

# Alumia

Inteligência Turística  
de Mato Grosso do Sul

## Um compilado dos principais indicadores do ano

A Alumia é uma Plataforma de Inteligência Turística do Mato Grosso do Sul, composta por seis módulos – Aéreo, Alojamento, Redes Sociais, Motores de Buscas, Informações Gerais e Eventos. A partir de nossa plataforma, é possível comparar, compreender e analisar o cenário do turismo no Estado de Mato Grosso do Sul através de diversificadas fontes de dados.

Uma vez lançada, o maior desafio é envolver os empresários e gestores do estado, estimulando cada um deles a ler e interpretar os dados e informações da Alumia. Entendemos, nesse sentido, que o conjunto de informações oferecidas pode ser inserido no dia a dia e no processo de tomada de decisão desse grupo de empreendedores, com foco nos agentes de Mato Grosso do Sul, mas não restrito somente a eles.

Assim, este relatório pode ser entendido como o Anuário da Alumia, uma vez que compila os principais indicadores da plataforma, resumindo o desenvolvimento da atividade turística no ano de 2023. Em cada gráfico está a localização dele na plataforma, com a indicação do Módulo e do Painel que está inserido. Para mais detalhes, filtros de dados por cidade, identificação de indicadores mensais, cruzamento ou segmentação de informações, não se esqueçam, acessem [www.alumia.tur.br](http://www.alumia.tur.br) e tirem melhor proveito da ferramenta! O acesso é totalmente gratuito, basta realizar seu cadastro para ter acesso total e usufruir dos dados extremamente atualizados do Mato Grosso do Sul.

Para melhor organização das informações e cadências dos dados, eles serão apresentados por módulo. Entretanto, quando possível, será feita a relação com outras informações apresentadas.



## Aéreo

O Ano de 2023 foi intenso, de **crescimento** e **fortalecimento** do **Mato Grosso do Sul** enquanto **destino turístico**. Ao total, **desembarcaram** no estado **807.933 passageiros**.

**Campo Grande** recebeu a maior parte desses passageiros, com **90% dos passageiros**, seguido de **Ponta Porã** com **3,96%**; e **Bonito**, com **3,08%**.

Surpreende Ponta Porã ultrapassar Bonito, que é o **principal destino de ecoturismo do estado** e um dos **mais relevantes do Brasil**. Todavia, **Ponta Porã**, cidade distante 320 km de Campo Grande, na fronteira com o Paraguai, **possui voos diários** da Azul. Enquanto para **Bonito**, até outubro de 2023, a Azul operava **aos domingos, segundas, quartas e sextas**, além de dois **voos semanais** da GOL (aos **domingos e quintas**). Só a partir de novembro do mesmo ano que os **voos** passaram a ser **diários**. Entendemos, desse modo, que essa **variação de ofertas de voos** pode explicar esse **protagonismo de Ponta Porã** no cenário aéreo.

### Principais Cidades de Destino

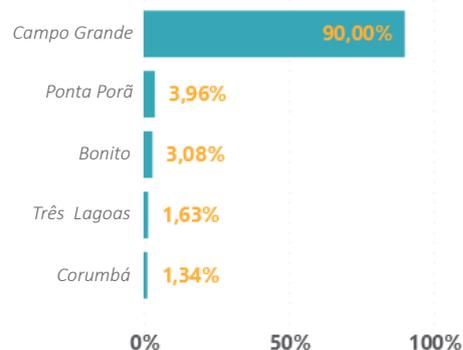


Gráfico 1: Principais Cidades de Destino, Módulo Aéreo – Movimentação Total.

**Janeiro e Julho** são os principais períodos de **movimentação**, com **77.734 e 71.384 passageiros**, respectivamente. Entretanto, fevereiro foi o mês com menor volume de desembarques, com 58.953.

### Passageiros Transportados

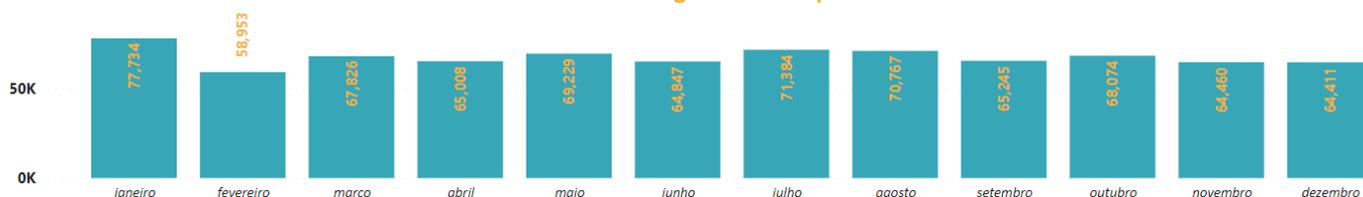


Gráfico 2: Passageiros Transportados, Módulo Aéreo – Movimentação Total.

Observamos, ao longo do ano, uma **variação na oferta de assentos** nas aeronaves. Ao compararmos janeiro 2023 com dezembro de 2023, identificamos uma **redução de 25,3% na oferta de assentos** para o Estado.



