

OS DESTINOS DO ECOTURISMO: MATO GROSSO DO SUL



A VISÃO DOS TURISTAS NAS REDES SOCIAIS

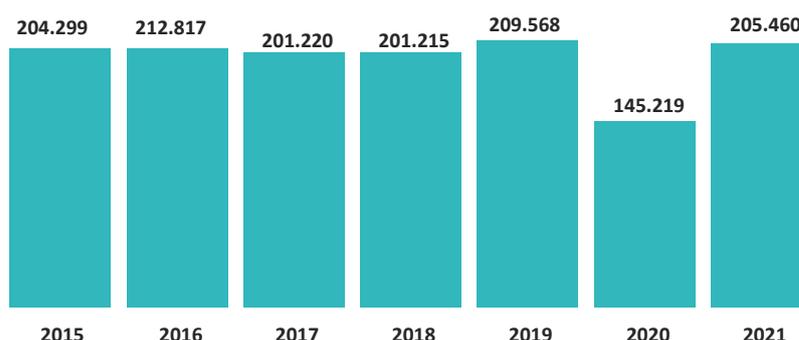
O ecoturismo é um segmento em crescimento no mundo: em 2019, seu valor de mercado foi de US\$ 181,1 bilhões, com perspectiva de alcançar US\$ 333,8 bilhões em 2027. Nesse cenário, o Brasil se sobressai com destinos ecológicos mundialmente conhecidos, como Bonito (MS), Chapada Diamantina (BA) e Fernando de Noronha (PE), entre outros.

No país, o estado de Mato Grosso do Sul se destaca pelo turismo ecológico. Segundo o [Observatório de Turismo de MS](#), o ecoturismo é a terceira maior motivação de quem chega no estado pela capital Campo Grande (15,3%), atrás de apenas de negócios/trabalho (33,1%) e familiares/amigos (26,9%).

A cidade de Bonito, o principal destino ecológico no estado, recebeu cerca de 205 mil visitantes em 2021, um aumento de 41,5% em relação a 2020, quando foram registradas 145 mil pessoas- número reduzido em razão da pandemia do novo coronavírus, que provocou a suspensão das atividades turística em todo o mundo.

Ainda assim, se comparado aos 209 mil visitantes de 2019, observa-se que 2021 teve uma redução de apenas 1,9%, quase se igualando ao ano pré-pandemia – o que sinaliza a rápida recuperação do turismo da região de Bonito/Serra da Bodoquena.

Número estimado de turista em Bonito (MS)



Fonte: [Anuário Estatístico de Turismo do Turismo de Bonito Ano Base – 2021](#). Acesso em 2022

Percebe-se que o turismo da região tem resiliência e potencial para atração de visitantes. Além disso, ainda segundo o [Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul](#), a internet é a principal fonte de informação sobre destinos ecológicos para esses visitantes: **47,2% se informam pela internet, sendo os principais sites de consulta o Booking.com, TripAdvisor e a rede social Instagram.**

Nesse contexto, esta pesquisa tem como objetivo analisar o turismo e o ecoturismo sul-mato-grossense do ponto de vista dos turistas – daqueles que já visitaram a região ou os que desejam fazê-lo –, buscando saber quais críticas, elogios, dúvidas, dificuldades e experiências essas pessoas tiveram.

Buscaremos encontrar insights que esses tópicos possam fornecer para entender melhor como o turismo é percebido nos principais destinos do estado, assim, trazendo eventuais ideias de novas abordagens por parte dos prestadores de serviços turísticos na região.

METODOLOGIA

ETAPAS

- 1 Realização de pesquisa netnográfica por meio de termos de busca e ferramentas de monitoramento, com isso, é realizada a análise de como as pessoas se expressam espontaneamente nas redes sociais.
- 2 Levantamento do perfil de quem fala sobre os destinos ecoturísticos sul-mato-grossenses nas redes sociais e o que falam.
- 3 Identificação de insights, assuntos correlatos e estratégias utilizadas.

