



OBSERVATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO DO
ESTADO DE MATO GROSSO

JUL 2022

PESQUISA NACIONAL DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

RELATÓRIO FINAL



WWW.SEDEC.MT.GOV.BR



DESCUBRAMATOGROSSO

RBOT.REDE

TOURQUAL

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

APRESENTAÇÃO E METODOLOGIA

A **Pesquisa Nacional de Avaliação da Qualidade dos Serviços Turísticos de Mato Grosso** foi realizada pelo **Observatório de Desenvolvimento do Estado**, pela **Rede Brasileira de Observatórios de Turismo** e pelo **Protocolo Tourqual**, entre os dias 22 de setembro de 2021 e 30 de abril de 2022.

Essa pesquisa teve como objetivo diagnosticar a percepção dos visitantes com relação a qualidade dos serviços prestados em atrativos e destinos turísticos mato-grossenses. Para isso, ela é do tipo descritiva e de natureza quantitativa, a partir de estudo de campo.

O trabalho iniciou-se no primeiro semestre de 2021 com a apresentação da proposta aos Observatórios do país, que analisaram a demanda e o formato da pesquisa. Logo após, foi aberto um questionário para adesão ao projeto pelos Observatórios, sendo estes responsáveis em captar os atrativos para participarem da pesquisa. Em Mato Grosso foram escolhidos 13 atrativos turísticos.

A partir disso, o questionário aplicado foi elaborado pelo Protocolo Tourqual dentro da ferramenta QuestionPro e posteriormente disponibilizado para Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT) que criou os posts para acesso à pesquisa pelo visitante, em versões em português, inglês e espanhol.

Para o acesso ao questionário pelos turistas foram disponibilizados posts com QR-CODE para serem colocados nos locais de maior circulação nos atrativos, assim como um link de acesso, enviado pelos colaboradores por meio de aplicativos de mensagens logo após a utilização dos serviços.

A escolha dos locais foi feita por polo turístico (Amazônia, Pantanal, Cerrado e Araguaia) com o intuito de abranger todo o território mato-grossense, o que resultou numa amostra total de 560 respostas, para uma taxa de erro de 4,1% e uma confiabilidade em 95%, conforme dados da Tabela 1.

Diante disso, o Polo Araguaia foi responsável por mais de 56% dos visitantes que responderam o questionário, seguido pelos polos Cerrado e Amazônia, com 23% e

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

13,5%, respectivamente. O Polo Pantanal teve o maior número de atrativos participantes, porém o menor número de respostas, 7,5%.

Tabela 1: Amostra da pesquisa por polo turístico

Polo Turístico	Atrativos	Respostas	Participação %
Amazônia	3	56	13,5
Pantanal	4	53	7,5
Cerrado	3	132	23,0
Araguaia	3	319	56,0
Total	13	560	100,00

Elaboração: Observatório de Desenvolvimento, 2022.

O Observatório de Desenvolvimento esteve presente em 05 atrativos turísticos para orientação e aplicação da pesquisa, nos polos Amazônia, Pantanal e Cerrado. Nos demais as orientações foram por telefone e e-mail. A pesquisa contou com a participação dos gestores/colaboradores dos atrativos e secretarias municipais de turismo.

Os atrativos participantes no polo Pantanal foram o Aymara Lodge, o Sesc Pantanal e o Santa Rosa Pantanal Hotel, de Poconé; e a Pousada do Rio Mutum de Barão de Melgaço. No polo turístico do Cerrado participou o Parque Sesc Serra Azul, de Rosário Oeste; o Parque Nacional da Chapada dos Guimarães (cidade de mesmo nome); e o Reino Encantado, de Nobres. No polo Araguaia a pesquisa foi feita no Parque Estadual da Serra Azul e na Fazenda Recanto da Serra, ambos de Barra do Garças; e na Cachoeira da Saudade, localizada em Nova Xavantina. No polo Amazônia participaram o Rancho Serra do Cachimbo, de Guarantã do Norte; o Teles Pires Lodge, de Apiacás; e o Cristalino Lodge, da cidade de Alta Floresta.