Entretanto, observamos a manutenção e o incremento da **ocupação média, sempre acima dos 70%**, chegando em **agosto** com o melhor resultado de **83,7%**.

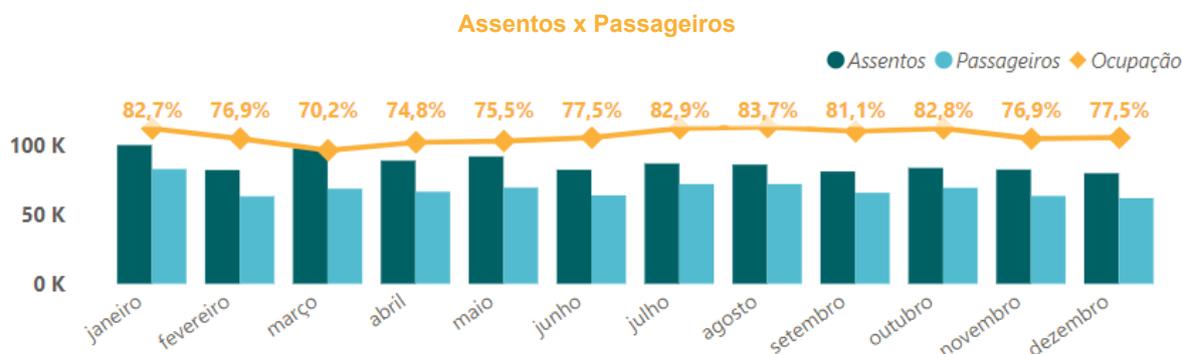


Gráfico 3: Assentos x Passageiros, Módulo Aéreo - Desembarque Nacional.

**95,8% dos passageiros** que chegaram ao estado foram **brasileiros**. Dentre os **estrangeiros**, os **Estados Unidos** foi o país de origem de **38% dos passageiros**, **Portugal 17%** e a **França 9%**.

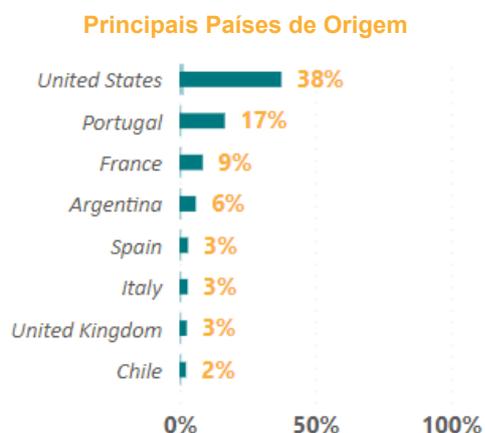


Gráfico 4: Países de Origem - Estrangeiros, Módulo Aéreo – Movimentação Total.

No Brasil, **São Paulo** é o estado com **maior volume de chegadas**, com **23.379 passageiros**, o que equivale a aproximadamente **35% das chegadas nacionais**. Em seguida, recebem destaque os visitantes do **Rio de Janeiro**, com **6.540 passageiros** (aproximadamente **9%**).

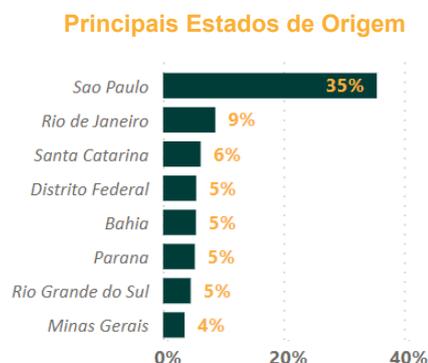


Gráfico 5: Principais Estados de Origem, Módulo Aéreo – Movimentação Total.

Considerando os passageiros que utilizaram o modal aéreo para chegar até o Mato Grosso do Sul, temos a seguinte caracterização:



**Média de antecedência da compra: 44,96 dias**



**Preço médio da passagem: 420,32 USD, aproximadamente R\$ 2.100,00**



**Permanência média de 6,21 dias**



**76,2% dos passageiros que desembarcaram no estado foram turistas.**



## Terrestre

Segundo dados da **Rodoviária de Campo Grande**, **chegaram** à capital sul-mato-grossense, através das linhas regulares, **638.288 passageiros** por **via terrestre**. Assim como no modal aéreo, os meses com **maior fluxo** foram **Janeiro**, com **64.884 passageiros**; e **Julho**, com **63.600**.

Desembarque por Período

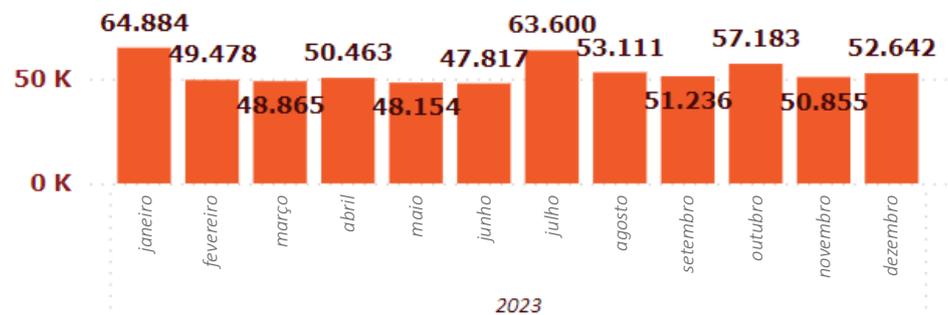


Gráfico 6: Desembarque de passageiros por período, Módulo Informações Gerais – Fluxo Terrestre – Movimentação Rodoviária.

