

MODAIS DE VIAGEM



UM OLHAR PARA A OPINIÃO DOS USUÁRIOS NAS REDES SOCIAIS

O Mato Grosso do Sul tem se consolidado como um destino apreciado pelos viajantes. Suas belezas naturais, a hospitalidade do povo sul-mato-grossense e a variedade de atividades disponíveis atraem cada vez mais pessoas. Esse cenário positivo do Mato Grosso do Sul como um destino encantador é refletido nos dados obtidos de fontes oficiais. A maneira como os visitantes escolhem se deslocar pelo estado oferece uma visão interessante sobre os padrões de viagem e a evolução do setor de turismo ao longo dos anos.

Segundo dados consolidados no [Anuário Estatístico de Turismo 2022](#), do Ministério de Turismo, e no [Anuário 2022 de Dados Turísticos](#), do Observatório de Turismo de MS:

- Sobre o transporte realizado nas **rodoviárias** do estado, de 2008 a 2021, os deslocamentos de passageiros em transportes intermunicipais representaram, em média, 92% do fluxo nas rodoviárias de MS. A quantidade de passageiros fretados quase dobrou de 2008 a 2019, registrando um aumento de 88%. No entanto, devido à pandemia, o crescimento de 2008 a 2021 foi de apenas 6%. Durante o mesmo período, o total de passageiros deslocados e fretados diminuiu drasticamente em 69%, caindo de 6.081.988 em 2008 para 1.860.680 em 2021. Mesmo antes da pandemia, em 2019, houve uma retração de 47%.
- O estado experimentou um aumento significativo na atividade **aeroportuária** em 2021, com um crescimento de 43% no número de embarques e 45% no número de desembarques em relação a 2020. Esse foi um contraste marcante com o ano anterior, quando a pandemia levou a uma queda drástica de 54% nos embarques e 55% nos desembarques em comparação a 2019. Em relação a 2018, no ano de 2019 houve uma ligeira queda de 2,91% nos embarques e um aumento marginal de 0,67% nos desembarques. Esses dados consideram a atividade nos cinco aeroportos em operação no estado.
- Em relação aos turistas internacionais, a **via terrestre** é a grande porta de entrada para o estado, representando 99,15% das chegadas em 2021 (do total de 15.923 chegadas internacionais).
- Em 2021, a maioria das viagens de fretamento teve como destinos Campo Grande, incluindo o Aeroporto Internacional, com 37.710 passageiros, e Bonito, com 21.627 passageiros. Esses locais representaram 56% do total de passageiros transportados nesse modo de transporte.

Dentro desse contexto, é crucial entender como os viajantes estão chegando ao estado e suas percepções sobre as viagens para que empreendedores do setor de turismo possam aprimorar seus serviços e estratégias. Neste material, será feita uma análise abrangente das postagens do Twitter para entender o que os usuários pensam a respeito das viagens para Mato Grosso do Sul utilizando diferentes meios de transporte - ônibus, avião, carro, moto e bicicleta. A escolha do Twitter se justifica pela riqueza de informações disponíveis e pela facilidade de identificar opiniões e experiências reais dos usuários.

Este conteúdo visa oferecer insights valiosos para empreendedores que buscam se posicionar de forma estratégica no mercado de turismo, especialmente no Mato Grosso do Sul. Dessa forma, será possível entender as tendências, preferências e dificuldades enfrentadas pelos viajantes, auxiliando na tomada de decisões mais assertivas e alinhadas com as necessidades do público. Confira os resultados!

METODOLOGIA

ETAPAS

1. Realização de pesquisa netnográfica por meio de ferramentas de monitoramento, com foco na análise de como as pessoas se expressam espontaneamente nas redes sociais.
2. Análise de informações de mercado e tendências de consumo relacionadas ao tema da pesquisa.
3. Levantamento do perfil de quem fala sobre o assunto nas redes sociais.
4. Identificação de insights, assuntos correlatos e estratégias utilizadas.



DETALHAMENTO DO MONITORAMENTO NAS REDES SOCIAIS

→ Canais monitorados:

- Twitter¹.

→ Períodos de coleta

- **Twitter:** 1º de janeiro de 2020 a 5 de junho de 2023.