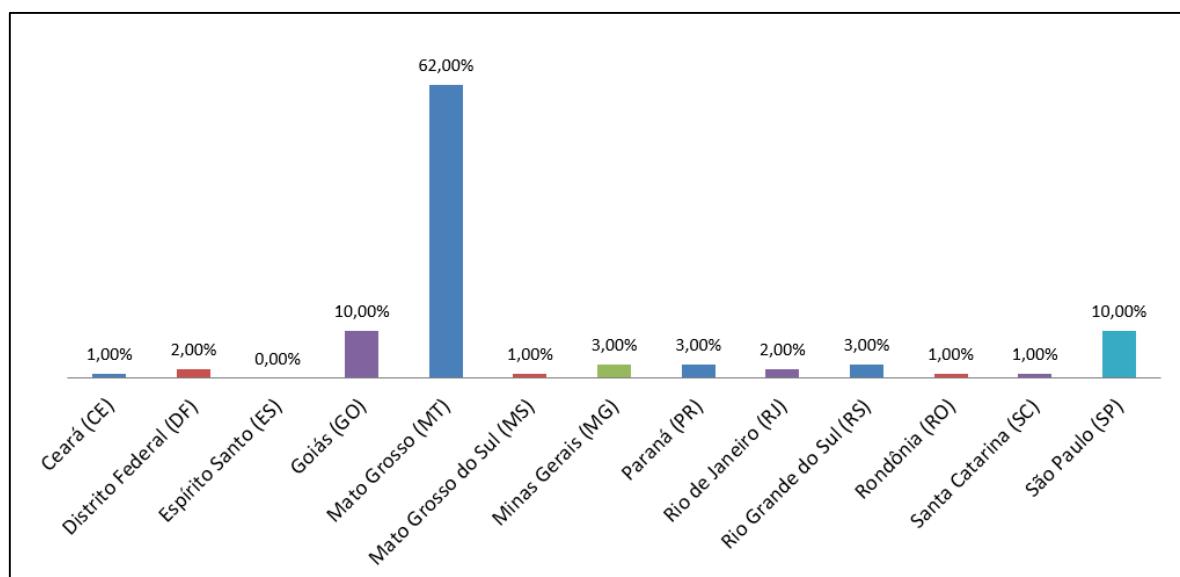
RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

DADOS DE ORIGEM, DESLOCAMENTO E HOSPEDAGEM

A pesquisa demonstrou que 62% dos visitantes são do próprio estado, na sequência os estados de São Paulo e Goiás foram responsáveis por 10% dos visitantes e os demais concentrados na faixa abaixo de 3% (Gráfico 1). Esses números demonstram que o turismo regional foi predominante no período em análise, mesmo com uma distribuição homogênea de participação de atrativos nos quatro polos turísticos de Mato Grosso.

Ao ser questionado se era morador do local onde o atrativo está ou se considerava turista, 66% responderam ser turistas e 34% morador.

Gráfico 1: Estado de residência dos visitantes

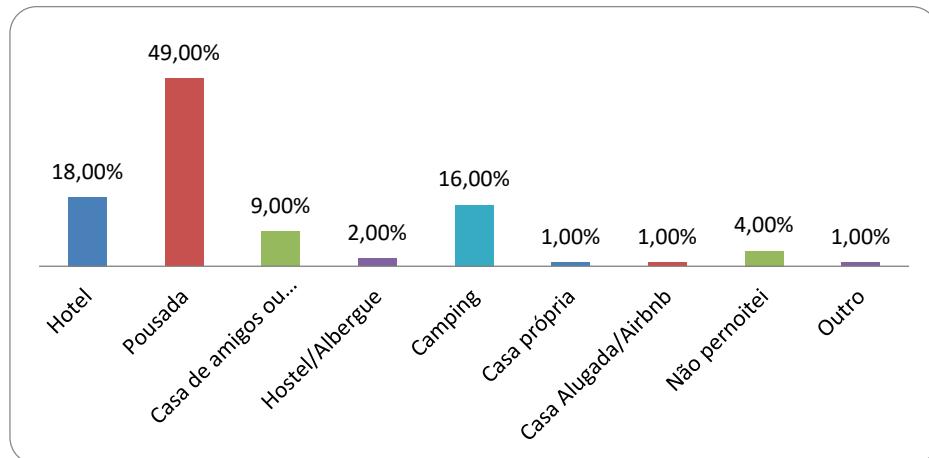


Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

Em relação ao meio de hospedagem utilizado pelos turistas em sua estada em Mato Grosso, o Gráfico 2 demonstra que 67% se hospedaram em Pousadas e Hotéis, seguido por Camping (16%) e Casa de amigos e parentes (9%). Observa-se um percentual pequeno de visitantes que Não pernoitaram (4%), assim como a utilização de Casa aluga/Airbnb (1%), o que indica uma ótima taxa de utilização dos meios de hospedagem nos destinos.