Com relação à **procedência desses passageiros**, mais uma vez **São Paulo** se destaca, visto que a capital paulista foi a **principal cidade emissora**, com **65.414 passageiros**. Entretanto, podemos observar a intensa **movimentação intermunicipal**, com volumes relevantes de **Corumbá (64.706 passageiros)** e **Ponta Porã (56.279)**, completando as **TOP 3 cidades de origem**.

Desembarque por Origem

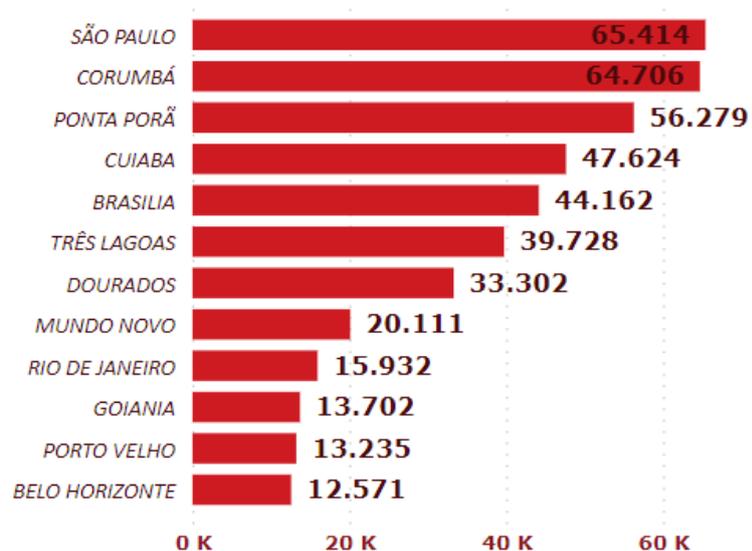


Gráfico 7: Desembarque por Origem, Módulo Informações Gerais – Fluxo Terrestre – Movimentação Rodoviária.



Já analisando os **fretamentos** realizados no estado como um todo, em 2023 eles foram responsáveis pelo **transporte de 280.303 passageiros**.

**Campo Grande** foi a cidade que recebeu o **maior volume de passageiros** provenientes de Fretamento, com **56.456 passageiros**, dos quais **13.992** tiveram como origem **Corumbá**, e **10.989** **Três Lagoas**.

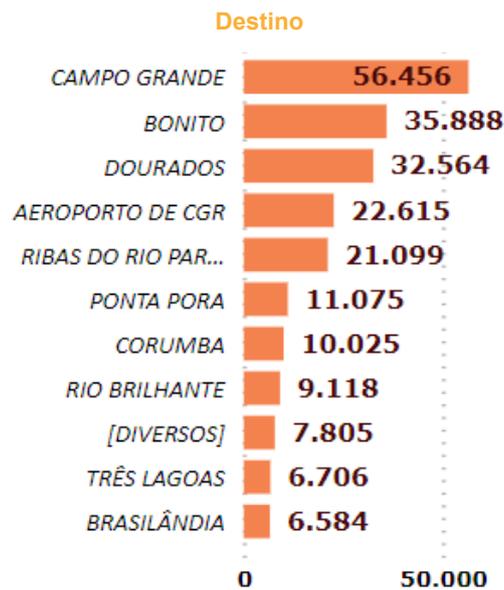


Gráfico 8: Destino e Origem, Módulo Informações Gerais – Fluxo Terrestre – Fretamento.

É através das **vias terrestres** que se dá o **maior volume de entradas diretas de estrangeiros** no estado. Em 2023, por **motivação de turismo**, ingressaram no estado **117.885 estrangeiros**. Em razão da **proximidade e fronteira**, a **Bolívia** e o **Paraguai** são as **principais nacionalidades de entrada**.