Total de ocorrências coletadas

1.078
ocorrências

Total de ocorrências analisadas

454
ocorrências

¹ As publicações no Twitter se destacaram como o meio mais expressivo para retratar opiniões, desejos e frustrações dos usuários acerca das viagens, um tema que encontrou menos espaço em outras redes sociais (YouTube, Instagram e Facebook). Portanto, devido a essa relevância, o Twitter foi a única plataforma escolhida para fornecer dados para esta análise.

CÁLCULO AMOSTRAL

De acordo com a análise inicial das publicações coletadas, foi observado que a população (total de publicações) foi mais homogênea de acordo com o perfil da rede social. Dessa forma, para uma população de 1.078 ocorrências, amostra de 454 ocorrências e nível de confiança em 95%, o erro amostral ficou em 3,5%.

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; **(2) aparecimento de regularidades**, semelhante à saturação de categorias, quando entendemos que a amostra já era relevante ao identificar regularidade nas respostas – cenários e padrões já estabelecidos não se alteram.

RESULTADOS DA PESQUISA

QUEM PUBLICA?



Usuário (74,4%): usuários comuns que compartilham suas experiências pessoais, fotos, conselhos e opiniões sobre as viagens para Mato Grosso do Sul. Isso pode incluir desde a satisfação com a viagem até críticas. Essas postagens tendem a ser mais subjetivas e refletir as percepções pessoais dos indivíduos.



Empresa ou empreendedor (18,1%): empresas e empreendedores que geralmente fazem publicações com o intuito de promover os seus serviços ou produtos relacionados a turismo ou responder a dúvidas/reclamações de clientes.



Veículo de jornalismo (6,2%): os veículos de jornalismo (jornais, blogs, *influencers*) geralmente publicam notícias ou artigos relacionados às viagens para Mato Grosso do Sul. Isso pode incluir coberturas de eventos locais, análises do setor de turismo ou relatos sobre questões de interesse público, como infraestrutura de transporte ou políticas governamentais que afetam as viagens.



Instituição pública (1,3%): as instituições públicas fazem posts sobre o assunto para promover o turismo local, divulgar eventos ou fornecer informações úteis para visitantes, além de compartilhar notícias relacionadas ao estado.

ANÁLISE DE SENTIMENTOS



Os posts com sentimentos neutros geralmente descrevem viagens ao Mato Grosso do Sul, muitas vezes associadas a lembranças ou a planos futuros. Elas fornecem detalhes sobre o percurso, os destinos ou o veículo usado na viagem.



As postagens negativas, por sua vez, costumam expressar preocupações, frustrações e descontentamentos relacionados às viagens ou apresentam eventos negativos, como acidentes ou lembranças ruins. Alguns posts também trazem críticas a percepções e atitudes da sociedade.



Os posts positivos, embora em menor quantidade, expressam desejo ou satisfação com experiências de viagem, seja em relação a lembranças, planejamento de viagens ou até mesmo planos futuros e sonhos, como a compra de um veículo para poder viajar.

ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DOS USUÁRIOS

ASSUNTOS ABORDADOS

Emoções negativas	54,32%	Infraestrutura	0,72%
Emoções positivas	17,81%	Planejamento	0,72%
Transporte	5,22%	Bem-estar	0,54%
Viagem	4,50%	Realização	0,54%
Humor	2,34%	Sociedade	0,54%
Política	2,16%	Sugestão	0,54%
Família	1,26%	Finanças	0,36%
Economia	1,08%	Logística	0,36%
Materialismo	1,08%	Meio ambiente	0,36%
Esportes	0,90%	Notícias	0,36%
Localização	0,90%	Relacionamentos	0,36%
Solicitação	0,90%	Trabalho	0,36%
Cultura	0,72%	Emoções neutras	0,18%
Entretenimento	0,72%	Tecnologia	0,18%

Os principais tópicos abordados em tweets sobre viagens para o Mato Grosso do Sul revelam uma predominância de emoções negativas (54,32%) expressadas, como ansiedade, raiva e medo, indicando um certo grau de insatisfação ou frustração com aspectos dessas viagens. As emoções positivas (17,81%), no entanto, também estão presentes, mostrando que há aspectos prazerosos ou satisfatórios sendo compartilhados. O transporte (5,22%) é outro tópico relevante e inclui discussões sobre a qualidade e a eficiência dos diferentes meios de transporte utilizados. Já a categoria de viagem (4,50%) abrange uma variedade de subtemas, desde opiniões sobre os destinos até experiências pessoais. Humor (2,34%) e política (2,16%) são outros tópicos notáveis, indicando o compartilhamento de piadas relacionadas a viagens ou discutindo questões políticas a esse respeito.