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

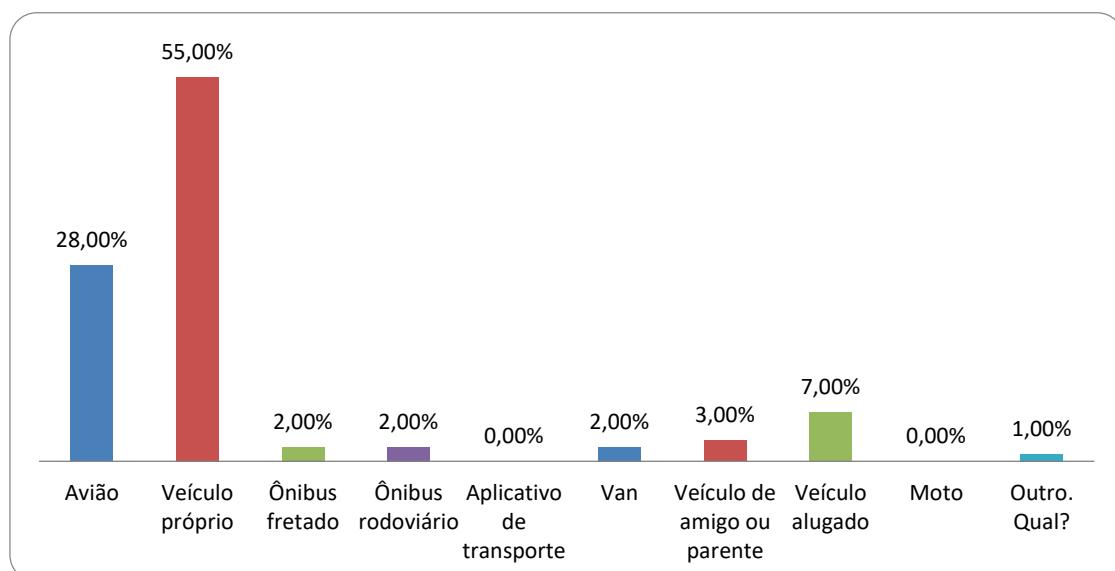
Gráfico 2: Principal meio de hospedagem utilizado pelo visitante



Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

O principal meio de transporte utilizado para chegar ao destino avaliado foi o Veículo próprio com 55% (Gráfico 3), o que reafirma o alto percentual de visitantes do próprio estado, apresentado no Gráfico 1. Em seguida o Avião aparece com 28% e Veículo alugado com 7%.

Gráfico 3: Principal meio de transporte para chegar ao destino



Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

PERCEPÇÃO DO TURISTA EM RELAÇÃO AOS ATRATIVOS

No que diz respeito a percepção do turista em relação aos atrativos visitados, foi questionado itens como acessibilidade, estacionamento e rodovias, limpeza de banheiros e no atrativo, facilidade de compra (diversidade de métodos de pagamentos), sentimento de conforto, segurança na viagem, sinalização para chegar ao atrativo e dentro dele, capacidade de carga, ações de sustentabilidade, entre outros fatores. Os entrevistados deveriam avaliar os indicadores em péssimo, ruim, mediano, bom, excelente ou n/a (nenhuma alternativa), sendo esta última desativada a partir de cálculos e gráficos, considerando as demais em uma escala de 0 a 5.

A pesquisa apontou que o item Beleza do atrativo teve a melhor avaliação, com 4,94, seguida por Fuga da rotina (os passeios fizeram você esquecer sua rotina?) e Entretenimento (nível de divertimento na viagem), com 4,87 e 4,75, respectivamente, demonstrando um nível de satisfação elevada dos visitantes, especialmente por conta que 96% dos visitantes consideraram o primeiro item como excelente, e justifica a maior média entre os indicadores da pesquisa.

Gráfico 4: Avaliação dos indicadores

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO



Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

No que diz respeito aos aspectos de Infraestrutura do atrativo, o resultado foi de 4,52, um pouco acima do item Sinalização interna do atrativo (4,42) e Sinalização turística para chegar no atrativo, que obteve média de 4,26. A nota menor para o item de sinalização para se chegar ao atrativo pode estar relacionada a grande quantidade destes locais em áreas rurais no estado, demonstrando uma deficiência a ser melhorada nesse quesito, caso também do item Acessibilidade ao atrativo / estacionamento / rodovias, que ficou com 4,3.