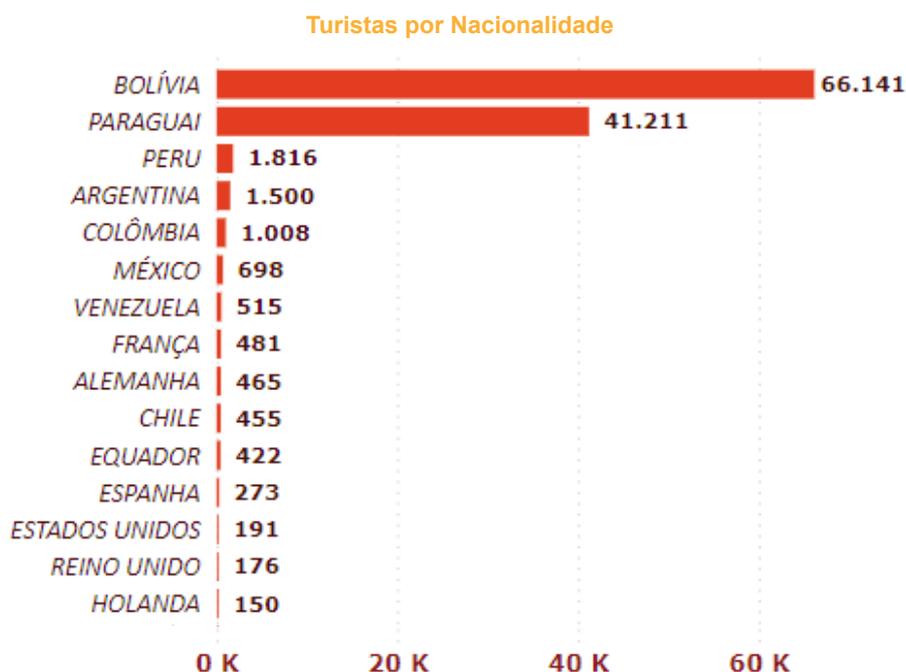


Gráfico 9: Turistas por Nacionalidade, Módulo Informações Gerais – Fluxo Terrestre – Movimento Fronteiriço.



## Fluvial

Utilizando-se da riqueza natural do estado, outra via para a realização da experiência no Pantanal Sul é através dos **Barcos-hotéis**, que oferecem uma imersão no turismo fluvial no estado. Em 2023, **22.214 passageiros** realizaram esse tipo de atividade turística no Pantanal sul-mato-grossense.

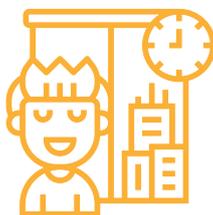
Diferente dos demais modais apresentados, o mês de **agosto** foi o **mais relevante**, alcançando **3.447 passageiros transportados**.

Número Passageiros Transportados



Gráfico 10: Passageiros por período, Módulo Informações Gerais – Atividade Turística – Barcos-Hotel.

Segundo a **Associação Corumbaense das Empresas Regionais de Turismo – ACERT**, os passageiros dos barcos-hotéis tem:



Permanência  
média de  
**5 dias**



Gasto médio de  
**R\$ 6.600,51**  
por viagem



## Alojamento

A partir do **Booking**, estão mapeados no Mato Grosso do Sul **363 alojamentos** distribuídos pelas diversas tipologias, sendo **135 hotéis**.

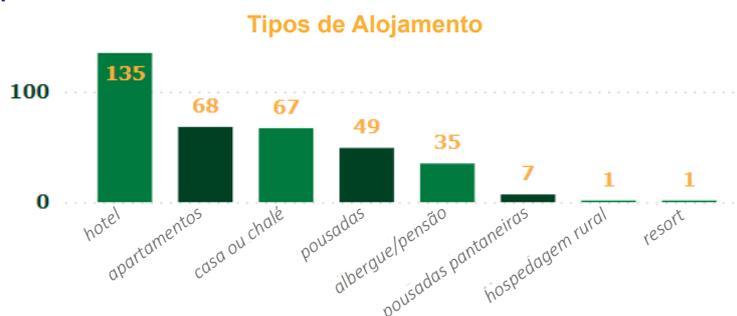


Gráfico 11: Tipo de Alojamento, Módulo Alojamento – Visão Geral.

**Bonito** é a cidade com **maior volume de empreendimentos**, totalizando **124**.



Gráfico 12: Alojamento por Cidade, Módulo Alojamento – Visão Geral.

Entretanto, segundo os dados do Inventário da oferta turística realizada pelo Observatório de Turismo de MS, em conjunto com seus parceiros, **Campo Grande** possui **maior oferta**, com **61 alojamentos**, **3.276 Unidades Habitacionais (UH)** e **8.148 leitos**. **Bonito** possui **maior volume de empreendimentos**, com **92 alojamentos**, entretanto menores, pois possui uma oferta de **2.153 UH** e **6.849 leitos**. **Dourados** possui **33 alojamentos** no inventário, com oferta de **1.457 UH** e **2.021 leitos**.

Com relação à **ocupação média hoteleira** e **tarifa média** em 2023, temos o seguinte cenário:

	<b>Campo Grande:</b>	<b>Bonito:</b>	<b>Dourados:</b>
Ocupação média hoteleira	<b>57,67%</b>	<b>59,83%</b>	<b>50,08%</b>
Tarifa média	<b>R\$ 274,55</b>	<b>R\$ 314,24</b>	<b>R\$ 229,87</b>



## Motores de Busca

No decorrer do ano, observamos o desejo e interesse crescente pelo estado. A partir das **pesquisas realizadas no Google**, identificamos que o **principal mercado interessado** e que **pesquisa sobre viagens** no Mato Grosso do Sul é o próprio **sul-mato-grossense**, demonstrando a **importância** e a **força do turismo interno** e de proximidade. Em seguida, temos os estados de **São Paulo, Paraná e Mato Grosso** como os **principais mercados interessados**.

