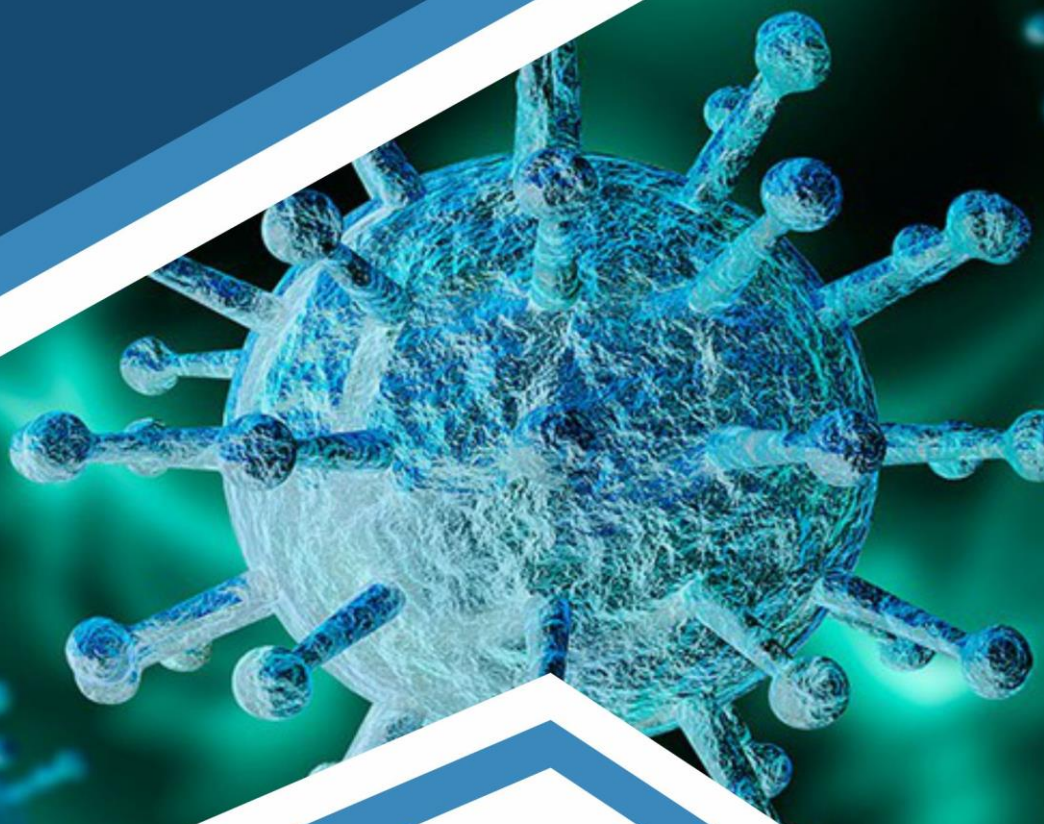


# IMPACTO DA COVID-19 NO SETOR TURÍSTICO DE MATO GROSSO DO SUL

Meios de Hospedagem, Agências de Viagem, Atrativos Turísticos, Eventos, Guias de Turismo, Locadoras de Veículos, Transportadoras Turísticas, Restaurantes e similares.



Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul  
[www.observatorioturismo.ms.gov.br](http://www.observatorioturismo.ms.gov.br)

FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL  
Avenida Afonso Pena, 7000 • Parque das Nações Indígenas • Portal Guarani  
(67) 3318-7600 • CEP: 79031-010

## METODOLOGIA

O Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul, em parceria com a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo, desenvolveu a Pesquisa de Sondagem Empresarial, com o objetivo de levantar os impactos da pandemia de coronavírus, causador da doença Covid-19, no setor de Turismo. Os resultados servirão para nortear ações e políticas da Fundação de Turismo de MS (Fundtur-MS), balizando as tomadas de decisão e políticas públicas.

O universo da pesquisa foi composto principalmente pelos dados do CADASTUR, somados aos associados da ABRASEL-MS, ABIH-MS, ABAV-MS, Bonito Convention & Visitors Bureau, e com apoio para divulgação: Instâncias de Governança Regionais-IGR's e Órgãos Oficiais de Turismo, realizada pelo método on-line, no período de 08 a 27 de abril de 2020, obtendo-se uma amostra total de 402 respostas, para um erro de 5% e uma confiabilidade de 95%, conforme tabela 1 abaixo:

**TABELA 1 – Amostra da pesquisa por segmento**

Segmentos	Quantitativo
Agências/Operadoras	79
Cafeteria/Bares/Lanchonetes	20
Consultoria	14
Empreendimento de Apoio à Pesca Desportiva	10
Empreendimento de Apoio ao Turismo Náutico	2
Empreendimento de entretenimento e lazer (Atrativo/Parque)	21
Eventos	21
Guias de Turismo	33
Locadora de Veículos	6
Meios de Hospedagem	108
Outros	16
Restaurantes	43
Tecnologia da Informação e Comunicação em Turismo (TICs)	4
Transportadora Turística	25

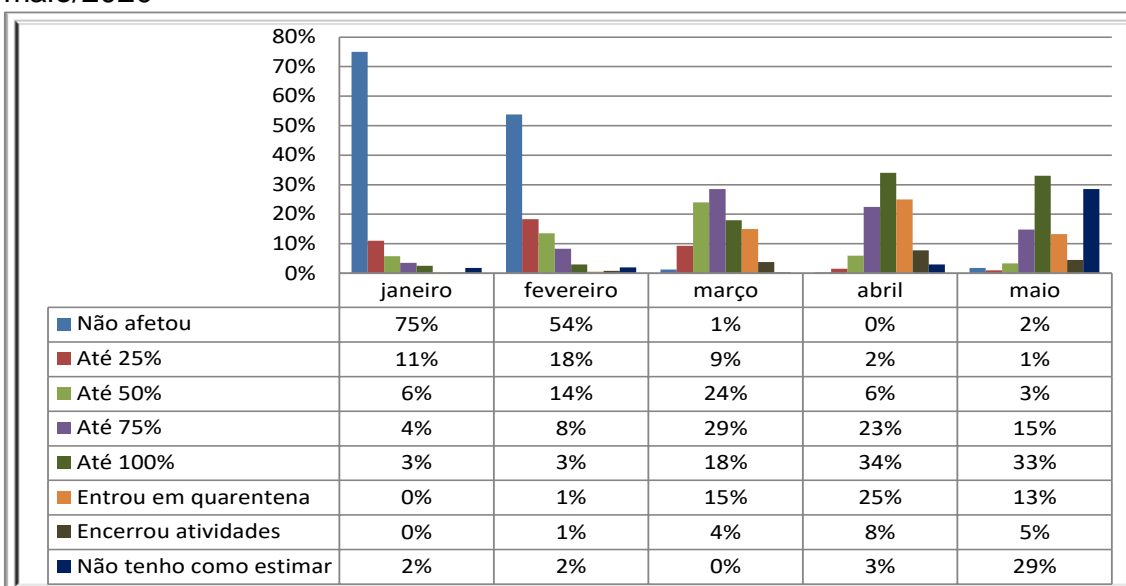
Elaboração: ObservaturMS, 2020.

## 1. ANÁLISE GERAL DOS IMPACTOS DA COVID-19 NA RECEITA BRUTA E NO QUADRO DE COLABORADORES DA EMPRESA

A COVID-19, desde dezembro de 2019 (ou janeiro/2020), gradualmente tem afetado a economia do turismo. Com os dados analisados no decorrer do relatório, foi possível identificar que no setor turístico os impactos da COVID-19 afetaram fortemente os negócios locais.

Ao analisar o percentual de impacto gerado no faturamento das empresas respondentes no primeiro trimestre e qual impacto projetam para os meses de abril e maio, nota-se que em janeiro e fevereiro houve pouco impacto, conforme gráfico 1.

**GRÁFICO 1** - % de impacto gerado no faturamento das empresas de janeiro a maio/2020



FONTE: ObservaturMS, 2020

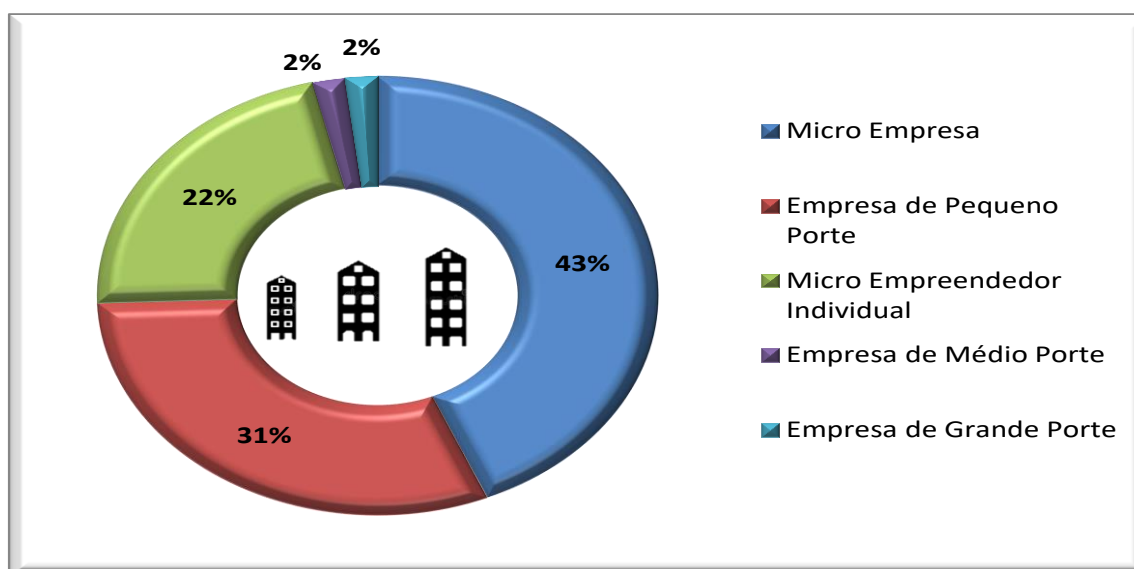
Contudo em março a receita bruta foi 75% menor para a maioria das empresas (29%), como se percebe no gráfico 1 acima, apontando efeitos diretos oriundos das medidas adotadas para enfrentamento a pandemia no mês de março como fechamento de fronteiras, redução na malha aérea e rodoviária, entre outras ações.

Já para o mês de abril a maioria aponta perda de até 100% no faturamento (34%), seguido das empresas que entraram em quarentena (25%).

O mês de maio segue com perda de faturamento em até 100% (33%), mas também permeado de muita incerteza por parte dos pesquisados, que sinalizaram não ter como estimar (29%).

Nesse sentido, analisando por porte a quantidade de empresas que perderam mais de 50% de suas receitas no mês de março, vemos que 43% das MEs<sup>1</sup> registraram essa perda, 31% são formadas por EPPs<sup>2</sup> e 22% são MEIs<sup>3</sup>. O gráfico 2 mostra que quanto menor o porte, maior foi a quantidade de empresas afetadas pela crise em termos de impacto nas receitas brutas.

**GRÁFICO 2** - % perdas faturamento x porte das empresas participantes da pesquisa



FONTE: ObservaturMS, 2020.

Diante desse cenário, a adoção de medidas mitigadoras de ajustes para contornar os impactos foram tomadas pelas empresas, entre as opções as mais apontadas estão as medidas com os colaboradores, o adiamento de investimentos e novos projetos e ainda as remarcações/adiamento de serviços, conforme observa-se na tabela 2.

<sup>1</sup> ME: Microempresa.

<sup>2</sup> EPP: Empresa de Pequeno Porte.

<sup>3</sup> MEI: Microempreendedor Individual.

**TABELA 2** – Medidas de mitigação apontadas pelos respondentes até março de 2020

Medidas mitigação até mar/2020	Share
Medidas com o quadro de funcionários (férias, licenças, banco de horas, demissão)	22,4%
Adiamento de investimentos e novos projetos	17,7%
Remarcações/Adiamento de serviços	17,2%
Financiamento e/ou empréstimo bancário	10,8%
Descontos e/ou promoções	9,5%
Redução/isenção de multas	6,6%
Serviços on-line	5,8%
Parcerias com outros estabelecimentos e/ou fornecedores	5,6%
Tele-entrega	3,4%
Comercialização por meio de vouchers	1,1%

FONTE: ObservaturMS, 2020

Entretanto a partir de abril de 2020, a busca por financiamento e/ou empréstimo bancário foi a opção mais indicada pelos pesquisados, seguida por medidas com o quadro de funcionários e adiamento de investimentos e novos projetos (tabela 3).

