



**PESQUISA ANUAL**  
DE CONJUNTURA ECONÔMICA DO TURISMO  
8ª Edição / 2012

Ministério do  
Turismo





**PESQUISA ANUAL**  
DE CONJUNTURA ECONÔMICA DO TURISMO  
**8ª Edição / 2012**

**Presidenta da República Federativa do Brasil** / Dilma Vana Rousseff

**Ministro de Estado do Turismo** / Gastão Dias Vieira

**Secretário Executivo** / Valdir Moysés Simão

**Secretária Nacional de Políticas de Turismo** / Ana Isabel Mesquita de Oliveira

**Diretoria de Estudos e Pesquisas** / José Francisco de Salles Lopes

**Gerência de Estudos e Pesquisas** / Neiva Duarte

## **/FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS**

### **Presidente**

Carlos Ivan Simonsen Leal

### **Diretoria EBAPE**

Flavio Carvalho Vasconcelos

### **Coordenação Núcleo de Turismo**

Luiz Gustavo Medeiros Barbosa

## **/FICHA TÉCNICA**

### **Coordenação da Pesquisa Anual**

Leonardo Vasconcelos

Paulo Cesar Stilpen

### **Equipe Econômica**

Ique Guimarães

Leonardo Vasconcelos

Márcia Magalhães

Paulo Cesar Stilpen

Vinicius Morais

### **Equipe Técnica**

Agnes Dantas

André Coelho

Camila Rezende

Carlyle Falcão

Cristiane Rezende

Erick Lacerda

Fabiola Barros

Gabriela Serpa\*

Ique Guimarães\*

Laura Monteiro

Leonardo Vasconcelos\*

Luciana Vianna\*

Marcel Levi

Márcia Magalhães\*

Maria Clara Tenório

Natália El-Khoury

Paola Lohmann

Paulo Cesar Stilpen

Roberto Pascarella

Thais Padinha

Thays Venturim

Vinicius Morais\*

### **Metodologia e Estatística**

Leonardo Vasconcelos

### **Projeto Gráfico**

Café.art.br

(\*) Atuaram também como pesquisadores

### **Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Mario Henrique Simonsen/FGV**

Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo / EBAPE/Núcleo de Turismo, Ministério do Turismo.- 8.ed.  
Rio de Janeiro : Fundação Getulio Vargas, 2012. 82 p. ISSN: 2179-8362

1. Turismo – Aspectos econômicos. I. Fundação Getulio Vargas. II. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Núcleo de Turismo. III. Brasil. Ministério do Turismo. CDD – 338.4791

# / ÍNDICE

---

APRESENTAÇÃO	05	/OPERADORAS DE TURISMO	48
METODOLOGIA	06	/ORGANIZADORAS DE EVENTOS	52
AMBIENTE MACROECONÔMICO MUNDIAL	08	/PROMOTORES DE FEIRAS	56
AMBIENTE MACROECONÔMICO BRASILEIRO	10	/TRANSPORTE AÉREO	60
ANÁLISE ECONÔMICA DO TURISMO	14	/TRANSPORTE RODOVIÁRIO	64
RESULTADOS CONSOLIDADOS	19	/TURISMO RECEPTIVO	68
QUESTÕES ESPECIAIS	27	TABELAS SÉRIE HISTÓRICA	72
RELATÓRIOS SETORIAIS	35	REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS / 2011 - 2012	79
/AGÊNCIAS DE VIAGENS	35	COMPROMISSO DE CONFIDENCIALIDADE	80
/LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	40	AGRADECIMENTO	81
/MEIOS DE HOSPEDAGEM	44		



# /APRESENTAÇÃO

---

***O Ministério do Turismo e a Fundação Getúlio Vargas*** apresentam a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo - PACET, em sua oitava edição, a qual reúne dados e informações a respeito do desempenho em 2011 e os prognósticos para 2012 das 80 maiores empresas do setor de turismo, as quais auferiram um faturamento total de R\$ 50,9 bilhões no ano em referência.

