

# PESQUISA DE SONDAAGEM 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.

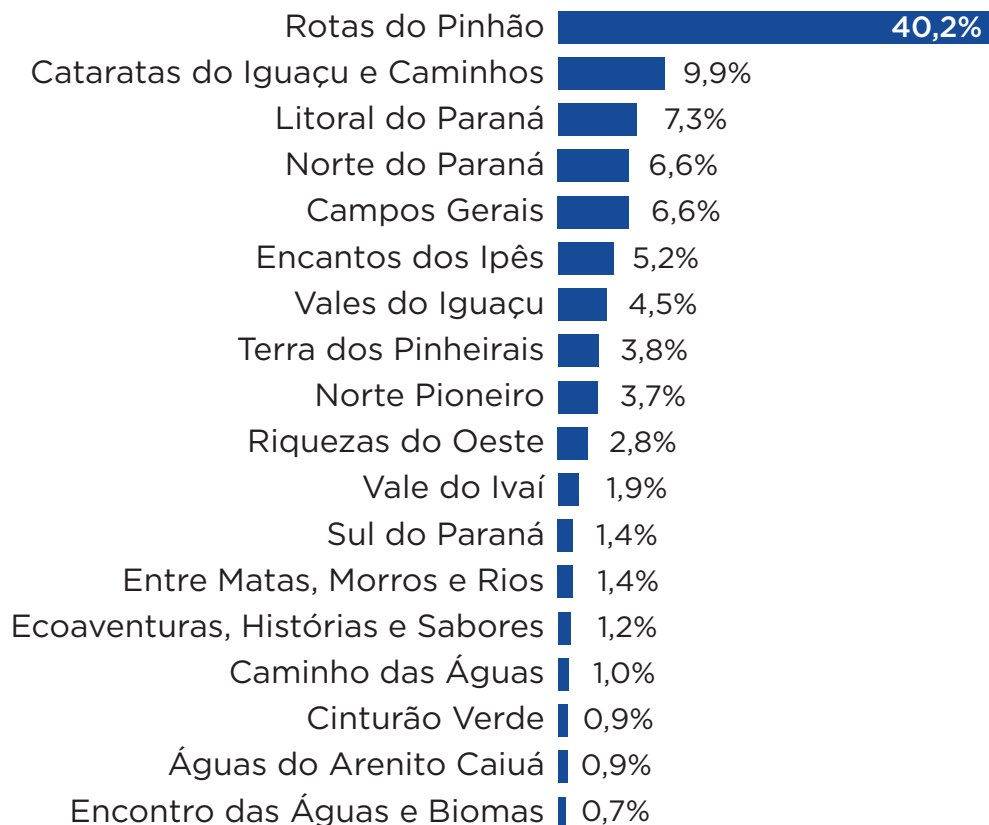
Os resultados proporcionam uma perspectiva abrangente e valiosa para empreendedores, instituições, entidades governamentais, acadêmicos e demais interessados no avanço do setor turístico no estado do Paraná, ao mesmo tempo em que permitem identificar possíveis necessidades de melhorias, oportunidades 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 25/11/2024. O público-alvo foi pessoas jurídicas ligadas às Atividades Características do Turismo, definidas pelo IPEA.

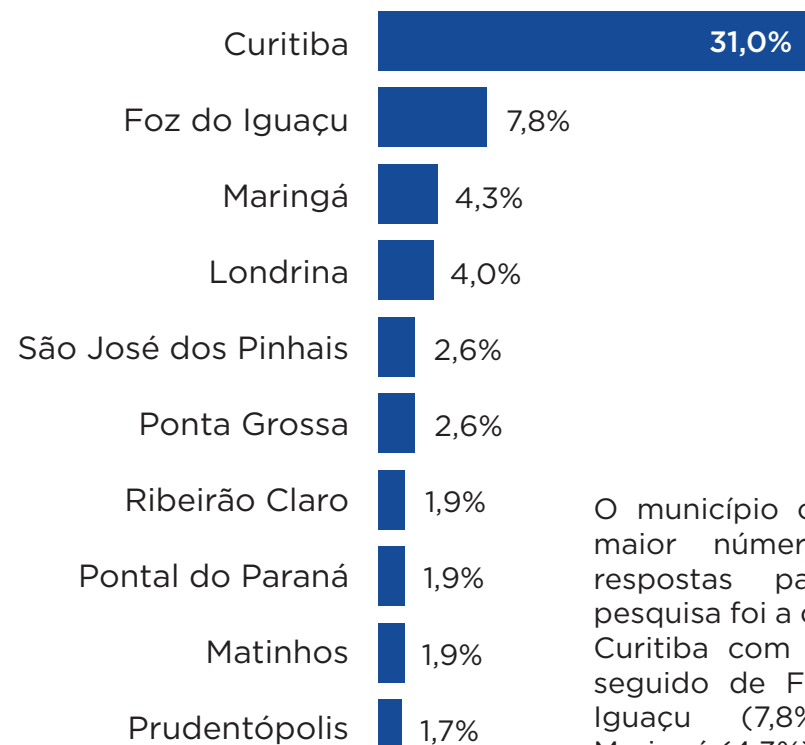
No total foram obtidas **575 respostas válidas**. Os dados foram estruturados e são apresentados neste relatório.

**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

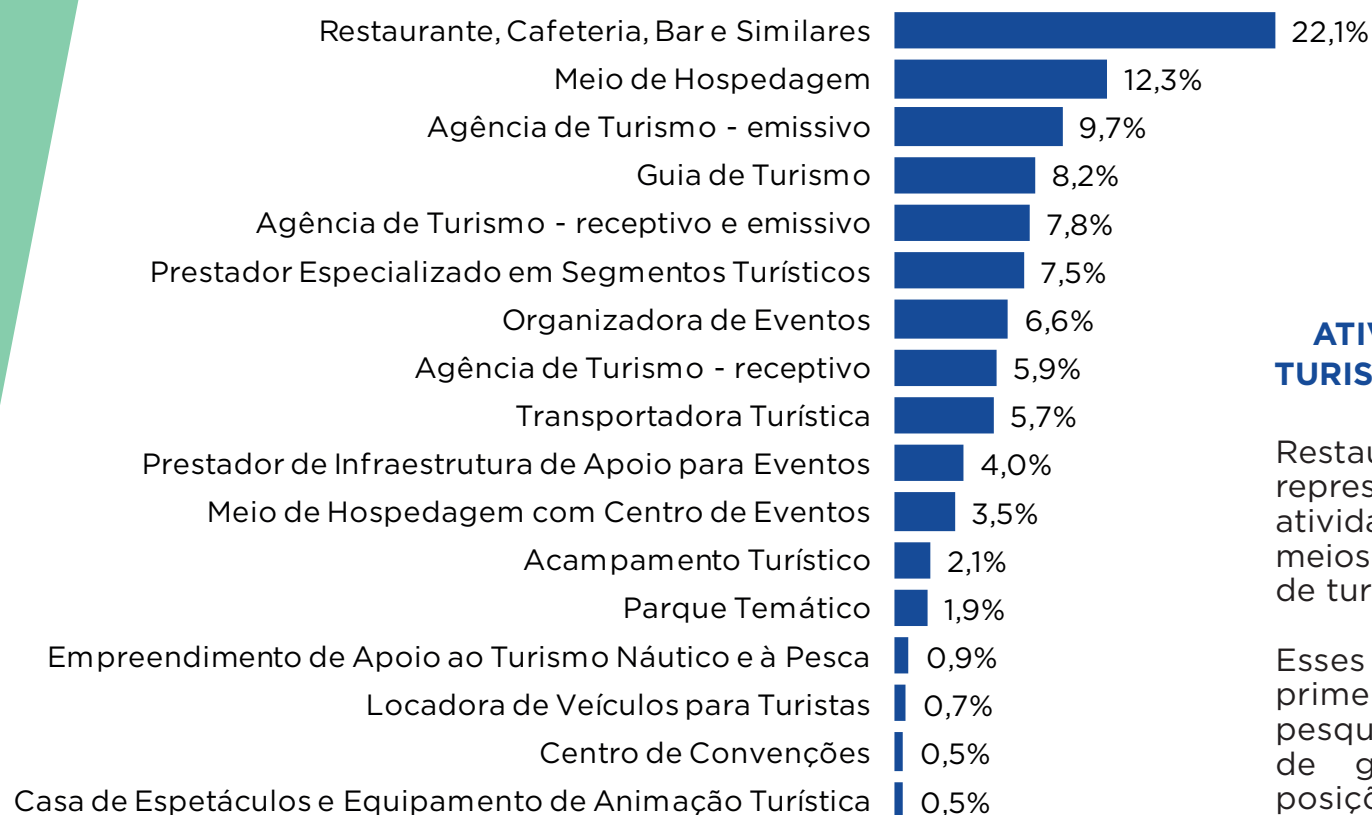
Pesquisa realizada por meio do método survey online (abordagem que utiliza formulários digitais para coletar informações), com ampla divulgação por meio de mailings, imprensa e redes sociais.