Detalhamento do monitoramento nas redes sociais

Canais monitorados

Twitter, YouTube e Instagram (os resultados do Facebook divergiram do foco desta pesquisa e, por isso, foram descartados).

Períodos de coleta



Twitter: de 30 de outubro de 2017 a 22 de agosto de 2022.



YouTube: de 13 de agosto de 2016 a 22 de agosto de 2022.



Instagram: de 25 de junho de 2018 a 22 de agosto de 2022.

Amostra analisada

469 ocorrências

463 ocorrências

500 ocorrências

Total de ocorrências coletadas

5.091 ocorrências.

Cálculo amostral

Em pesquisas qualitativas, dados homogêneos (que têm igual natureza ou semelhança) demandam amostras menores. Em contrapartida, dados heterogêneos (desiguais, diferentes, diversificados) exigem amostras maiores. Para estabelecer o tamanho da amostra desta pesquisa, foram utilizados dois fundamentos: 1) saturação de categorias, quando avaliamos que, em dado momento da análise das menções, não apareceram categorias diferentes e os novos posts coletados se encaixavam nas categorias já existentes; e 2) aparecimento de regularidades, semelhante à saturação de categorias, quando entendemos que a amostra já era relevante ao identificar regularidades nas respostas – cenários e padrões já estabelecidos não se alteram.

De acordo com a análise inicial das publicações coletadas, observou-se que a população (total de publicações) foi mais homogênea de acordo com cada rede social. Dessa forma:

 **Twitter:** para uma população de 1.803 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 217 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.

 **YouTube:** para uma população de 1.433 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 210 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.

 **Instagram:** para uma população de 1.855 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de ao menos 218 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.

 **No Twitter,** as seguintes expressões: (viajar OR viagem) AND mato grosso do sul visitar AND mato grosso do sul

Termos de coleta

Esta investigação delimitou a pesquisa com termos relacionados ao turismo e aos atrativos turísticos do Mato Grosso do Sul. Foram utilizadas as seguintes buscas:

 **No Instagram,** as hashtags: as hashtags: #bonitoms #grutalagoazul #riodaprata #bocadaonça

 **No YouTube,** foram coletados os comentários dos seguintes vídeos:

- | | | |
|---|---|--|
|  Vídeo 1 |  Vídeo 5 |  Vídeo 9 |
|  Vídeo 2 |  Vídeo 6 |  Vídeo 10 |
|  Vídeo 3 |  Vídeo 7 |  Vídeo 11 |
|  Vídeo 4 |  Vídeo 8 | |

RESULTADOS DA PESQUISA

Publicações por canal (total coletado)

 35,4%

 36,4%

 28,2%

Quem publica? (Amostra analisada)



82,6% - Usuários: pessoas comuns que comentam espontaneamente sobre o assunto e interagem em postagens relacionadas ao turismo no Mato Grosso do Sul, ou que expressam algum desejo de viajar para o estado, ou, ainda, que tenham vivido alguma experiência turística na região e tenham relatado ou divulgado o destino em suas redes sociais.



6,5% - Guias: pessoas autodenominadas guias de turismo que, em seus perfis nas redes sociais, divulgam, recomendam ou mostram alguma experiência de atrativos turísticos no estado do Mato Grosso do Sul e seus serviços oferecidos.



10,9% - Outros: publicações sobre o turismo no Mato Grosso do Sul feitas por outros perfis, como blogs de viagens, inclusive por potenciais influenciadores digitais, hospedarias, agências, jornais e marcas locais de serviços de alimentação, entre outros.

CLASSIFICAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES (AMOSTRA ANALISADA)

Neutro Positivo Positivo



• **Publicações neutras:** sem uma valoração definida, trata-se de compartilhamento de experiências, aventuras, opiniões etc. por parte de usuários, assim como divulgações de serviços, dicas e informações de outros perfis.



