

PESQUISA DE SONDAGEM EMPRESARIAL NAS ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS DO TURISMO

DEZEMBRO DE 2024



SOBRE A PESQUISA

Esta pesquisa teve como objetivo mapear e compreender a dinâmica do setor empresarial do turismo no Estado do Paraná.

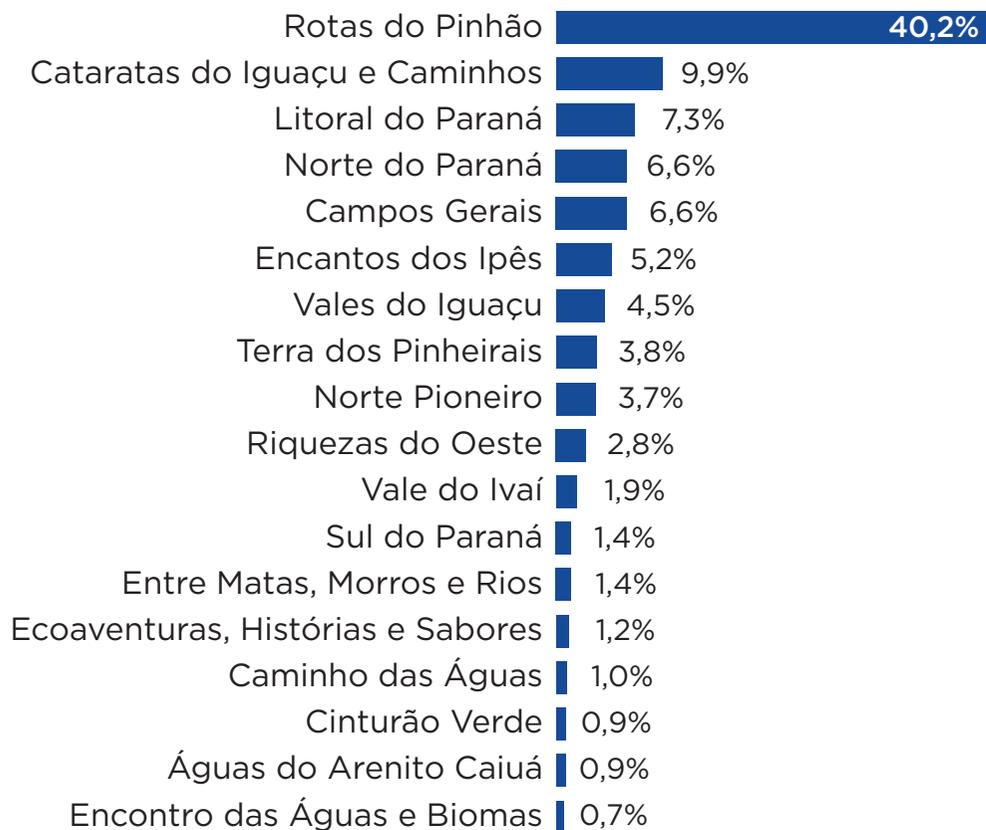
Os resultados proporcionam uma perspectiva abrangente e valiosa para empreendedores, instituições, entidades governamentais, acadêmicos e demais interessados no avanço do setor turístico no estado do Paraná, ao mesmo tempo em que permitem identificar possíveis necessidades de melhorias, oportunidades de mercado e orientar políticas públicas de fomento, estratégias de negócios e investimentos futuros.

A pesquisa teve início no dia 08/10/2024 e se estendeu até o dia 25/11/2023. O público-alvo foi pessoas jurídicas ligadas às Atividades Características do Turismo, definidas pelo IPEA.

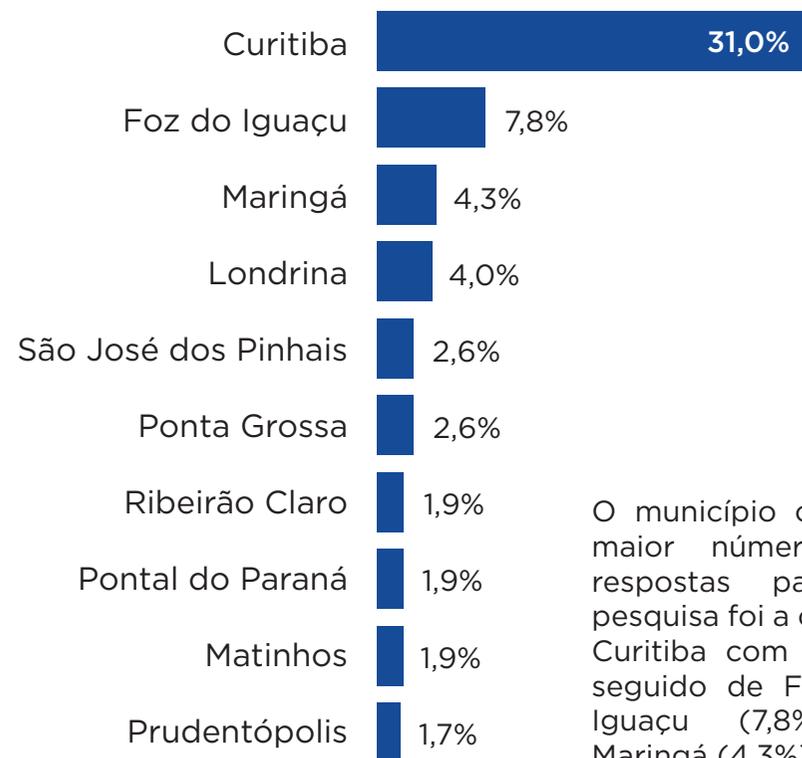
No total foram obtidas **575 respostas válidas**. Os dados foram estruturados e são apresentados neste relatório.

BOA LEITURA!

METODOLOGIA E ABRANGÊNCIA DA PESQUISA



A Região Turística com mais respostas foi Rotas do Pinhão, com 40,2%, seguida por Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu (9,9%) e Litoral do Paraná (7,3%).



O município com o maior número de respostas para a pesquisa foi a capital Curitiba com 31,0%, seguido de Foz do Iguaçu (7,8%) e Maringá (4,3%).

NOTAS METODOLÓGICAS

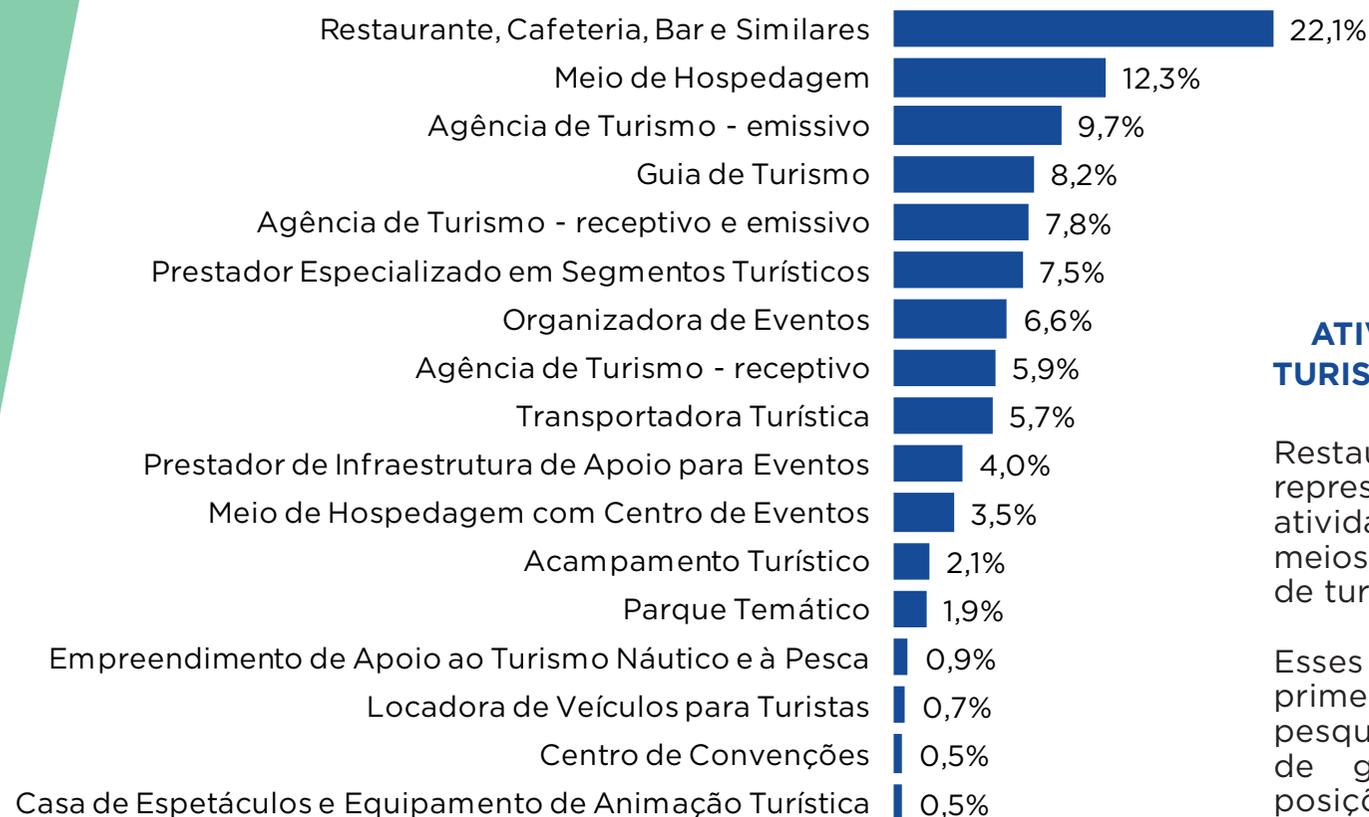
Pesquisa realizada por meio do método survey online (abordagem que utiliza formulários digitais para coletar informações), com ampla divulgação por meio de mailings, imprensa e redes sociais.

Amostragem aleatória simples. Total de formulários válidos: 575.

Nível de confiabilidade da pesquisa: 95%. Margem de erro: 4%.