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



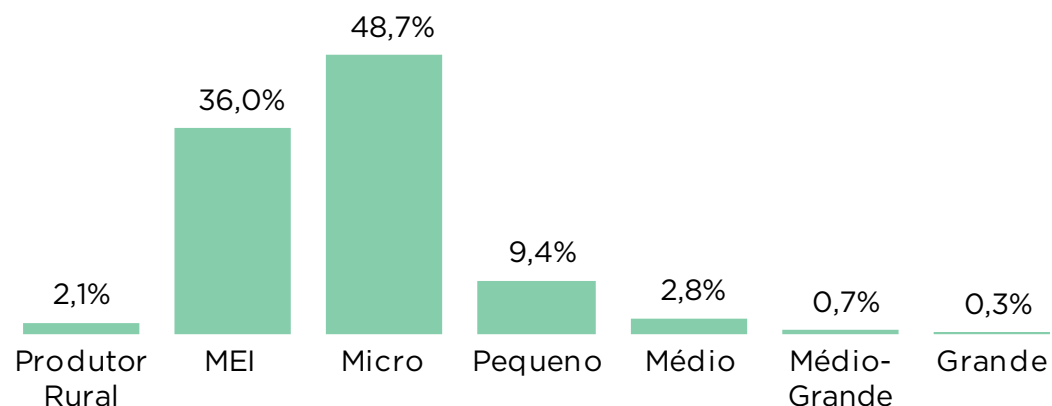
## ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS DO TURISMO PARTICIPANTES DA PESQUISA

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

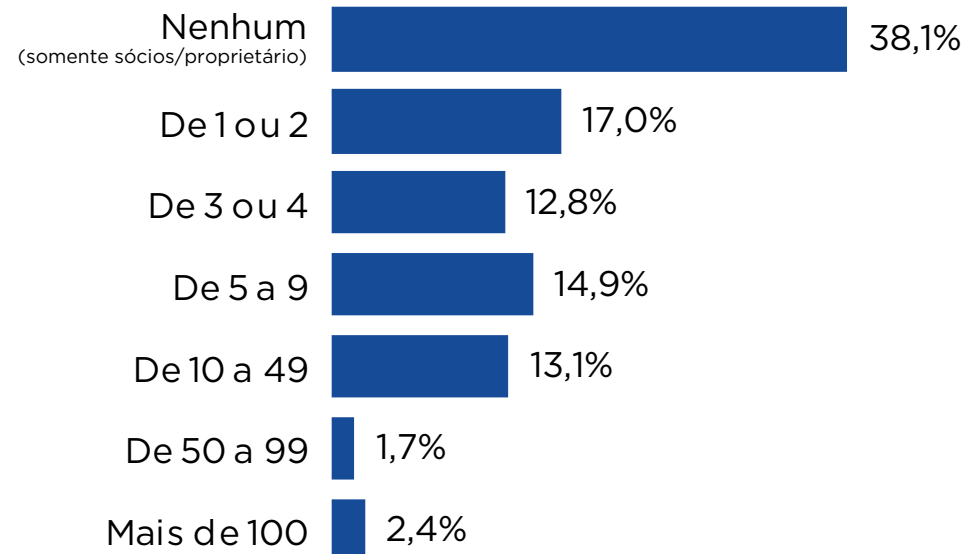
## PORTE DA EMPRESA



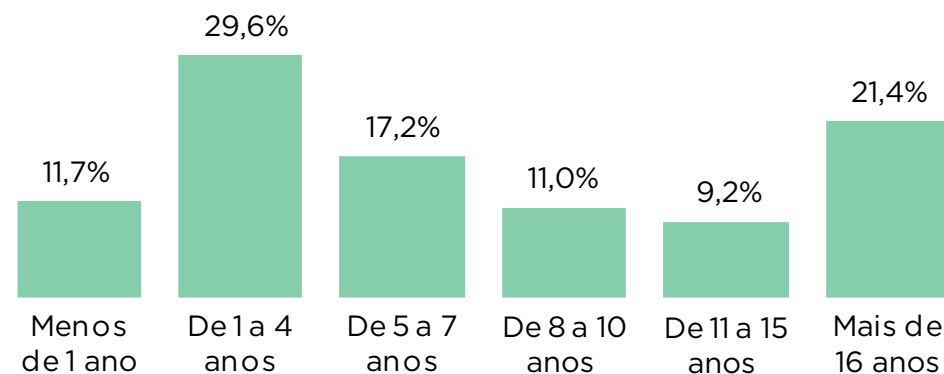
A maioria das empresas respondentes são microempresas, representando 48,7% do total. As empresas demonstram solidez no mercado, com 58,7% apresentando mais de cinco anos de atividade.

