

**Coordenadoria de Turismo
Núcleo de Desenvolvimento de Produtos Turísticos**

Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET)

Agências de viagens paulistas: análise mercadológica 2020



Agências de viagens paulistas: análise mercadológica 2020

Introdução

O presente estudo, com agências e operadoras de turismo paulistas, primeiro levantamento do gênero realizado pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, tem por objetivo mapear e estabelecer uma análise mercadológica dentre as agências regulares no CADASTUR-SP (Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no Setor de Turismo), bem como suas características e previsões de comercialização de serviços de turismo para os próximos meses. Assim sendo, a pesquisa oferece panorama real da comercialização de produtos turísticos no estado em meio ao período marcado pela pandemia do Novo Coronavírus.

As agências de viagens são essenciais para desenvolvimento do setor, tanto do ponto de vista de vendas de serviços turísticos quanto de receptivo, esta última em especial movimentando a economia local e regional. O comportamento do consumidor atual exige uma reinvenção das estratégias de vendas de viagens, levando o consumidor final, o turista, a procurar assessoria especializada para comprar sua próxima viagem dos sonhos. O fortalecimento deste vetor, fortalece transversalmente toda cadeia do turismo.

Metodologia

A pesquisa foi realizada durante o mês de julho de 2020 e é o primeiro levantamento neste sentido feito pela Secretaria de Turismo do Estado. Ao final do prazo, obtivemos 691 respostas válidas. O nível de confiança da presente pesquisa é de 95% e margem de erro de 3,6%.

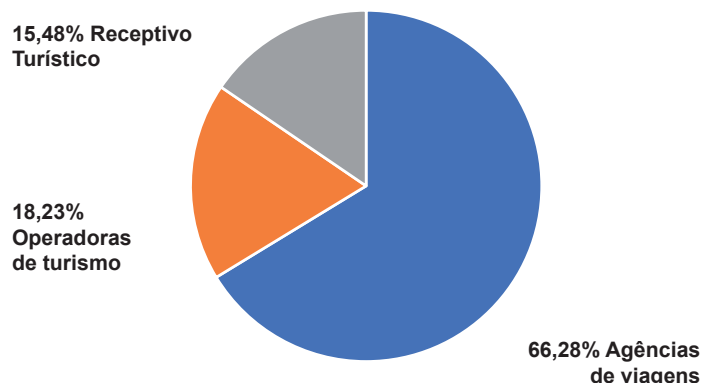
De acordo o CADASTUR, o Estado de São Paulo possui 9.753 agências de turismo, mas não é possível identificar se são agências de caráter receptivo, emissivo ou se são operadoras de turismo. A diferenciação destas características é fundamental para desenvolver ações para o incremento do turismo paulista e o consequente aumento do fluxo econômico.

Para todos os empreendimentos do setor, foram enviadas comunicações por e-mail identificados pelo cadastro regular do CADASTUR e, na primeira amostra, foi ter uma visão interessante dos resultados em todas as regiões turísticas do Estado de São Paulo.

Principais Resultados

A pesquisa apontou que 66,28% são agências emissivas; 18,23%, operadoras; e 15,48% receptivo. Assim sendo, percebe-se que há uma grande necessidade de se fortalecer o receptivo das localidades e fomentar que outros entrem no mercado, visando o bom atendimento do turista. O aumento de empreendimentos de serviços de receptivo é fundamental para o amadurecimento da localidade como destino e produto turístico. A escassez dessa estrutura comercial tem sido apontada como um dificultador pelas operadoras e agências de emissivo para a efetiva comercialização das cidades e RT's (Regiões Turísticas) do estado de São Paulo em recentes contatos feitos durante treinamentos e capacitações dos destinos paulistas ao mercado emissor de viajantes.