Demanda por Estado

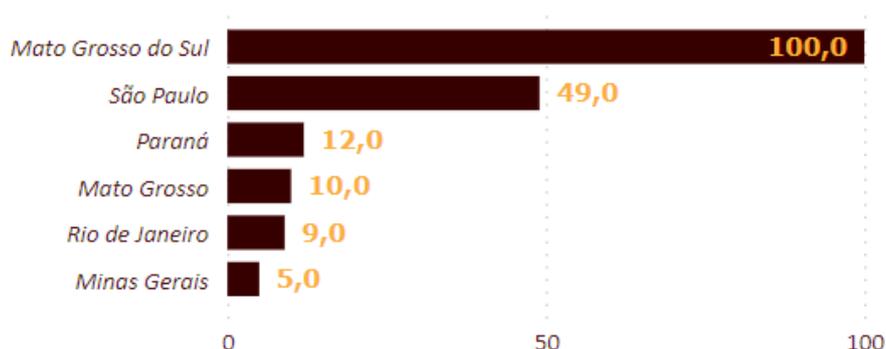


Gráfico 13: Demanda por Estado, Módulo Motores de Busca – Nacional.

Diante da impossibilidade de utilizar diferentes níveis geográficos para análise no Google, a Alumia apresenta a demanda **internacionais por países**, portanto, verificamos quais **países** demonstraram maior interesse pelo Brasil. Em **dezembro de 2023**, a **Argentina** foi o **principal mercado interessado**, seguido dos **Estados Unidos, Chile, Portugal e Reino Unido**.

Demanda por País

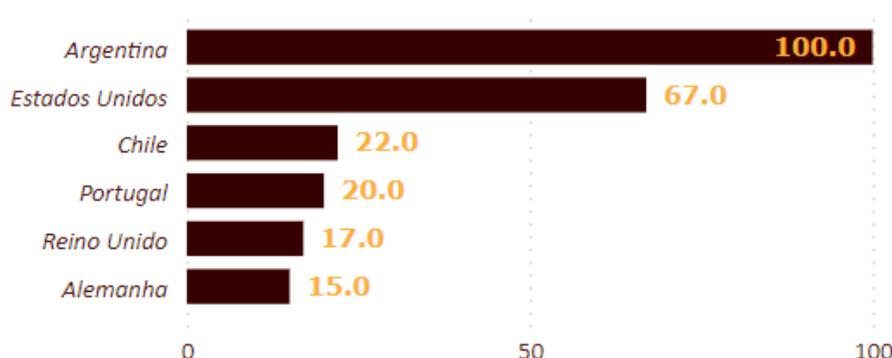


Gráfico 14: Demanda por País, Módulo Motores de Busca – Internacional.



## Perfil do Turista

Em 2023, apenas em Bonito foi realizada pesquisa de demanda turística, portanto, os dados apresentados a seguir são referentes ao **Perfil do Turista de Bonito**, coletado pelo Observatório do Turismo e Eventos de Bonito-MS. A coleta de dados ocorreu no período de **abril a dezembro**, com média de 300 pesquisas realizadas por mês e total de **2.832 entrevistados**.

Dos entrevistados, **95,7% são brasileiros**, e, **dentre os estrangeiros, 40,5% são paraguaios, 16,53% bolivianos, e 12,4% argentinos**.



Gráfico 15: Participação por Países, Módulo Informações Gerais – Atividade Turística – Perfil do Turista Atual.

No **Brasil**, o **turismo interno** também predomina em **Bonito**, com **32,09% dos visitantes do próprio estado – 77,7% deles** estão viajando para a cidade **pela primeira vez**. **Em sequência**, há o predomínio do Estado de **São Paulo**, com **22,72% dos turistas**; **Paraná**, com **10,4%**; e **Santa Catarina**, com **6,18%**.

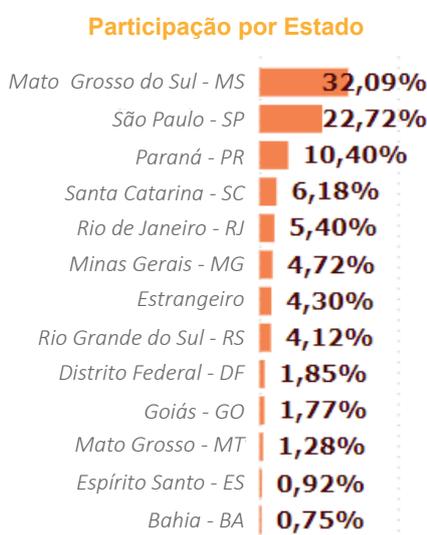


Gráfico 16: Participação por Países, Módulo Informações Gerais – Atividade Turística – Perfil do Turista Atual.



As **famílias** são o **público predominante** de Bonito.

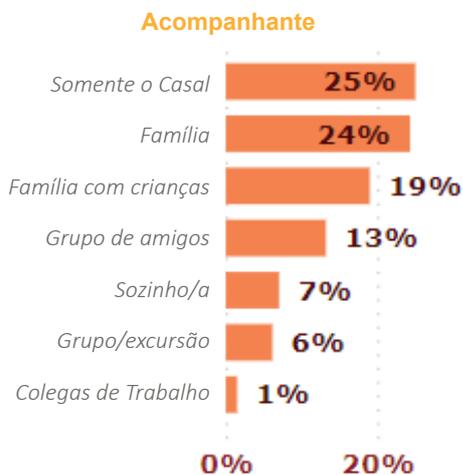


Gráfico 17: Acompanhante, Módulo Informações Gerais – Atividade Turística – Perfil do Turista Atual.