**TABELA 3** – Medidas de mitigação a partir de abril de 2020 adotadas pelos pesquisados

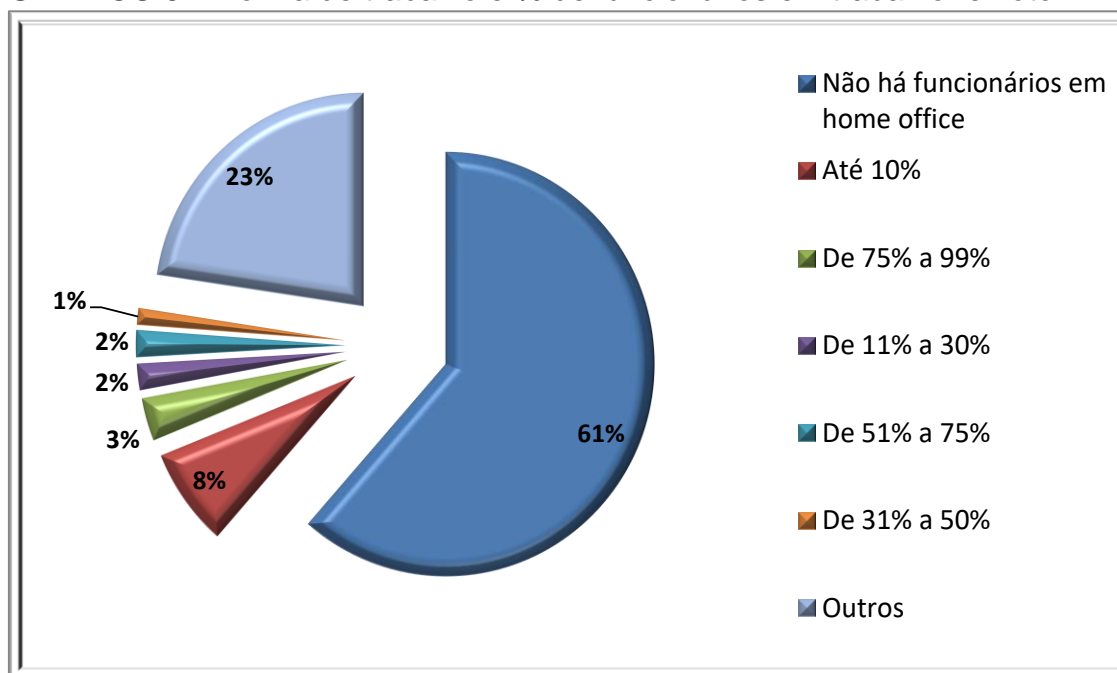
Medidas mitigação a partir de abril/2020	Share
Financiamento e/ou empréstimo bancário	17,8%
Medidas com o quadro de funcionários (férias, licenças, banco de horas, demissão)	15,7%
Adiamento de investimentos e novos projetos	14,9%
Descontos e/ou promoções	12,8%
Parcerias com outros estabelecimentos e/ou fornecedores	10,7%
Remarcações/Adiamento de serviços	10,5%
Redução/isenção de multas	6,8%
Serviços on-line	5,6%
Tele-entrega	2,6%
Comercialização por meio de vouchers	2,5%

FONTE: ObservaturMS, 2020

As medidas com quadro de funcionários foi uma opção latente entre as medidas mitigadoras no período analisado, tanto para o mês de março, quanto ao mês subsequente. Assim sendo, no que tange a forma de trabalho a maioria

das empresas informou não haver funcionários em trabalho remoto (61%), conforme gráfico 3, uma vez que apontam dificuldades em trabalhar nesse formato com os colaboradores em função da especificidade do segmento.

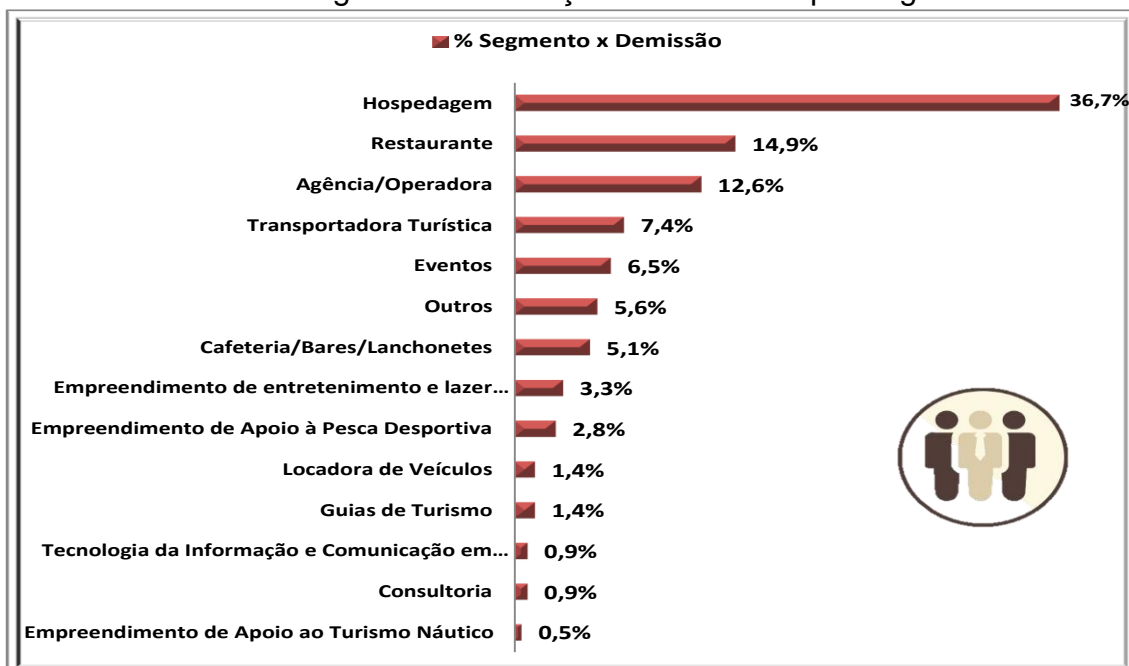
**GRÁFICO 3 – Forma de trabalho e % de funcionários em trabalho remoto**



FONTE: ObservaturMS, 2020.

As quedas na arrecadação somadas às dificuldades de trabalhos remotos e/ou outras medidas com o quadro de colaboradores, refletiram diretamente na quantidade de demissões, uma vez que 53,5% dos entrevistados sinalizaram ter demitido ou intenção em demitir. A média de demissões foi de 8 por estabelecimento. O segmento que mais registrou demissões no período da crise e/ou intenção de desligamento dos colaboradores foi o de Hospedagem com 36,7% (entre registrados e terceirizados). Em seguida, aparecem os Restaurantes (14,9%) e Agências/Operadoras (12,6%) e as Transportadora Turísticas (7,4%), conforme se observa no gráfico 4.

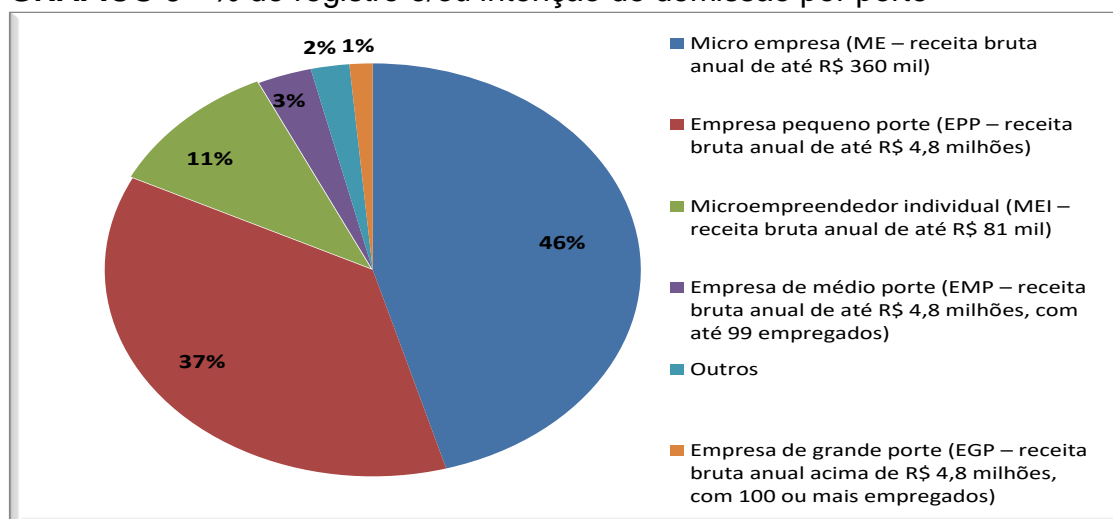
**GRÁFICO 4 – % de registro e/ou intenção de demissão por segmento**



FONTE: ObservaturMS,2020

Excetuando os Microempreendedores Individuais – que podem contar com no máximo um funcionário - as empresas que mais adotaram ou estimam demitir como forma de enfrentar a crise foram as Microempresas e as Empresas de Pequeno Porte. Cerca de 46% das Microempresas e 37% das Empresas de Pequeno Porte realizaram ou estimam algum tipo de demissão, conforme gráfico 9.

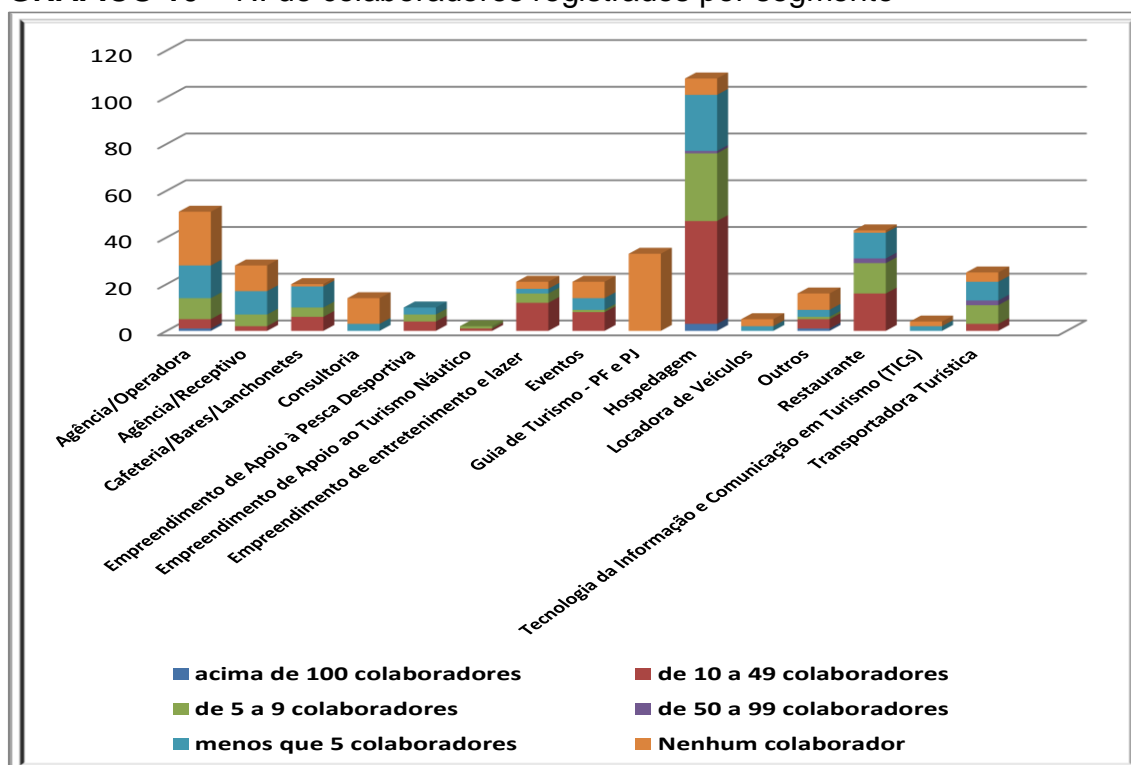
**GRÁFICO 9 - % de registro e/ou intenção de demissão por porte**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Para uma visão mais holística considerando as medidas adotadas em relação ao quadro de funcionários, analisou-se ainda o número de funcionários por segmento (registrados e terceirizados e/ou outra forma de contratação). O setor de hospedagem e restaurantes foram os que mais se destacaram no quesito número de colaboradores registrados (gráfico 10). Segundo os dados da RAIS de 2018, os dois setores juntos empregaram 14.249 pessoas, sendo 5.126 (meios de hospedagem) e 9.123 (restaurantes e similares) em Mato Grosso do Sul.