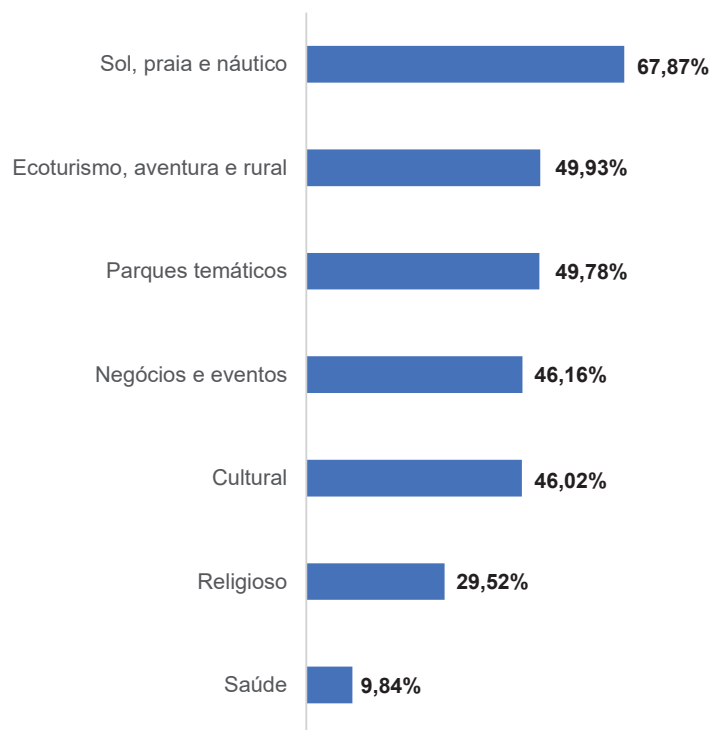
Tipos de agências participantes da pesquisa



fonte: Cotur/ CIET/ SeturSP, 2020

A amostra trouxe uma informação muito importante sobre a segmentação do Turismo. Levando em conta os segmentos turísticos destacados por esta Secretaria, o gráfico aponta os principais grupos de produtos comercializados pelas agências:

Segmentos trabalhados pelas agências de viagens*



fonte: Cotur/ CIET/ SeturSP, 2020

* questão permite múltipla escolha

Agências de viagens paulistas: análise mercadológica 2020

Por ser uma pergunta aberta e com múltiplas possibilidades de resposta, alguns segmentos foram citados espontaneamente pelos sujeitos da pesquisa. Dentre estes, destaque para o Turismo Pedagógico (4,92%), que mostra a importância de trabalhar o Turismo com crianças, adolescentes e jovens, para que este público possa ter contato direto com o que é estudado em sala de aula e também ter momentos de lazer em destinos próximos a seu local de residência habitual. Este segmento pode também fomentar o mercado interno tanto local, regional e estadual, causando não só incremento econômico, mas o fortalecimento das compreensões e relações de pertencimento territorial, expansão das percepções culturais e sociais e a consolidação da atividade turística como de impacto estratégico no desenvolvimento econômico e sócio cultural.

Quanto a vendas, as agências apontaram vendas principalmente para os seguintes meses:

Principais meses de venda de serviços nas agências*

mês	% de respostas
novembro/ 2020	24,89%
dezembro/ 2020	28,08%
janeiro/ 2021	28,36%
março/ 2021	28,94%

fonte: Cotur/ CIET/ SeturSP, 2020
* questão permite múltipla escolha

Os destinos mais vendidos são: Nacionais, fora do Estado de São Paulo (54,16%). Destinos no Estado de São Paulo vêm em segundo lugar (24,96%) e, em último lugar, os Internacionais (20,88%).

Pensando em uma retomada gradual da atividade turística, os respondentes indicaram quais destinos foram vendidos para o segundo semestre de 2020. Em se tratando dos destinos nacionais, as 10 cidades mais citadas respectivamente são:

- Maceió/AL
- Porto Seguro/BA
- Gramado/RS
- Ubatuba/SP
- Fortaleza/CE
- Rio de Janeiro/RJ
- São Paulo/SP
- Brasília/DF
- Natal/RN
- Recife/PE

No cenário internacional, destacamos que 48,21% corresponde à venda de destinos nos Estados Unidos.

Quando perguntados sobre qual a oferta de destinos no Estado de São Paulo comercializados pelas agências e operadoras de turismo, as 10 cidades mais pontuadas respectivamente foram:

Dez destinos mais comercializados em SP: 2020/ 2021



fonte: Cotur/ CIET/ SeturSP, 2020

Alguns atrativos ou regiões foram citadas e notabiliza-se que o Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira e o Vale do Ribeira foram citados nas respostas de forma mais expressiva. Parques Estaduais e Aquáticos também tiveram grande destaque na tabulação da pesquisa. Assim como o Circuito das Águas Paulista que também foi significativamente citado nas respostas.

Visto que é pouco usual oferecer São Paulo para os paulistas, destaca-se que as empresas tem interesse em comercializar os seguintes destinos: Campos do Jordão, Olímpia, Brotas, São Paulo – Capital, São Roque, Socorro, Ubatuba, Atibaia, Ilhabela e Águas de Lindóia.