O **Hotel/Pousada** é o **alojamento mais utilizado (67,13%)**, entretanto, com relevante diversificação dos demais meios de hospedagem.

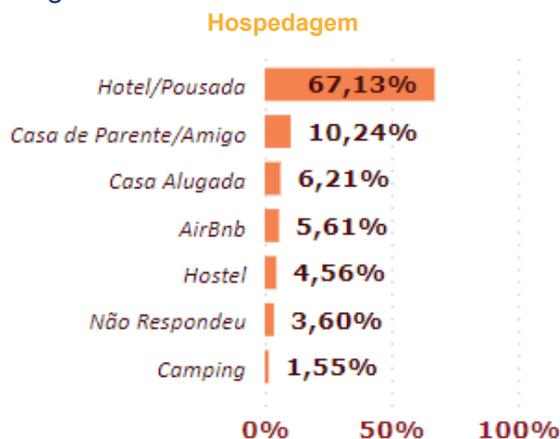


Gráfico 18: Hospedagem, Módulo Informações Gerais – Atividade Turística – Perfil do Turista Atual.

Como um reflexo da **viagem de proximidade** dos visitantes do próprio estado, o **carro** é o **meio de transporte mais utilizado (48,27%)**, seguido do **Avião até Campo Grande + Carro Alugado** até Bonito com **18,64%**.

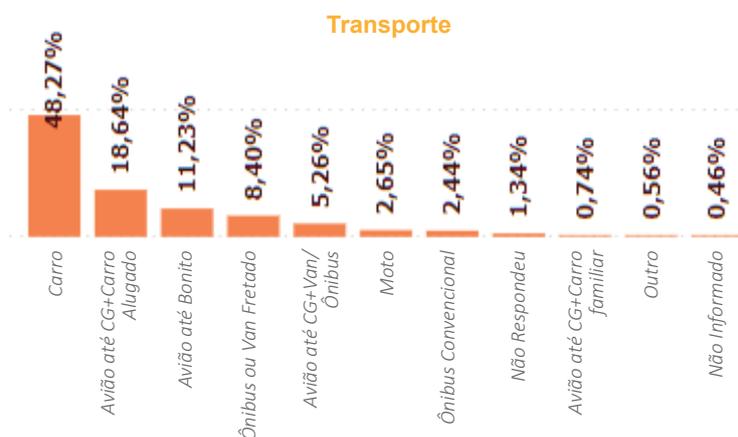


Gráfico 19: Meio de Transporte, Módulo Informações Gerais – Atividade Turística – Perfil do Turista Atual.

Mais alguns destaques do **Perfil do turista de Bonito**:



**82,66%**  
têm como  
**Motivação**  
**Lazer e Férias**



**88,55%**  
realizaram  
atividades de  
**Ecoturismo/**  
**Turismo de Aventura**



**Gasto médio**  
**diário:**  
**R\$ 807,19**



**Duração da**  
**Viagem:**  
**4,36 dias**



**1º vez em**  
**Bonito:**  
**36,34%**



## Redes Sociais

Nas **redes sociais, blogs e sites especializados em turismo**, foram identificadas **32.284 postagens** relacionadas ao **turismo no Mato Grosso do Sul**.



Gráfico 20: Total de Publicações, Módulo Redes Sociais – Redes Sociais.

Mais do que o quantitativo dessas postagens, este módulo foi construído para uma **análise qualitativa** e entendimento do que **estava sendo dito sobre os destinos**. Para tanto, as postagens foram **organizadas através da inteligência artificial** em mais de **55 tags** (marcações para identificar o conteúdo das mensagens).

Nesse sentido, observamos que, em 2023, **mais da metade dessas marcações** estiveram relacionadas a **Bonito**, e podemos identificar a relevância das principais cidades nas postagens. Contudo, é interessante analisar as demais tags, não somente as primeiras.

A tag **Companhia\_Família**, obteve **1.915 postagens**, sendo a primeira da categoria “companhia”, assim como a **Temática\_Aventura**, **Temática\_Férias** e **Temática Ecoturismo**, que agrupam o motivo e a temática da viagem realizada, e corroboram com as informações aferidas no **Perfil do Turista**.

Com relação aos **atrativos**, vemos a relevância do **Rio da Prata**, **Parque Ecológico do Rio Formoso**, o **Rio Sucuri** e a **Boca da Onça**. Ainda, através das tags, identificamos que, mesmo em menor proporção, estão presente na narrativa a **Época\_Carnaval**, **Época\_Feriado**, e as próprias **férias** que correspondem à “**alta temporada**” do estado.





## Socioeconômico

A partir do ICMS municipal, identificamos que **Janeiro** foi o mês de **maior arrecadação**, com **R\$ 6,6 milhões**, seguido de setembro, com R\$ 6,3 milhões. O mês com menor arrecadação foi fevereiro, com R\$ 5,03 milhões. Ainda que com dados preliminares, a **arrecadação total de ICMS em 2023 foi de R\$ 68,5 milhões**.