Na outra extremidade do espectro, temas como meio ambiente, notícias, relacionamentos, trabalho e tecnologia aparecem com menor frequência, indicando que esses não são os principais focos de discussão quando se trata de viagens para o Mato Grosso do Sul. As categorias de planejamento, realização, sociedade e sugestão (todas com 0,54%), por sua vez, sugerem que há uma quantidade moderada de tweets focados em conselhos e realização de planos de viagem, reflexões sobre a sociedade local ou sugestões para melhorar a experiência de viagem.



PONTOS NEGATIVOS: PRINCIPAIS OBSERVAÇÕES DOS USUÁRIOS

Ônibus



- Longa duração das viagens e condições desconfortáveis, como falta de ar-condicionado; problemas com veículos em mau estado.
- Preocupação de viajar em um ônibus lotado devido à falta de máscaras disponíveis.
- Atrasos e problemas com o serviço; restrição de rotas e poucas opções de embarque/desembarque em algumas regiões.
- Interrupções ou distrações indesejadas durante a viagem, como música alta.
- Altos preços das passagens, especialmente para viagens longas.
- Sensação de cansaço e problemas de falta de sono, potencialmente relacionado à falta de conforto durante a viagem. Um usuário mencionou inchaço nas pernas após uma longa viagem de ônibus.

Carro



- Longa duração das viagens, especialmente em rotas distantes. O tráfego pesado também é mencionado como uma causa de desconforto.
- Problemas com as condições e a segurança da estrada.
- Problemas de saúde, como os de coluna, agravados pela longa duração da viagem.
- Problemas mecânicos do automóvel.
- Número excessivo de passageiros no automóvel.
- Condições desconfortáveis, como a exposição excessiva ao Sol.

Avião



- Falta de aviso prévio ou coordenação sobre o uso de aeronaves em casos específicos; problemas de comunicação ou de entendimento sobre o uso de determinados produtos em voos; problemas com atrasos e o tempo de espera em aeroportos; conexões e transições complicadas.
- Medo ou ansiedade de voar, especialmente para passageiros que voam pela primeira vez. Algumas pessoas expressaram ainda preocupações sobre a segurança da viagem durante uma pandemia.
- Altos custos das passagens aéreas.
- Viagens longas e cansativas, com escalas que aumentam o tempo de viagem.
- Preocupação com a compensação de carbono e o impacto ambiental da aviação.

Moto ou bicicleta



- Problemas como perda de objetos durante a viagem.
- Menção a acidentes graves durante viagens de moto, inclusive com fatalidades. Algumas pessoas expressaram preocupação com a segurança de conhecidos que estão fazendo viagens de moto.
- Há relatos de cansaço e dores no corpo, especialmente nas costas. Alguns tweets relataram os desafios enfrentados durante viagens longas de moto, sendo uma jornada cansativa.
- Um tweet menciona a venda de rifas para ajudar a custear uma viagem de bicicleta, indicando que o custo das viagens pode ser uma preocupação para alguns viajantes.
- Um dos tweets relatou um sentimento de desrespeito ou zombaria ao planejar uma viagem de bicicleta.

EXEMPLOS DE POSTS² NEGATIVOS

Qnd voltei de Campo Grande num avião da ***** me senti insegura a viagem toda. Parecia 1 avião my menor do que já fora. Os aviões comerciais começam a mostrar o medo q sentimos. O sucateamento d naves passa a ameaçar nossas vidas.

Certa vez alguém fazendo pouco caso de mim, riu muito quando eu falei que queria viajar de bike de Sao Paulo SP X Campo Grande MS, terminei a viagem de 1069km em 7 dias.

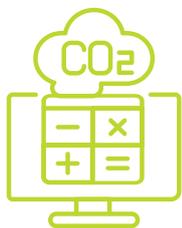
Viajar pro MS de ônibus sempre uma experiência... criança chorando, marmita abrindo, pessoa com perfume super forte, gente conversando pro ônibus todo ouvir e ETC.