**GRÁFICO 10 – N. de colaboradores registrados por segmento**

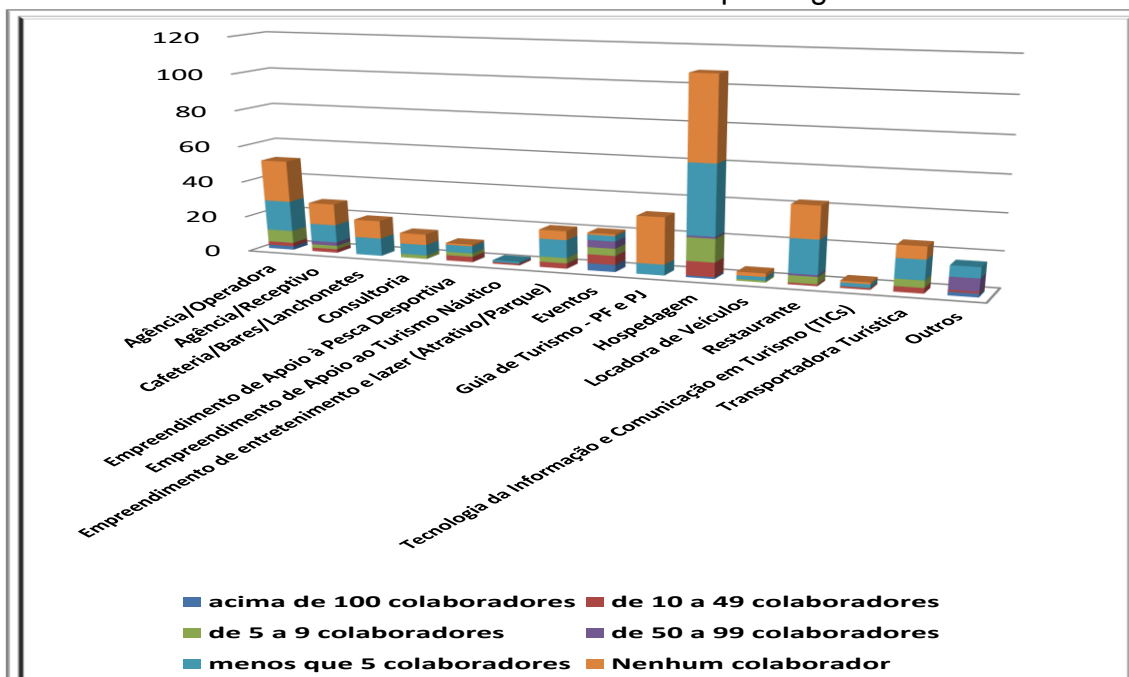


FONTE: ObservaturMS, 2020

No que tange ao número de colaboradores terceirizados e/ou outra forma de contratação, os meios de hospedagem e restaurantes foram os que apresentaram menor participação nessa modalidade de contratação. O setor com maior destaque é o de eventos, em virtude da particularidade do setor e a necessidade de terceirização de diversos serviços (gráfico 11).



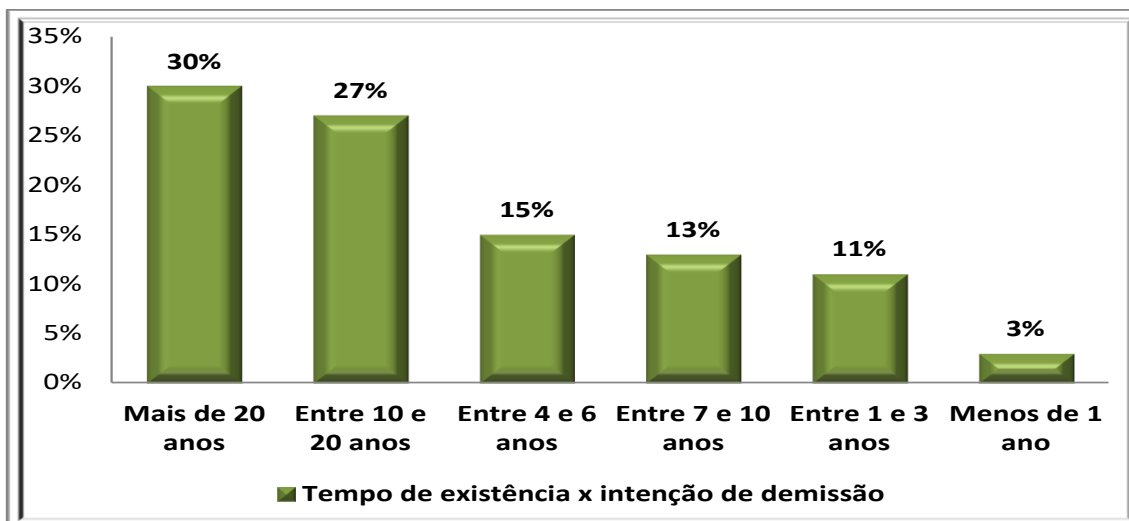
**GRÁFICO 11 – N. de colaboradores terceirizados por segmento**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Ao analisarmos o tempo de existência das empresas com a adoção de medidas de demissão, nota-se que as empresas mais tradicionais “mais de 20 anos” e “entre 10 e 20 anos” no mercado, apontam uma maior tendência em demitir ou já ter adotado essa medida (gráfico 12).

**GRÁFICO 12 – Tempo de existência da empresa x registro e/ou intenção de demissão**



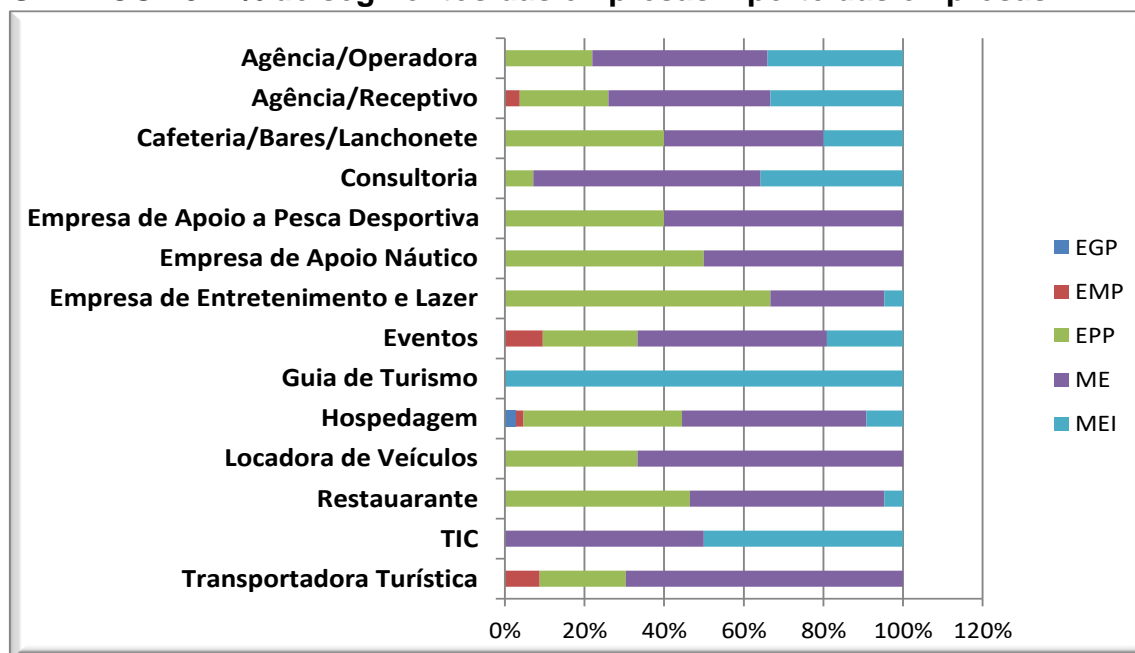
FONTE: ObservaturMS, 2020

## 2. PORTE DAS EMPRESAS POR SETOR DO TURISMO

De acordo com a pesquisa, analisando de forma proporcional – ou seja, verificando o percentual de empresas de determinado porte em relação ao total de empresas de cada setor – a maioria dos Microempreendedores Individuais atuam como Guias de Turismo. Já a maioria das Microempresas são Agências/Operadoras (43,1%), Agência/Receptivo (39,3%), Consultoria (57,1%), Empreendimentos de apoio à Pesca Desportiva (60%), Eventos (45,5%), Hospedagem (45,9%), Locadora de Veículos (66,7%), Restaurante (48,8%) e Transportadora Turística (69,6%).

As cafeterias/bares/lançonetes e Empreendimentos de apoio ao Turismo Náutico empataram no porte apontando 50% Microempresas e 50% Empresas de Pequeno Porte. Já os Empreendimentos de entretenimento e Lazer (Atrativo/Parque) se caracterizam por Empresas de Pequeno Porte em sua maioria (66,7%). As empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação em Turismo (TICs) participantes da pesquisa são 50% Microempresas e 50%Microempreendedores Individuais (gráfico 13).

**GRÁFICO 13 – % de segmentos das empresas x porte das empresas**

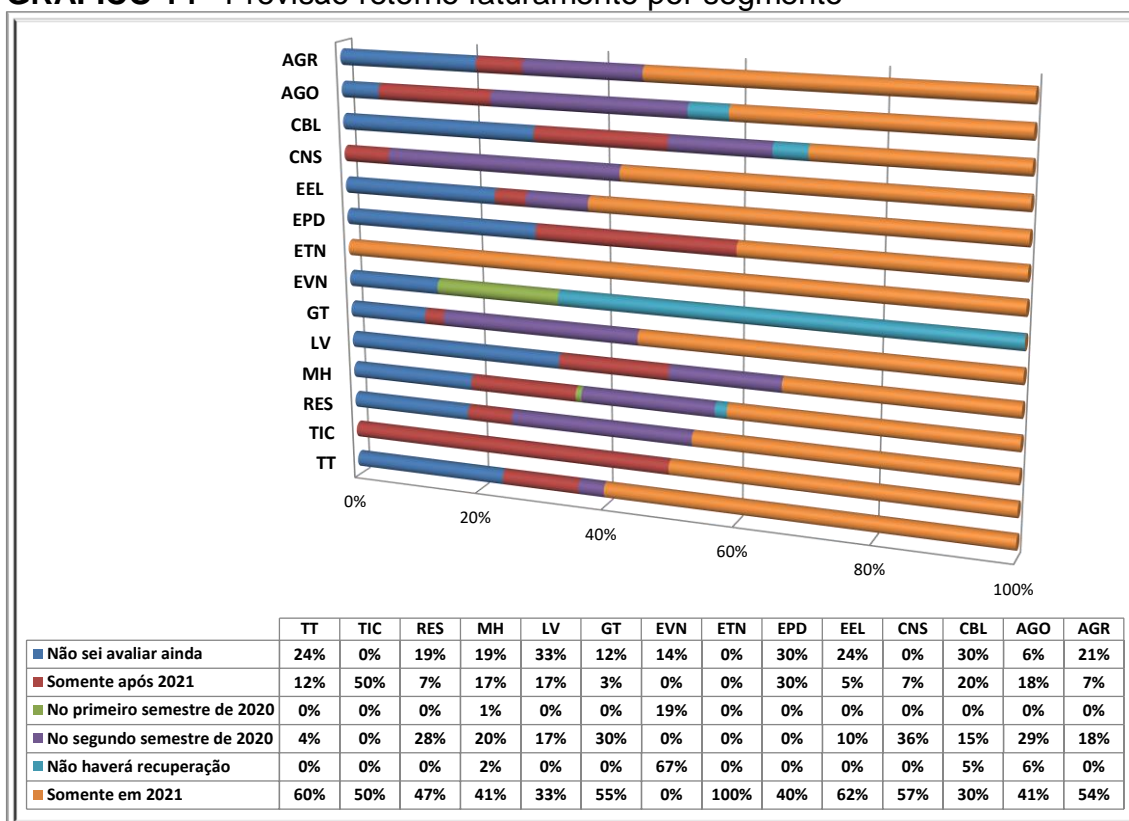


FONTE: ObservaturMS, 2020

## 3. PERCEPÇÃO QUANTO À RECUPERAÇÃO DOS NEGÓCIOS

Quanto à percepção das empresas participantes da pesquisa, em relação à recuperação dos negócios sofreu variação de acordo com os segmentos e o porte das empresas. Após análise, pode-se dizer que a maioria das empresas acredita que a recuperação virá somente em 2021. Entretanto o setor de eventos se mostrou mais pessimista, uma vez que 67% dos entrevistados acreditam que não haverá recuperação dos negócios, como se observa no gráfico 14.