Quanto a Disponibilidade e limpeza dos banheiros e Limpeza do atrativo, os visitantes avaliaram melhor o último item, com 4,68 e 4,51 para o primeiro. Já em relação aos itens Filas de entrada no atrativo, Facilidade de compra (métodos de pagamento diversificados) e Horário de funcionamento, as notas ficaram em 4,7, 4,64 e 4,6, respectivamente, o que pode-se considerar como uma avaliação positiva na gestão dos empreendimentos.

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

Em termos de Preço dos produtos e serviços nos atrativos, a média de avaliação ficou em 4,29. Esse item teve o maior percentual de avaliação para o indicador bom (40%) e a segunda maior avaliação para mediano (13%), e na soma de ambos ultrapassa os 46% do indicador excelente. Tal avaliação pode ser justificada pelos segmentos turísticos de maior demanda nos atrativos, ecoturismo e turismo de aventura, com público e proposta diferenciadas dos demais segmentos e que podem ratificar os preços praticados.

No que tange a Capacidade carga percebida no atrativo e Ações de sustentabilidade, a avaliação dos turistas gerou uma média de 4,58 e 4,5, nessa ordem. As respostas sobre Ações de sustentabilidade nos atrativos apontaram que 63% dos turistas consideram como excelente e 28% como bom, resultados próximos do item Capacidade de carga e demonstram que os atrativos adotam algumas práticas nesses itens.

Outro item de suma importância e que teve a pior avaliação foi o de Tecnologia, que inclui internet móvel, Wi-fi no atrativo e outras tecnologias, com nota 4,05. O compartilhamento da experiência do turista em mídias sociais tornou-se essencial para as visitações turísticas e tem o poder de influenciar nas escolhas de passeios e viagens pelo mundo. Dessa forma, é necessário um maior investimento tanto pela gestão pública quanto pela privada, já que ambas têm suas responsabilidades na implantação e melhoria das tecnologias.

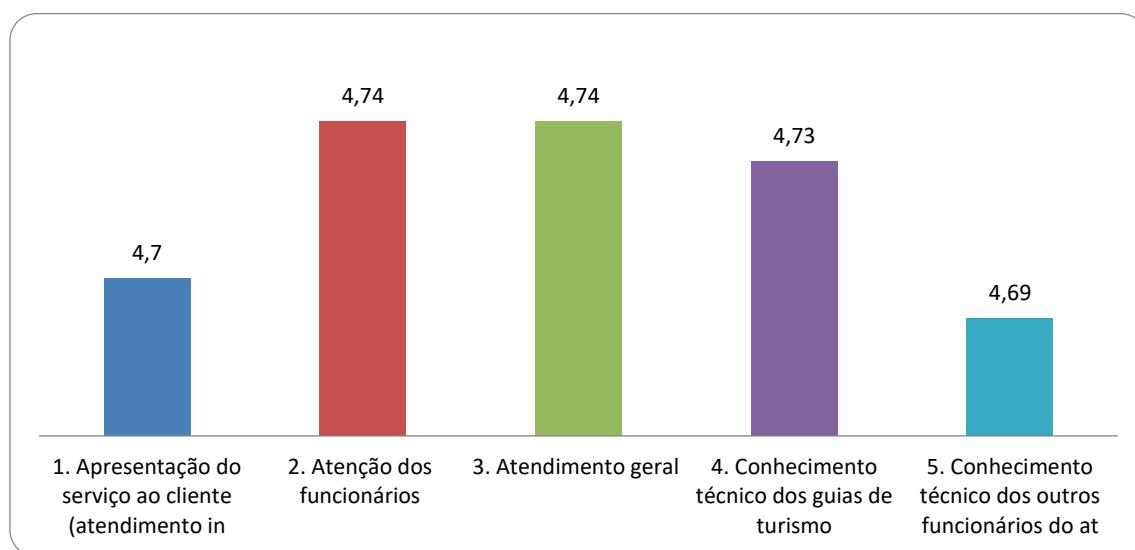
Para grande parte dos visitantes os itens Sentimento de conforto e Variedade de atividades no atrativo tiveram avaliações positivas, onde o primeiro foi excelente para 78% dos visitantes e o segundo para 63%, gerando uma média de avaliação de 4,71 e 4,47, respectivamente. Já o indicador Aprendizado nos passeios e visitas obteve uma avaliação de 4,64, com 72% dos visitantes considerando-o excelente e 22% bom, o que indica que há uma diversidade de atrações presente nesses locais.

