pantanal sul-mato-grossense. Diferente dos demais modais apresentados, o mês de agosto foi o mais relevante, alcançando 3.447 passageiros transportados (gráfico 5). A permanência média é de 5 dias e gasto médio de R\$ 6.600,51 (por viagem) por pessoa.



Gráfico 5- Passageiros por período, Módulo Informações Gerais – Atividade Turística – Barcos-Hotel



Fonte: Marinha do Brasil – Capitania Fluvial do Pantanal – Seção de segurança do Tráfego Aquaviário (2023). Disponível em: www.alumia.tur.br

5. HOTELARIA

Com relação à ocupação média hoteleira e tarifa média em 2023, a figura 2 abaixo apresenta o seguinte cenário:

Figura 2 – Ocupação hoteleira e tarifa média em 2023 de Bonito, Campo Grande e Dourados – Módulo Alojamento

	Campo Grande:	Bonito:	Dourados:
Ocupação média hoteleira	57,67%	59,83%	50,08%
Tarifa média	R\$ 274,55	R\$ 314,24	R\$ 229,87

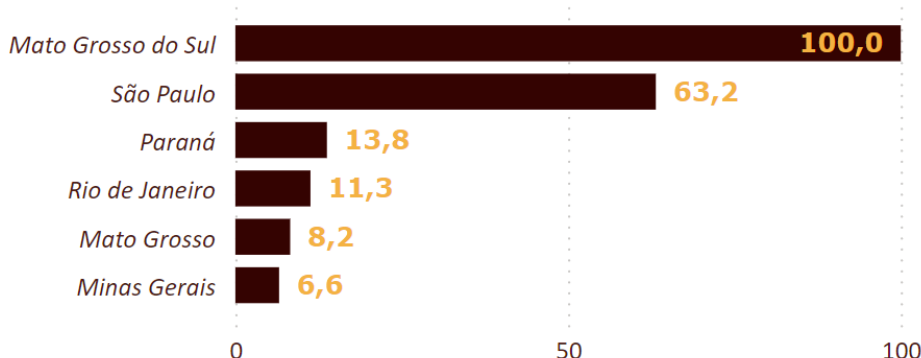
Fonte: Observatório de Turismo de Bonito, Observatório de Turismo de Campo Grande e Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico de Dourados. Disponível em: www.alumia.tur.br

6. MOTORES DE BUSCA

No decorrer do ano, observamos o desejo e interesse crescente pelo estado. A partir das pesquisas realizadas no Google, identificamos que o principal mercado interessado e que pesquisa sobre viagens no Mato Grosso do Sul é o próprio sul-mato-grossense, demonstrando a importância e a força do turismo interno e de proximidade (Gráfico 6). Em seguida, temos os estados de São Paulo, Paraná e Mato Grosso como os principais mercados interessados.



Gráfico 6- Demanda por Estado, Módulo Motores de Busca – Nacional



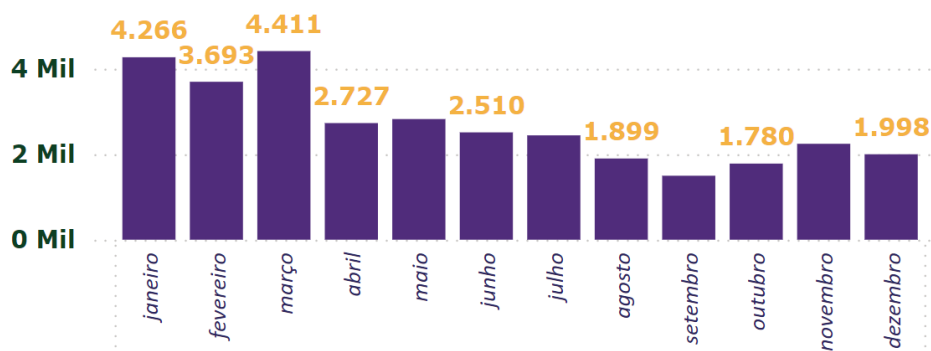
Fonte: Google Destinations. Disponível em: www.alumia.tur.br

Diante da impossibilidade de utilizar diferentes níveis geográficos para análise no Google, a Alumia apresenta a demanda internacional por países, portanto, verificamos quais países demonstraram maior interesse pelo Brasil. Em dezembro de 2023, a Argentina foi o principal mercado interessado, seguido dos Estados Unidos, Chile, Portugal e Reino Unido.