**GRÁFICO 14**– Previsão retorno faturamento por segmento<sup>4</sup>



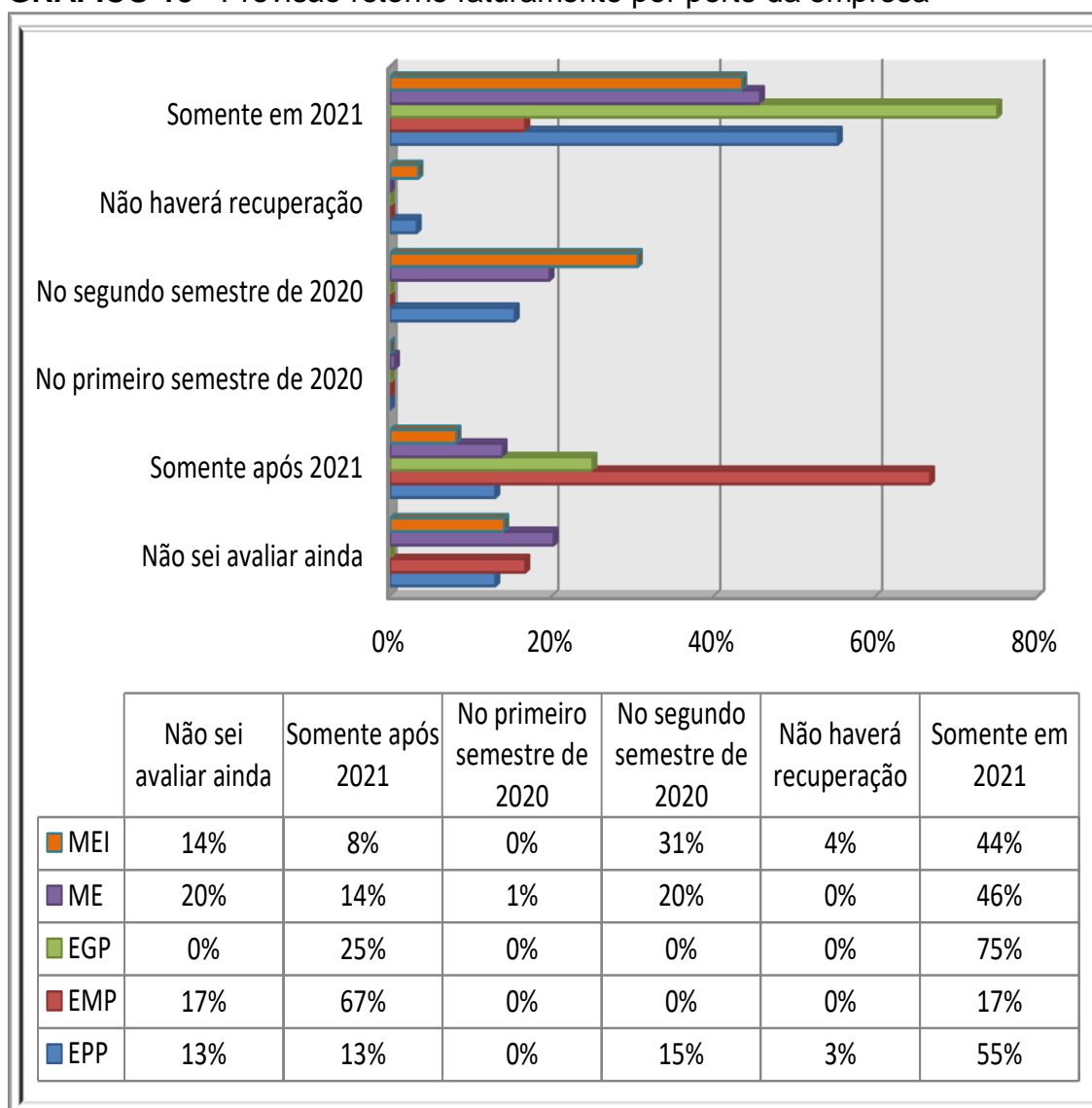
FONTE: ObservaturMS, 2020

<sup>4</sup> Agência/Operadora (AGO), Agência/Receptivo (AGR), Cafeteria/Bares/Lanchonetes (CBL), Consultoria (CNS), Empreendimento de Apoio à Pesca Desportiva (EPD), Empreendimento de Apoio ao Turismo Náutico (ETN), Empreendimento de Entretenimento e Lazer (Atrativo/Parque) (EEL), Eventos (EV), Guia de Turismo - PF E PJ (GT), Hospedagem (MH), Locadora de Veículos (LV), Restaurante (RES), Tecnologia da Informação e Comunicação em Turismo (TIC) e Transportadora Turística (TT).

As empresas de médio porte foram as que indicaram em sua maioria que a recuperação virá somente após 2021 (gráfico 15). De acordo com o gráfico 13, tais empresas correspondem na pesquisa aos setores de Agência/Receptivo, Eventos, Transportadora Turística e uma pequena parcela da Hospedagem.

Destaca-se ainda o otimismo por parte dos MEIs, no que tange a recuperação dos negócios ainda no segundo semestre de 2020. Ressalta-se que este segmento tem sua maior representatividade nessa pesquisa pelos Guias de Turismo.

**GRÁFICO 15**– Previsão retorno faturamento por porte da empresa

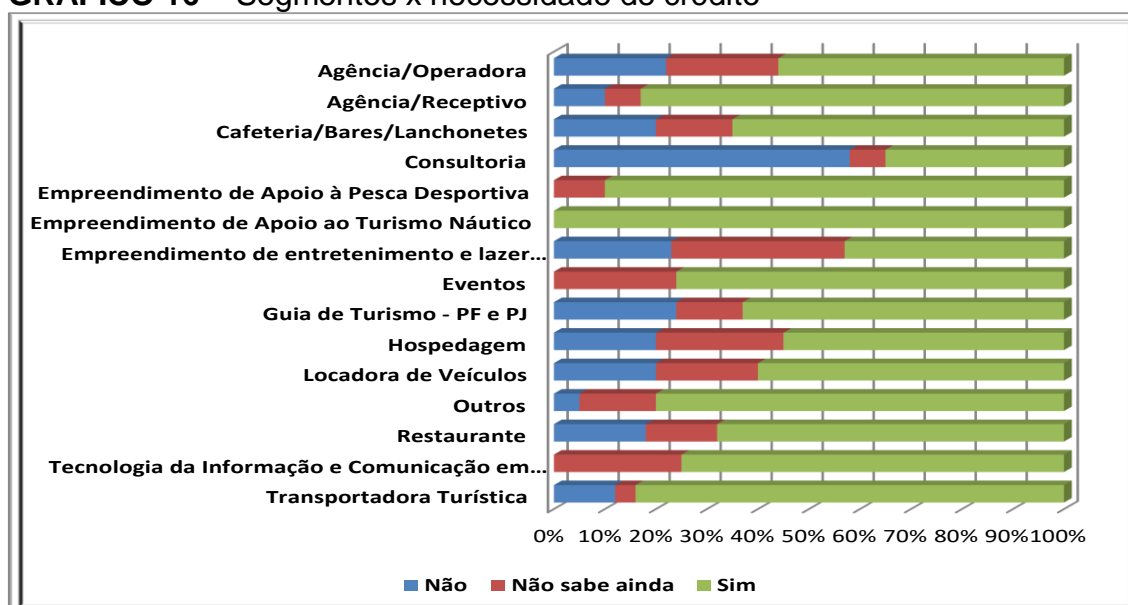


FONTE: ObservaturMS, 2020

## 4. NECESSIDADE DE CRÉDITO E CAPITAL DE GIRO POR SETOR DO TURISMO

Ao analisarmos os segmentos por necessidade de crédito, nota-se que a maioria das empresas necessita, com exceção do segmento de consultoria que em sua maioria ainda não necessita, conforme gráfico 16 abaixo. Estima-se que o segmento de consultoria deve receber diversas demandas em virtude das estratégias necessárias para retomada das atividades turísticas, o que justifica o resultado encontrado na pesquisa.

**GRÁFICO 16 – Segmentos x necessidade de crédito**

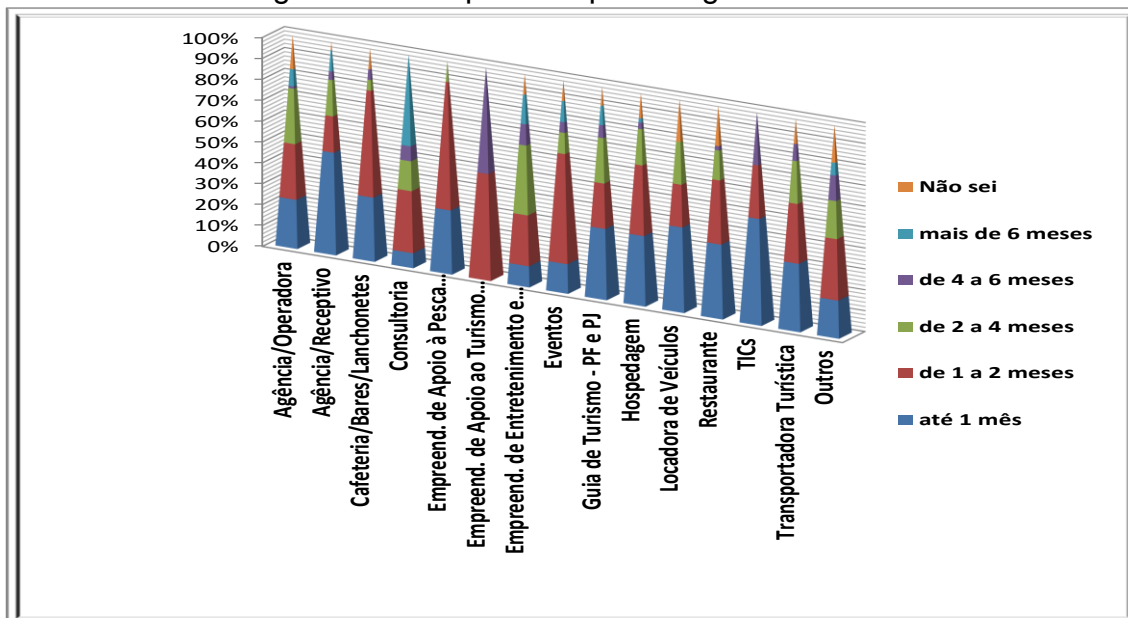


FONTE: ObservaturMS, 2020

Para uma melhor compreensão do cenário, analisou-se quanto tempo à empresa consegue sustentar o negócio com o capital existente, em que o cruzamento dos dados das empresas por segmento versus o tempo de capital de giro visou inferir a vulnerabilidade por setor. O que se observa no gráfico 17 é que há um predomínio de prazo para sustentação do negócio de 1 a 2 meses de capital. O que corrobora com os resultados apresentados referentes às medidas de mitigação a partir de abril/2020, em que se sobressaiu a solicitação de financiamento e/ou empréstimo bancário. O setor mais vulnerável foi o de Agência/Receptivo com maior percentual indicando para um capital de giro de

até um mês para manter sua empresa. E o menos vulnerável foi o setor de Consultoria, o que vem de encontro com a necessidade de crédito apresentada no gráfico 16.