Arrecadação Mensal

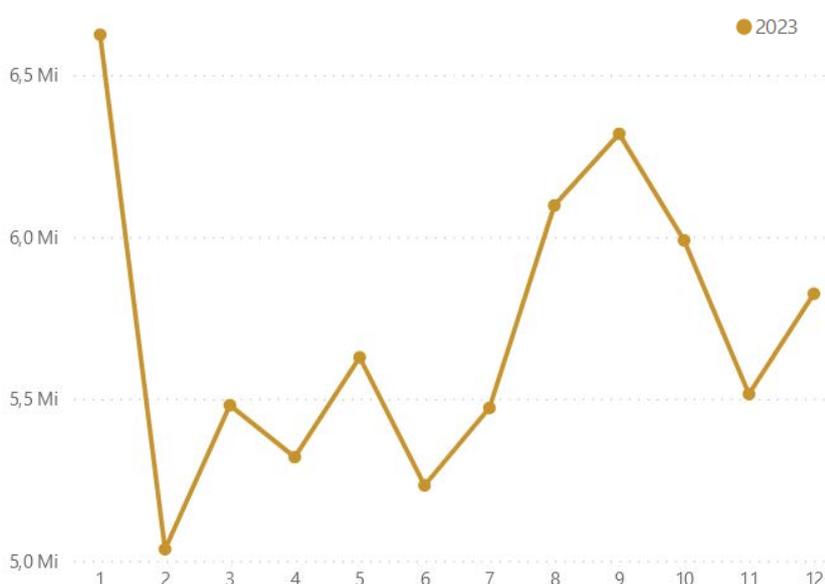


Gráfico 23: Arrecadação Mensal – Módulo Informações Gerais – Socioeconômico – ICMS por município.

Com relação ao **setor de turismo**, a **Junta Comercial do Estado** possui o registro de **3.277 empresas ativas** no setor de turismo, com a **predominância do setor de alimentação**, que concentra **69,14%** das empresas.

Agrupamento IPEA

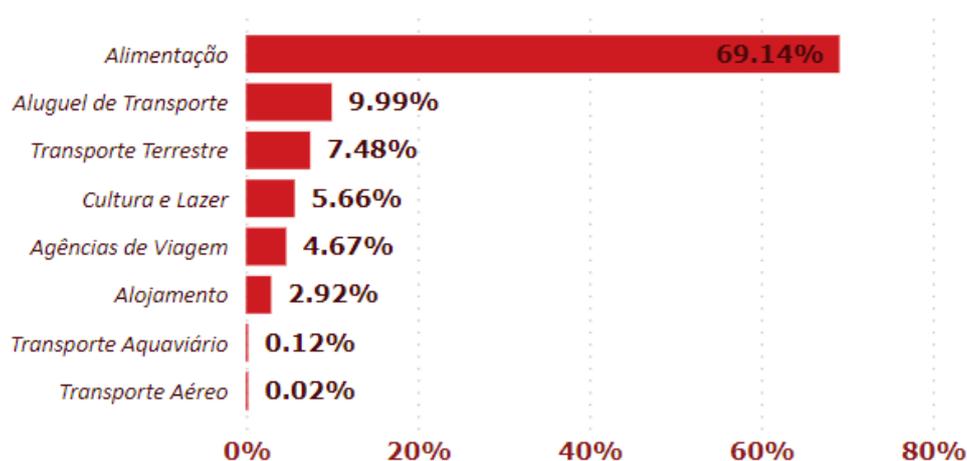


Gráfico 24: Divisão de empresas por Agrupamento IPEA – Módulo Informações Gerais – Socioeconômico – Empresas.



No **Cadastur** estão registradas **1.813 empreendimentos turísticos** no estado. Todavia, **336 são guias de turismo** e **469 são agências de turismo**, portanto, não necessariamente possuem uma empresa registrada na junta comercial, uma vez que podem trabalhar como Microempreendedor Individual (MEI).

Como esperado, as **idades** com maior oferta turística registradas no Cadastur são **Cam-po Grande (518 empreendimentos)**, **Bonito (404)** e **Corumbá (83)**.