A PACET é uma sondagem que complementa os levantamentos trimestrais realizados pelo Boletim de Desempenho Econômico do Turismo – BDET, qualificando mais amplamente a evolução de cada variável, baseada em entrevistas pessoais levadas a efeito com dirigentes de cada um dos seguintes segmentos do setor turístico: agências de viagens, locadoras de automóveis, meios de hospedagem, operadoras de turismo, organizadoras de eventos, promotores de feiras, transporte aéreo, transporte rodoviário e turismo receptivo, sendo igualmente apresentado um resultado consolidado do setor em pauta.

Trata-se, portanto, de mais um instrumento capaz de elevar o nível de compreensão sobre o desempenho recente das empresas inclusas nas atividades características do turismo, os fatores limitadores ou estimuladores da expansão dos negócios, os investimentos realizados e os programados, e a perspectiva de evolução, em curto prazo, de cada um dos segmentos elencados.

Esse manancial de informações tem sido útil tanto para a tomada de decisão empresarial quanto para profissionais e estudantes que lidam com o setor, assim como importante subsídio para a formulação de políticas públicas visando o desenvolvimento do turismo brasileiro.

# /METODOLOGIA

---

***A Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo*** (PACET) é uma publicação que leva ao público o resultado de uma análise de caráter qualitativo. Questões referentes às principais variáveis econômicas são abordadas, em associação com os resultados de um levantamento amostral realizado em nove segmentos, característicos da atividade turística.

Esta pesquisa, de âmbito nacional, reflete a opinião dos empresários e principais executivos das 80 maiores empresas do setor sobre o momento atual dos negócios, o ano imediatamente anterior e o posterior.

Para analisar os resultados é utilizado o saldo de respostas, que consiste na diferença percentual entre as assinalações de aumento e as de queda de uma determinada variável. Esse saldo reflete a percepção do segmento respondente, em relação ao tema da pergunta. Convencionou-se adotar o seguinte critério para análise dos saldos de respostas apurados na PACET:

**saldo  $\geq +10\%$  e  $\leq +100\%$**  significa aumento da variável pesquisada.

**saldo  $> -10\%$  e  $< +10\%$**  significa estabilidade da variável pesquisada.

**saldo  $\geq -100\%$  e  $\leq -10\%$**  significa queda da variável pesquisada.

A variação média percentual representa a variação de expansão ou de contração da variável, segundo percentuais ponderados das observações e previsões feitas pelos respondentes.

As respostas obtidas junto às empresas são ponderadas para refletir o peso de cada respondente no mercado do turismo em geral e no seu segmento em particular. Para tal, são utilizadas variáveis de categorização que permitem a ponderação de cada resposta individual e do segmento respondente.

A fim de se atingir os objetivos da pesquisa, foram empregadas técnicas de amostragem que permitem estimar o universo desejado através dos pesquisados. A amostra foi dividida em 9 estratos, representando cada setor da economia do turismo pré-selecionado.

A presente Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo reflete as respostas coletadas no período de janeiro a março de 2012. A fim de equalizar, os valores fornecidos pelos respondentes em dólar (US\$) foram convertidos para o real (R\$), segundo a taxa média de conversão apontada pelo Banco Central do Brasil para o ano pesquisado.

**OS NÚMEROS RELATIVOS À AMOSTRA DESTE LEVANTAMENTO (EM TODOS OS SEGMENTOS) SÃO OS SEGUINTEs:**

**empresas respondentes:** 80

**total do faturamento em 2011:** R\$ 50,9 bilhões

**postos de trabalho em dez/2011:** 110 mil

**unidades da federação representadas:** 27

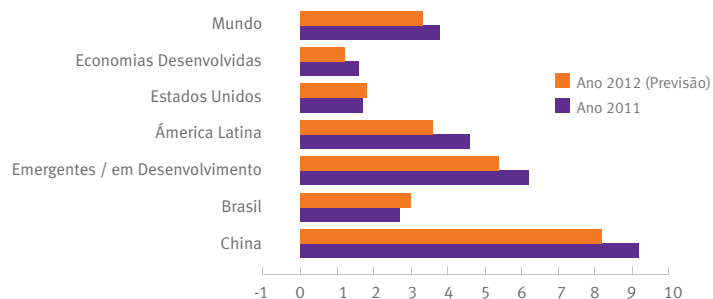


# /AMBIENTE MACROECONÔMICO MUNDIAL

**Em contraste com o aumento de 5,2% alcançado em 2010,** a economia mundial tem apresentado desaceleração em 2011 e 2012 (3,8% e 3,3%, respectivamente)<sup>1</sup>. Dentre os fatores que justificam esse cenário, destacam-se a crise nos países da Zona do Euro e a recuperação econômica lenta dos EUA.