**GRÁFICO 17 – Segmento x tempo de capital de giro**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Os participantes da pesquisa apresentaram diversas preocupações no campo destinado a observações, a maior parte delas relacionadas à necessidade de crédito e a logística necessária para manter seus negócios e colaboradores, de modo a se organizarem para uma futura retomada, as quais foram agrupadas na figura 1 abaixo:

**FIGURA 1 – Nuvem de palavras preocupações respondentes**

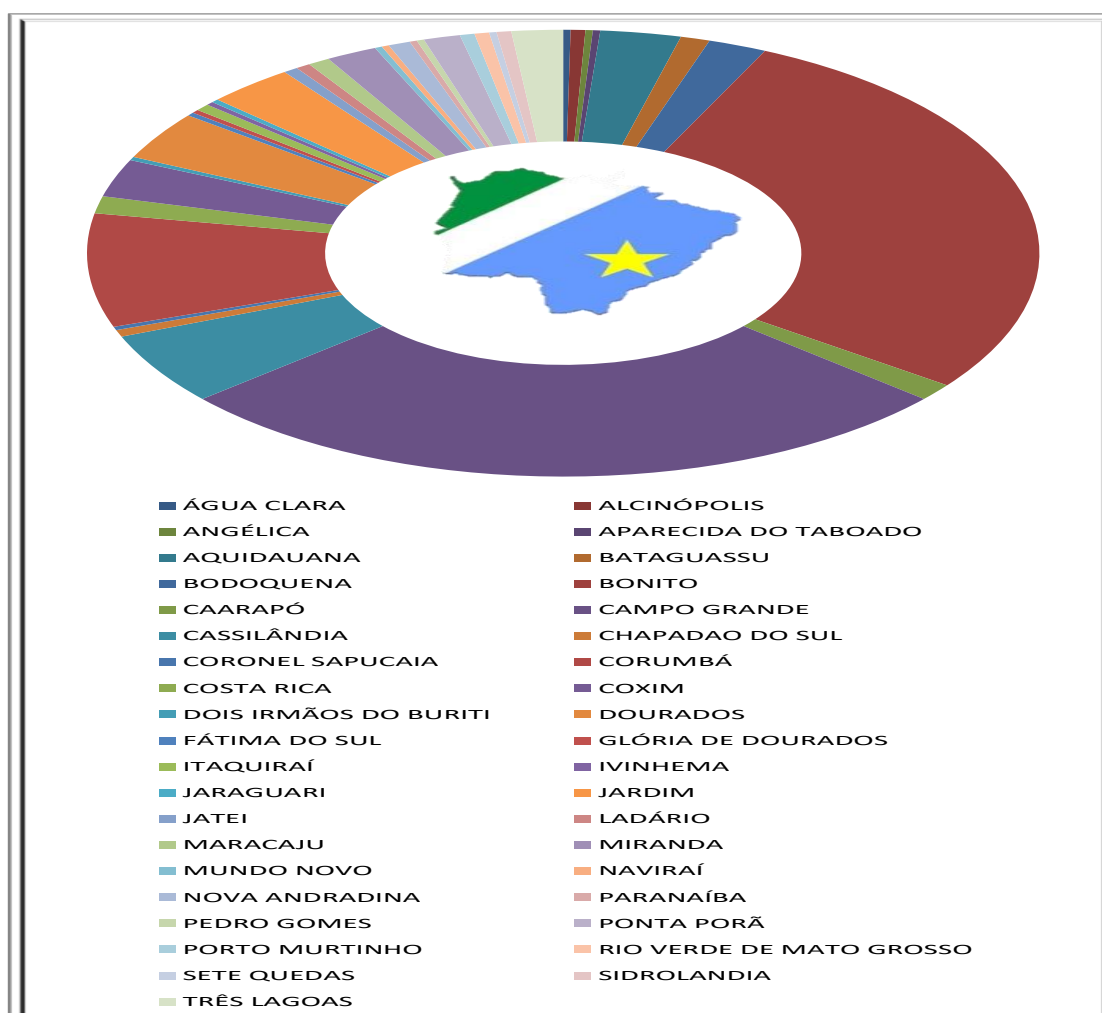


FONTE: ObservaturMS, 2020

## 5. PESQUISA SONDAAGEM EMPRESARIAL DOS IMPACTOS DA COVID-19 NO SETOR DO TURISMO – DADOS COMPLETOS

A pesquisa compreende dados de 39 municípios sul-mato-grossenses, com destaque para Bonito (28,1%); Campo Grande (27,4%); Corumbá (8,2%); Cassilândia (5,2%) e Dourados (3,2%). As oito regiões turísticas tiveram municípios participantes na pesquisa, sendo que as regiões Bonito-Serra da Bodoquena, Caminho dos Ipês e Pantanal tiveram maior destaque em número de respondentes, conforme gráfico 18 abaixo:

**GRÁFICO 18 – Municípios de MS participantes da pesquisa**

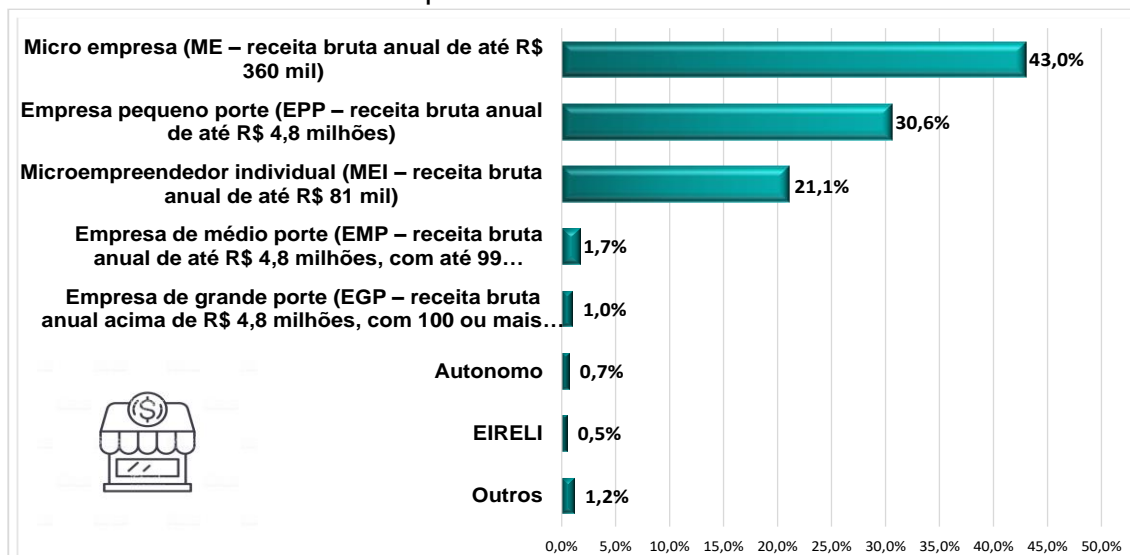


FONTE: ObservaturMS, 2020

As Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e os Microempreendedores Individuais representaram mais de 90% da amostra (gráfico 19). As empresas de Meios de Hospedagem foram as mais

numerosas, junto com outras áreas tradicionais como as agências/operadoras, restaurantes e transportes.

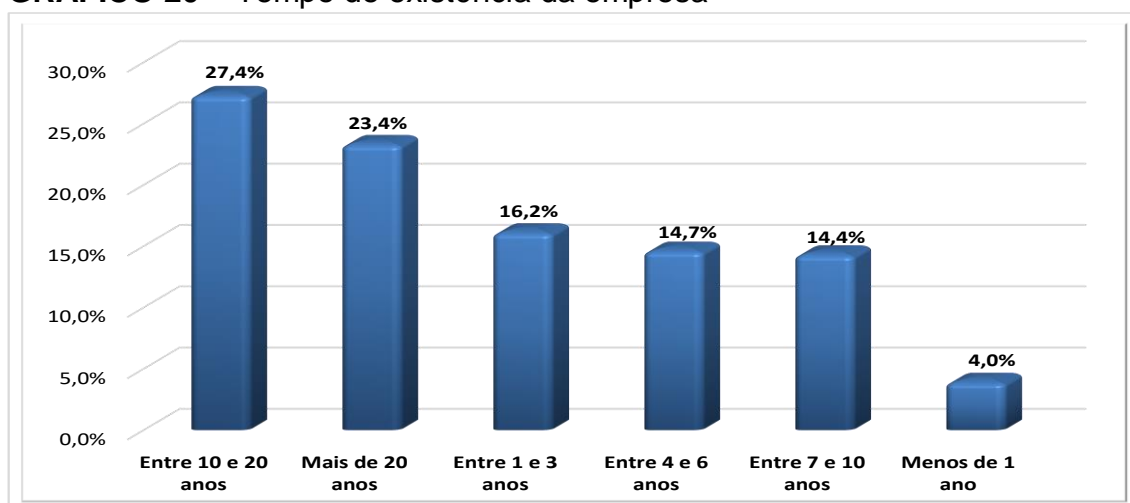
**GRÁFICO 19 – Porte das empresas**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Houve um predomínio de tempo de existência dessas empresas “Entre 10 e 20 anos” e “mais de 20 anos”, 50,8% da amostra foi composta por empresas com mais tempo de mercado (gráfico 20). Contudo houve um equilíbrio pois praticamente metade das empresas são mais tradicionais e a outra parte composta pelas mais novas, fator importante para a análise.

**GRÁFICO 20 – Tempo de existência da empresa**

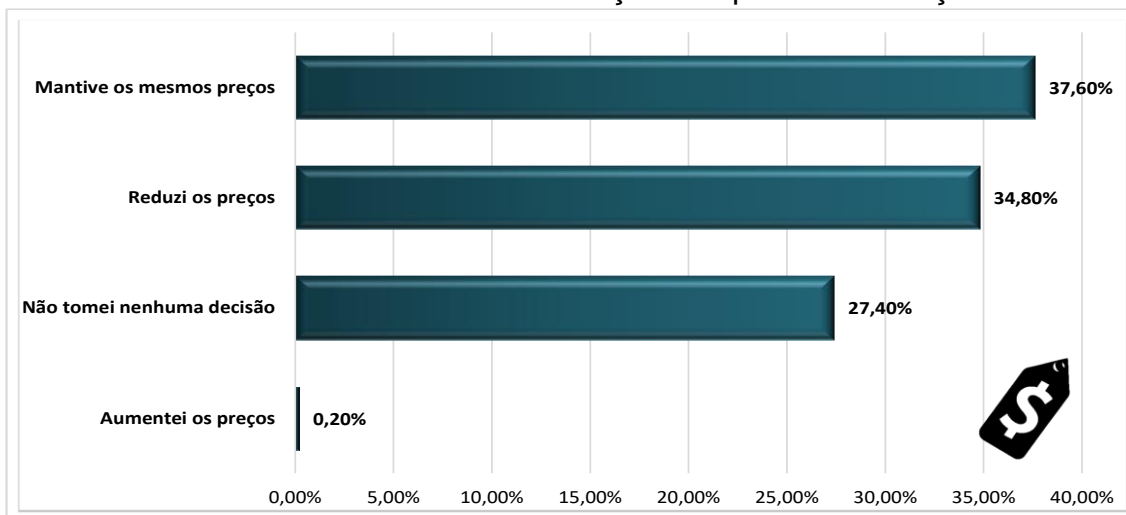


FONTE: ObservaturMS, 2020



No que tange as medidas adotadas em relação aos produtos/serviços, mais de 1/3 dos pesquisados indicaram ter mantido os preços ou reduzido (gráfico 21), demonstrando um posicionamento para tentar conter os impactos iniciais gerados pela pandemia.

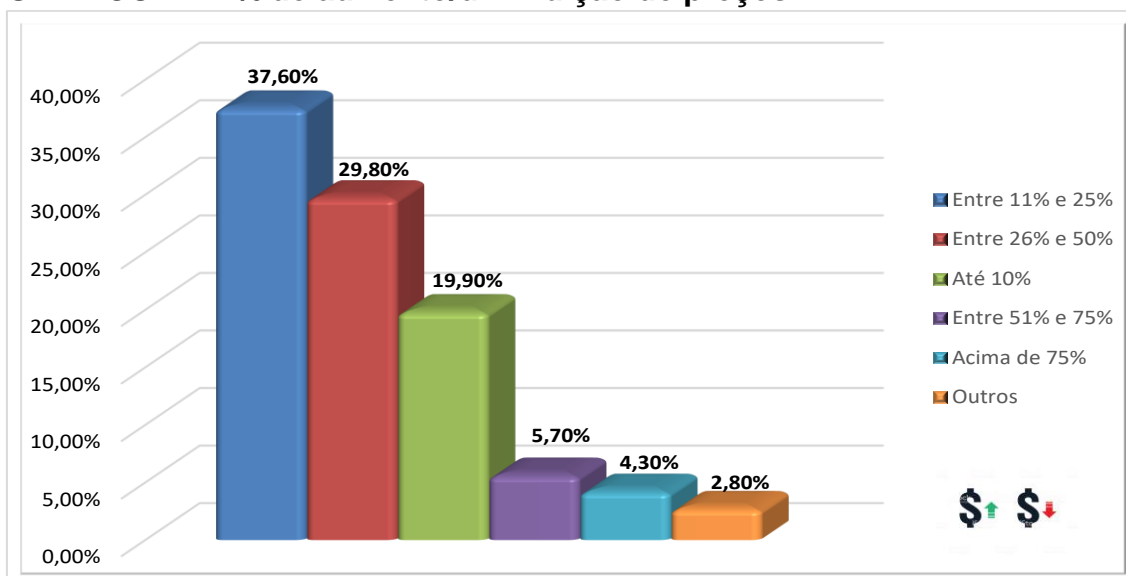
**GRÁFICO 21 – Medidas adotadas em relação aos produtos/serviços**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Nesse sentido o percentual de aumento ou diminuição de preços foi em sua maioria entre 11% e 25% (gráfico 22). Entretanto, percebe-se que 67,4% da amostra teve entre 11% e 50% de redução/aumento.