O item Segurança percebida durante a viagem, que envolve também o trajeto entre a sede do município e o atrativo, pois a grande maioria estão em áreas rurais, obteve uma média de 4,6. Desse modo, 67% consideraram como excelente e outros 28% como bom, um resultado que indica que os turistas se sentiram seguros durante as visitas.

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

A pesquisa questionou os visitantes se eles tiveram contato com algum funcionário (Guia, caixa, garçom, atendente) e 96% responderam que sim. A partir daí eles deveriam avaliar 05 indicadores (Apresentação do serviço ao cliente (atendimento inicial); Atenção dos funcionários; Atendimento geral; Conhecimento técnico dos Guias de Turismo; Conhecimento técnico dos outros funcionários do atrativo) em péssimo, ruim, mediano, bom e excelente.

Gráfico 5: Avaliação dos indicadores relacionados à interação com funcionários dos atrativos



Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

Considerando uma escala de 0 a 5 de acordo com a avaliação dos indicadores, Atenção dos funcionários e Atendimento geral obteve a maior média, com 4,74. Entre estes indicadores, o primeiro foi avaliado como excelente por 80% e o segundo por 81% dos turistas e apenas 1% consideraram como ruim, em ambos. Isso denota que o atendimento e atenção dos colaboradores com os visitantes é um quesito eficiente nos atrativos.

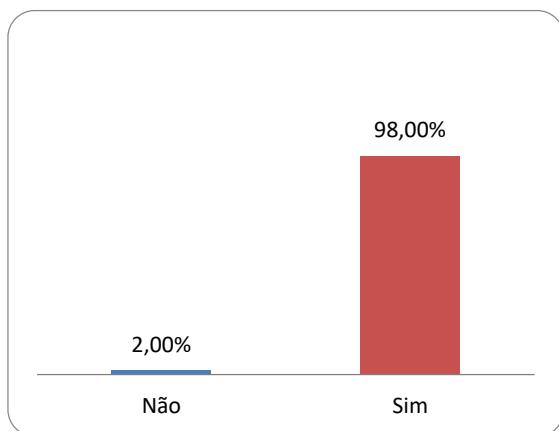
O indicador Conhecimento técnico dos Guias de Turismo teve uma média de 4,73, onde 78% dos turistas consideraram com excelente e 18% como bom. Lembrando que nem todos os atrativos que participaram da pesquisa tem a obrigatoriedade da utilização dos serviços do Guia, mas reiteramos ser essencial nas visitas em atrativos naturais que possuem trilhas, cachoeiras, mirantes, cavernas, entre outros.

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

No tocante a Apresentação do serviço ao cliente (atendimento inicial) a média foi de 4,7, com 77% dos turistas considerando esse indicador com excelente e 18% como bom. O último indicador avaliado (Conhecimento técnico dos outros funcionários do atrativo) obteve média de 4,69, com 75% o considerando excelente e apenas 4% como mediano.

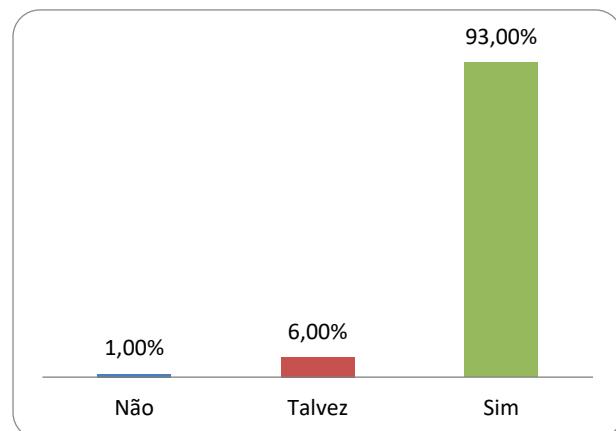
Ao serem indagados sobre se indicaria a visita ao atrativo escolhido para amigos e familiares, os visitantes foram praticamente unânimes em dizer que sim (98%), como também responderam sim (93%) quando questionados se visitariam novamente o atrativo em uma próxima vinda à cidade. Somente 6% indicaram que talvez, o que reflete positivamente para a avaliação geral dos atrativos turísticos.