² Os trechos de posts retirados das redes sociais foram mantidos conforme a escrita original.

OPORTUNIDADES PARA AGIR

Tendo em vista esses pontos observados nos posts dos usuários, seguem algumas ideias para melhorar os serviços e atrair novos turistas, encarando os pontos negativos apresentados como oportunidades de melhoria e criação de novos serviços:

- **Melhoria no transporte** - A partir das críticas em relação aos transportes existentes, uma oportunidade é investir em um serviço de transporte mais confortável e eficiente. Pode ser o aluguel de vans com ar-condicionado, wi-fi e assentos confortáveis para pequenos grupos, promovendo uma experiência mais íntima e personalizada. Investir em ônibus ou vans elétricos também pode ser uma alternativa para atrair turistas mais conscientes sobre o meio ambiente. Outra ideia é oferecer descontos em passagens de ônibus, avião ou aluguel de carros para aqueles que reservarem pacotes de turismo, o que pode ser uma forma de incentivar a viagem e diminuir o impacto dos altos custos das passagens.
- **Guias de viagem detalhados e eficientes** - Muitas das críticas estão relacionadas à falta de informação e comunicação durante as viagens. O fornecimento de informações claras e precisas sobre as viagens, incluindo itinerários, horários de transporte, pontos de embarque e desembarque, bem como atualizações em tempo real sobre possíveis atrasos ou alterações, pode ser uma grande melhoria.
- **Viagens em pequenos grupos** - Os viajantes demonstraram preocupação em relação à lotação do veículo e à falta de máscaras disponíveis (durante a pandemia). Incentivar a formação de pequenos grupos para viagens, a fim de proporcionar uma experiência mais agradável e segura para todos, pode ser uma solução para os problemas de lotação e falta de segurança no transporte coletivo. Além disso, a conscientização sobre o uso de equipamentos de proteção pessoal e higiene podem melhorar a confiança dos turistas durante as viagens.
- **Compensação de carbono** - Dada a preocupação com o impacto ambiental da aviação, negócios voltados ao ecoturismo podem implementar programas de compensação de carbono, permitindo que os turistas compensem as emissões de suas viagens com investimentos em projetos de conservação ou reflorestamento.



Casos para se inspirar: o portal de turismo dinamarquês [Bookmundi](#) desenvolveu uma calculadora de carbono em parceria com consultores climáticos, permitindo aos viajantes calcularem as emissões totais de CO2 em uma viagem, incluindo hospedagem, transporte, refeições e atividades. A empresa também está investindo em projetos de redução de carbono, como plantio de árvores na Colômbia, conservação na Amazônia peruana e projetos de energia solar na Turquia. No Brasil, o Grupo Inspire, que inclui a [Machu Picchu Brasil](#), tornou-se a primeira operadora de viagens a compensar totalmente as emissões de gases de efeito estufa de todas as viagens realizadas com eles até o final de 2022.



Saiba mais com o Sebrae:

[Redução da pegada de carbono - uma nova tendência no turismo](#)
[A chave para alcançar a neutralidade de carbono](#)

PONTOS POSITIVOS: PRINCIPAIS OBSERVAÇÕES DOS USUÁRIOS

Ônibus



- Existem momentos de socialização entre os viajantes, tanto entre conhecidos quanto desconhecidos. Experiências de viagens em grupo neste meio de transporte podem ser potencialmente divertidas.
- O ônibus é considerado um transporte mais acessível financeiramente por ser mais barato que outros meios, como o avião.
- A viagem de ônibus permite descansar ou dormir e que os passageiros apreciem a paisagem durante a viagem. É possível ainda ter uma experiência direta com a cultura local, como parar para fazer refeições em restaurantes e paradas locais.
- Possibilidade de viagens noturnas, permitindo aos passageiros dormir durante a viagem e acordar no destino.

Carro



- Vários usuários mencionaram o desejo de “pegar o carro e viajar”, indicando um sentido de liberdade e autonomia que vem com a condução. Viajar de carro proporciona maior liberdade para determinar o ritmo e o roteiro da viagem, permitindo paradas espontâneas para explorar áreas interessantes no caminho.
- Possibilidade de viajar com conforto, especialmente em longas distâncias. O carro também oferece mais privacidade.
- Experiências de viagens em grupo também podem ser compartilhadas em viagens de carro. Apresenta potencial para momentos de união e partilha, especialmente em viagens longas.
- Capacidade de carregar mais bagagem ou equipamento do que seria possível em um avião ou ônibus.