7. REDES SOCIAIS

Nas redes sociais, blogs e sites especializados em turismo, foram identificadas 32.284 postagens relacionadas ao turismo no Mato Grosso do Sul, conforme gráfico 7 abaixo:

Gráfico 7- Total de Publicações, Módulo Redes Sociais – Redes Sociais



Fonte: Sentimonitor. Disponível em: www.alumia.tur.br

Mais do que o quantitativo dessas postagens, este módulo foi construído para uma análise qualitativa e entendimento do que estava sendo dito sobre os destinos. Para tanto, as postagens foram organizadas através da inteligência artificial em mais de 55 tags (marcações para identificar o conteúdo das mensagens). Nesse sentido, observamos que, em 2023, mais da metade dessas marcações estiveram relacionadas a Bonito, e podemos identificar a relevância das principais cidades nas postagens. Contudo, é interessante analisar as demais tags, não somente as primeiras. A tag Companhia_Família, obteve 1.915 postagens, sendo a primeira da categoria “companhia”, assim como a Temática_Aventura, Temática_Férias e Temática



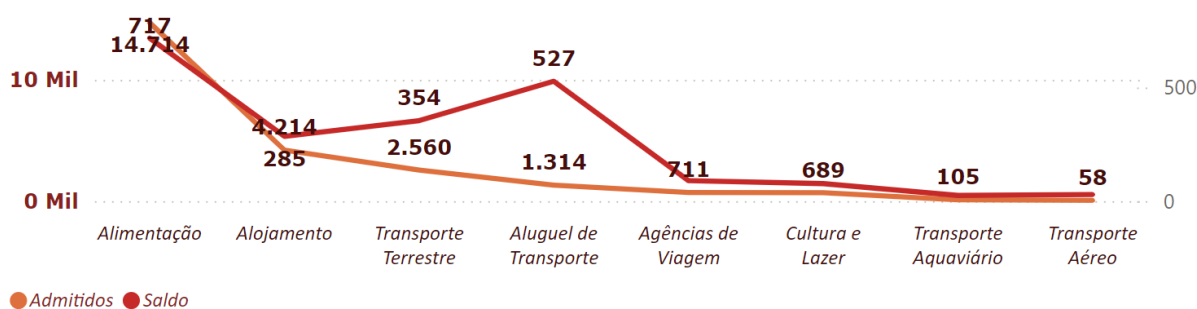
Ecoturismo, que agrupam o motivo e a temática da viagem realizada, e corroboram com as informações aferidas no Perfil do Turista.

Com relação aos atrativos, vemos a relevância do Rio da Prata, Parque Ecológico do Rio Formoso, o Rio Sucuri e a Boca da Onça. Ainda, através das tags, identificamos que, mesmo em menor proporção, estão presente na narrativa a Época_Carnaval, Época_Feriado, e as próprias férias que correspondem à “alta temporada” do estado.

8. INFORMAÇÕES GERAIS

No que concerne à mão de obra no setor do turismo, observamos um crescimento do setor através do saldo de contratações e demissões de colaboradores. Em 2023 o saldo foi positivo, gerando um incremento de 2.104 pessoas contratadas. A alimentação é o setor com maior volume de colaboradores, e também o que obteve maior saldo em 2023, seguido do aluguel de transporte e do transporte terrestre (gráfico 8).

Gráfico 8- Admitidos e Saldo por Agrupamentos IPEA – Módulo Informações Gerais – Socioeconômico – Mão de Obra CAGED.