PERFIL DAS EMPRESAS

PRINCIPAIS SEGMENTOS DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS



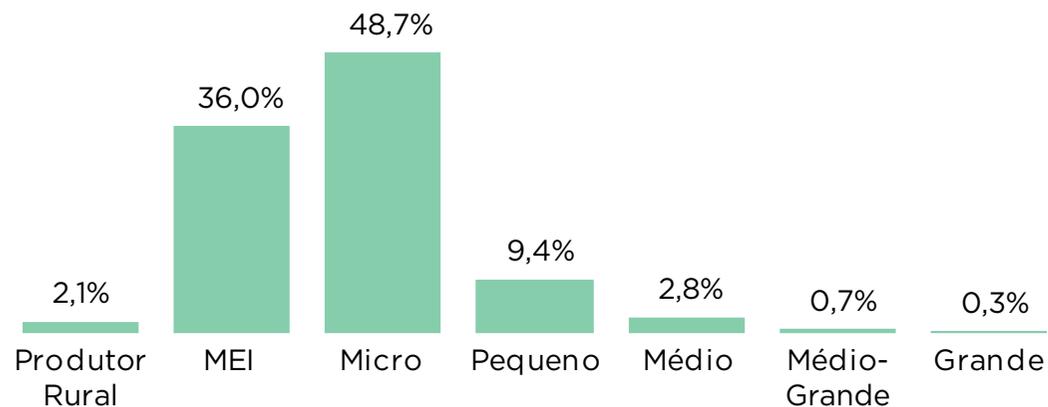
ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS DO TURISMO PARTICIPANTES DA PESQUISA

Restaurantes, cafeterias, bares e similares representam o principal segmento de atividades, com 22,1%, seguidos por meios de hospedagem (12,3%) e agências de turismo — emissivo (9,7%).

Esses segmentos mantiveram as três primeiras posições em relação à pesquisa de 2023, enquanto a atividade de guia de turismo avançou três posições no mesmo período.

PERFIL DAS EMPRESAS

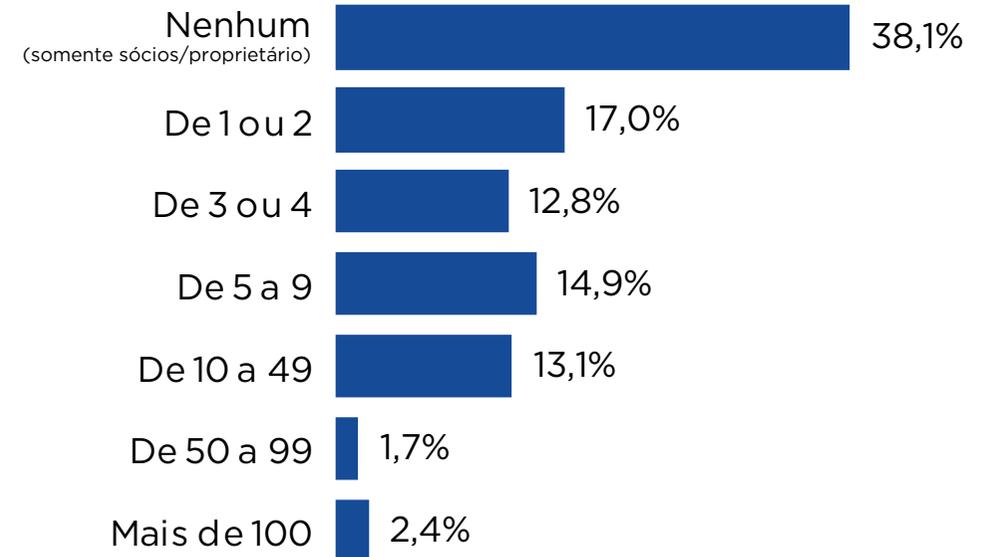
PORTE DA EMPRESA



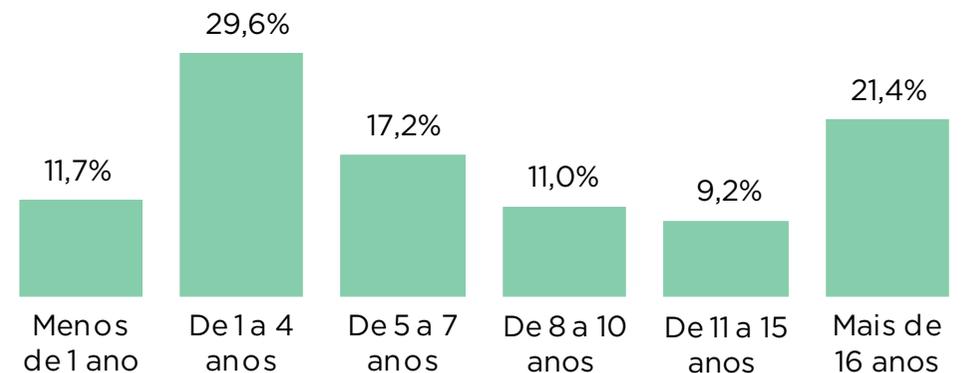
A maioria das empresas respondentes são microempresas, representando 48,7% do total. As empresas demonstram solidez no mercado, com 58,7% apresentando mais de cinco anos de atividade.

Em relação à estrutura de trabalho, 38,1% das empresas informaram não ter colaboradores formais, sendo administradas exclusivamente pelos sócios ou proprietários.

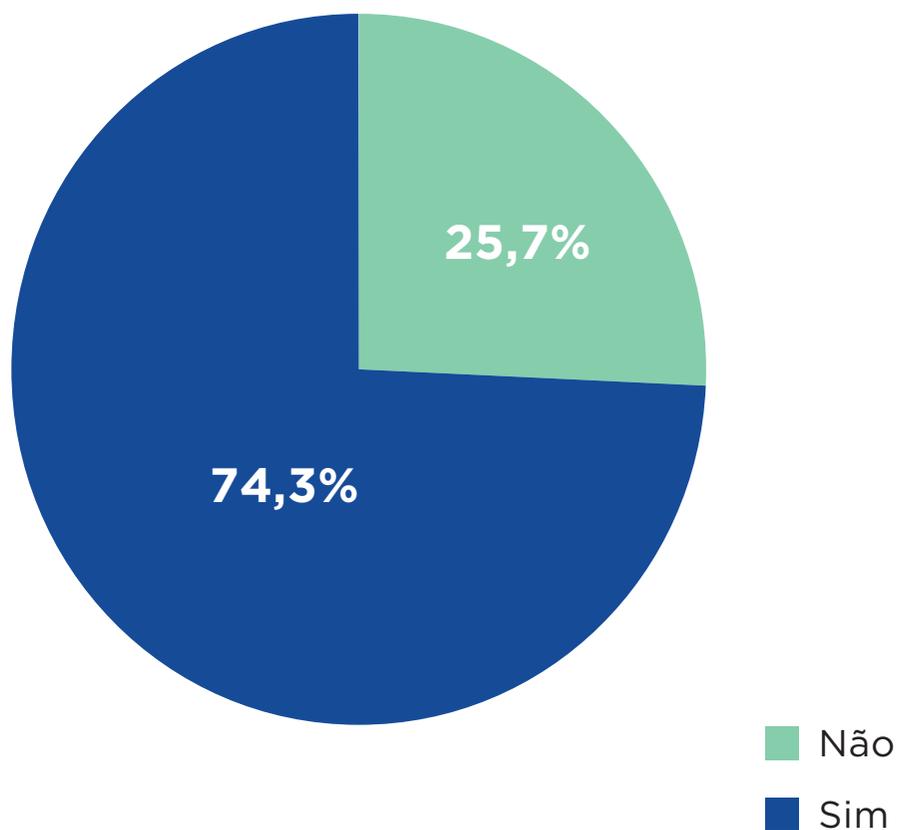
QUANTIDADE DE COLABORADORES



TEMPO DE EXISTÊNCIA DA EMPRESA



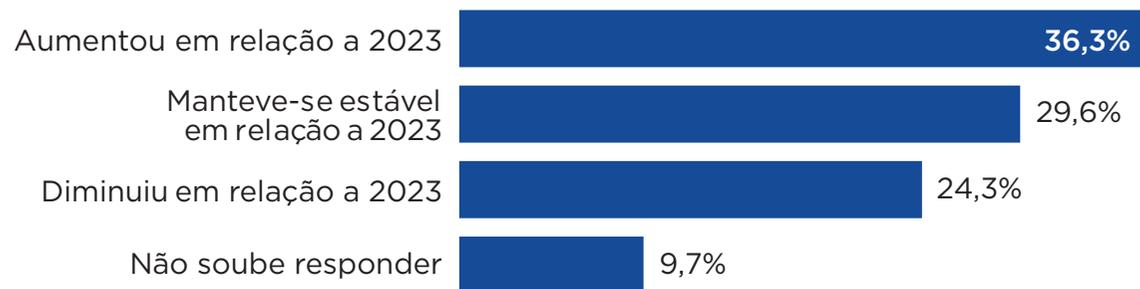
EMPRESAS REGISTRADAS NO CADASTUR



74,3% dos respondentes estão registrados no CADASTUR, representando um aumento de 2 pontos percentuais em relação a 2023. Esse dado indica uma tendência de maior formalização no setor, essencial para o acesso a benefícios como financiamentos, participação em feiras e ações de promoção turística.

PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

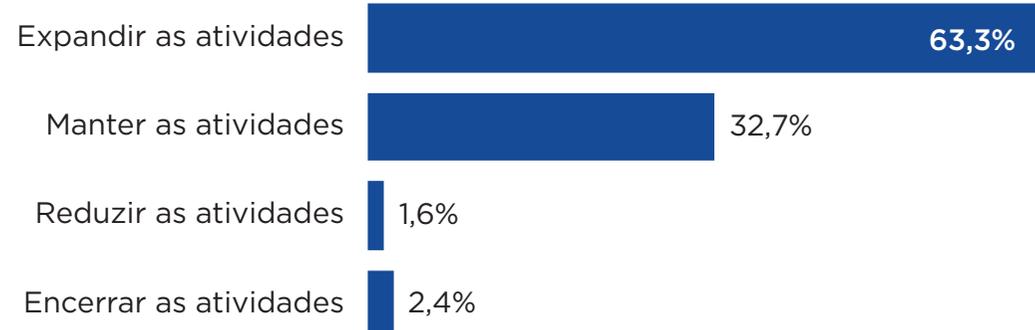
PERCEPÇÃO DA ATUAL SITUAÇÃO DO FATURAMENTO DA EMPRESA, EM RELAÇÃO AO MESMO PERÍODO DE 2023



Atualmente, 36,3% dos respondentes afirmam ter registrado crescimento no faturamento em comparação a 2023, enquanto 29,6% indicam estabilidade nos resultados.