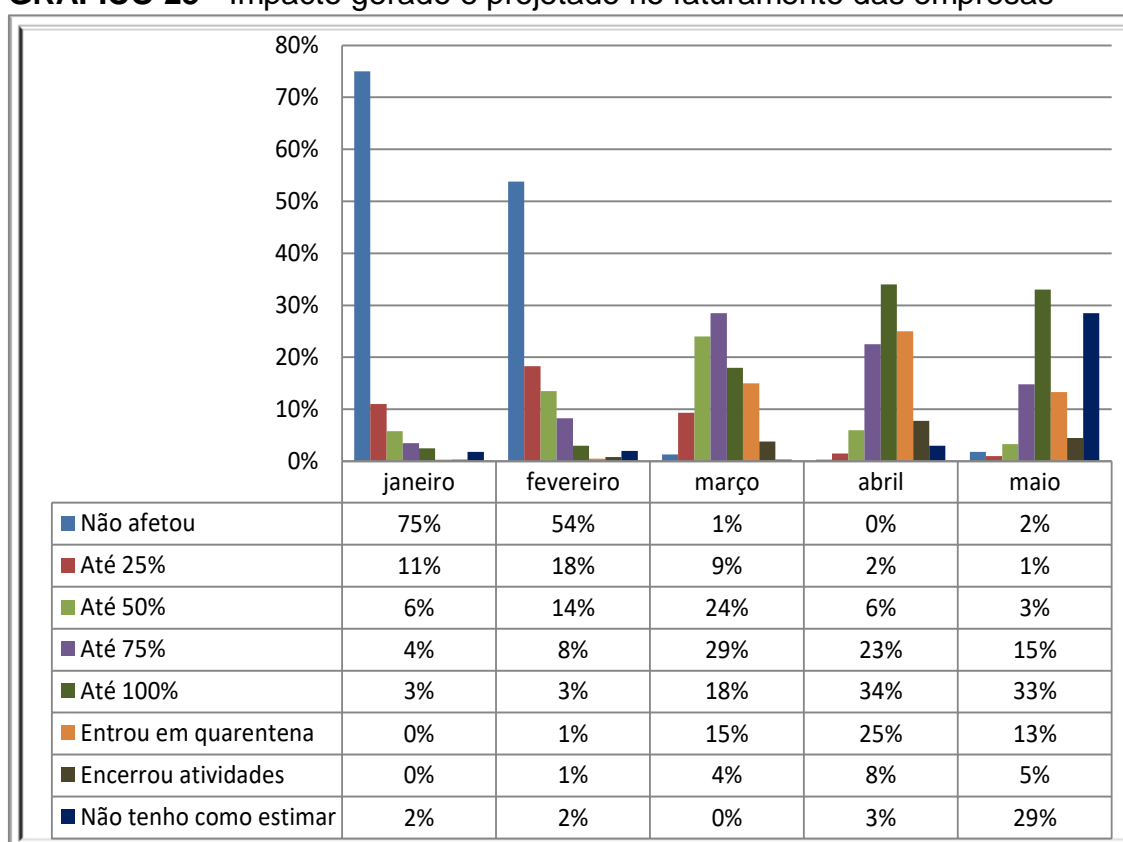
**GRÁFICO 22 – % de aumento/diminuição de preços**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Em janeiro e fevereiro houve pouco impacto. Contudo em março a receita bruta foi 75% menor para a maioria das empresas (29%). Já para o mês de abril a maioria aponta perda de até 100% no faturamento (34%), seguido das empresas que entraram em quarentena (25%). O mês de maio segue com perda de faturamento em até 100% (33%), mas também permeado de muita incerteza por parte dos pesquisados, que sinalizaram não ter como estimar (29%), conforme gráfico 23.

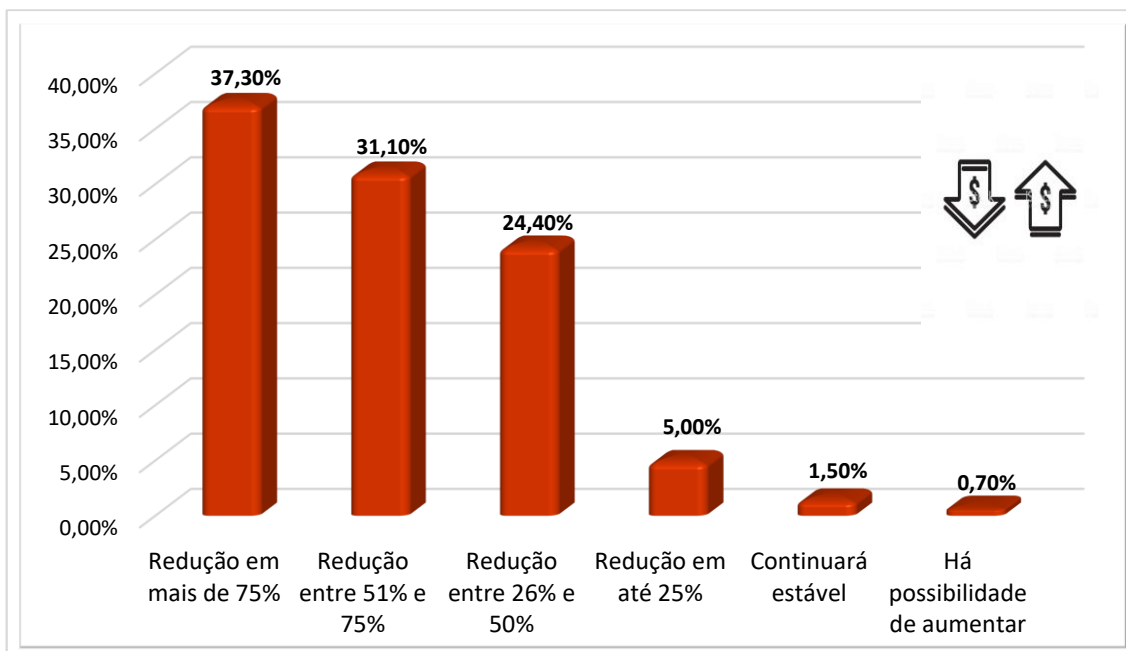
**GRÁFICO 23 - Impacto gerado e projetado no faturamento das empresas**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Diante desse cenário as empresas em sua maioria indicaram por perda no faturamento anual em mais de 75% (gráfico 24), infere-se que em virtude das consequências do isolamento social e das incertezas para a retomada das atividades.

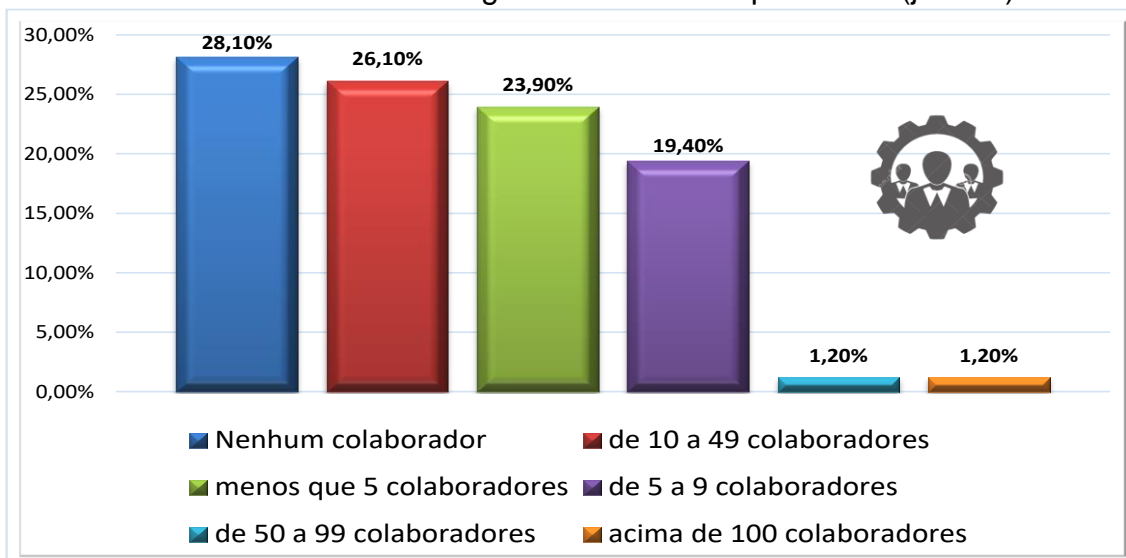
**GRÁFICO 24 – Previsão de receita/faturamento anual**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Com relação ao número de colaboradores registrados antes da pandemia, tomando como base os meses de janeiro e fevereiro de 2020, nota-se que a opção mais apontada foi a inexistência desse formato de contratação (28,10%), seguido de 10 a 49 colaboradores (26,10%) e menos de 5 colaboradores (23,90%), conforme gráfico 25.

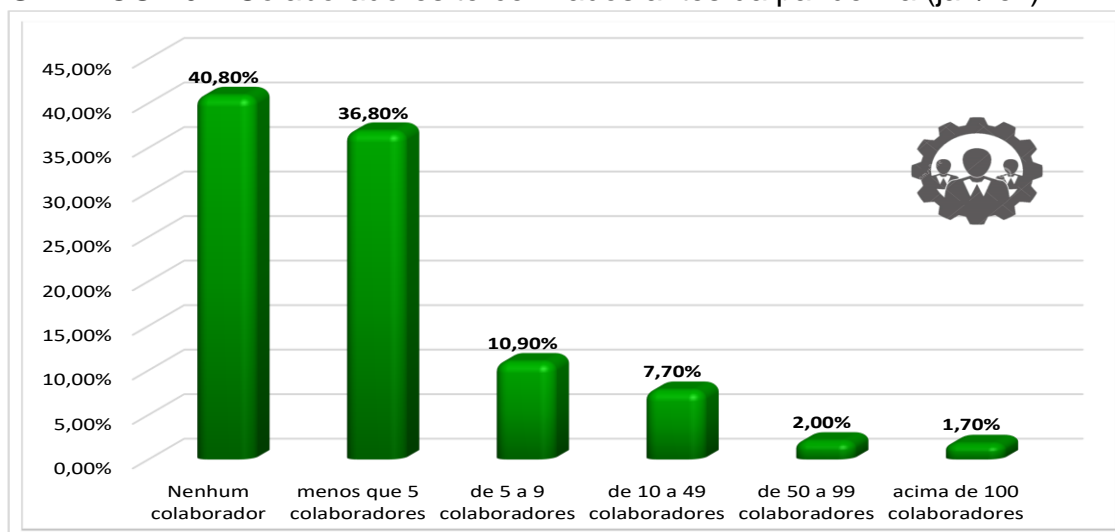
**GRÁFICO 25 – Colaboradores registrados antes da pandemia (jan/fev)**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Já com relação ao número de colaboradores terceirizados antes da pandemia, tomando como base os meses de janeiro e fevereiro de 2020, nota-se que a opção mais apontada também foi a inexistência desse formato de contratação (40,80%), seguido de menos de 5 colaboradores (36,80%) e de 5 a 9 colaboradores (10,90%), conforme gráfico 26.

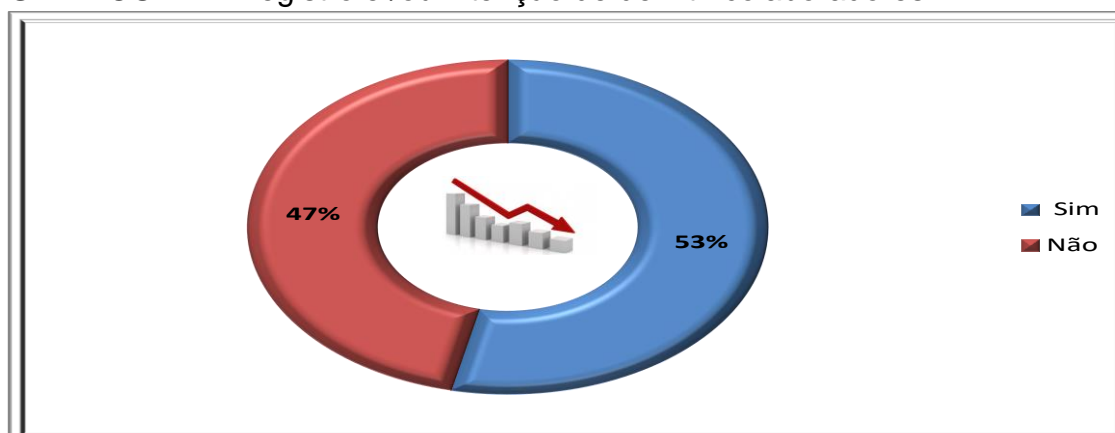
**GRÁFICO 26 – Colaboradores terceirizados antes da pandemia (jan/fev)**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Quanto à existência de registro ou intenção de demitir colaboradores, 53% dos entrevistados sinalizaram positivamente a essa questão (gráfico 27).

