

# Utilização das Mídias Sociais no Agenciamento

Principais resultados de pesquisa



[www.ipeturis.org.br](http://www.ipeturis.org.br)

## EQUIPE TÉCNICA

<b>Diretor:</b>	Marciano Freire
<b>Coordenação:</b>	Juliana Bettini
<b>Supervisão:</b>	Grislayne Guedes
<b>Pesquisadores:</b>	Heike Duske, Mariana Keiko, Paulo Máscara
<b>Suporte:</b>	Gerson Pagliarini
<b>Estagiário:</b>	Guilherme Bastos



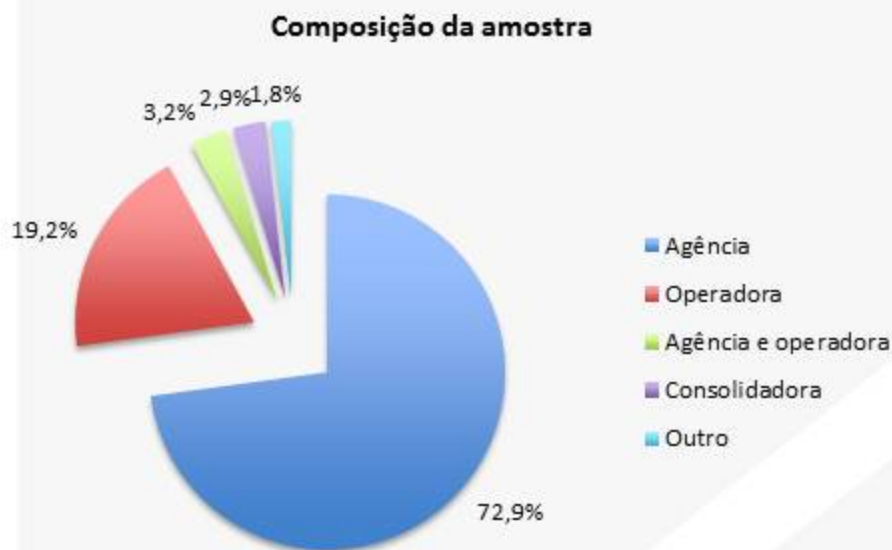
[www.ipeturis.org.br](http://www.ipeturis.org.br)

- O uso de **novas tecnologias** vêm tendo cada vez mais importância no mercado em geral e também no mercado turístico
- As mídias sociais permitem **alavancar o desempenho** das empresas de agenciamento diante dos novos desafios apresentados pela concorrência e pelo mercado
  - São ferramentas que permitem **maior agilidade** aos negócios, através de um **canal de comunicação direta** com o cliente
- Contudo, muitas **empresas ainda não estão familiarizadas** com a eficiência do uso destas mídias em seus negócios
- Portanto, quem sabe utilizar melhor o potencial das mídias sociais acaba por ter destaque e um **diferencial competitivo**



# Características da pesquisa

- 339 empresas consultadas
- Pesquisa realizada por telefone e, adicionalmente, por e-mail
- Majoritariamente **Agências de Turismo (72,9%)** , seguidas por **Operadoras (19,2%)**

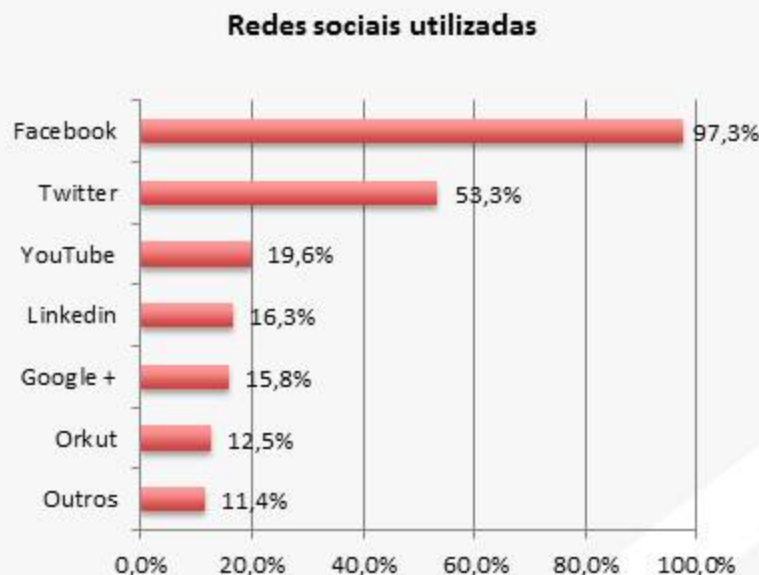


- Nota-se distribuição relativamente equilibrada entre as empresas que usam e não usam as mídias sociais: 54,3% das empresas **utilizam tais mídias**
  - Este cenário evidencia um processo em andamento: as mídias sociais são um fenômeno recente quem sair na frente ocupará um valioso espaço no mercado
  - Ações de capacitação para o uso e melhor aproveitamento destas mídias são necessidade identificada



# Redes sociais utilizadas

- **Facebook** é a rede mais utilizada (97,3%), seguida pelo **Twitter** (53,3%)
- Redes em ascensão, como Instagram e Pinterest, também foram citadas
- Alguns dos entrevistados consideram seus sites uma mídia social, o que denota certo desconhecimento sobre o tema



- A **postagem** de notícias e de atualizações (88,6%), a realização de **campanhas de marketing** (85,9%) e a **comunicação com clientes** (81%) são as principais formas através das quais as empresas usam as mídias sociais

**Ações realizadas através das mídias sociais**



- Apesar de um significativo percentual das empresas não utilizarem as mídias sociais, a grande maioria considera que são **importantes** (45,9%) ou **muito importantes** (39,6%) para o mercado de agenciamento turístico
  - O fato de reconhecerem a relevância das mídias no mercado atual pode indicar um processo de crescimento de seu uso, a ser verificado ao longo dos próximos meses ou anos





- Em geral, os entrevistados avaliam que a forma como suas empresas utilizam o potencial das mídias sociais atualmente é **satisfatória, porém poderia melhorar (59,4%)**



# Principais constatações

- Uso das mídias **ainda é restrito**: 45,7% das entrevistadas ainda não as utilizam
- O **Facebook é a rede social mais popular**, usada por 97,3% dos entrevistados que utilizam as mídias sociais
- A postagem de notícias e de atualizações, a realização de campanhas de marketing e a comunicação com clientes são os principais usos feitos das mídias nas empresas do setor
- A **importância das mídias sociais é reconhecida** pelo setor: 85,5% dos entrevistados acha que são importantes ou muito importantes
- Fica evidente que as empresas do setor estão passando por um **processo de adaptação** a estas novas e cada vez mais importantes ferramentas
- Evidencia-se ainda a **necessidade de capacitação** de agentes para que passem a utilizá-las ou maximizem os benefícios que obtêm através das mídias sociais

Av. Dr. Vieira de Carvalho, 115 – 10º andar – conjunto 102  
Vila Buarque  
São Paulo, SP – Brasil - Cep: 01210-010  
Telefone.: +55 11 3334-0444 / Fax:+55 11 3331 6115  
ipeturis@ipeturis.org.br



[www.ipeturis.org.br](http://www.ipeturis.org.br)