EXPECTATIVA PARA OS PRÓXIMOS 6 MESES

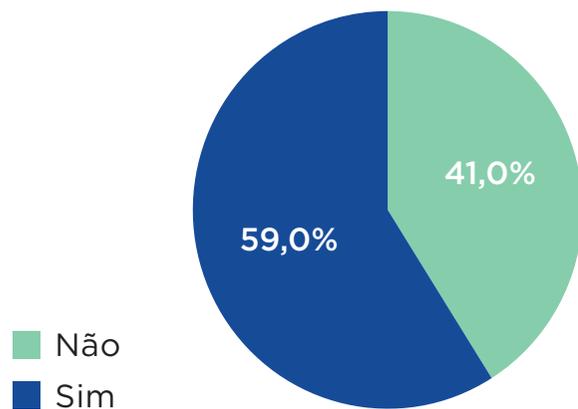
Para os próximos seis meses, 63,3% demonstram intenção de expandir suas atividades, representando um aumento em relação a 2023, quando 58,2% relataram a mesma expectativa. Esses dados refletem um otimismo crescente no setor, com sinais positivos no desempenho econômico e perspectivas de expansão.



PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

DEMANDA POR FINANCIAMENTO

NECESSIDADE DE FINANCIAMENTO



Dos respondentes, 59,0% identificam a necessidade de financiamento para impulsionar o crescimento de suas empresas. As principais áreas indicadas para aplicação dos recursos são obras e melhorias (26,4%), capital de giro (25,8%) e compra de equipamentos (24,1%).

PRINCIPAL NECESSIDADE DE FINANCIAMENTO

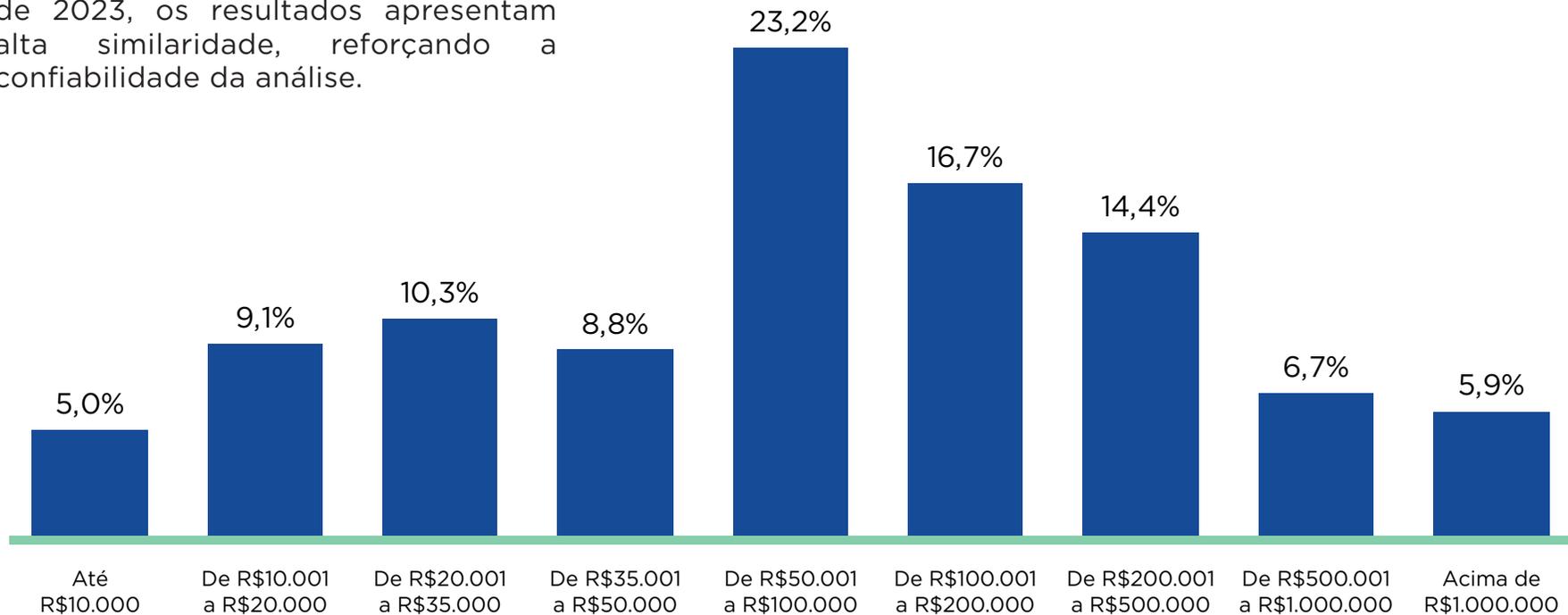


PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

DEMANDA POR FINANCIAMENTO

ESTIMATIVA DO MONTANTE DE FINANCIAMENTO

Quanto ao montante necessário, 23,2% estimam valores entre R\$ 50.001 e R\$ 100.000. Em comparação à pesquisa de 2023, os resultados apresentam alta similaridade, reforçando a confiabilidade da análise.



PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

PRINCIPAIS DIFICULDADES

Os entrevistados opinaram sobre suas principais dificuldades observadas para a expansão dos seus negócios, as flutuações econômicas e instabilidade correspondem a 49,4% das dificuldades para o crescimento de vendas; seguida das condições sazonais que afetam a demanda para 41,3%; e 27,4% por capacidade de compra pressionada pela inflação e endividamento.

DIFICULDADES PARA O CRESCIMENTO DAS VENDAS



Questão de múltipla escolha

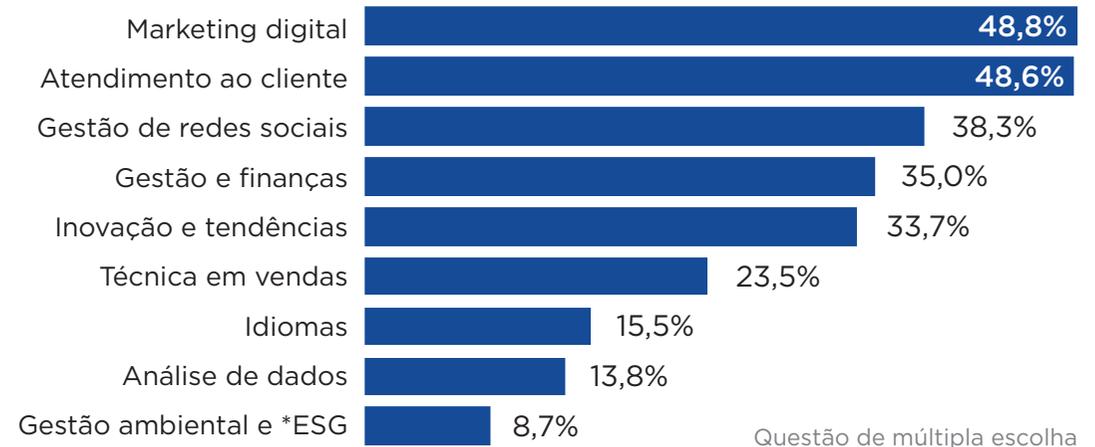
PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO

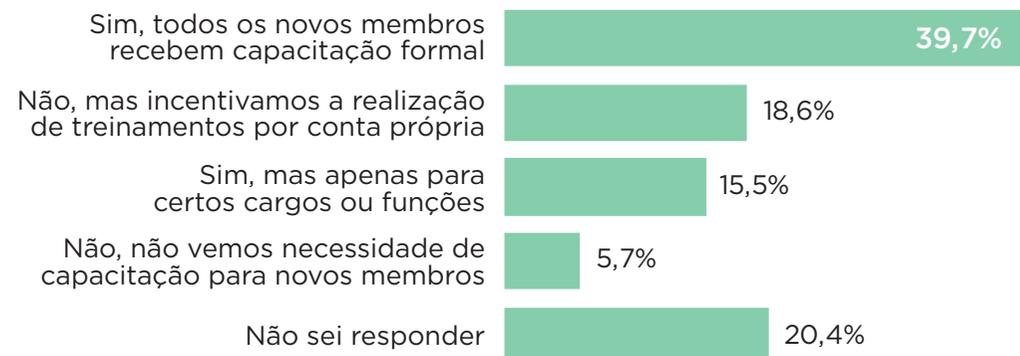
Para a capacitação das empresas, 48,8% dos respondentes apontam o marketing digital como a área mais importante, seguido por atendimento ao cliente (48,6%) e gestão de redes sociais (38,3%). Apenas 5,7% das empresas não identificam necessidade de capacitação entre os membros.

Os dados reforçam, conforme observado na pesquisa de 2023, o reconhecimento crescente da importância da presença digital para manter a competitividade dos negócios.

DEMANDA POR CAPACITAÇÃO



CAPACITAÇÃO DOS MEMBROS DA EMPRESA



*ESG (Environmental, Social and Governance ou em português Ambiental, Social e Governança)

PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE AMBIENTAL, SOCIAL E DE GOVERNANÇA (ESG) ADOTADAS



PRÁTICAS ESG

Entre os respondentes, 37,7% demonstram preferência por fornecedores locais, visando fortalecer a economia regional. Além disso, 26,1% realizam ações de gestão de resíduos, como redução, separação e reciclagem, enquanto 24,9% adotam medidas para o uso racional da água e a gestão de efluentes. A principal mudança em relação à pesquisa do ano anterior foi a ascensão da preferência por fornecedores locais, que passou a ocupar a primeira posição, superando as ações de gestão de resíduos.