Segundo relatório das Nações Unidas (World Economic Situation and Prospects), o caminho para a expansão econômica mundial revela ser longo e difícil, após um ano de evolução desigual – efetivamente, a recuperação não vem sendo detectada com a mesma

GRÁFICO 1 - CRESCIMENTO DA ECONOMIA MUNDIAL  
REGIÕES E PAÍSES SELECIONADOS  
2011 (OBSERVAÇÃO) / 2012 (PREVISÃO) - VARIAÇÃO ANUAL (%)



Fonte: FMI (WEO January 2012)

<sup>1</sup> Projeções divulgadas pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), em janeiro/2012

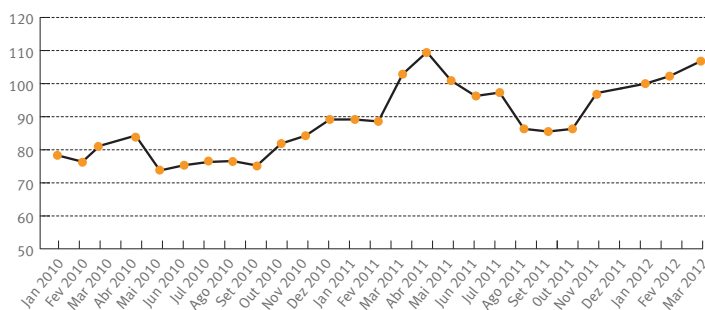
intensidade em diversas regiões do mundo, evidenciando forte assimetria de desempenho entre os países desenvolvidos e os emergentes.

Dados referentes à América Latina e Caribe revelam crescimento superior ao da média mundial tanto em 2010 (6,1%) quanto em 2011 (4,6%), merecendo destaque os incrementos das maiores economias da região: Brasil (7,5% e 2,7%, respectivamente), México (5,4% e 4,1%) e Argentina (9,2% e 8,5%). As previsões para 2012 relativas às economias brasileira (PIB de US\$ 2,3 trilhões) e mexicana (US\$ 1,1 trilhão) são de expansão de 3,0% e 3,5%, respectivamente.

## ▶ PETRÓLEO

**Apesar de um momento de instabilidade** no cenário internacional e um recuo na cotação do petróleo a partir do 2º semestre de 2011, a *commodity* retomou seu viés de alta e já atingiu a marca de US\$ 110/barril. O gráfico a seguir mostra a evolução dos preços do barril de petróleo do tipo WTI (Nova York), segundo médias mensais.

GRÁFICO 2 - EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO PETRÓLEO - TIPO WTI  
US\$ POR BARRIL - JANEIRO/2010 A MARÇO/2012 (MÉDIAS MENSAIS)



Fonte: U.S. Energy Information Administration (EIA)

A MAJORAÇÃO  
NO PREÇO DO  
PETRÓLEO TEM  
REFLEXOS NEGA-  
TIVOS SOBRE  
OS RESULTADOS  
DAS EMPRESAS  
AÉREAS

Ressalte-se que a majoração no preço do petróleo tem reflexos negativos sobre os resultados das empresas aéreas, que têm entre os principais custos operacionais, o QAV (querosene para aviação), derivado do produto. Para 2012 as estimativas divulgadas pelas maiores empresas aéreas é de uma cotação média de US\$ 95,00 o barril.

# /AMBIENTE MACROECONÔMICO BRASILEIRO

---

## » PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

**A economia brasileira apresentou crescimento** de 2,7%<sup>2</sup> em 2011, resultado inferior ao de 2010 (7,5%). Esse resultado deve-se principalmente à desaceleração industrial, à crise internacional e à preocupação do governo com a inflação. O prognóstico do FMI para o crescimento do PIB para 2012 é de 3,0%.