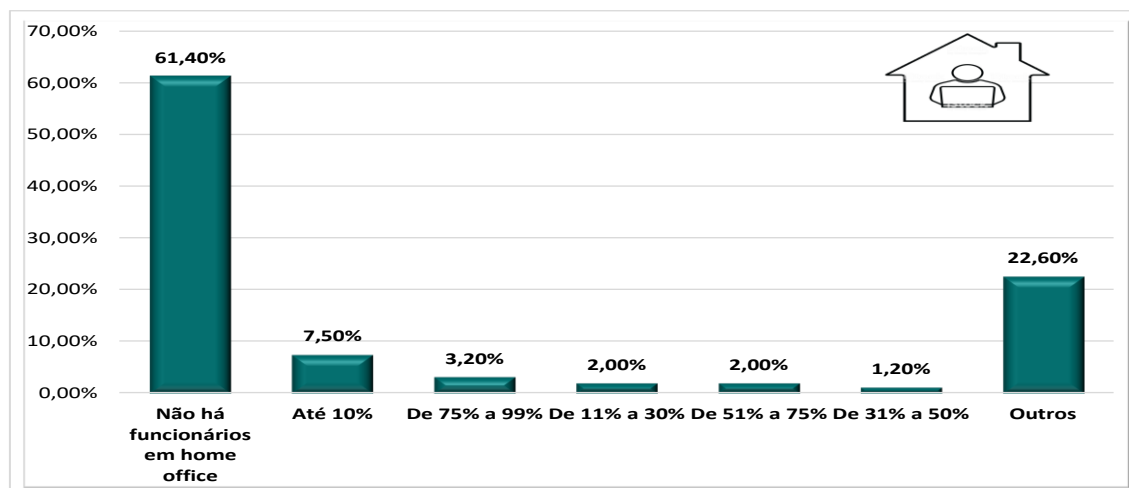
**GRÁFICO 27 – Registro e /ou intenção de demitir colaboradores**



FONTE: ObservaturMS, 2020

A combinação de área e porte das empresas ajuda a entender muito das respostas e da evolução da situação. No quesito percentual de colaboradores em trabalho remoto, mais de 1/3 não aderiram a esse formato (gráfico 28), o que pode estar diretamente ligada à necessidade de demissão.

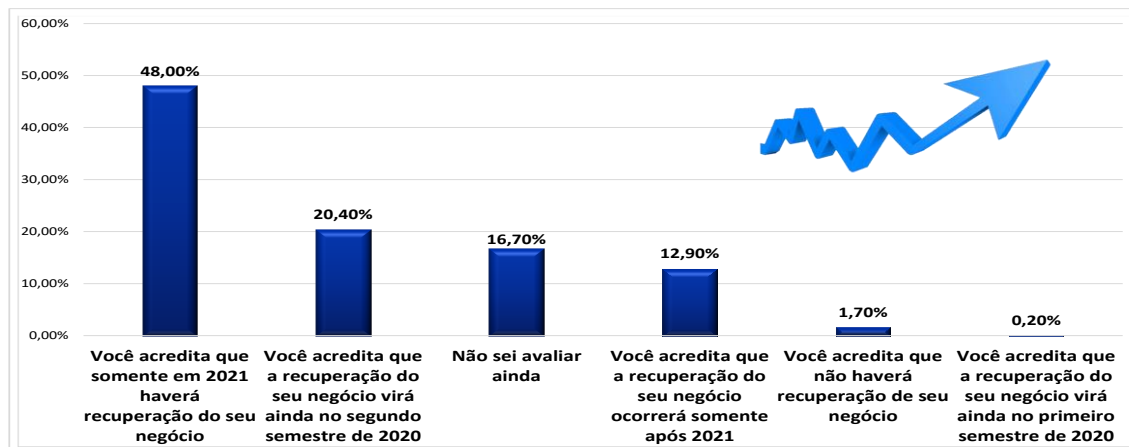
**GRÁFICO 28 – % de funcionários em trabalho remoto**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Quanto à percepção de previsão para retorno de faturamentos similares ao período anterior à pandemia, 48% dos entrevistados acreditam que somente virá em 2021, seguida de uma parcela que entende que seja possível a recuperação ainda no segundo semestre de 2020, o que corrobora com as incertezas já apontadas pelos respondentes (gráfico 29).

**GRÁFICO 29 – Previsão do retorno de faturamentos similares ao período anterior à COVID-19**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Partindo desse princípio, medidas de mitigação se fizeram necessárias, assim sendo as medidas que mais se destacaram até o mês de março/2020 foram às realizadas com quadro de funcionários tais como férias, licenças, banco de horas, demissão; e os adiamentos de investimento e novos projetos, conforme tabela 4 abaixo:

**TABELA 4 – Medidas de mitigação até março de 2020**

<b>Medidas</b>	<b>Share</b>
Medidas com o quadro de funcionários (férias, licenças, banco de horas, demissão)	22,40%
Adiamento de investimentos e novos projetos	17,70%
Remarcações/Adiamento de serviços	17,20%
Financiamento e/ou empréstimo bancário	10,80%
Descontos e/ou promoções	9,50%
Redução/isenção de multas	6,60%
Serviços on-line	5,80%
Parcerias com outros estabelecimentos e/ou fornecedores	5,60%
Tele-entrega	3,40%
Comercialização por meio de vouchers	1,10%

FONTE: ObservaturMS, 2020

Já a partir do mês de abril/2020 q necessidade de financiamentos e/ou empréstimos bancários se fizeram mais latentes (tabela 5), bem como as medidas com o quadro de funcionários, uma vez que nos primeiros meses do ano o impacto foi leve no geral, mas as medidas de mitigação foram mudando ao longo de acordo com o desenrolar da crise.

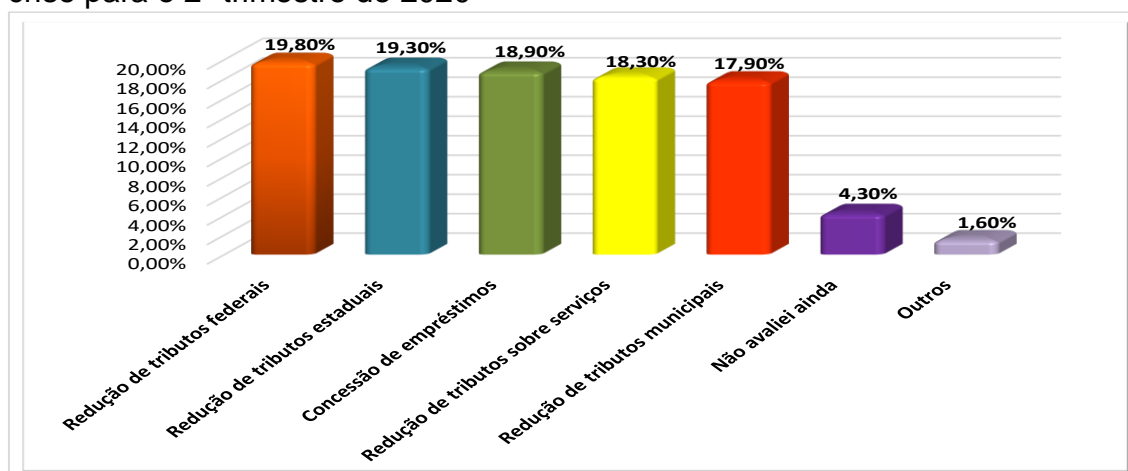
**TABELA 5 – Medidas de mitigação a partir de abril de 2020**

Medidas	Share
Financiamento e/ou empréstimo bancário	17,80%
Medidas com o quadro de funcionários (férias, licenças, banco de horas, demissão)	15,70%
Adiamento de investimentos e novos projetos	14,90%
Descontos e/ou promoções	12,80%
Parcerias com outros estabelecimentos e/ou fornecedores	10,70%
Remarcações/Adiamento de serviços	10,50%
Redução/isenção de multas	6,80%
Serviços on-line	5,60%
Tele-entrega	2,60%
Comercialização por meio de vouchers	2,50%

FONTE: ObservaturMS, 2020

As expectativas acerca das ações governamentais apontam para a necessidade de suporte para a recuperação dos próximos meses até o ano que vem (gráfico 30), apontando uma necessidade por parte dos pesquisados pela redução de tributos federais e estaduais e ainda concessão de empréstimos.

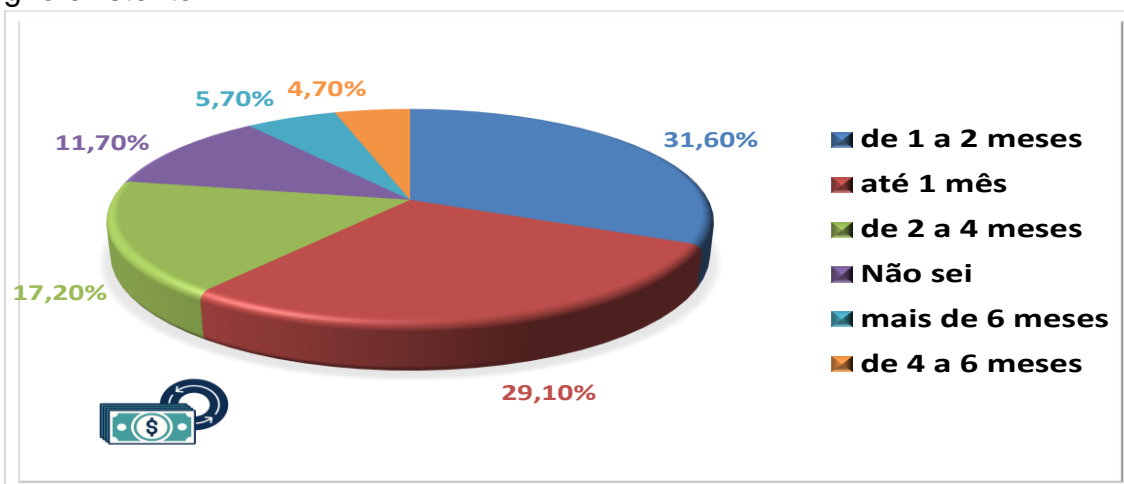
**GRÁFICO 30 – Medidas governamentais relevantes para esse momento de crise para o 2º trimestre de 2020**



FONTE: ObservaturMS, 2020

Há um predomínio de prazo para sustentação do negócio de 1 a 2 meses de capital de giro (gráfico 31). O que corrobora com os resultados apresentados referentes às medidas de mitigação a partir de abril/2020, em que se sobressaiu a solicitação de financiamento e/ou empréstimo bancário.

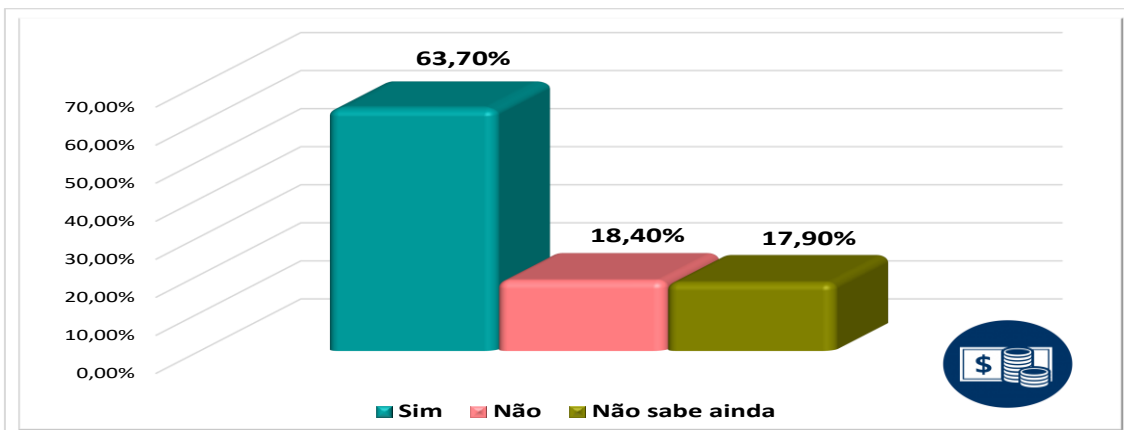
**GRÁFICO 31** – Tempo que consegue sustentar a empresa com o capital de giro existente



FONTE: ObservaturMS, 2020

Como consequência do tempo de capacidade de sustentação dos negócios com o capital de giro surge à necessidade de crédito (gráfico 32), já apontada como medida de mitigação pela maioria. Mais de 1/3 da amostra necessita de crédito e 17,9% não sabe ainda.