Questão de múltipla escolha

PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DO TURISMO NO MUNICÍPIO



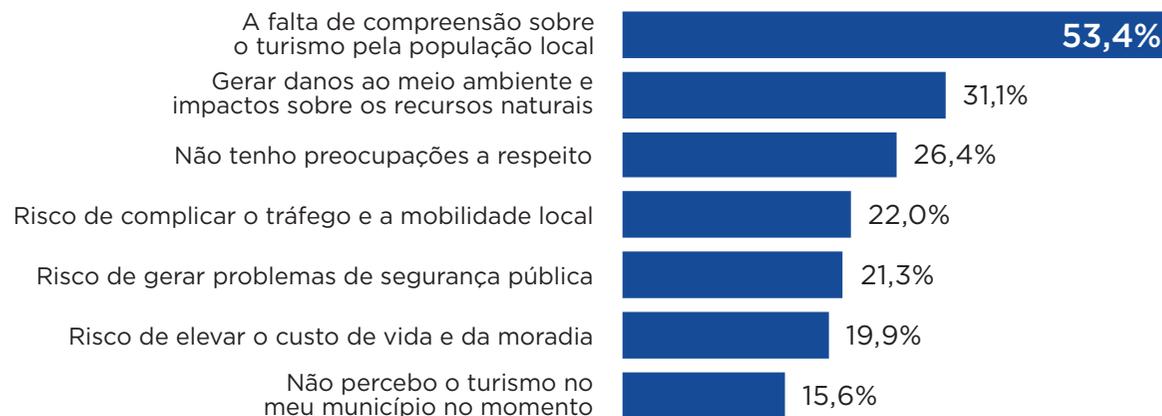
Questão de múltipla escolha

Esses dados destacam a necessidade de sensibilizar os residentes sobre a importância econômica do turismo e indicam um cenário favorável para promover iniciativas de turismo sustentável.

BENEFÍCIOS E PREOCUPAÇÕES

85,7% acreditam que o turismo traz benefícios para a economia local, 72,5% apontam a geração de empregos como um ponto positivo, e 40,6% consideram o turismo benéfico para a região de forma geral. No entanto, a principal preocupação relacionada ao turismo é a falta de compreensão por parte da população local (53,4%), seguida pela geração de danos ambientais e impactos nos recursos naturais (31,3%).

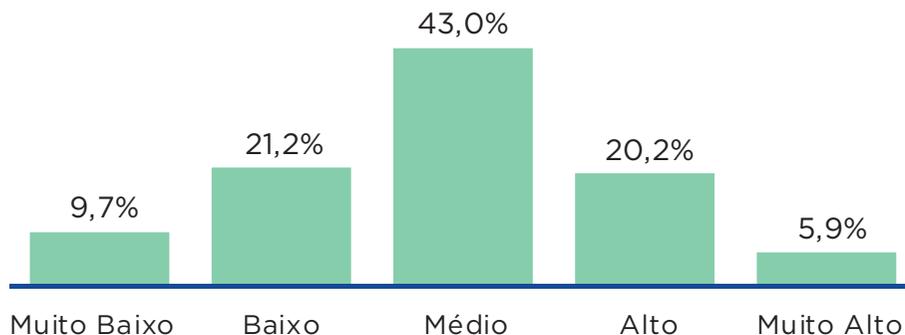
PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES EM RELAÇÃO AO TURISMO NO MUNICÍPIO



Questão de múltipla escolha

PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

CLASSIFICAÇÃO DO NÍVEL DE DIGITALIZAÇÃO ATUAL DA EMPRESA



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DA EMPRESA

Mais de 40% das empresas apresentam um nível médio de digitalização, 21,2% têm um nível baixo e 20,2% possuem um nível alto de digitalização.

Para a maioria das empresas, a principal dificuldade na implementação da digitalização é a falta de recursos financeiros para investir na transformação digital. Além disso, 50,0% relatam a falta de conhecimento e compreensão sobre as tecnologias digitais, e 38,1% apontam a carência de habilidades digitais na equipe.

PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS PARA IMPLEMENTAR O PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA EMPRESA



Questão de múltipla escolha

PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES



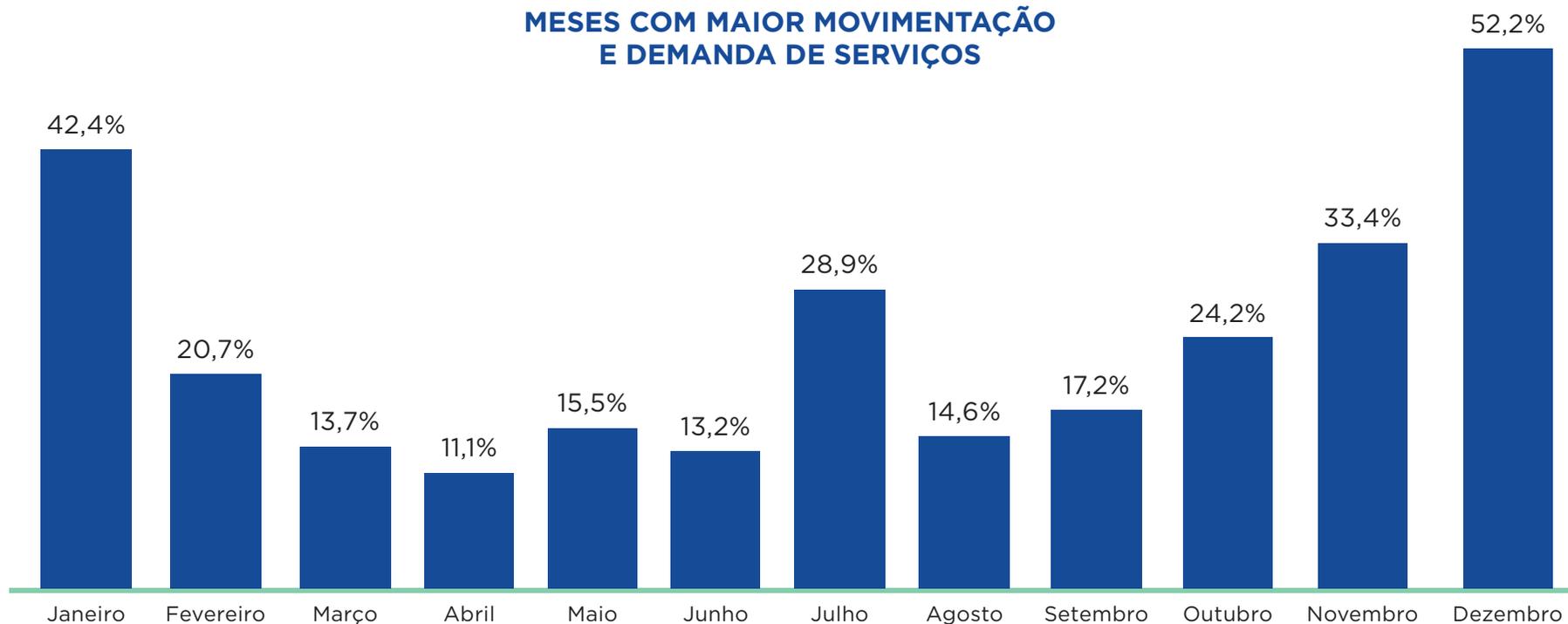
SAZONALIDADE

JANEIRO
42,4%

NOVEMBRO
33,4%

DEZEMBRO
52,2%

MESES COM MAIOR MOVIMENTAÇÃO E DEMANDA DE SERVIÇOS



Questão de múltipla escolha

PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

PRINCIPAIS PRODUTOS TURÍSTICOS DO DESTINO PARANÁ

Destino (Localidades)

Foz do Iguaçu	51,9%
Curitiba	40,7%
Ilha do Mel (Paranaguá)	34,6%
Litoral do Paraná	12,3%
Morretes	12,3%

Atrativo

Cataratas do Iguaçu	18,9%
Passeio de trem Curitiba/Morretes	18,9%
Buraco do Padre	12,3%
Parque Estadual Vila Velha	12,3%
Itaipu Binacional	6,6%