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

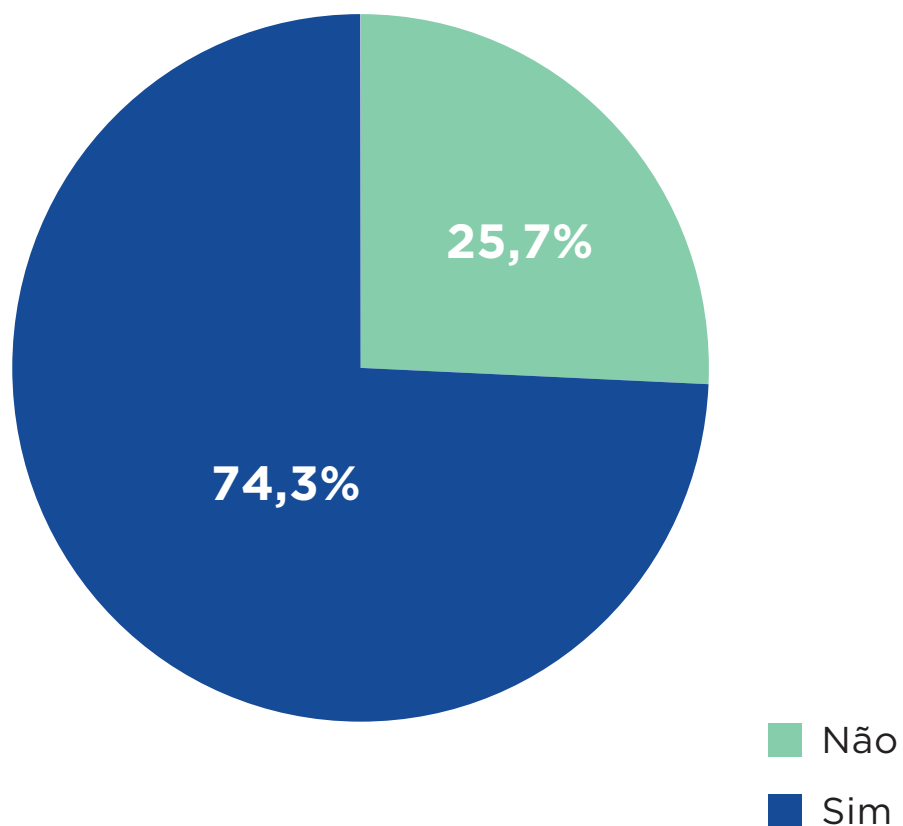
## QUANTIDADE DE COLABORADORES



## TEMPO DE EXISTÊNCIA DA EMPRESA



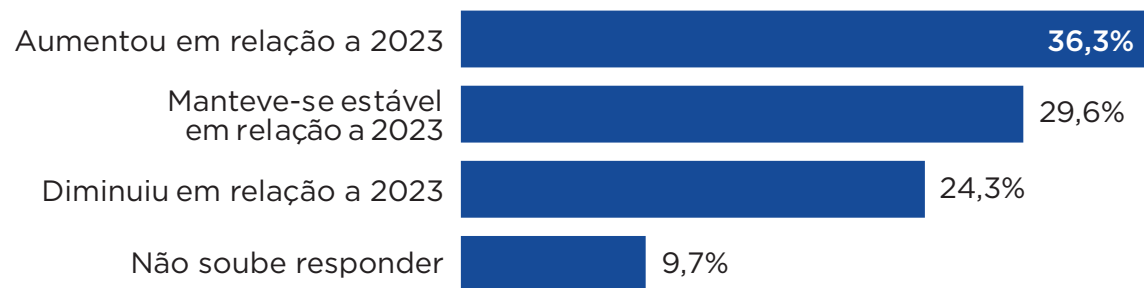
### EMPRESAS REGISTRADAS NO CADASTUR



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

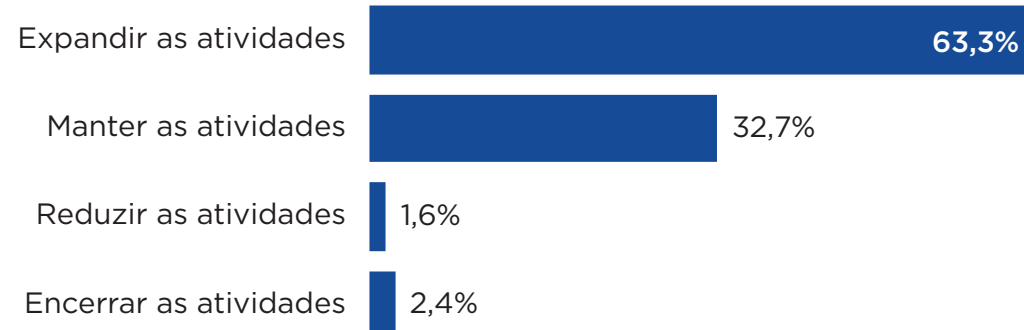
## PERCEPÇÃO DA ATUAL SITUAÇÃO DO FATURAMENTO DA EMPRESA, EM RELAÇÃO AO MESMO PERÍODO DE 2023



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

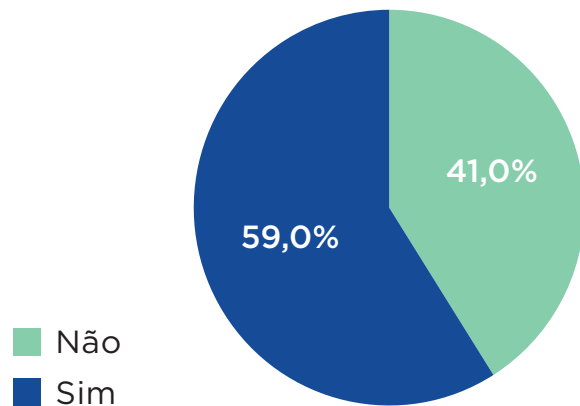
Para os próximos seis meses, 63,3% demonstram intenção de expandir suas atividades, representando um aumento em relação a 2023, quando 58,2% relataram a mesma expectativa. Esses dados refletem um otimismo crescente no setor, com sinais positivos no desempenho econômico e perspectivas de expansão.