• **Publicações positivas:** apresentam elogios, boas experiências, boas percepções aos destinos do Mato Grosso do Sul e outras mensagens que tratam o tema analisado sob uma ótica positiva.



• **Publicações negativas:** trazem críticas relacionadas a algum aspecto negativo do turismo do estado ou da infraestrutura estadual, que dificultam o turismo na região.

O que descobrimos?



Tema central de nossa pesquisa, os termos “mato”, “grosso” e “sul” são os mais comentados (1.950, 1.917 e 1.931 citações, respectivamente), além da sigla “ms” (repetida 654 vezes) e “matogrossodosul” (489 vezes).



Logo depois, **“bonito”**, **“bonitoms”** e **“bonitomsoficial”** aparecem como as maiores ocorrências desta pesquisa (1.641, 1.015 e 150 citações respectivamente), o que mostra a popularidade incontestável desse destino turístico nas redes sociais quando o assunto é viagens ao estado sul-mato-grossense.

De fato, segundo o [Observatório de Turismo](#) de MS, as principais regiões de interesse ecoturístico apontadas por quem chega ao estado pela capital são:

Bonito: 47,4%

Campo Grande: 18,7%

Bodoquena: 11,3%

Outros: 22,6%



Além da frequência de citações do nome do município, outra atração local de Bonito mostra relevância, como a **“GrutaLagoAzul”** (538 ocorrências).



Atrativos de outros municípios do estado também aparecem em destaque, como **“RiodaPrata”** (534 vezes), em Jardim, e **“BocadaOnça”** (502 vezes), em Bodoquena.



“Bodoquena” e **“CampoGrande”** são outros destinos do estado a aparecerem entre os termos mais citados (212 e 208 vezes, respectivamente).



Além dos destinos, atividades ecológicas e de natureza são bastante citadas nas buscas, como **“trilha”**, **“cachoeira”** e **“flutuação”** (253, 208 e 152 vezes, respectivamente).



Por fim, o termo **“ecoturismo”** é mencionado 307 vezes, o que mostra a necessidade de as divulgações do turismo desse estado serem mais direcionadas a esse segmento turístico.

Hashtags mais utilizadas (do total coletado)

#bonitoms	#brasil
#bonito	#campogrande
#riodaprata	#turismo
#bocadaonça	#ms
#matogrossodosul	#campogrande
#grutalagoazul	#trip
#ecoturismo	#travel
#natureza	#nature
#zonaoesterj	#bonitomsoficial
#viagem	#bangu



PRINCIPAIS PONTOS POR PARTE DOS USUÁRIOS

As publicações dos usuários, no que diz respeito ao turismo nos destinos sul-matogrossenses, são bastante variadas, podendo referir-se a elogios e críticas ao lugar ou ao desejo de conhecer a natureza local, compartilhar experiências, entre outras. No entanto, o que mais foi constatado pela pesquisa foram dúvidas dos usuários.

1. Crítica quanto ao preço dos atrativos no Mato Grosso do Sul

Muitos usuários veem o turismo no Mato Grosso do Sul como cada vez mais caro, até mesmo o comparando a viagens ao exterior, o que parece criar obstáculos para parte da população conhecer o lugar.

“Pena que é um lugar tão caro para se visitar [Bonito] os valores equivalem a uma viagem para o exterior”¹

“Bonito é show D !!! Mas infelizmente está ficando cada vez mais caro!!!! (Como Noronha) !!!”

“Lindo demais. Mas haja dinheiro.”



A questão dos custos é um tema que permeia o turismo em geral. [Pesquisas](#) feitas pelo IBGE dizem **que 30,5% dos brasileiros que não viajaram em 2021 apontam o dinheiro como principal motivo.**

2. Dúvida quanto aos preços dos atrativos locais

Ainda na questão de preços, ao assistir a vídeos de viagem ao Mato Grosso do Sul, muitas são as dúvidas dos usuários sobre o quanto é cobrado para visitar os atrativos locais e se há atrações gratuitas para conhecer – informações que devem ser bem especificadas na divulgação desses serviços locais.