Quando perguntadas livremente sobre as principais dificuldades para a comercialização de destinos paulistas, as agências mencionam pouca, e em alguns casos, nenhuma informação sobre destinos, produtos, hotéis e falta de divulgação de atrativos por parte das cidades. Tais menções podem ser observadas na nuvem de palavras:

Principais dificuldades para vendas de destinos paulistas



fonte: Cotur/ CIET/ SeturSP, 2020

Análise conclusiva

De acordo com os dados obtidos pela pesquisa virtual com agências e operadoras de Turismo do Estado de São Paulo, um primeiro diagnóstico foi estabelecido.

Há uma dificuldade de especializar a comercialização em determinado segmento turístico ou produto específico. Com isso, no âmbito da atuação da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, faz-se necessário fomentar esta ação e atuar como articuladora entre municípios, regiões turísticas e trade.

Visando o cenário pós-pandemia e seguindo estudos elaborados pela Organização Mundial do Turismo, bem como pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo, os deslocamentos, considerando as primeiras viagens realizadas após as restrições impostas pelo Novo Coronavírus, serão no entorno das cidades de origem. Assim sendo, é necessário redescobrir São Paulo e formatar produtos turísticos.

Também é momento de mostrar ao cliente que comprar uma viagem nas agências e operadoras é seguro, tanto do ponto de vista sanitário, quanto das garantias de contratação, caso o serviço não possa ser prestado na data acordada. É período também de fomentar a criação de novos receptivos e adequar os já existentes.

Fortalecendo as ações mencionadas, o Estado de São Paulo estará preparado para incluir seus destinos nas prateleiras das agências, concorrendo em igualdade com destinos em todo o Brasil.

Em um terceiro momento, o foco será no mercado internacional, após o fim das restrições e proibições impostas pela pandemia, considerando deslocamentos de turistas entre países. Desta forma, São Paulo é o principal emissor de turistas brasileiros para o exterior e sendo assim, é possível que os negócios das empresas situadas no estado tenham uma recuperação antecipada às outras unidades da federação.

Estudos realizados pelo próprio Centro de Inteligência da Economia do Turismo/ SeturSP, apontam que os potenciais turistas têm reservas financeiras que podem ser investidas em viagens de curta duração e para destinos próximos ao local de origem.

Abre-se então, grande oportunidade incrementar a oferta do Estado de São Paulo como produto e acelerar a retomada econômica pós-emergência sanitária.

As respostas também refletiram que o mercado está interessado em vender hospedagem e parques. Isso sugere uma relação com estudos realizados por entidades do setor, como o Skyscanner, que indicam um turismo de proximidade, em locais em que se possa ter um contato maior com a natureza e que se possa ter isolamento social.

No Estado de São Paulo, o Segmento Sol, Praia e Náutico é o

mais ofertado pelo mercado. As experiências são inúmeras. Pode-se citar as praias do Litoral Norte, o Turismo de Base Comunitária nas comunidades tradicionais no Litoral Sul e as praias municipais do Interior. Porém, como apontado pela pesquisa, as vendas realizadas são, em sua maioria, para destinos fora do Estado de São Paulo. Este é um dado importante para que as ações possam ser pautadas no fortalecimento do mercado interno.

Ao explorar os segmentos que as regiões turísticas apresentam é uma forma de minimizar os efeitos da sazonalidade na economia, sabendo-se que as Regiões Turísticas do Estado de São Paulo oferecem experiências diversas e que podem concorrer igualmente com outros destinos nacionais.

Próximos passos

Os dados coletados nessa primeira iniciativa serão a base para outras pesquisas que serão realizadas e para se ter uma evolução do mercado turístico no Estado.

A pesquisa será aplicada semestralmente para que se possa acompanhar a evolução do mercado paulista e pautar ações que fortaleçam o setor.

CRÉDITOS

Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo

Vinicius Lummertz
Secretário

Guilherme Miranda
Secretário Executivo

Wagner Hanashiro
Chefe de Gabinete

Realização da Pesquisa:

Coordenadoria de Turismo (Cotur) Núcleo de Desenvolvimento de Produtos Turísticos

Rodrigo Ramos
Coordenador de Turismo

Afonso Martin
Coordenador de Turismo

Rosa Maria M. Lancelloti
Assessora Técnica

Estrela Albuquerque
Estagiária

Apoio metodológico:

Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET)

Fabio Montanheiro
Consultor - Inteligência de Mercado - InvestSP/SeturSP

Luciana Derze
Consultora - Inteligência de Mercado - InvestSP/SeturSP

Luiz Sales
Consultor em Comunicação - InvestSP/ SeturSP

Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo

Praça Ramos de Azevedo, 254 - 5o andar - República
São Paulo - SP - 01037-010
pesquisa@turismo.sp.gov.br