# 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

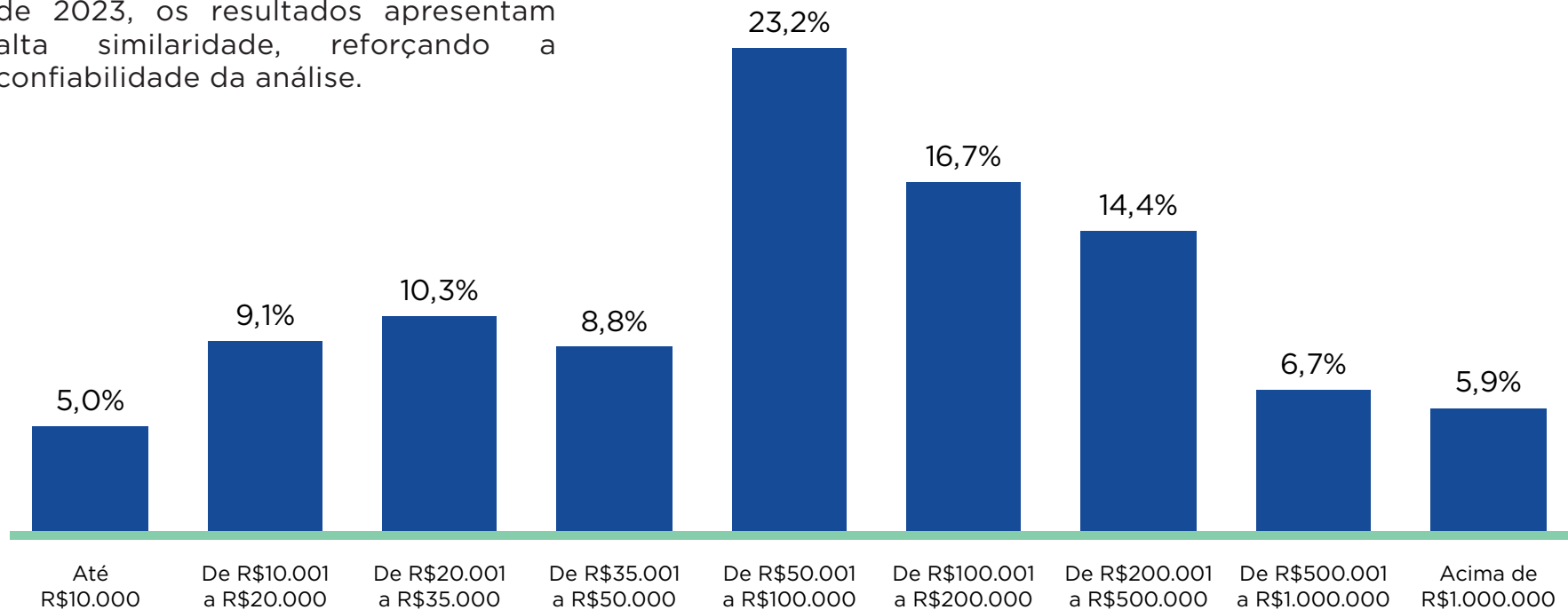


# PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

## 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

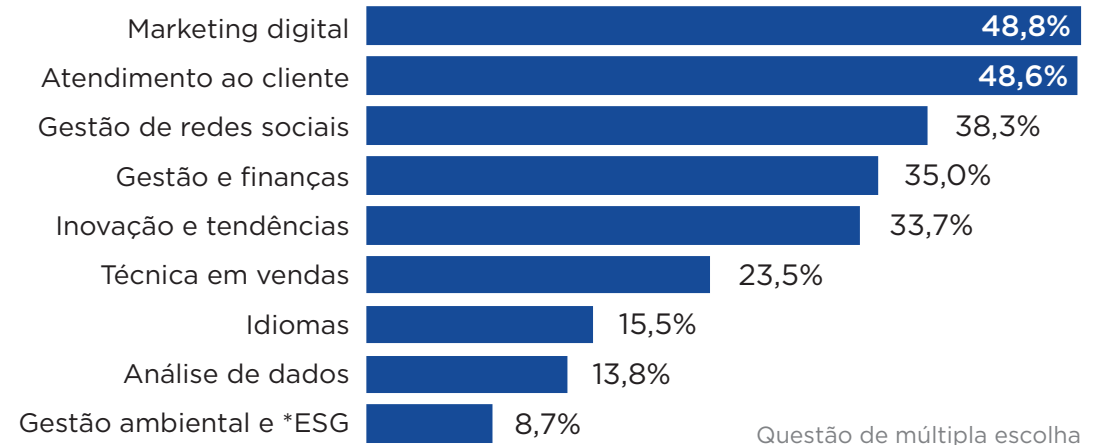
# PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

## NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO

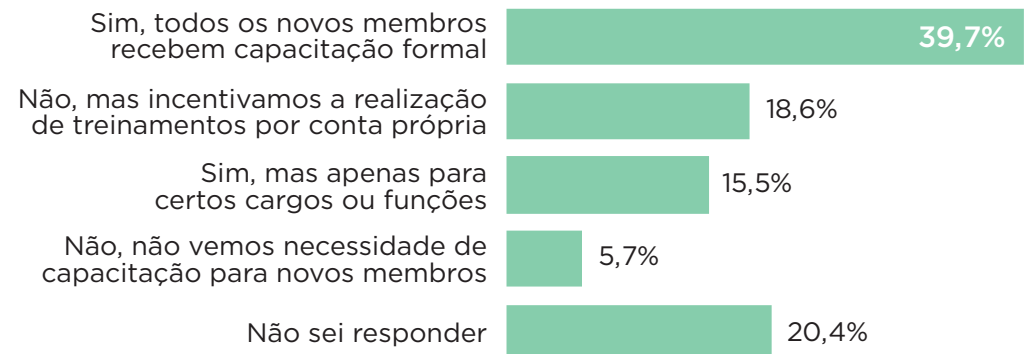
Para a capacitação das empresas, 48,8% dos respondentes apontam o marketing digital como a área mais importante, seguido por atendimento ao cliente (48,6%) e gestão de redes sociais (38,3%). Apenas 5,7% das empresas não identificam necessidade de capacitação entre os membros.

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



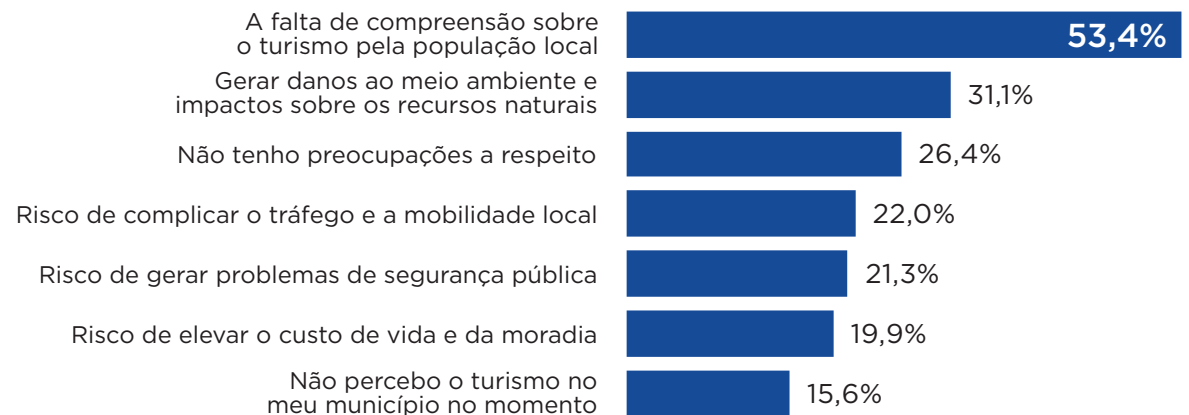
Questão de múltipla escolha

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%).

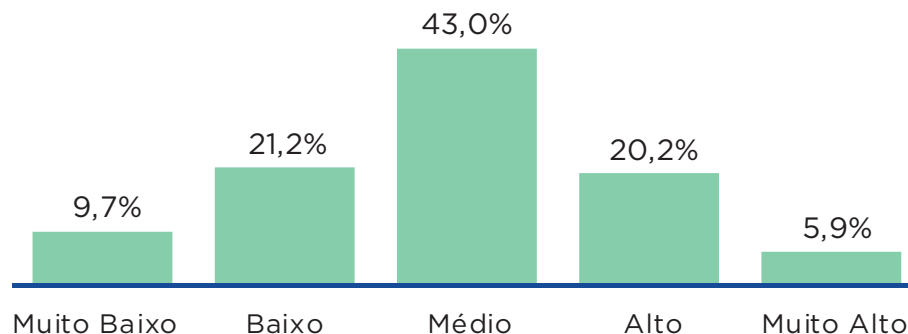
## PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES EM RELAÇÃO AO TURISMO NO MUNICÍPIO