“esses valores de cada passeio é individual?”

“Tem alguns lugares legais free [grátis] para ir.?”



3. Dúvida quanto às melhores temporadas de visitaçã

Outra dúvida recorrente dos potenciais turistas é sobre qual a melhor época para visitaçã, levando em conta fatores como clima e alta ou baixa temporada, o que mostra a importância de as agências deixarem claras essas informações.

“Blza de video! Obrigado! Qual a época do ano que vocês foram pra Bonito?”

“Tenho algumas dúvidas, se puder responder agradeço. Que período é considerado alta temporada? E baixa temporada? Qual é o período de chuvas? Qto tempo dura os passeios?”

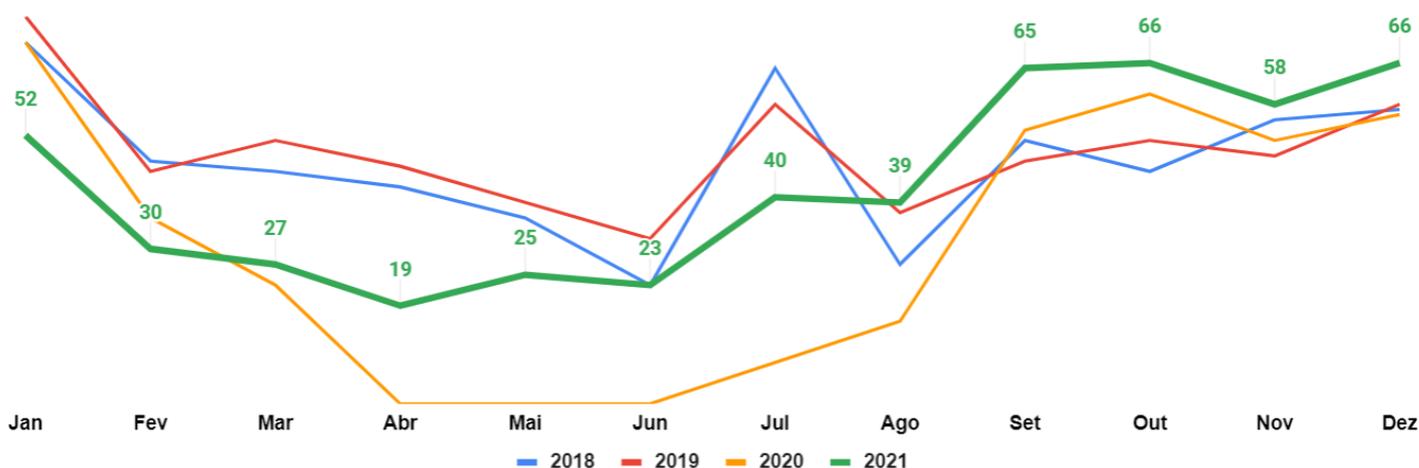
“Lembrando que agosto ainda pode estar meio frio por aqui e que as águas de Bonito tem uma temperatura bem baixa, mesmo no verão escaldante. Pesquise o melhor clima e evite as épocas de chuva, pois qndo chove mto as aguas ficam turvas e a maioria dos balneários e passeios são suspensos. Procure uma boa agência e lá vão lhe informar”



Segundo o [Anuário de Turismo de Bonito](#), historicamente, a alta temporada de visitaçã na cidade é no mês de janeiro e nos últimos quatro meses do ano, como mostrado no gráfico a seguir:

¹ As publicações utilizadas como exemplos foram mantidas como escritas nas redes sociais de modo a preservar sua originalidade.