Gráfico 6: Se indicaria a visita ao atrativo escolhido para amigos e familiares



Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

Gráfico 7: Em uma próxima vinda à cidade, você visitaria novamente o atrativo



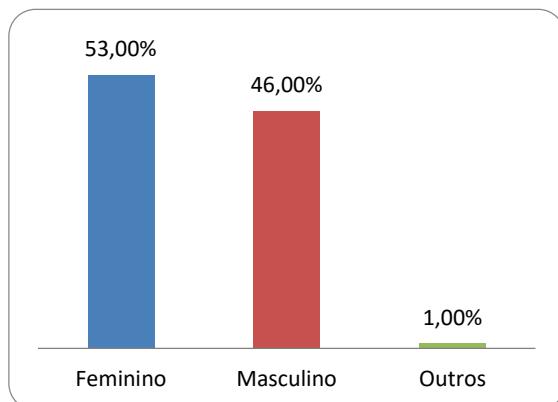
Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

PERFIL DO VISITANTE

No que diz respeito ao gênero dos visitantes, mais da metade se identificaram como do gênero feminino (53%) e outros 46% como masculino. Em relação ao estado civil, 43% se disseram solteiros e a soma entre casados e com união estável foi de 50%.

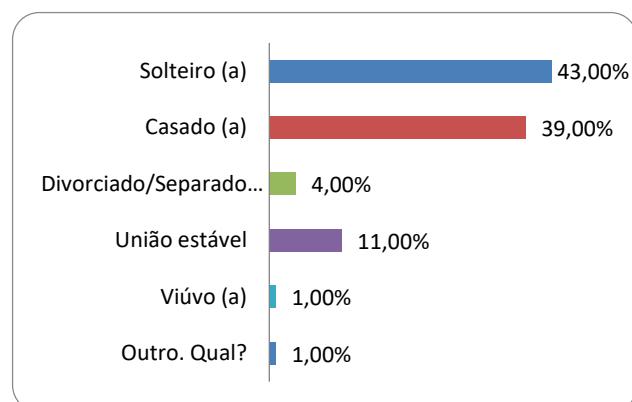
RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