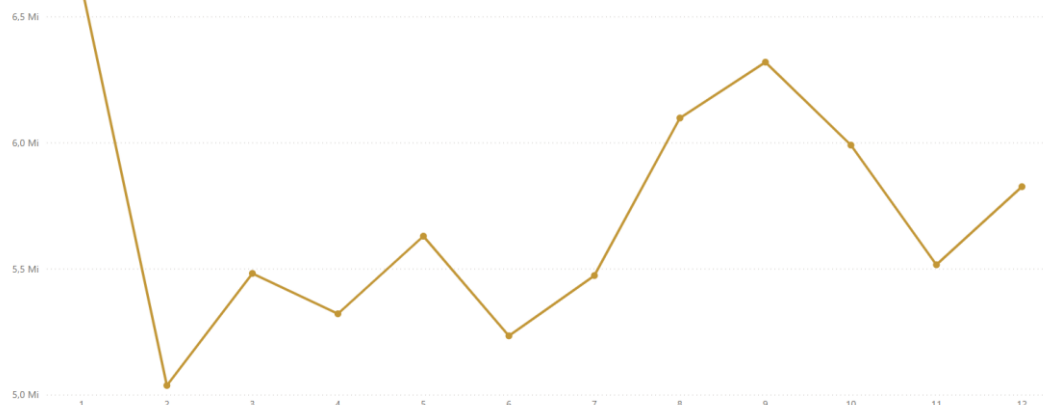


Fonte: CAGED. Disponível em: www.alumia.tur.br

A partir do ICMS por município, identificamos que janeiro foi o mês de maior arrecadação, com R\$ 6,6 milhões, seguido de setembro, com R\$ 6,3 milhões. O mês com menor arrecadação foi fevereiro, com R\$ 5,03 milhões. Ainda que com dados preliminares, a arrecadação total de ICMS em 2023 foi de R\$ 68,5 milhões.



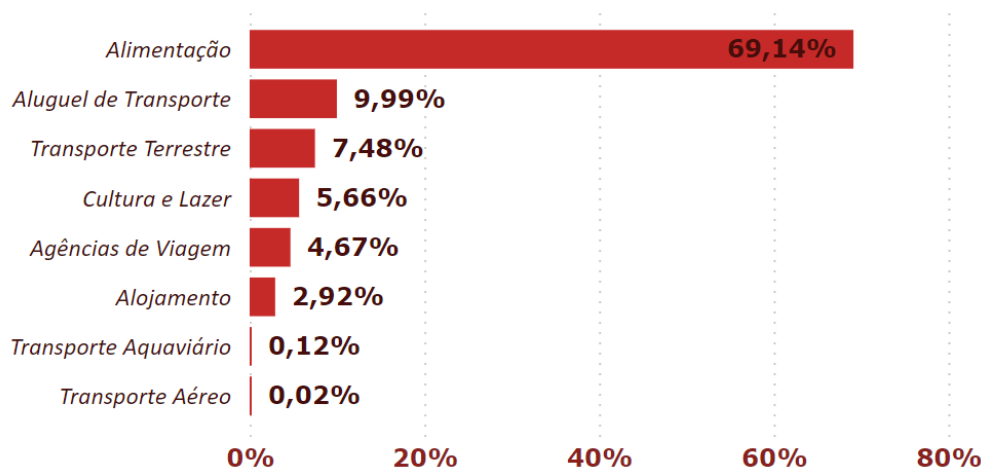
Gráfico 9 - Arrecadação Mensal – Módulo Informações Gerais – Socioeconômico – ICMS por município



Fonte: SEFAZ. Disponível em: www.alumia.tur.br

Com relação ao setor de turismo, a Junta Comercial do Estado possui o registro de 3.277 empresas ativas no setor de turismo, com a predominância do setor de alimentação, que concentra 69,14% das empresas, tal como demonstrado no gráfico 10 a seguir:

Gráfico 10 - Divisão de empresas por Agrupamento IPEA – Módulo Informações Gerais – Socioeconômico – Empresas



Fonte: JUCEMS. Disponível em: www.alumia.tur.br

9. CONCLUSÃO

A partir dos dados e indicadores apresentados, identificamos o crescimento, fortalecimento e desenvolvimento do turismo no Mato Grosso do Sul. Podemos afirmar isso a partir do aumento na chegada de passageiros por via aérea, alcançando a marca dos 743.523 passageiros no estado, o que significa um aumento de 11,4% com relação ao ano anterior. Assim



como o modal terrestre, que alcançou 638.288 passageiros, com aumento de 5,3% em comparação a 2022.

Identificamos o poder do turismo interno, do próprio estado, através das buscas realizadas no Google e nos dados da Pesquisa de Perfil do Turista. Da mesma forma, verificamos a forte presença e posicionamento online dos destinos, com a exposição dos atrativos e características da viagem nas postagens online.

Diante da riqueza de informações oferecidas pela Alumia, evidenciamos (e reiteramos) a relevância da atividade turística no estado, mas, acima de tudo, a oportunidade de seu fortalecimento e incremento. A partir dos dados apresentados, e disponíveis na Alumia surgem insights valiosos não só sobre o perfil e preferências do viajante, mas também em áreas, atividades e oportunidades para investimento, possibilidade de novos produtos e desejos de consumo, áreas ainda pouco exploradas que se traduzem em oportunidade de negócios e desenvolvimento da economia local.

10. METODOLOGIA

ACESSO AÉREO: O Módulo Aéreo utiliza-se de 3 (três) fontes de dados: Dados oficiais da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), nos painéis Desembarque Nacional e Desembarque Internacional; Dados quantitativos totais de vendas da Associação Internacional de Transportes Aéreos (IATA), inserido no painel Movimentação Total; e Dados qualitativos sobre o processo da venda, utilizados nos painéis Análise de Venda e Análise Preditiva.

ACESSO TERRESTRE: TERMINAL RODOVIÁRIO DE CAMPO GRANDE/MS: Os dados são obtidos através dos relatórios de embarques e desembarques mensais solicitados mensalmente a Supervisão do terminal rodoviário de Campo Grande.

FRETAMENTO TURÍSTICO: A coleta de dados é feita através de um programa disponibilizado pela Agência Estadual de Regulação de Serviços Públicos de Mato Grosso do Sul – AGEMS, para as consultas mensais de movimentação por origem e destino.

ACESSO FLUVIAL: A coleta de dados é feita através de planilha de movimentação de passageiros embarcados em Corumbá e Porto Murtinho fornecida mensalmente pela Marinha do Brasil - Capitania Fluvial do Pantanal, Seção de Segurança do Tráfego Aquaviário.

HOTELARIA: Os dados apurados referentes à taxa de ocupação hoteleira foram obtidos pela pesquisa mensal realizada pelos Observatórios do Turismo e Eventos de Bonito, Observatório do Turismo de Campo Grande e Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Dourados. Enquanto que para a obtenção das Tarifas Mensais e Tarifas Feriados dados são extraídos pela SPRINT Dados, para monitoramento das tarifas nos destinos.

MOTORES DE BUSCA: Utiliza-se o Google Destinations e o Google Trends.

REDES SOCIAIS: Para extração de dados de qualidade referentes à percepção do turista nas redes sociais, utilizamos Inteligência Artificial que ainda está em fase de treinamento. Mais do que o quantitativo de postagem, esse módulo foi desenhado para análise qualitativa da percepção do usuário sobre o destino.



INFORMAÇÕES GERAIS: As informações são obtidas junto aos diversos parceiros e portais públicos.

REFERÊNCIAS

Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul. Alumia 1.0. **Plataforma de Inteligência Turística.**

Gerência do Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. Disponível em:
www.alumia.tur.br