Taxa de ocupação média anual dos hotéis de bonito (em%)



4. Dúvida quanto à forma de comprar acesso aos atrativos turísticos

Similar à dúvida de qual a melhor temporada, muitos usuários ainda se perguntam quando é melhor comprar ingressos para atrações ecológicas locais, inclusive, alguns querem comprar somente ao chegarem ao destino. Por isso, as empresas locais, ao criar conteúdos de marketing, devem deixar claro que a antecedência de compra é garantia de maior sucesso na realização da atividade, para evitar frustrações causadas pela lotação de visitantes, a depender da época do ano.

"Que vídeo top... Uma pergunta.. na nascente azul eu posso decidir comprar a flutuação na hora ou já tem q comprar quando eu contratar a agência?"

"Alguem sabe dizer se terei problema de reserva se eu deixar para contratar uma agencia assim que chegar no local? Vou em 24 Fevereiro"

"Estive aí a 15 dias atrás, fiz vários passeios, mas já quero voltar! O ruim foi que não consegui fazer o passeio da Gruta do Lago azul, é muito concorrido e deve ser comprado com muita antecedência. Atenção a quem estiver de viagem marcada a Bonito."



5. Dúvidas quanto ao tempo suficiente de visita

Alguns usuários, ao ver conteúdo de divulgação de destinos no Mato Grosso do Sul, se perguntam qual o tempo necessário para conhecer suficientemente a região e seus principais atrativos.

"Incrível esse lugar!! Vcs acham que 4 dias sao suficientes? Ou precisa de mais"

"Quantos dias vocês ficaram para fazer todos os passeios?"



Segundo o [Anuário de Turismo de Bonito](#), a permanência média na região é de 5 a 6 dias.

6. Elogios quanto à preservação e retorno ao local

Sendo um destino ecoturístico, é imprescindível que sua natureza seja preservada para tal reconhecimento. Nesse quesito, alguns usuários de fato elogiam essa qualidade:

"Conheci Bonito em outubro de 2000. Continua o mesmo graças ao cuidado no manejo em todos os passeios. Fiquei feliz, pois isso não aconteceu em muitas praias, onde o "progresso" vai destruindo a natureza. Beijos, guris!"

"Conheci essa região la pelo inicio dos anos 70 , pelo que vejo ta igual até hoje."



A preservação do local serve inclusive para atrair o retorno de turistas que já visitaram o local em outras oportunidades.

Em um post no Instagram sobre Bonito:

“Daqui uns dias de volta nesse lugar que só coleciono momentos maravilhosos desde 2009  



Embora a maioria dos ecoturistas esteja indo pela primeira vez (80,3%), [o Anuário de Turismo de Bonito](#) aponta que, **dos turistas motivados pelo ecoturismo na região, 19,7% visitaram mais de uma vez.**

7. Dúvida quanto aos equipamentos nas atividades na natureza

Alguns usuários mostram dúvidas no que diz respeito ao fornecimento de equipamentos nas atividades executadas no local. As agências que divulgarem seus serviços devem deixar essa informação em evidência, do que é necessário trazer e do que é fornecido no local.

“Oie! Vou daqui uns dias. Gostaria de saber a média do valor do aluguel da câmera? Ou se eles tiram fotos e depois compramos?! Muito obrigada. Parabéns pelo vídeo”

“Vídeo top! So uma pergunta : quais calçados recomenda para usar em bonito? Tennis, bota para trilha”



8. Dúvida quanto ao transporte e infraestrutura rodoviária local

Outra dúvida dos usuários é sobre como agir conforme a modalidade de transporte que eles escolherem para passearem pelo destino visitado, seja com relação à possibilidade de contratação de um guia ou a dúvidas quanto à infraestrutura rodoviária.

“é possível contratar guia privativo... caso a gente resolva alugar um carro.”

“Parabéns pelo vídeo! Você disse no início que ter um carro para o deslocamento é essencial. Imagino que muitos dos acessos para as atrações seja por estradas de terra. Como é a sinalização para chegar a estes locais?”