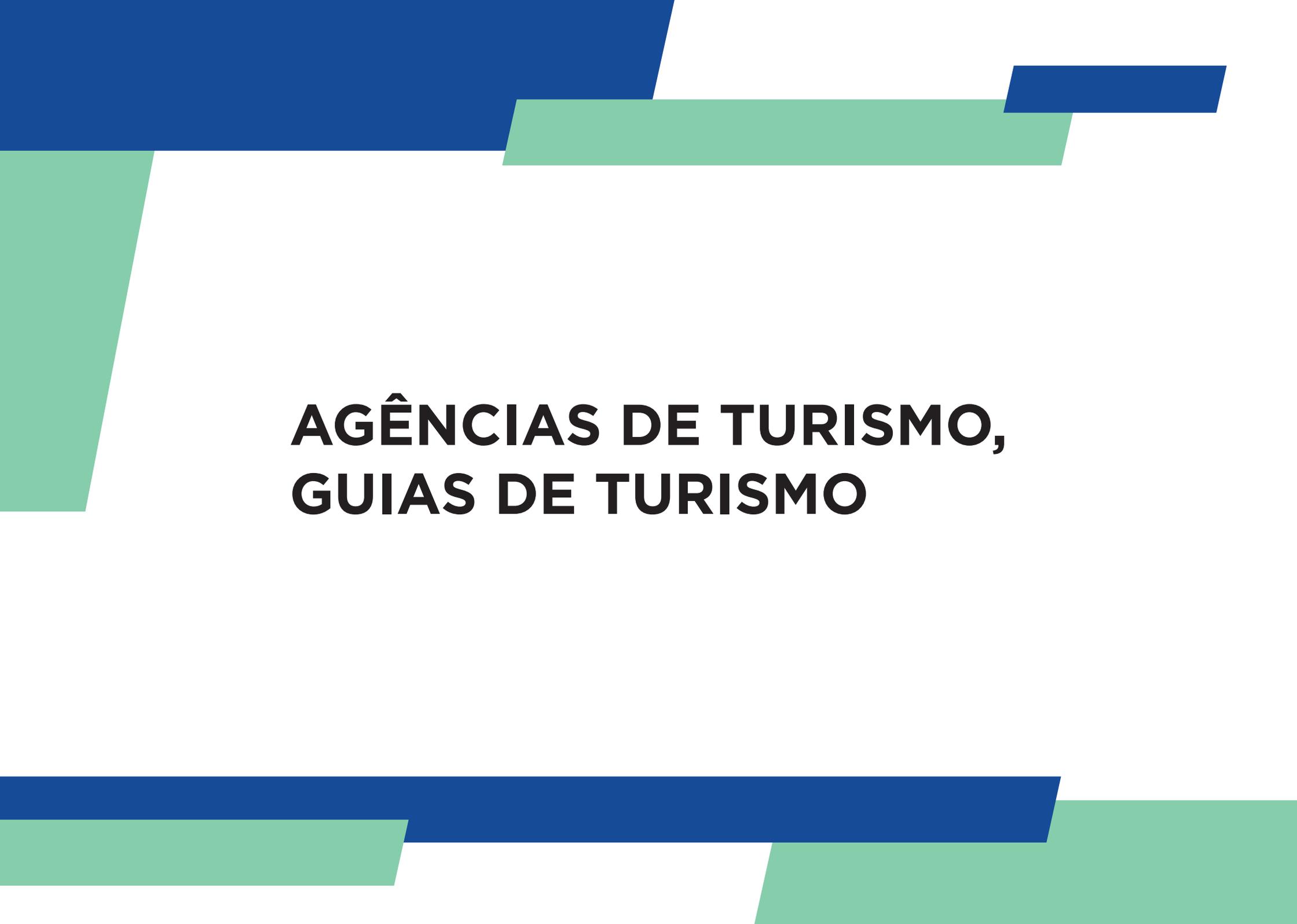
Atividade

City Tour	10,4%
Guia de turismo	7,5%
Hotelaria	4,7%
Ingressos	3,8%
Passeio de trem	3,8%

Entre os principais produtos turísticos no Paraná, os respondentes indicaram destinos, atrativos e atividades.

Se destaca Foz do Iguaçu sendo o mais citado entre os destinos e os atrativos (destaque para Cataratas do Iguaçu e Itaipu).

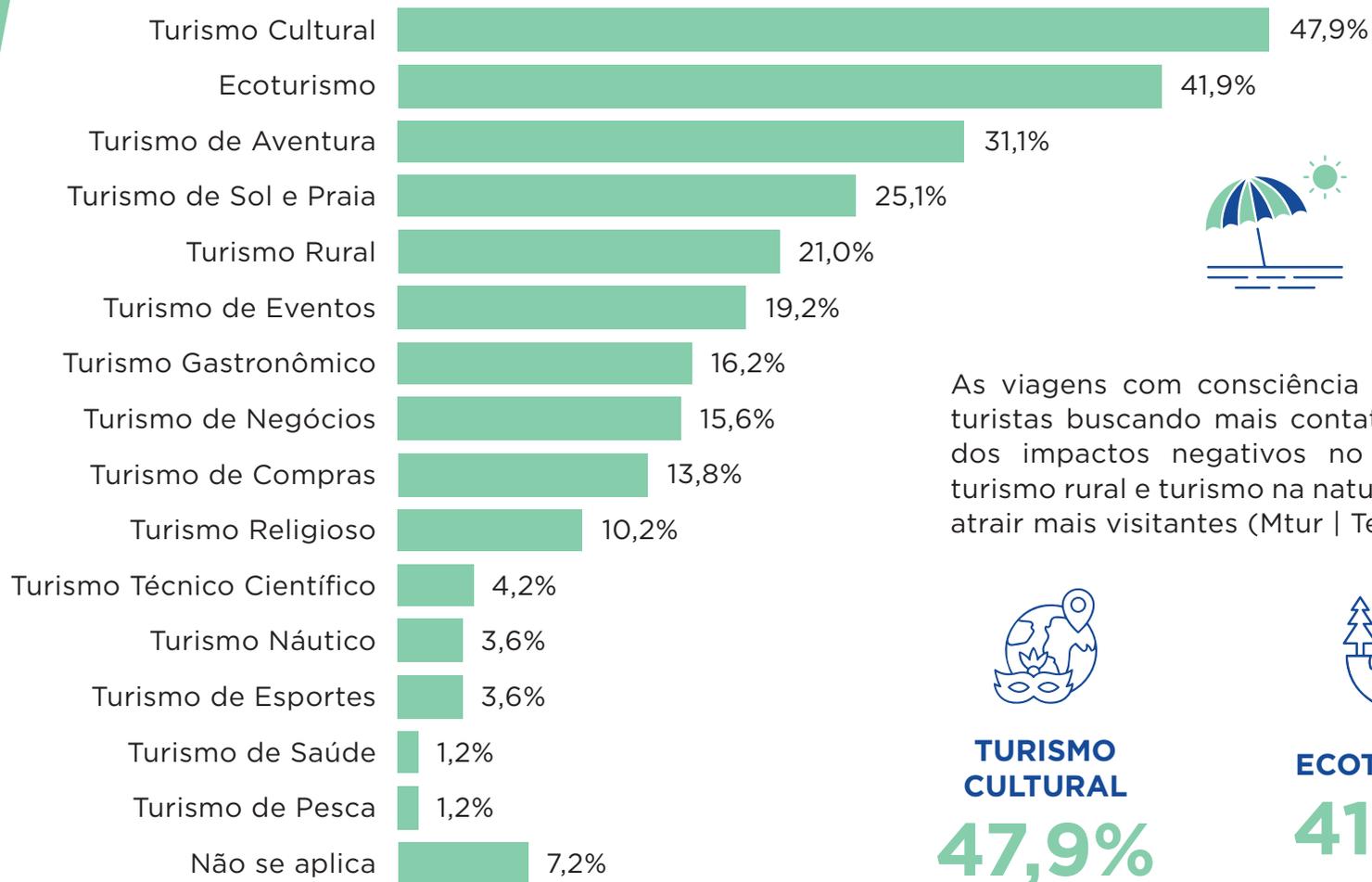
Entre os tipos de atividades comercializadas, o City Tour (10,4%) é o mais citado pelos respondentes.

The background features several overlapping geometric shapes in dark blue and light green. At the top, there are horizontal bars in blue and green. A large green shape is on the left side. At the bottom, there are more horizontal bars in blue and green, some overlapping each other.

AGÊNCIAS DE TURISMO, GUIAS DE TURISMO

AGÊNCIAS DE TURISMO RECEPTIVO E GUIAS DE TURISMO

SEGMENTOS TURÍSTICOS MAIS OFERTADOS NO PARANÁ



SEGMENTOS TURÍSTICOS OFERTADOS NO PARANÁ

O Turismo de Sol e Praia apresentou um crescimento significativo de 2023 para 2024, saindo de 3,5% para 25,1% como o segmento turístico mais ofertado.



As viagens com consciência ambiental são uma realidade, com turistas buscando mais contato com a natureza e a minimização dos impactos negativos no destino, promover o ecoturismo, turismo rural e turismo na natureza tende a ser uma vantagem para atrair mais visitantes (Mtur | Tendências do Turismo, 2024).



TURISMO CULTURAL

47,9%



ECOTURISMO

41,9%



TURISMO DE AVENTURA

31,1%

AGÊNCIAS DE TURISMO RECEPTIVO E GUIAS DE TURISMO

PRINCIPAIS PROBLEMAS QUE AFETAM A COMERCIALIZAÇÃO TURÍSTICA DO DESTINO PARANÁ



Questão de múltipla escolha

PRINCIPAIS DIFICULDADES NA COMERCIALIZAÇÃO



DESCONHECIMENTO DO PÚBLICO CONSUMIDOR

48,8%



DIFICULDADE DE ACESSO E CARÊNCIA DE INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISTA

38,4%

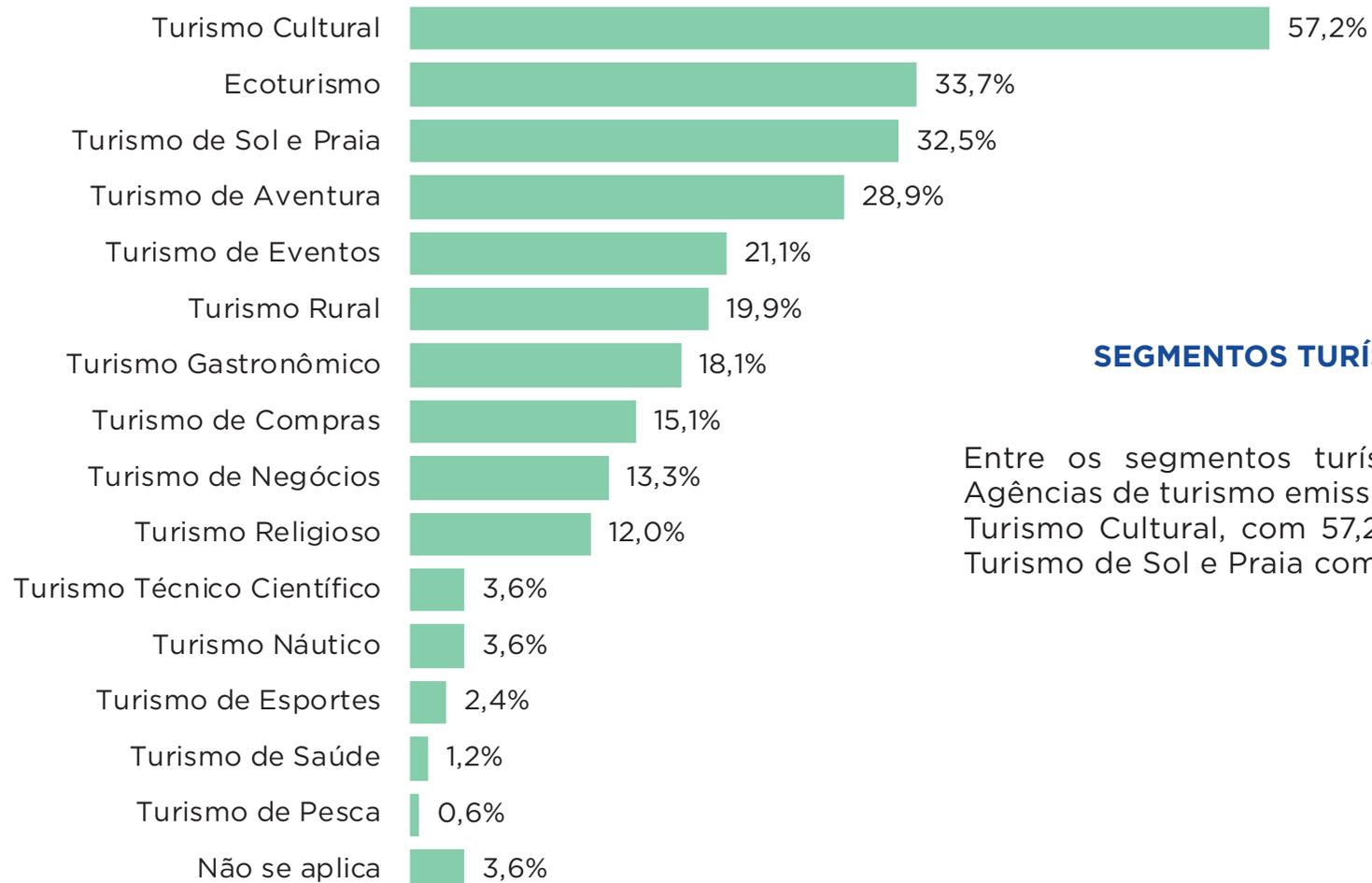


POUCA DIFERENCIAÇÃO E INOVAÇÃO EM PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