Avião



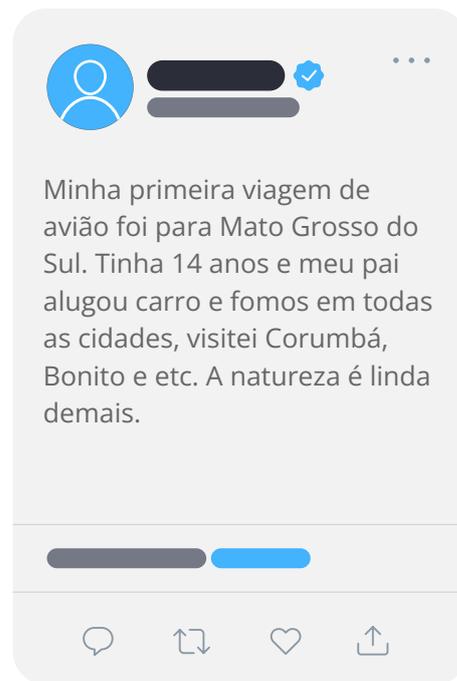
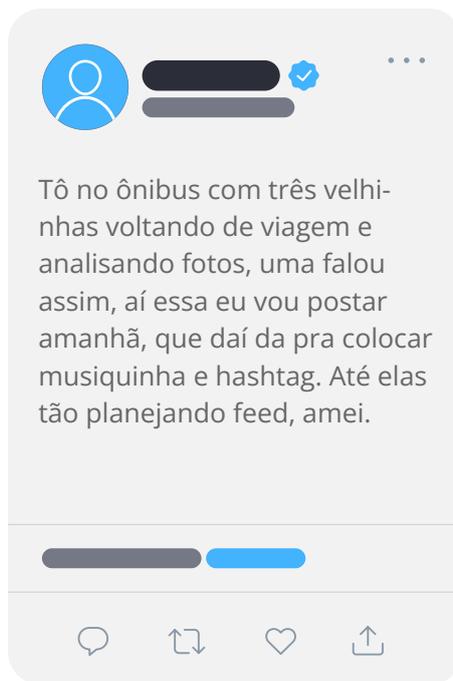
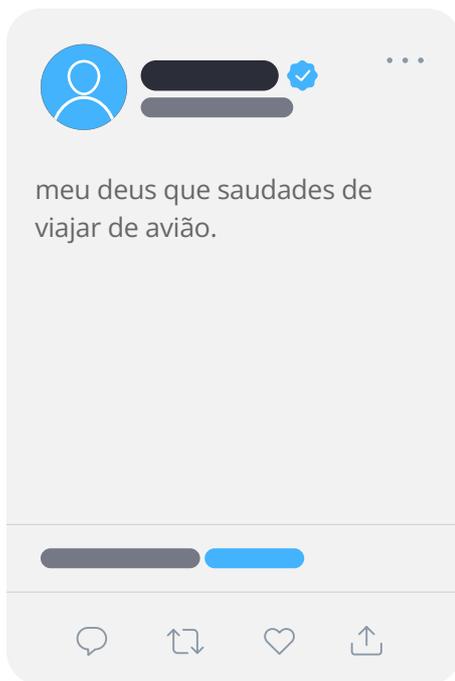
- Viajar de avião é rápido, permitindo aos indivíduos percorrerem grandes distâncias em um curto período. É considerada a forma mais rápida de viajar por longas distâncias e evita o desgaste de viagens terrestres nestes casos. A aviação comercial é considerada uma parte vital das viagens internacionais e de longas distâncias, sendo muitas vezes a única opção viável para esse fim.
- Algumas pessoas gostam da experiência de voar, e isso pode até mesmo ser um destaque da viagem.
- Descobrir que é possível viajar de avião para certas áreas pode abrir novas possibilidades para viagens.