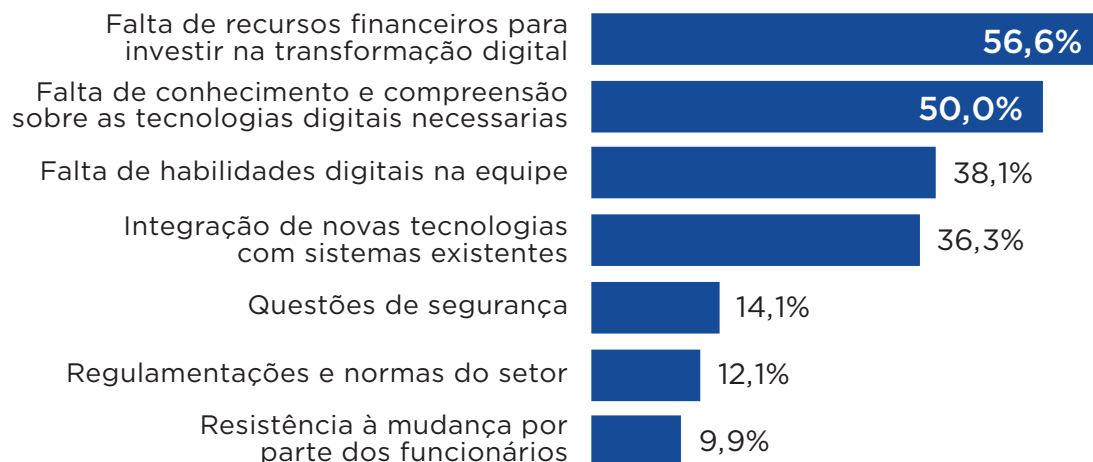
Questão de múltipla escolha

# PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

## CLASSIFICAÇÃO DO NÍVEL DE DIGITALIZAÇÃO ATUAL DA EMPRESA



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



Questão de múltipla escolha

## 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.

# PERCEPÇÕES, EXPECTATIVAS E NECESSIDADES

## SAZONALIDADE



JANEIRO

42,4%

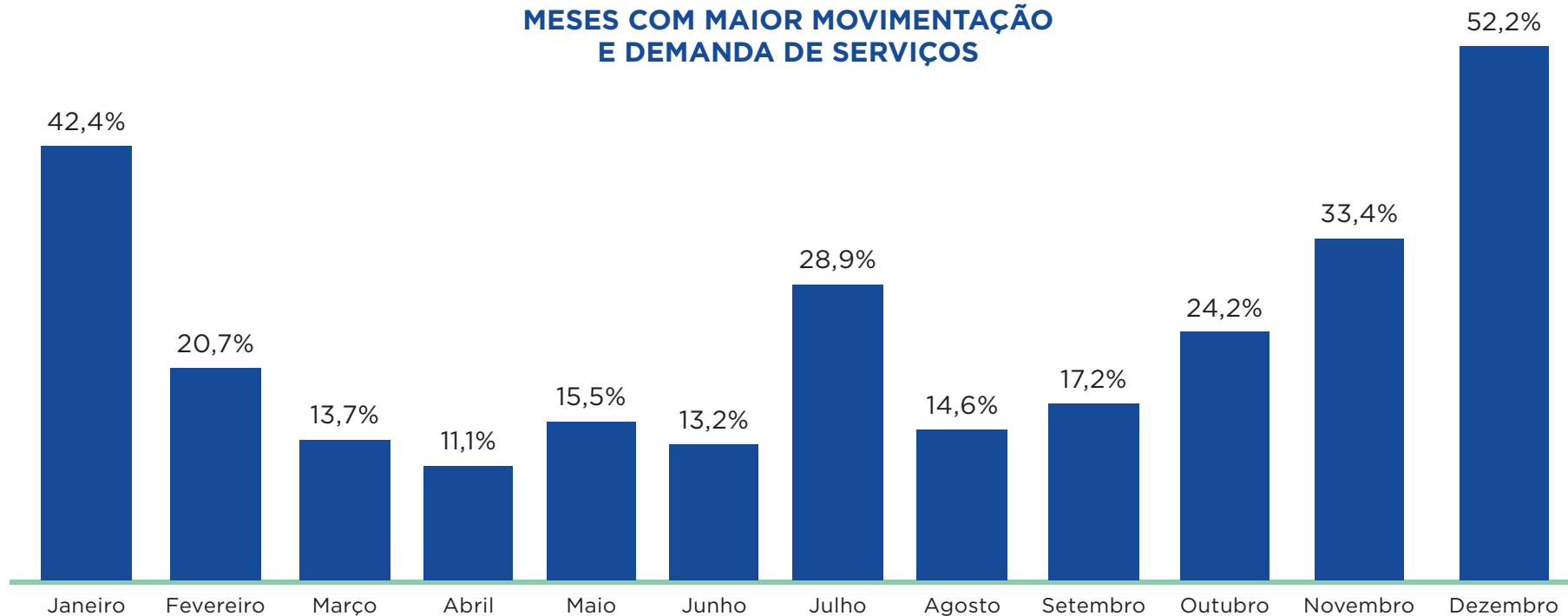
NOVEMBRO

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%  |

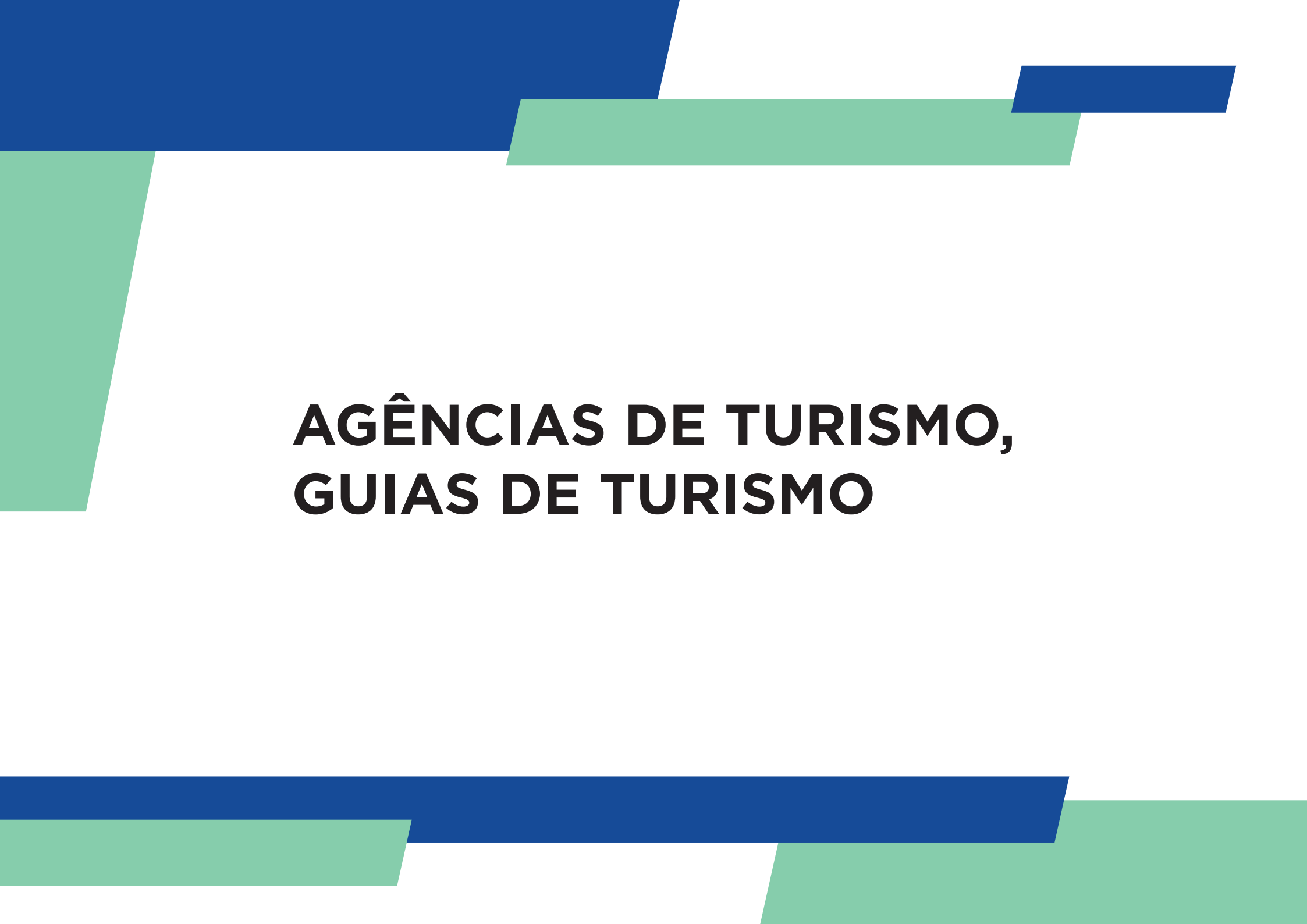
### Atividade

|                 |       |
|-----------------|-------|
| 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).