27,4%

AGÊNCIAS DE TURISMO EMISSIVO

SEGMENTOS TURÍSTICOS MAIS OFERTADOS

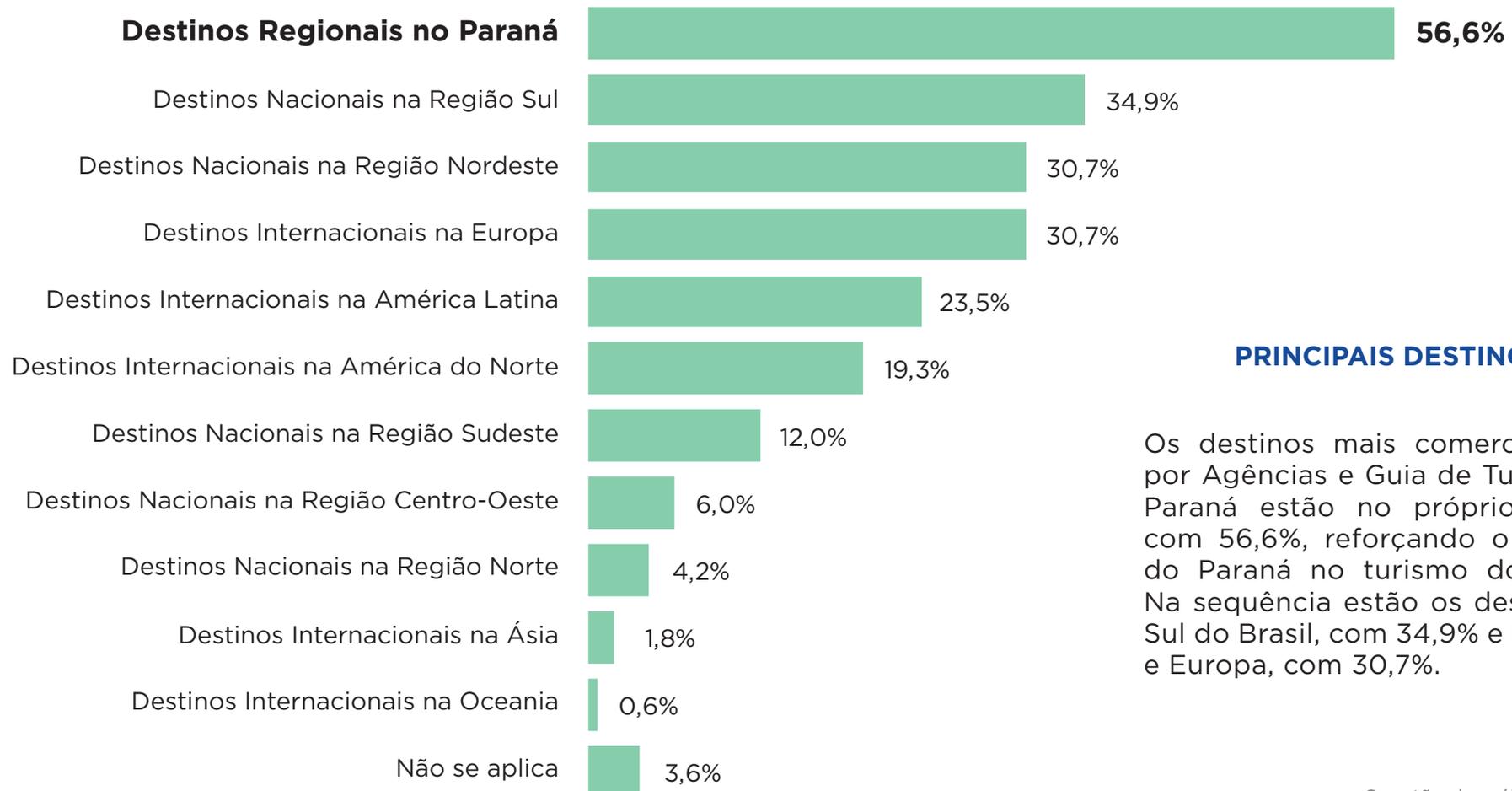


SEGMENTOS TURÍSTICOS OFERTADOS

Entre os segmentos turísticos mais ofertadas pelas Agências de turismo emissivo do Paraná, destacam-se o Turismo Cultural, com 57,2%, Ecoturismo com 33,7% e Turismo de Sol e Praia com 32,5%.

AGÊNCIAS DE TURISMO EMISSIVO

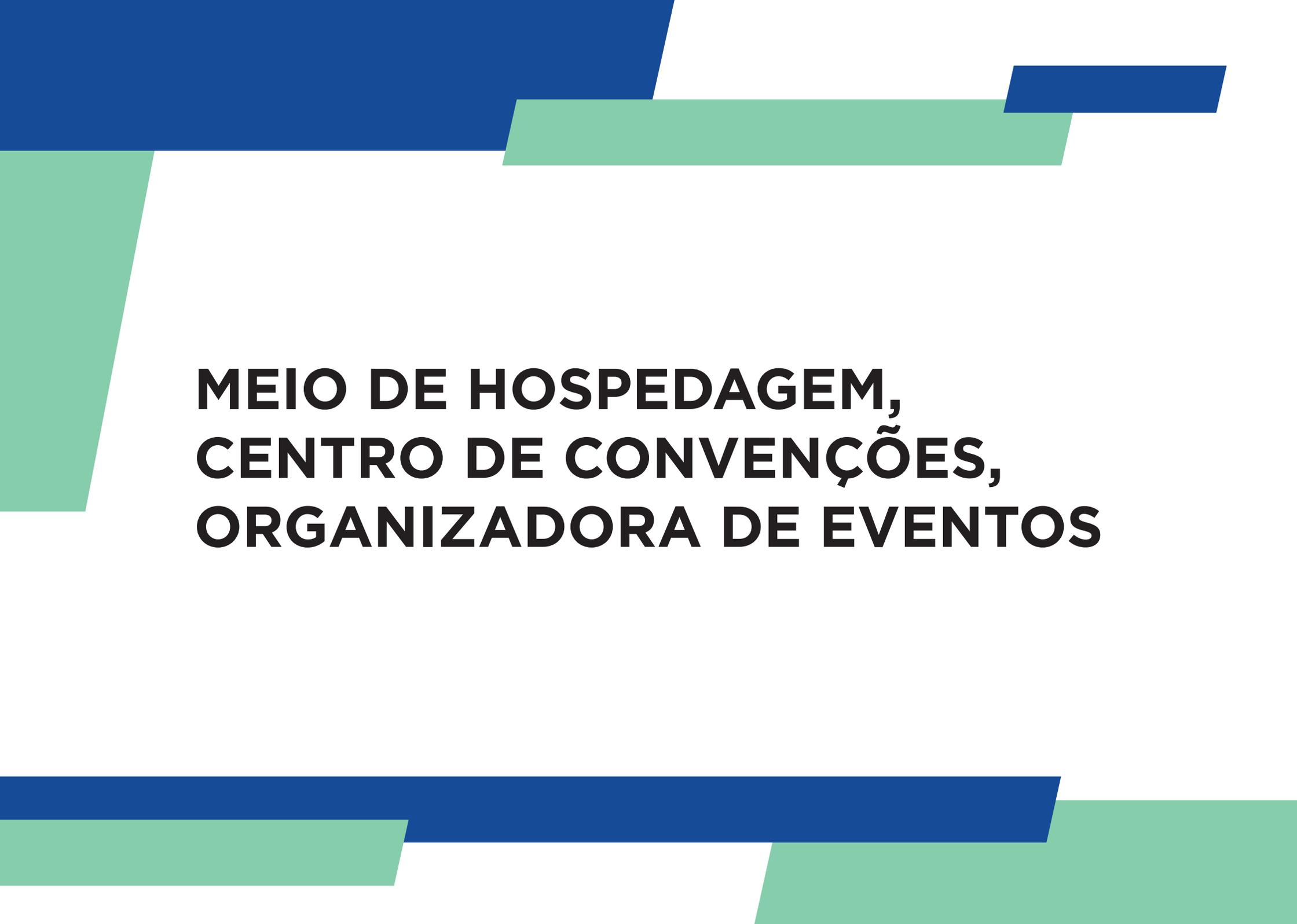
PRINCIPAIS DESTINOS COMERCIALIZADOS



PRINCIPAIS DESTINOS

Os destinos mais comercializados por Agências e Guia de Turismo do Paraná estão no próprio estado, com 56,6%, reforçando o impacto do Paraná no turismo doméstico. Na sequência estão os destinos do Sul do Brasil, com 34,9% e Nordeste e Europa, com 30,7%.