Empreendimentos com Cadastur

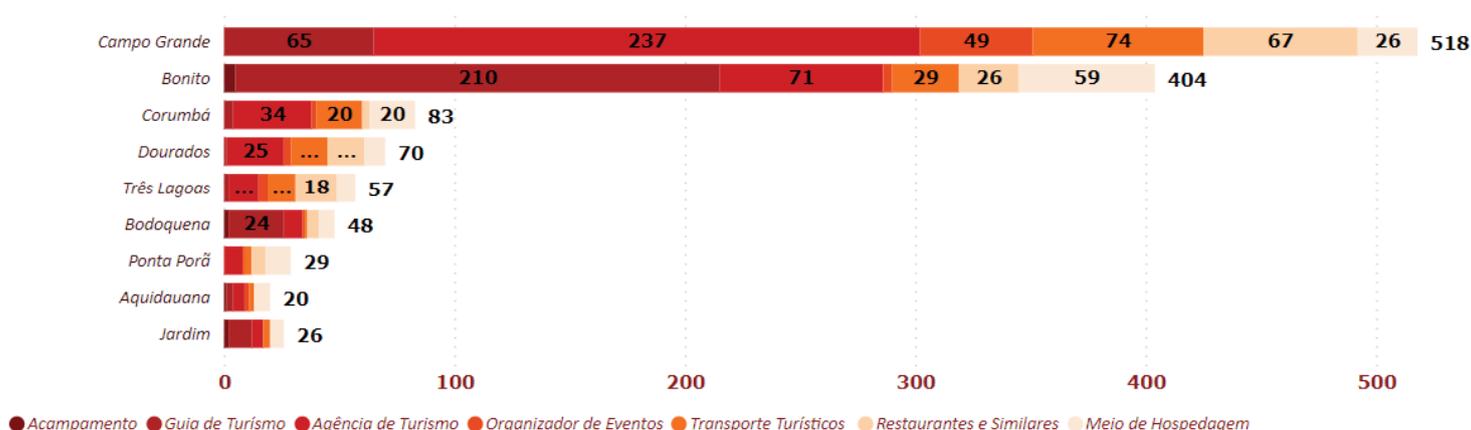


Gráfico 25: Empresas por Agrupamento IPEA – Módulo Informações Gerais – Socioeconômico – Empresas.

No que concerne à **mão de obra** no setor do turismo, observamos um **crescimento do setor** através do **saldo de contratações e demissões de colaboradores**. Em **2023** o saldo foi **positivo**, gerando um incremento de **2.104 pessoas contratadas**. A **alimentação** é o setor com **maior volume de colaboradores**, e também o que obteve **maior saldo** em 2023, seguido do **aluguel de transporte** e do **transporte terrestre**.

Evolução Admitidos Agrupamento IPEA

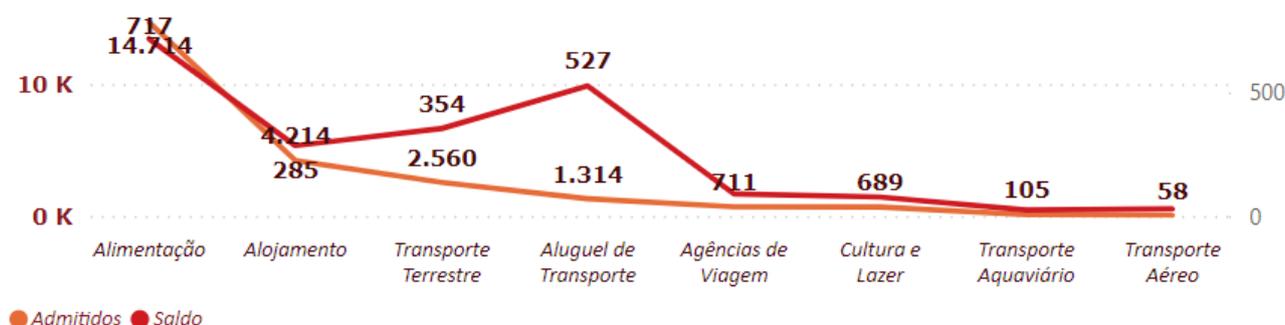


Gráfico 26: Admitidos e Saldo por Agrupamentos IPEA – Módulo Informações Gerais – Socioeconômico – Mão de Obra CAGED.



## Conclusão

A partir dos dados e indicadores apresentados, identificamos o **crescimento, fortalecimento e desenvolvimento do turismo no Mato Grosso do Sul**. Podemos afirmar isso a partir do **aumento na chegada de passageiros por via aérea**, alcançando a marca dos **743.523 passageiros no estado**, o que significa um **aumento de 11,4%** com relação ao ano anterior. Assim como o modal **terrestre**, que alcançou **638.288 passageiros**, com **aumento de 5,3%** em comparação a 2022.

Identificamos o **poder do turismo interno**, do próprio estado, através das **buscas realizadas no Google** e nos dados da **Pesquisa de Perfil do Turista**. Da mesma forma, verificamos a **forte presença e posicionamento online dos destinos**, com a **exposição dos atrativos e características da viagem** nas postagens online.

Diante da riqueza de informações oferecidas pela Alumia, evidenciamos (e reiteramos) **a relevância da atividade turística no estado**, mas, acima de tudo, a oportunidade de seu **fortalecimento e incremento**. A partir dos dados apresentados, e disponíveis na Alumia surgem insights valiosos não só sobre o **perfil e preferências do viajante**, mas também em áreas, atividades e **oportunidades para investimento**, possibilidade de **novos produtos e desejos de consumo**, áreas ainda pouco exploradas que se traduzem em oportunidade de **negócios e desenvolvimento da economia local**.

Sendo assim, **convidamos** você, mais uma vez, a **navegar pela plataforma**, a realizar os filtros e seleção de dados do seu interesse e **compreender em detalhes os mais diversos cenários** possíveis permitidos pela Alumia. De nossa parte, asseguramos nosso comprometimento em constantemente atualizar e apresentar os dados e informações mais recentes, a fim de oferecer o maior detalhamento possível, **visando o crescimento da atividade turística no Mato Grosso do Sul**.