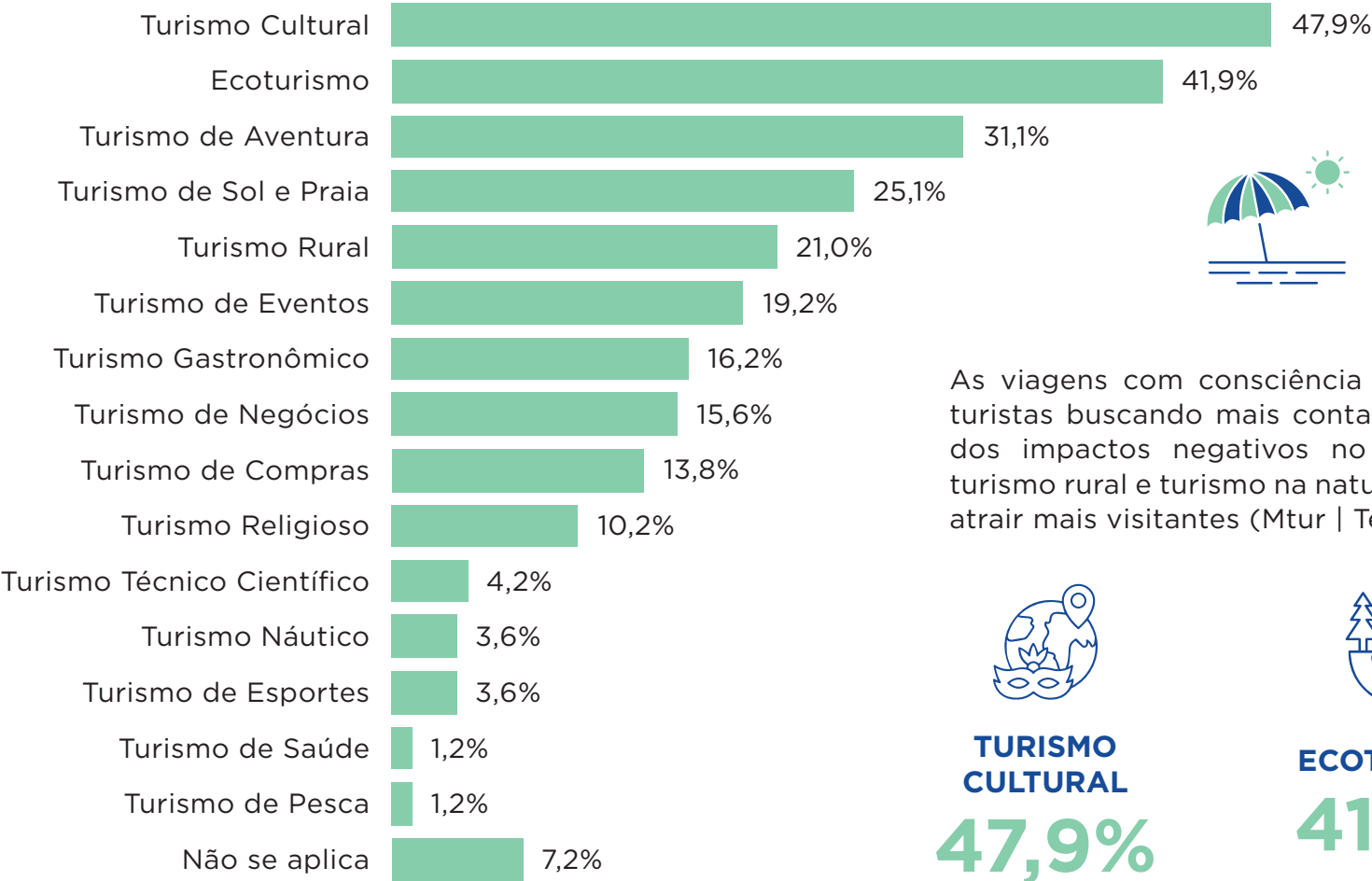
Entre os tipos de atividades comercializadas, o City Tour (10,4%) é o mais citado pelos respondentes.

The background features several overlapping geometric shapes in dark blue and light green. At the top left, a large dark blue shape extends towards the center. To its right, a smaller dark blue rectangle is positioned. Below these, a light green shape runs horizontally. On the left side, a light green shape extends vertically. At the bottom, a dark blue horizontal bar spans across the width, with a light green shape underneath it on the left and another light green shape on the right.

# **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%

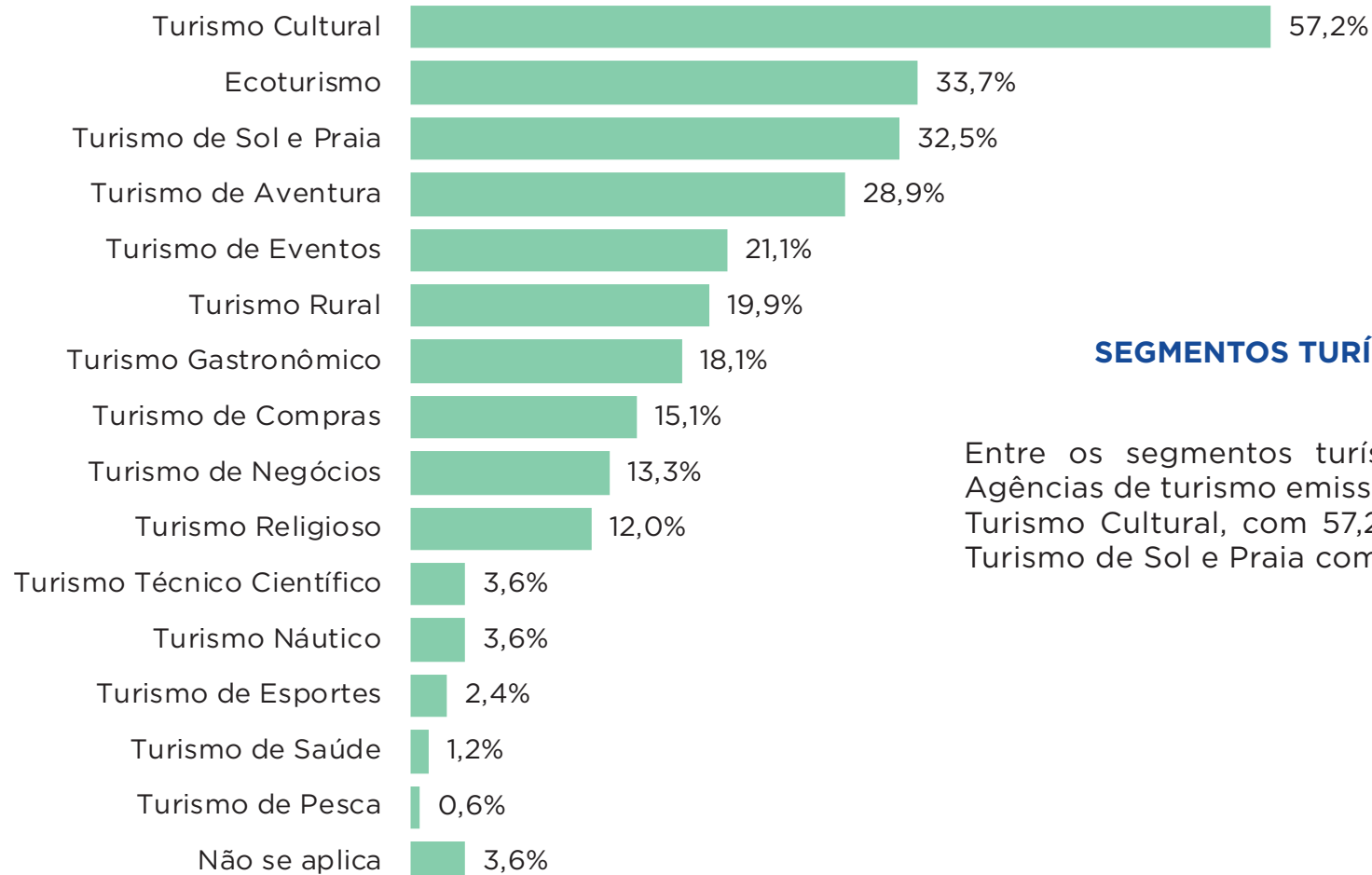


POUCA DIFERENCIAÇÃO E INOVAÇÃO EM PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