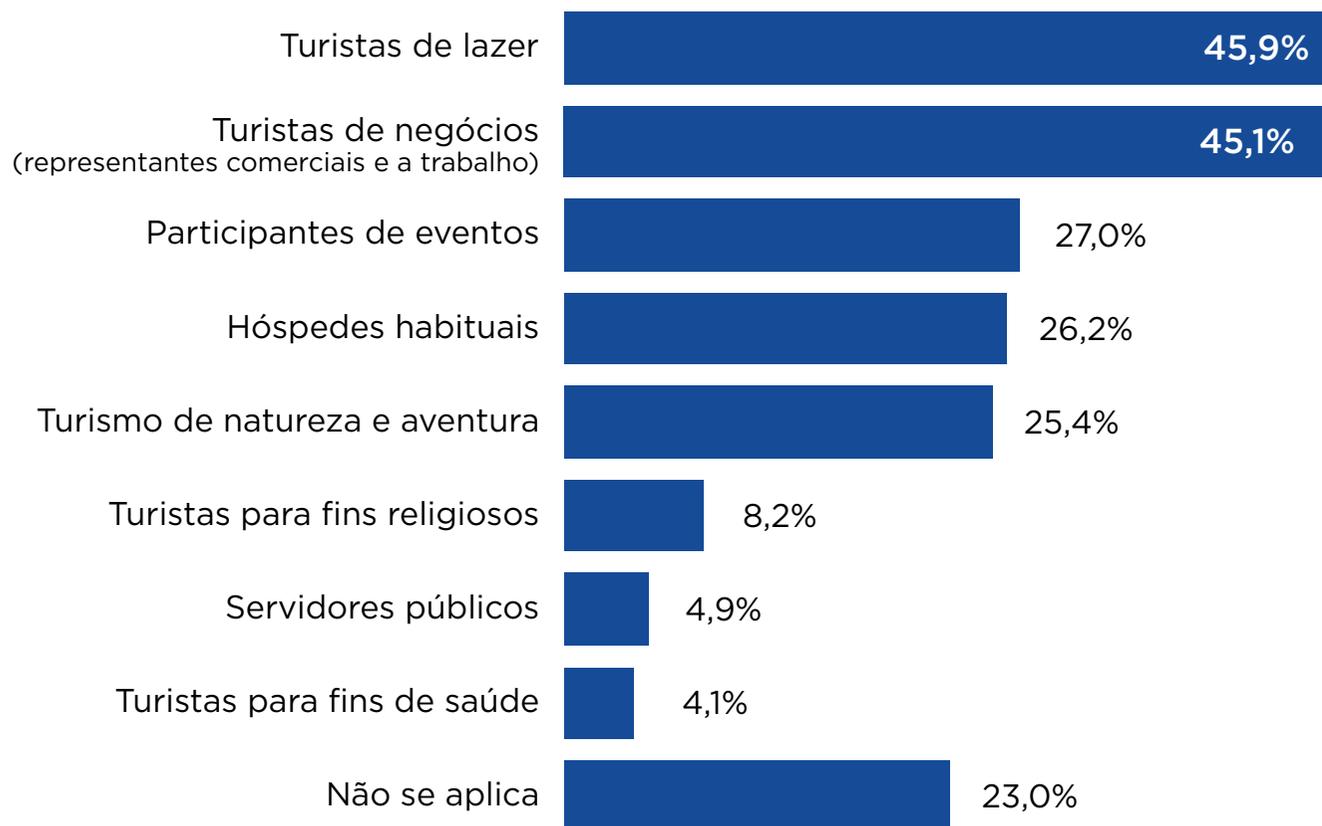
Questão de múltipla escolha

The image features a white background with several overlapping geometric shapes in dark blue and light green. At the top, there are three horizontal bars: a long dark blue one on the left, a shorter light green one in the middle, and a short dark blue one on the right. At the bottom, there are three horizontal bars: a long dark blue one on the left, a shorter light green one in the middle, and a long light green one on the right. The text is centered in the white space between these shapes.

**MEIO DE HOSPEDAGEM,
CENTRO DE CONVENÇÕES,
ORGANIZADORA DE EVENTOS**

MEIO DE HOSPEDAGEM

PERFIL DE HÓSPEDE



PERFIL DO HÓSPEDE



TURISTA DE LAZER

45,9%



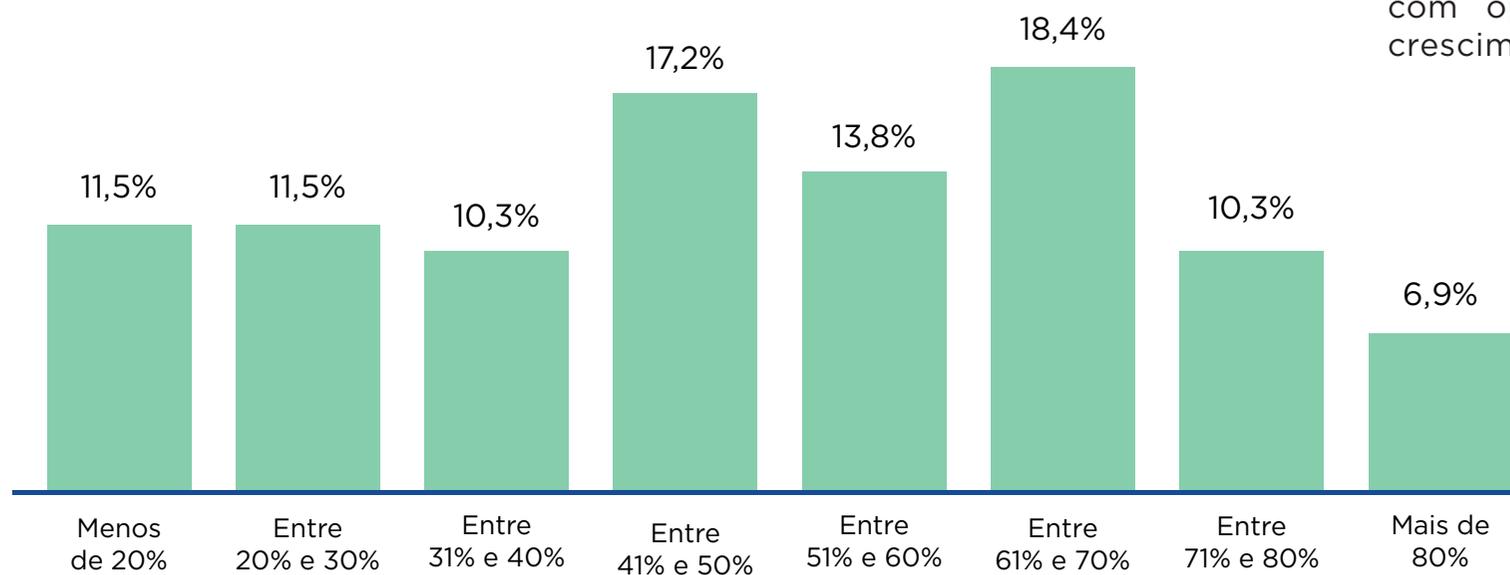
TURISTA DE NEGÓCIOS

45,1%

Questão de múltipla escolha

MEIO DE HOSPEDAGEM

OCUPAÇÃO MÉDIA MENSAL



87 respostas válidas

OCUPAÇÃO DE LEITOS

A ocupação média mensal está com o maior número de respostas entre 61% e 70%, demonstrando um mercado estável, porém com oportunidades para crescimento.

MEIO DE HOSPEDAGEM

PROBLEMAS QUE AFETAM O SETOR DE EVENTOS NO DESTINO PARANÁ



PRINCIPAIS DIFICULDADES

O setor de eventos aponta dificuldades para sua efetivação, devido às limitações na infraestrutura e na capacidade de hospedagem, a concorrência com outros destinos, as dificuldades na contratação de mão de obra e fornecedores especializados e na captação de eventos para o estado. Neste cenário, ações como +eventos da Setu, que apoiar eventos, contribui com a gestão dessas fragilidades do setor no Paraná.

Questão de múltipla escolha

The background features abstract geometric shapes in dark blue and light green. At the top, there are several overlapping horizontal bars of these colors. A large, light green shape is on the left side, extending from the top to the middle. At the bottom, there are more overlapping horizontal bars in blue and green, mirroring the top section.