Gráfico 8: Gênero



Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

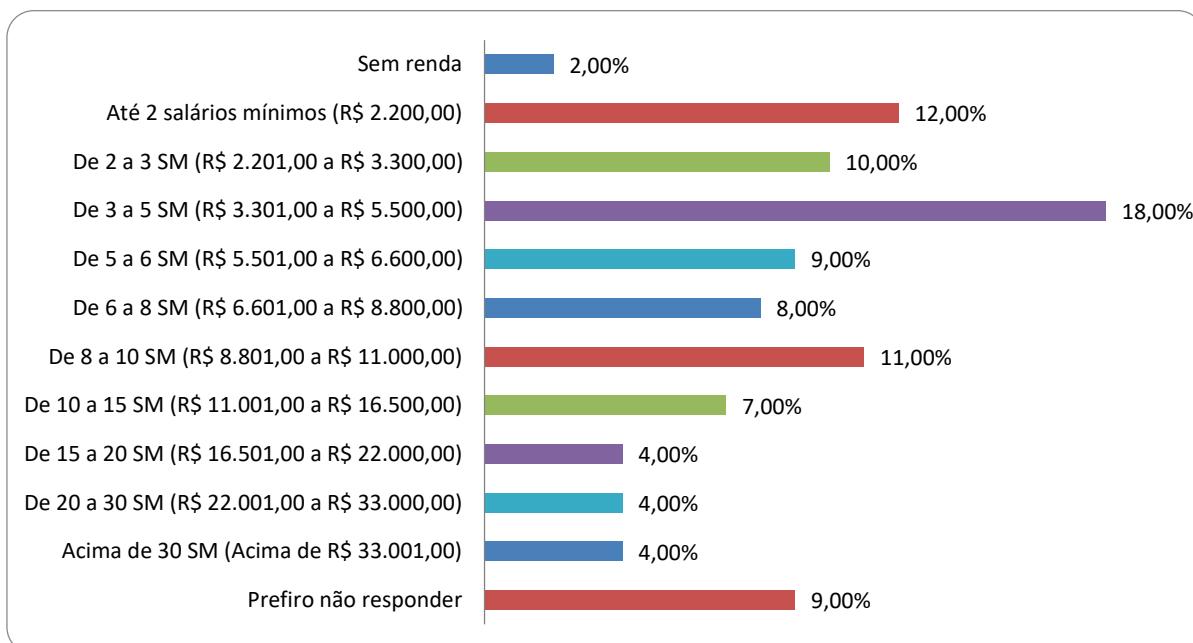
Gráfico 9: Estado civil



Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

Em relação a renda familiar mensal, houve uma distribuição em todas as faixas de renda, e a maioria dos visitantes disseram receber de 3 a 5 salários mínimos (18%), outros 12% recebem até 2 salários e 11% de 8 a 10 salários. Apenas 2% dos turistas disseram não terem renda e as últimas faixas salariais tiveram 4% dos visitantes em cada uma (de 15 a 20 SM; de 20 a 30 SM; e acima de 30 SM).

Gráfico 10: Renda familiar mensal

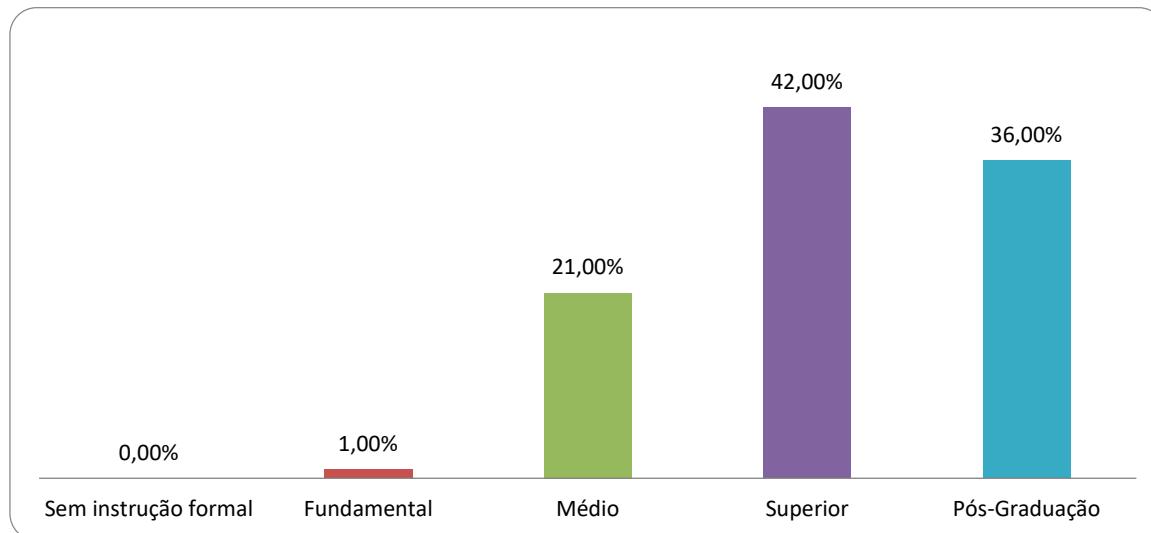


Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

O grau de escolaridade demonstra que nível superior e pós-graduação formam a grande maioria dos turistas, com 42% e 36%, respectivamente e outros 21% declararam ter nível médio.