27,4%

# AGÊNCIAS DE TURISMO EMISSIVO

## SEGMENTOS TURÍSTICOS MAIS OFERTADOS

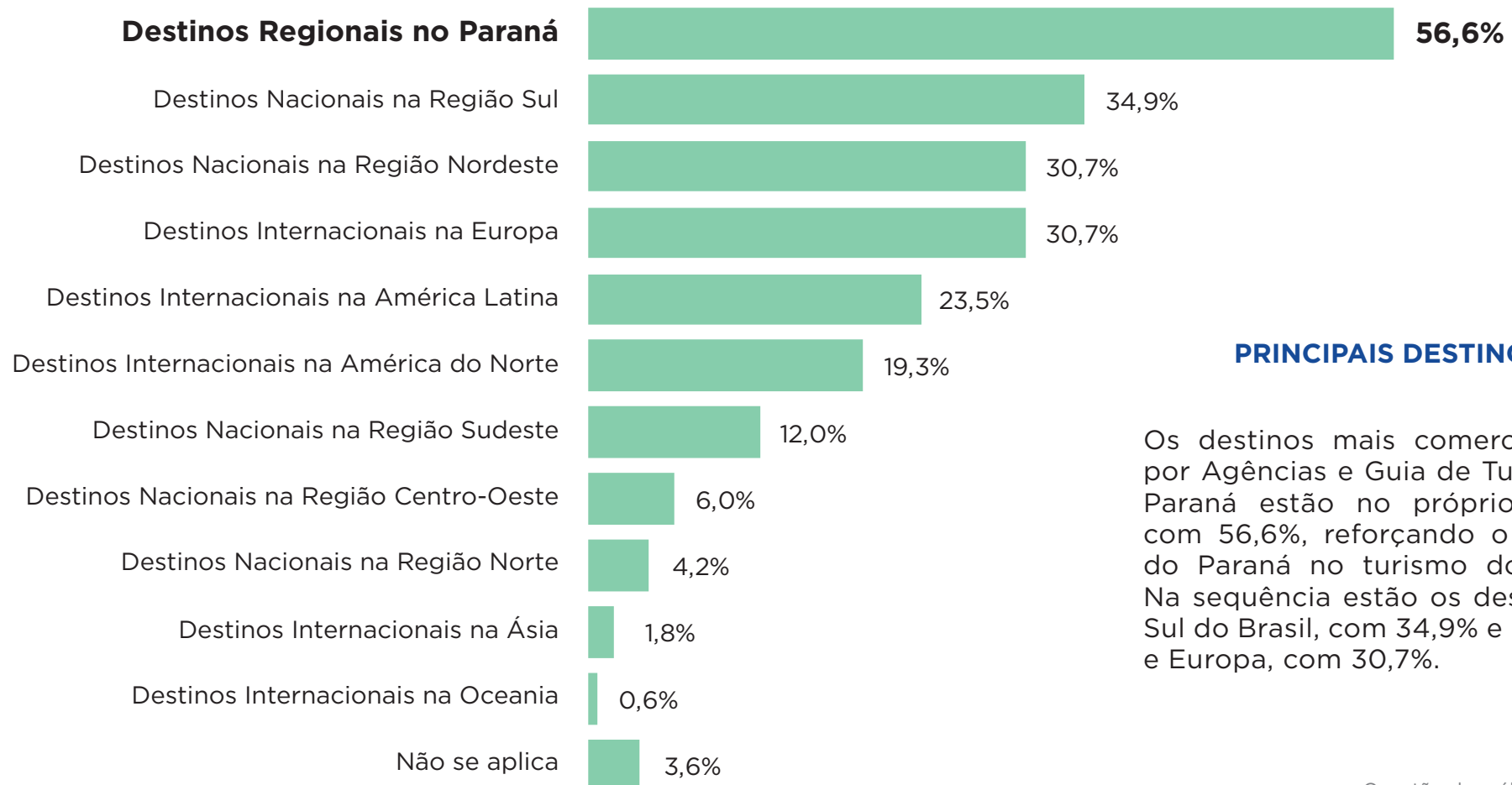


## SEGMENTOS TURÍSTICOS OFERTADOS

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

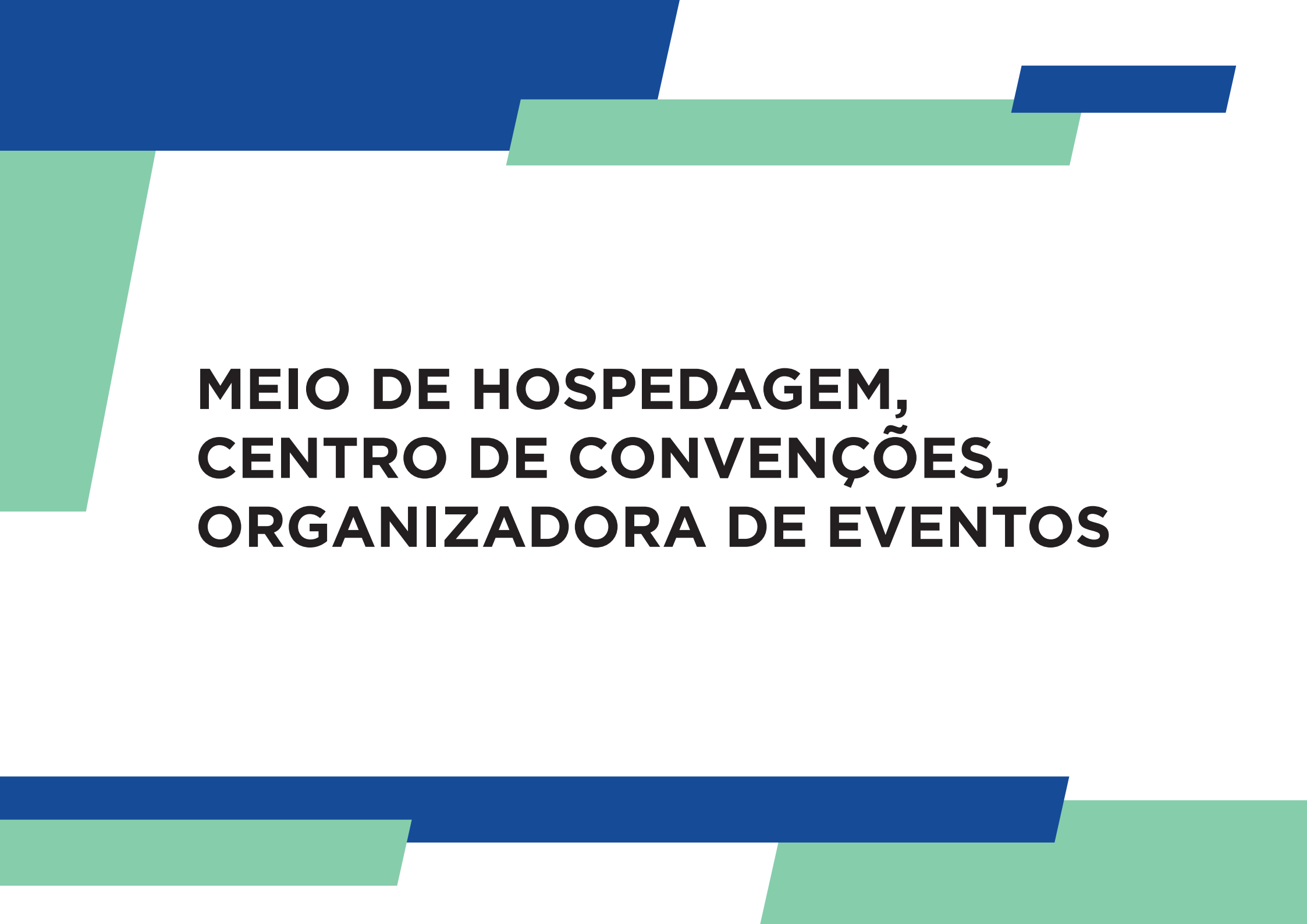
## PRINCIPAIS DESTINOS COMERCIALIZADOS



## 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%.

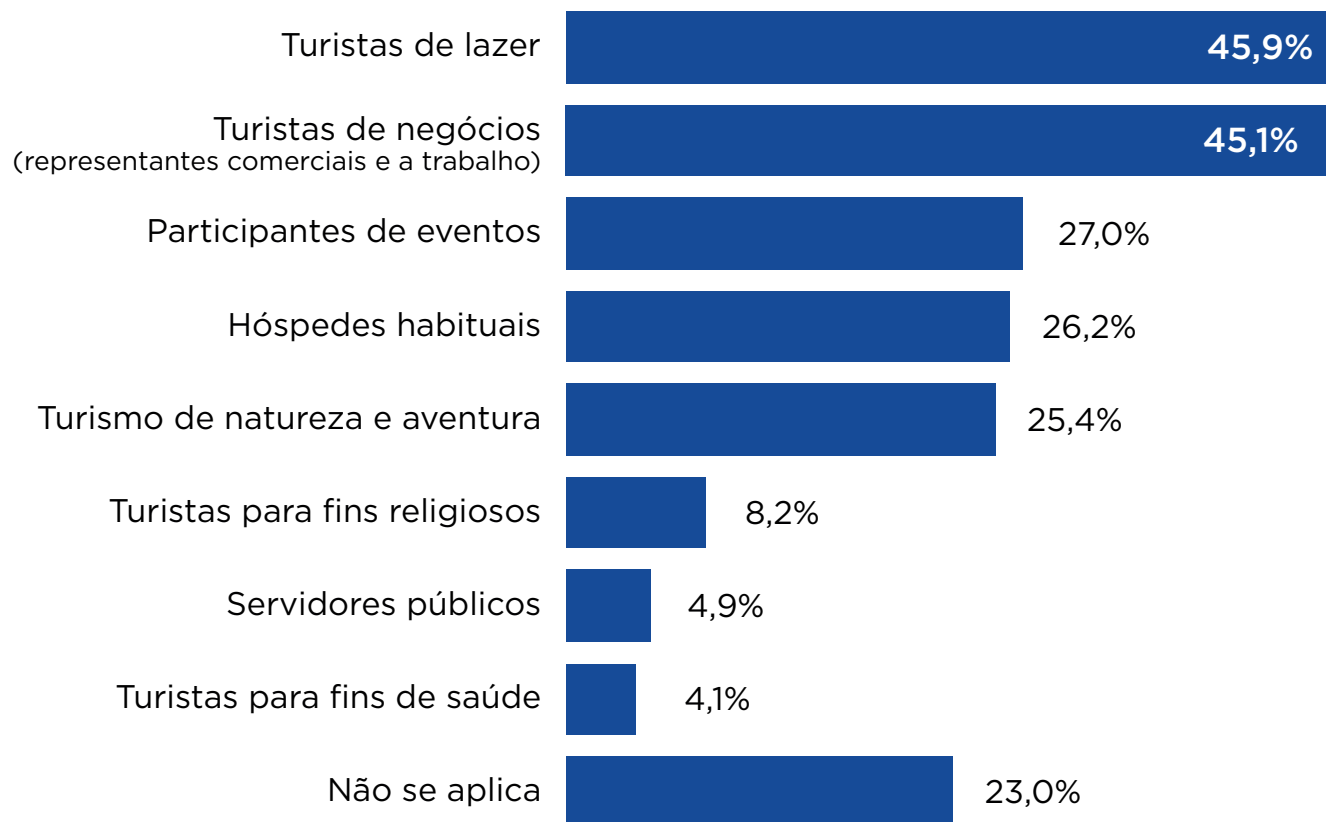
Questão de múltipla escolha

The image features a white background with several overlapping geometric shapes in dark blue and light green. These shapes are primarily located at the top and bottom of the frame, creating a modern, abstract border. The central text is in a bold, black, sans-serif font.