RESTAURANTE, CAFETERIA, BAR E SIMILARES

RESTAURANTE, CAFETERIA, BAR E SIMILARES

PERFIL DOS CONSUMIDORES

PERFIL DE CONSUMIDOR



MORADORES LOCAIS

85,1%



TURISTA DE LAZER

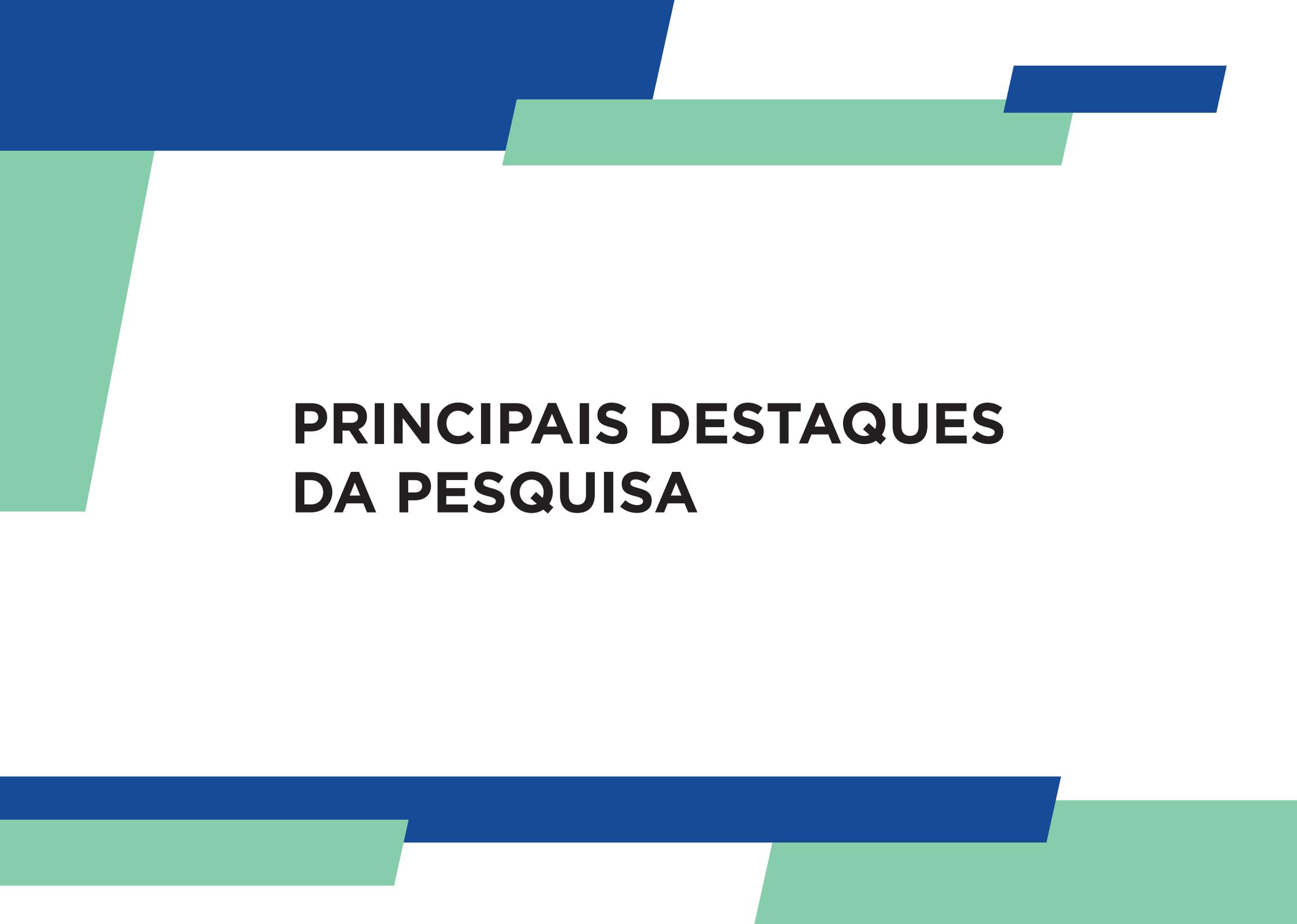
68,6%



TURISTA DE NEGÓCIOS

52,1%

Questão de múltipla escolha

The background features several overlapping geometric shapes in dark blue and light green. At the top, there are horizontal bars in blue and green. A large green shape is on the left side. At the bottom, there are more horizontal bars in blue and green, some overlapping each other.

PRINCIPAIS DESTAQUES DA PESQUISA

PRINCIPAIS DESTAQUES DA PESQUISA

O perfil dos respondentes da pesquisa manteve os três principais setores, Restaurante, cafeteria, bar e similares (22,1%), Meios de hospedagem (12,3%) e Agência de turismo — emissivo (9,3%). A maioria das empresas participantes são microempresas (48,7%), seguida de microempreendedores individuais (MEI) (36,0%) e pequenas empresas (9,4%). Mais da metade das empresas existem há 5 anos ou mais. Dos respondentes, 74,3% têm registro no CADASTUR, aumento de 2% em relação a 2023.

Para 52,2% das empresas, dezembro é um dos meses com a maior demanda de serviços, seguido por janeiro (42,4%) e novembro (33,4%). Apresentando maior variação sazonal durante o fim, início e meio do ano.

Sobre perspectivas, a maioria demonstra otimismo, 63,3% dos respondentes tem expectativa de expandir as atividades para os próximos seis meses, enquanto 32,7% esperam permanecer estáveis. Em questão do faturamento atual, 36,3% afirmam ter aumentado em relação ao ano passado e 29,6% que se manteve estável.

A necessidade de financiamento para o crescimento das empresas é identificada por 59,0% dos participantes. As principais áreas para financiamento são: Obras e melhorias (26,4%), capital de giro (25,8%) e compra de equipamentos (24,1%).

As principais dificuldades para a expansão dos negócios são as flutuações econômicas e instabilidade, correspondente a 49,4%, as condições sazonais que afetam a demanda (41,3%) e capacidade de compra pressionada pela inflação e endividamento (27,4%).

A capacitação em marketing digital é considerada a mais relevante para 48,8% das empresas, para 48,6% o atendimento ao cliente e 38,3% a gestão de redes sociais.

Quanto ao nível de digitalização, 43,0% tem nível médio. As principais dificuldades apontadas para implementar processos digitais são a falta de recursos financeiros (56,6%), a falta de conhecimento e compreensão das tecnologias necessárias (50,0%) e a falta de habilidade digitais na equipe (38,1%).

As principais práticas de responsabilidade ambiental, social e de governança adotadas pelas empresas são a preferência por fornecedores locais para fortalecer a economia regional (37,7%), a gestão de resíduos (26,1%) e uso racional da água e a gestão de efluentes (24,9%).

PRINCIPAIS DESTAQUES DA PESQUISA

Segundo as empresas respondentes, os principais benefícios do turismo são a movimentação da economia local (85,7%), geração de empregos (72,5%) e favorecimento a cidade e região em geral (40,6%). Entretanto, 53,4% apontam que a falta de compreensão sobre o turismo pela população local é uma das principais preocupações, enquanto 31,1% se preocupam com a geração de danos ambientais e impactos sobre os recursos naturais.

As empresas também indicaram os principais destinos, produtos e atividades ofertados no Paraná. Entre os municípios, Foz do Iguaçu se destaca com 51,9%, seguida por Curitiba (40,7%) e Ilha do Mel (Paranaguá) (34,6%). As Cataratas do Iguaçu e o Passeio de Trem Curitiba/Morretes são os primeiros entre os produtos turísticos disponíveis, ambos com 18,9%. O City Tour é a atividade mais citada pelos entrevistados (10,4%).

Os segmentos turísticos mais ofertados no Paraná por agências e guias de turismo são o turismo cultural (47,9%), o ecoturismo (41,9%) e o turismo de aventura (31,1%). O turismo de sol e praia correspondia a 3,5% na pesquisa de 2023, neste ano passou a ser 25,1%. Os destinos mais procurados no Paraná estão no próprio estado, com 56,6%, seguido pelo Sul (34,9%) e Nordeste do Brasil e da Europa, ambos com 30,7%.

O desconhecimento do público consumidor é o principal problema enfrentado pelas agências e guias (48,8%), em seguida a dificuldade de acesso e carência de infraestrutura de apoio ao turista (38,4%) e a pouca inovação em produtos e serviços turísticos (27,4%).

Nos meios de hospedagem, grande partes dos hóspedes são turistas de lazer (45,9%) e turistas de negócios (45,1%). A ocupação média mensal com o maior número de respostas é de 61% e 70% dos leitos.

As dificuldades que os centro de convenções e organizadores de eventos mais enfrentam são as limitações de infraestrutura e capacidade de hospedagem (37,9%), a concorrência com outros destinos turísticos do país (34,7%) e a contratação de mão de obra e fornecedores (29,0%).

Sobre o perfil dos consumidores de restaurantes, cafeterias, bares e similares, são na sua maioria, moradores locais (85,1%), em seguida turistas de lazer (68,6%) e turistas de negócios (52,1%).

COMPARTILHAMENTO DA PESQUISA

Estamos comprometidos em disseminar informações valiosas e confiáveis para o setor de turismo. Nosso objetivo é alcançar o maior público possível e contribuir para o crescimento e aprimoramento do setor. Desta forma, incentivamos você a compartilhar trechos deste conteúdo, desde que faça referência à fonte original.

Como citar o documento: SETU-PR.(2024). Secretaria de Estado do Turismo do Paraná. Pesquisa de sondagem Boletim de Dados Turísticos. 2024.

Os dados apresentados neste boletim, assim como muitos outros relacionados à economia do turismo, atividades turísticas, mobilidade e informações detalhadas das pesquisas realizadas pela Secretaria de Estado do Turismo, estão disponíveis no Sistema de Inteligência Turística do Paraná - SiTU.

O SiTU é uma plataforma inovadora e abrangente que centraliza informações estratégicas e dados relevantes para o setor turístico do estado. Nele, profissionais, pesquisadores, empresários e gestores públicos podem acessar uma vasta gama de indicadores e estudos, que apoiam a tomada de decisões e o desenvolvimento de políticas públicas voltadas ao fortalecimento do turismo no Paraná. Explore o SiTU para obter insights aprofundados sobre o cenário turístico, acompanhar as tendências do mercado e contribuir para o crescimento sustentável do setor no estado.

Para dúvidas sobre os dados de turismo no Paraná, entre em contato:

Telefone: (41) 3304-7097

Email: inteligencia@turismo.pr.gov.br

Website: <https://www.turismo.pr.gov.br/pagina/inteligencia-turistica>

Conheça o SiTU pelo QR code



FICHA TÉCNICA

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ

Carlos Roberto Massa Ratinho Junior - Governador

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO DO PARANÁ

Márcio Fernandes Nunes - Secretário Estadual

DIRETORIA DE PROMOÇÃO, INOVAÇÃO E INTELIGÊNCIA TURÍSTICA

Andressa Szekut - Diretora

Coordenação de Inteligência e Estratégia Turística

Lucas Henrique Silvestrin Zani - Coordenador

Joelson Willian Martins da Silva - Assessor

Milena de Vasconcelos Rezende - Residente em Turismo

Camila do Prado Gonçalves - Estagiária de Jornalismo

APOIO TÉCNICO

Gilce Zelinda Battistuz - Estatística

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO À MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO PARANÁ

Vitor Roberto Tioqueta - Diretor-Superintendente

César Reinaldo Rissete - Diretor de Técnico

José Gava Neto - Diretor de Administração e Finanças

Ercílio Santinoni - Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae/PR

Weliton Perdomo - Gerente da Unidade de Competitividade Setorial

Patricia Albanez - Coordenadora Estadual de Turismo,
Economia Criativa e Artesanato

Andressa Thais S. Pereira - Assessora Técnica da Coordenação
Estadual de Turismo

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO PARANÁ

Darci Piana - Presidente

Giovanni Diego Bagatini - Coordenador da Câmara
Empresarial de Turismo da Fecomércio PR