Gráfico 11: Grau de escolaridade

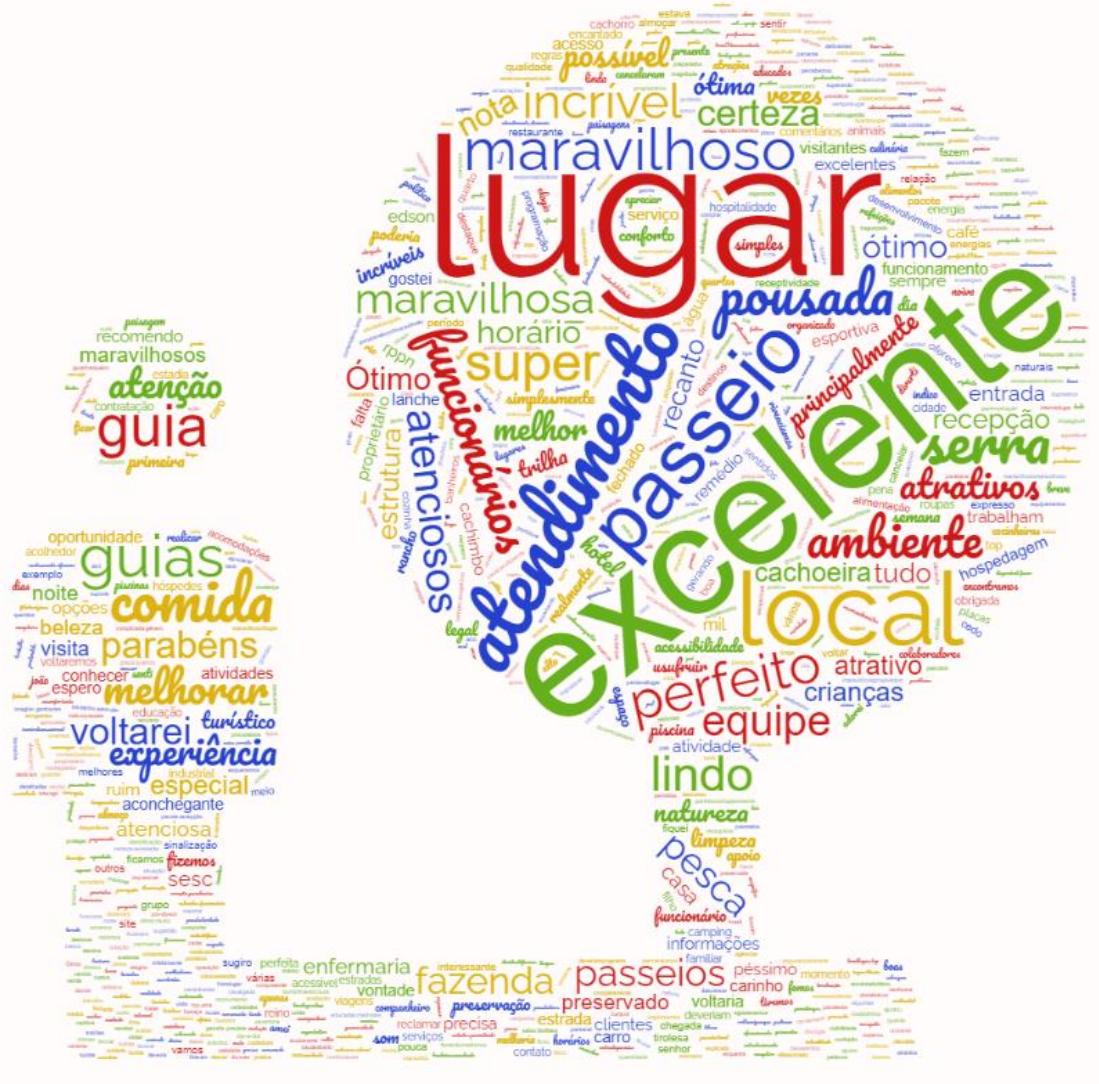


Fonte: RBOT / TOURQUAL, 2022.

Por fim, os visitantes tiveram um espaço para fazer comentários e sugestões sobre os atrativos e toda a estrutura que envolve o produto turístico avaliado. Desse modo, a maior parte das opniões foram positivas, com elogios ao atendimento dos funcionários, Guias de Turismo e proprietários dos atrativos, assim como as refeições, experiências, passeios e qualidade das atividades realizadas, conforme agrupamento das palavras na figura 1 abaixo.

Figura 1: Árvore de palavras com comentários dos visitantes

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO



Elaboração: Observatório de Desenvolvimento, 2022.

RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO

Ficha Técnica

MAURO MENDES FERREIRA

Governador do Estado

OTAVIANO OLANO PIVETTA

Vice-Governador

CÉSAR ALBERTO MIRANDA LIMA DOS SANTOS COSTA

Secretário de Estado de Desenvolvimento Econômico

JEFFERSON PREZA MORENO

Secretário Adjunto de Turismo

Responsável Técnico:

LEANDRO CARVALHO LIMA

Analista de Desenvolvimento Econômico e Social – Turismólogo

Suporte:

LUAN ANTONIO DIAS DE MOURA

Estagiário de TI

Coordenadoria de Pesquisa e Planejamento do Turismo

Observatório de Desenvolvimento do Estado de Mato Grosso

Fones: (65) 3613-9300 / 9322

E-mail: observatoriotorismo@sedec.mt.gov.br

Website: www.sedec.mt.gov.br