Essas dúvidas são muito pertinentes, visto o modo de transporte preferido no local. O [Anuário de Turismo de Bonito](#) aponta que, **dos turistas motivados pelo ecoturismo, 46,7% alugam um carro, enquanto 18,7% utilizam van turística e 9,3%, o carro da empresa.**

Além das dúvidas, alguns usuários também criticam a infraestrutura estadual:

“Tô tentando organizar uma viagem pro meu pai pra Corumbá, no Mato Grosso do Sul, mas a cidade recebe apenas um voo por dia”

“minha esposa de é mato grosso do sul, 1300km até a fazenda, estradas horríveis dps q entra no estado de MS [...]”



9. Usuários divulgam suas experiências no local

A divulgação nas redes sociais, por parte dos usuários, de suas experiências nos atrativos ecoturísticos, pode ser uma ótima forma de divulgar atrações locais, atividades e serviços. Como vimos na introdução, é por meio da internet, com o Instagram entre as principais redes, que as pessoas mais se influenciam no momento de planejar suas viagens.

“♥ Hoje vou começar a postar as fotos da viagem incrível que acabei de fazer! Passei 19 dias no Mato Grosso do sul: ▲ 13 dias em Bonito (sonho de vida conhecer!!) ▲ 4 dias no Pantanal ▲ 2 dias...”

"Passeio de flutuação realizado nas águas cristalinas do Rio da Prata. Uma suave correnteza nos ajuda no percurso. A companhia de cardumes de peixes torna o passeio mais divertido. #riodaprata #riodaprabonitoms #ecoturismo 🌊"

"Nenhuma imagem representa a beleza desse lugar de 50 milhões de anos! A natureza é perfeita né? Na Gruta do Lago Azul, não sei o que foi melhor a vista ou as histórias da guia Maria da Gruta @grutalagoazul! #bonito #bonitoms #grutalagoazul @mturismo"



10. Usuários recomendam e buscam também o turismo gastronômico

Os destinos ecológicos do Mato Grosso do Sul focam em seus atributos naturais como chamativo de turistas. No entanto, uma parte importante da cultura local é a culinária, e isso pode servir como chamativo tanto quanto as paisagens naturais.

"Se for para Bonito, não deixe mesmo de ver os restaurantes, Débora! Pouca gente sabe, mas come-se MUITO BEM em Bonito! De tudo: carne, peixe, saladas... vale a pena mesmo! Muito obrigado por nos acompanhar! Grande beijo e ótima viagem!"

"Era o vídeo que necessitava para ir nesse lugar. Poderia mostrar também a culinária 😊 Parabéns"



O QUE AGÊNCIAS E GUIAS DE TURISMO PUBLICAM

Embora esta pesquisa tenha se voltado mais ao que os usuários publicam, uma parte das publicações coletadas foram feitas por agências e guias turísticos locais, que usam as redes sociais para se divulgarem, manterem o perfil ativo ou passarem alguma informação relevante.

As agências, por sua vez, desempenham papel importantíssimo na divulgação do turismo ecológico sul-mato-grossense. Segundo o [Anuário Turístico de Bonito](#), **22,4% dos turistas motivados pelo ecoturismo à região tiveram as agências como sua principal fonte de informação**, o que a torna o segundo maior canal, atrás apenas da internet, com 47,2%, e à frente de "amigos e parentes", com 17,7%.

1. Divulgação em datas comemorativas

As agências utilizam as hashtags e termos do turismo e ecoturismo no Mato Grosso do Sul para divulgação e recomendação de seus serviços, inclusive por meio de datas comemorativas.

"👶 Dia das crianças está chegando! Recebemos diversas famílias em nosso passeio que descem a trilha em busca de diversão, aventura e muita emoção.✅ Inclua o passeio Boca da Onça na sua lista para conhecer no dia das CRIANÇAS, aventure-se!"

"Rota São Mateus Depois da pedalar até a gruta...vem a recompensa!!!"