Moto ou bicicleta



- Permite uma maior interação com o ambiente, dando aos viajantes uma experiência mais imersiva. Proporciona sentimento de liberdade e autonomia.
- É considerada por alguns usuários como uma maneira econômica e ecologicamente correta de viajar. A bicicleta, especialmente, é vista como redutora da pegada de carbono.
- São meios de transporte mais acessíveis em termos financeiros para muitas pessoas, e são vistos como uma modalidade de viagem prática e rápida para evitar trânsito ou bloqueios.

EXEMPLOS DE POSTS POSITIVOS



OPORTUNIDADES PARA AGIR

Com base nos principais pontos positivos observados nas postagens do Twitter, seguem algumas ideias de como aproveitar essas opiniões para melhorar ainda mais o seu negócio:

- **Promover a socialização** - A experiência de socialização no ônibus ou em carros pode ser aproveitada para criar pacotes de turismo que estimulem a interação entre os viajantes, como jogos de interação ou paradas programadas em pontos interessantes.
- **Destacar a beleza do percurso** - Muitos usuários apreciam a paisagem durante a viagem de ônibus, carro, moto ou bicicleta. Isso pode ser destacado em roteiros e pacotes, sobretudo naqueles voltados ao ecoturismo, salientando a experiência de viagem como parte integrante da experiência turística.
- **Fornecer opções de transporte flexíveis** - O desejo de liberdade e autonomia expresso pelos usuários de carro pode ser atendido ao oferecer a eles opções de aluguel de veículos ou viagens em pequenos grupos com roteiros flexíveis.
- **Viagens noturnas** - A possibilidade de viagens noturnas, permitindo que os passageiros durmam durante o trajeto e acordem no destino, pode ser um atrativo interessante, especialmente para passeios mais distantes ou intensos durante o dia.



- **Fomentar o transporte eco-amigável** - Para os viajantes que apreciam a bicicleta ou a moto por sua imersão na natureza e menor impacto ambiental, podem ser criados roteiros especiais que incluam trajetos com esses veículos de transporte, além de infraestrutura de apoio para esses viajantes, como renovação da sinalização, marcação de trilhas, educação da comunidade local sobre os benefícios de receber esse tipo de turista, entre outros.

VIAGEM DE TREM

Embora explorado sobretudo como forma de realizar passeios turísticos no Brasil — como o Trem do Pantanal, que parte de Campo Grande e Miranda para Aquidauana —, o trem mostra-se como uma opção de transporte com potencial de agradar tanto aos turistas quanto a pessoas que precisam se deslocar a longas distâncias. Em relação a esse assunto, os posts analisados mostraram que:

- Alguns usuários ressentem-se pela falta de investimento na modalidade ferroviária no Brasil, comparando com países onde esse sistema garante viagens de longa distância em pouco tempo.



"O trem que estou chega a 250 Km/h. Se tivéssemos um igual ligando São Paulo ao Rio faria a viagem em 2h. São Paulo a Belo Horizonte em 3h. São Paulo a Curitiba 2h. São Paulo a Campo Grande de 4h. Triste país que não investe em ferrovias."

- Existem apelos nostálgicos e românticos para as viagens de trem, como uma viagem em família ou com um(a) parceiro(a).



"(...) quando menino fiz com minha família uma viagem de trem, de Bauru a Corumbá. Foi maravilhoso!!! Por favor, resgate tb esse tipo de turismo no Brasil. Potencial enorme de fomento interno. Abraços!"

- Usuários mencionam a satisfação da época em que havia oferta de trajetos longos de trem, cobrindo grandes distâncias, como São Paulo/SP para Corumbá/MS, no famoso Trem da Morte.
- O apelo nostálgico das viagens de trem é uma oportunidade para explorar pacotes de ecoturismo que buscam recriar a experiência de "velhos tempos", com atrações e atividades temáticas ao longo do caminho.

Fontes: [Orgulho em ser a primeira operadora carbono neutro do Brasil!](#). Machu Picchu Brasil. 2022. [Portal dinamarquês vende viagens com compensação de carbono](#). TNEWS. 2022.



Ger. da Unid. de Gestão Estratégica e Inteligência de Negócios: Patrícia G. de Medeiros
Responsável Técnico do Sebrae: Paulo Maciel de Lima Junior
Analista Responsável pelo Polo de Ecoturismo: Telcio Prieto Barboza
Período da Pesquisa: 6 a 13 de junho de 2023
ecoturismo.sebrae.com.br