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

# MEIO DE HOSPEDAGEM

## PERFIL DE HÓSPEDE



## PERFIL DO HÓSPEDE



TURISTA DE LAZER

45,9%



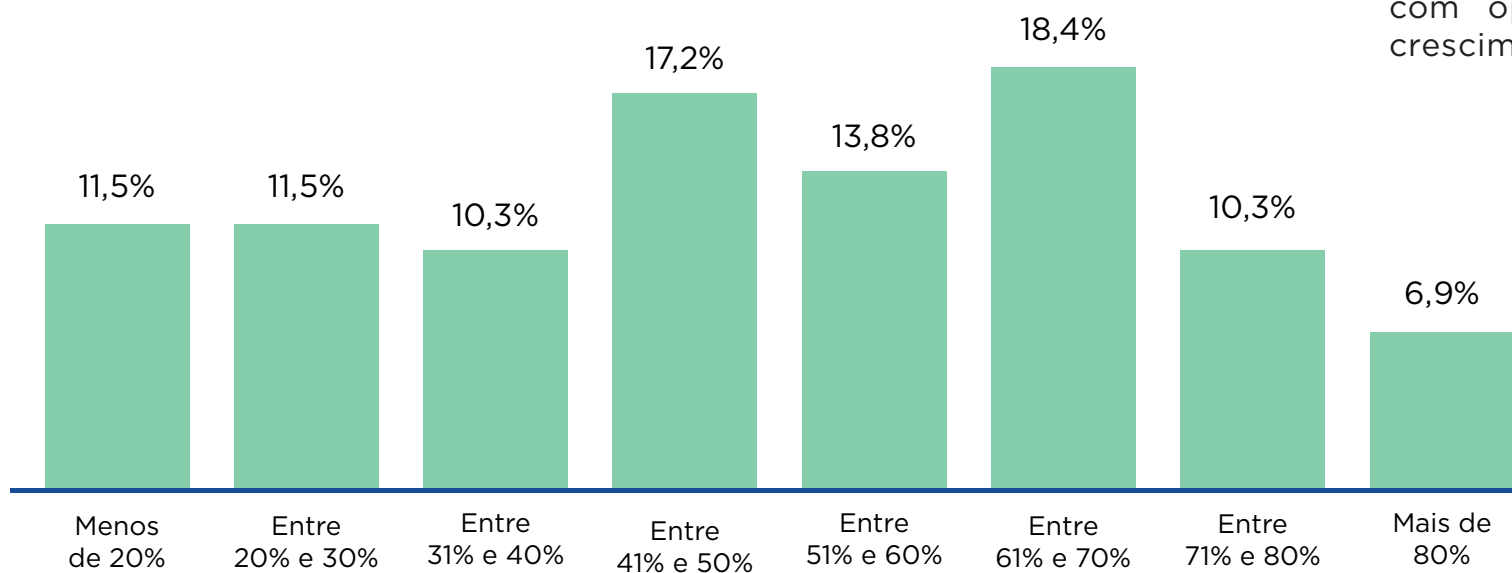
TURISTA DE NEGÓCIOS

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



# **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



# **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](mailto:inteligencia@turismo.pr.gov.br)

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



# 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