""Agradecemos a visita dos turistas que vieram a Bonito diretamente dos EUA. Vanessa e família muitíssimo obrigada!"



2. Perfis de viagem recomendam destinos no Mato Grosso do Sul

Esta divulgação é um bom exemplo de informativo de viagem, pois consta um roteiro com um número definido de dias e com as atrações incluídas, o que remove grande parte da dúvida que os usuários parecem ter quanto a esse tipo de viagem.

"Faça um roteiro de três dias em #Bonito, cidade do Mato Grosso do Sul, centro do #ecoturismo do estado, começando pela Gruta do Lago Azul, de incrível beleza. Apaixonados pela América do Sul! #MatoGrossoDoSul #Brasil #AmericaDoSul #turismo #viagem"



INSIGHTS

1. Estratégia de divulgação das redes sociais

Como visto na primeira página, Booking.com, TripAdvisor e Instagram são as principais redes na internet pelas quais os viajantes se informam a respeito de seus destinos ecoturísticos no Mato Grosso do Sul. Por isso, para aumentar as chances de promoção de produtos ou serviços oferecidos, é possível solicitar aos clientes que avaliem e divulguem experiências que eles tiveram, o que impulsionaria a imagem da marca nesses sites.

2. O preço do ecoturismo

São dúvidas recorrentes dos usuários o preço das atrações ou do gasto total pela viagem, além de haver críticas sobre o alto custo dos destinos. Assim, se torna um ponto sensível a que os empreendedores devem se atentar, tanto para atrair mais visitantes (como criar promoções, descontos, pacotes) quanto para trabalhar a imagem da região e desvinculá-la da ideia de um destino muito caro. Além disso, é fundamental mostrar que o preço investido na viagem corresponde à expectativa da visita e contribui para a conservação local.

3. Popularização do ecoturismo

Embora haja muitos posts sobre os destinos turísticos do Mato Grosso do Sul, poucos apresentam as hashtags de "ecoturismo" ou "turismo ecológico", termo que precisa ser mais vinculado às postagens nas redes sociais. Além de solicitar aos turistas a divulgação dos serviços ofertados, é importante reforçar o uso do termo "ecoturismo" em suas publicações, de forma a transformar esse segmento turístico sul-mato-grossense ainda mais mencionado e popular nas redes sociais quando se trata de viagens ao Mato Grosso do Sul e aos seus destinos. Da mesma forma, a criação e divulgação de hashtags próprias da marca é uma forma de promover os serviços oferecidos por meio dos clientes que já passaram pela experiência.

4. Muitas dúvidas

Além dos elogios e eventuais críticas, o que mais encontramos quando pesquisamos o ecoturismo no Mato Grosso do Sul são as dúvidas dos usuários e potenciais turistas. São questionamentos quanto a preços, épocas e tempo de visita, infraestrutura, equipamentos, obrigatoriedade de guias, entre outros. Por isso, a promoção e divulgação, por parte dos prestadores de serviços locais, deve se atentar a esclarecer essas dúvidas, para que haja mais transparência para o cliente e, assim, mais chances de esse destino ser atrativo para ele.

Fontes de apoio: [Dados Turísticos do Estado de Mato Grosso do Sul](#). Observatório do Turismo de MS. 2020. [Market size of the ecotourism sector worldwide in 2019, with a forecast for 2027](#). Statista. 2021. [Anuário Estatístico de Turismo do Turismo de Bonito Ano Base - 2021](#). Observatório do Turismo de Bonito. 2022.



Gerente da Unidade de Gestão Estratégica e Comunicação: Sandra Amarilha
Responsável Técnico do Sebrae: Paulo Maciel de Lima Junior
Analista Responsável pelo Polo de Ecoturismo: Telcio Prieto Barboza
Período da Pesquisa: 23 a 25 de Agosto de 2022
www.portalecoturismo.com.br