**GRÁFICO 32** – Necessidade de crédito



FONTE: ObservaturMS, 2020



Quanto ao volume de crédito necessário, a faixa mais apontada foi de R\$ 35.001 a R\$ 50.000, conforme tabela 6 abaixo. Destacam-se ainda, as faixas de R\$ 100.001 a R\$ 200.000 e de R\$ 50.001 a R\$ 100.000, o que podemos relacionar aos portes das empresas predominantes na pesquisa (MEs, EPPs e MEIs).

**TABELA 6 - Faixas de Volume de crédito necessário**

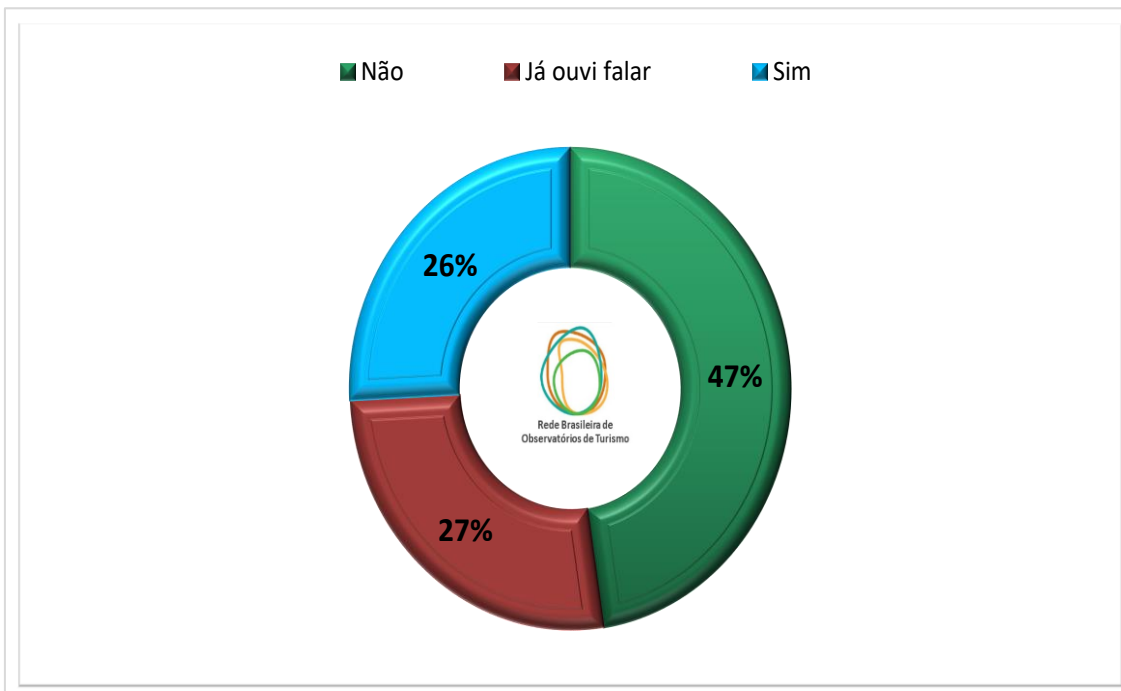
<b>Faixas de Volume</b>	<b>Share</b>
De R\$ 35.001 a R\$ 50.000	24,30%
De R\$ 100.001 a R\$ 200.000	16,10%
De R\$ 50.001 a R\$ 100.000	14,10%
Até R\$ 10.000	13,70%
De R\$ 10.001 a R\$ 35.000	11,80%
De R\$ 200.001 a R\$ 300.000	5,50%
De R\$ 400.01 a R\$ 500.000	5,10%
De R\$ 300.01 a R\$ 400.000	4,30%
Acima de R\$ 1.000.000,00	3,90%
De R\$ 700.01 a R\$ 800.000	1,20%

FONTE: ObservaturMS, 2020

Quanto ao conhecimento da Rede Brasileira de Observatórios do Turismo, 47% não conhecem (gráfico 33). Aos pesquisados também foi questionado sobre o conhecimento dos observatórios do turismo no Estado, em que 43% informaram também não ter conhecimento (gráfico 34).

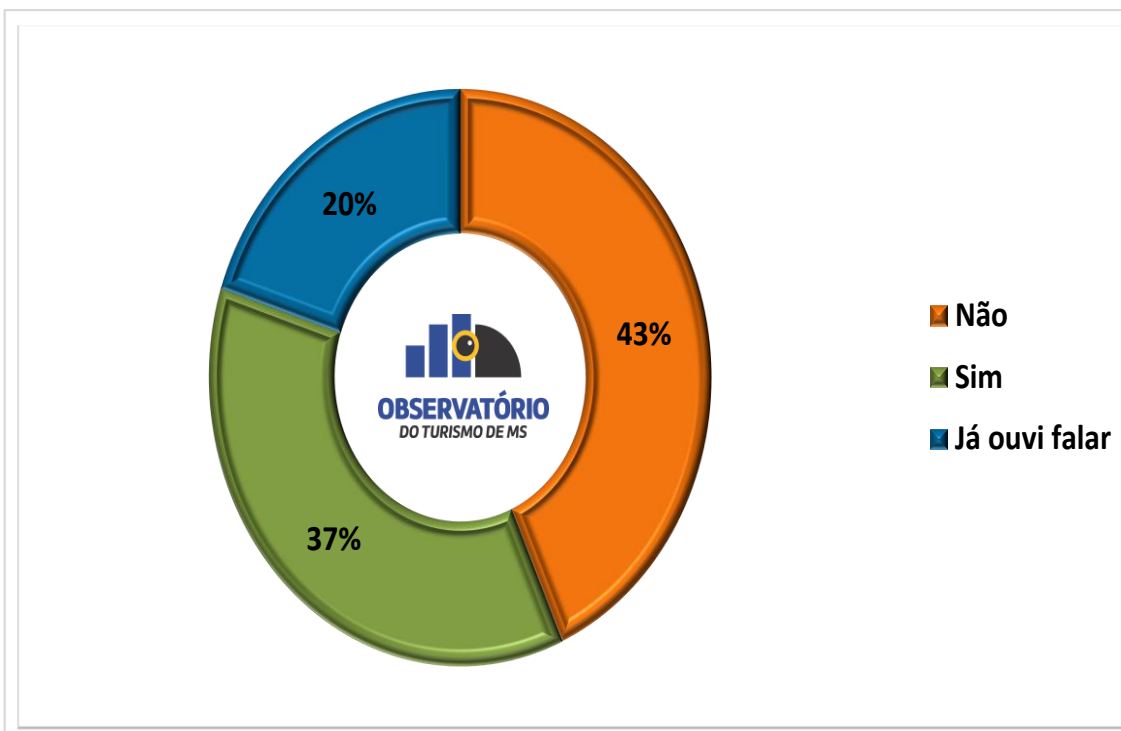
Contudo, a pesquisa foi uma oportunidade para expandir a publicidade da existência e importância dos dados fornecidos pelos observatórios principalmente em momentos de crise pelo qual o Brasil e o mundo está passando, informações essas imprescindíveis para balizar estratégias de retomada das atividades.

### GRÁFICO 33 – Conhece a Rede Brasileira de Observatórios do Turismo



FONTE: ObservaturMS, 2020

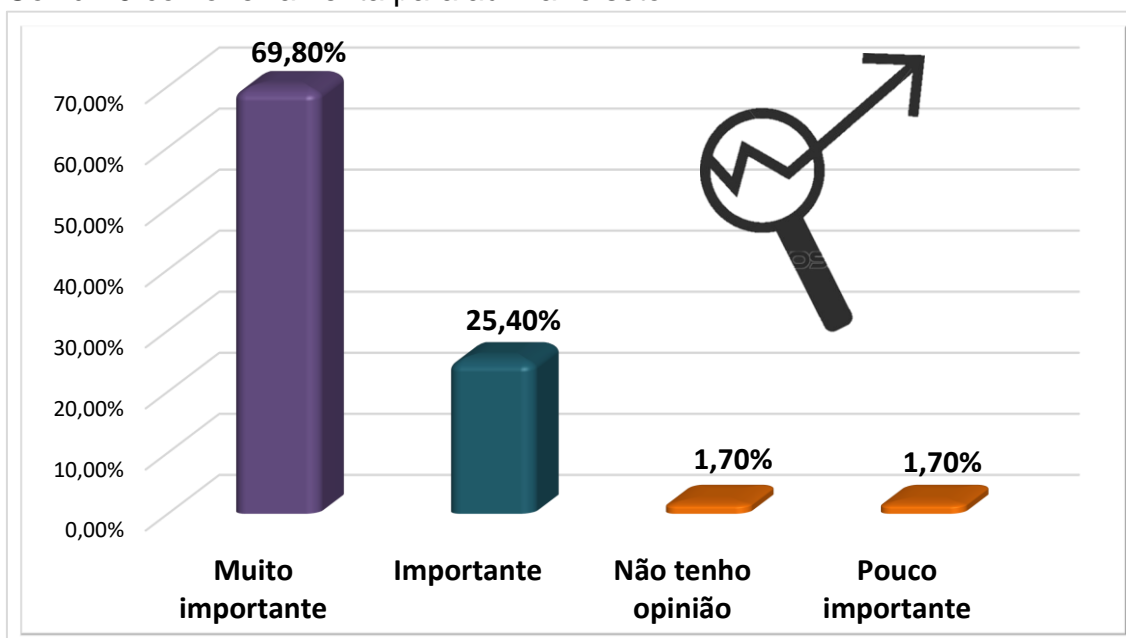
### GRÁFICO 34 – Conhece Observatórios do Turismo em seu Estado



FONTE: ObservaturMS, 2020

Por fim, foi verificada a percepção acerca da importância das pesquisas de impacto do Covid-19 como ferramenta para auxiliar o setor, em que a maioria entende ser muito importante (69,80%), conforme gráfico 35. As pesquisas serão fundamentais para o reposicionamento e retomada frente as diversidades geradas pela pandemia e as possíveis mudanças de hábitos e consumos.

**GRÁFICO 35** – Percepção acerca da importância das pesquisas de impacto do Covid-19 como ferramenta para auxiliar o setor



FONTE: ObservaturMS, 2020

## FICHA TÉCNICA

**Reinaldo Azambuja Silva**

Governador do Estado de Mato Grosso do Sul

**Jaime Elias Verruck**

Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar

**Bruno Wendling**

Diretor-Presidente da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul

**Maria Helena Martins Alves**

Diretora de Desenvolvimento Institucional

**Marlise Monteiro de Souza Gaspareto**

Gerente de Desenvolvimento Institucional

**Geancarlo de Lima Merighi**

Diretor de Desenvolvimento do Turismo e Mercado

**Karla Martins Cavalcanti**

Gerente de Mercado

## EQUIPE TÉCNICA DO OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MS

**Geancarlo de Lima Merighi**

Diretor de Desenvolvimento do Turismo e Mercado

**Karla Martins Cavalcanti**

Gerente de Mercado

**Danielle Cardoso de Moura**

Coordenadora Operacional  
Turismóloga

**Camille Sahib Guimarães Citino**

Administradora

**Greice Aparecida Domingos Feliciano**

Turismóloga

**Olivia Freire**

Turismóloga

**Thatiane Poiato Castelani Coelho**

Turismóloga

## CRÉDITOS

Capa: **Bolivar Porto**

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul  
Avenida Afonso Pena, 7000 Portal Guarani - Parque das Nações Indígenas  
Campo Grande/MS CEP 79031-010

Telefone: (67) 3318-7600

E-mail: [observaturms@fundtur.ms.gov.br](mailto:observaturms@fundtur.ms.gov.br)

Website:

[www.observatorioturismo.ms.gov.br](http://www.observatorioturismo.ms.gov.br)