É importante destacar que, em 2011, o Brasil, ultrapassou o Reino Unido, tornando-se a 6ª economia do mundo, segundo dados do Centro de Economia e Pesquisas de Negócios (CEBR, em inglês).

GRÁFICO 3 - CRESCIMENTO DO PIB BRASILEIRO 2004/2011  
E ESTIMATIVA PARA 2012 - VARIAÇÃO ANUAL (%)



Fontes: IBGE e FMI (Estimativa 2012)

---

<sup>2</sup> Divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE)

## » TAXA DE CâMBIO E INVESTIMENTOS ESTRANGEIROS DIRETOS

*O processo de valorização da moeda nacional* manteve-se no início de 2011 e com isso, o dólar atingiu uma das menores cotações desde 1999 com a implantação do câmbio livre (R\$ 1,53/US\$ em setembro/2011). A cotação média diária de 2011 ficou 4,8% menor do que a observada em 2010. Para 2012 o mercado<sup>3</sup> prevê, para o final de período, uma taxa de R\$ 1,75/US\$.

Esse processo de valorização está diretamente relacionado ao ingresso de capitais que foram redirecionados dos países desenvolvidos para os países emergentes desde a crise de 2009. Segundo dados do Banco Central, o Investimento Estrangeiro Direto – IED Líquido (crédito menos débito) somou, em 2011, US\$ 66,660 bilhões, correspondendo à uma majoração de 37,43% comparativamente a 2010 (US\$ 48,506 bilhões), tornando o país o terceiro maior receptor de IED no mundo.

PROCESSO DE  
VALORIZAÇÃO  
DA MOEDA  
NACIONAL  
DIRETAMENTE  
RELACIONADO  
AO INGRESSO DE  
CAPITAIS

## » BALANÇA COMERCIAL

*Em 2011 as exportações superaram o recorde obtido em 2010*, acumulando um total de US\$ 256 bilhões (crescimento de 26,8%). Este aumento é fruto da conjugação de alguns fatores, como a valorização das principais *commodities* exportadas pelo Brasil, como petróleo e soja, e o reaquecimento da demanda externa, principalmente com o constante crescimento econômico da China.

Ainda segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), as importações também esta-

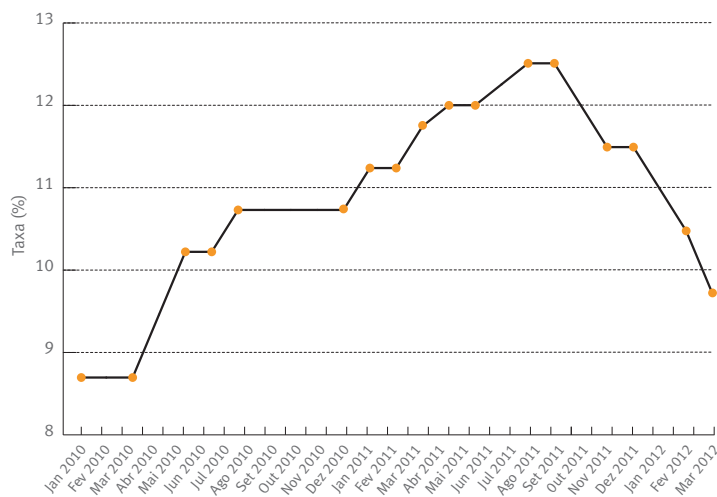
AS EXPORTAÇÕES  
E IMPORTAÇÕES  
BRASILEIRAS  
BATEM RECORDES  
EM 2011

<sup>3</sup> Retratado através do Relatório Focus do Banco Central – 16 de março 2012)

beleceram recorde, somando US\$ 226 bilhões (superior em 26,8% em relação a 2010). Essas importações recordes refletem o crescimento da renda real nacional, bem como a valorização da moeda.

O superávit da Balança Comercial em 2011 gerou divisas de US\$ 29,8 bilhões, valor superior em 47,9% comparativamente a 2010. Para 2012 o Boletim Focus revela que o mercado prevê também um superávit, porém em US\$ 19,1 bilhões.

GRÁFICO 4 - TAXA DE JUROS SELIC  
JAN./2010 - MAR./2012



Fonte: Banco Central

## TAXA DE JUROS

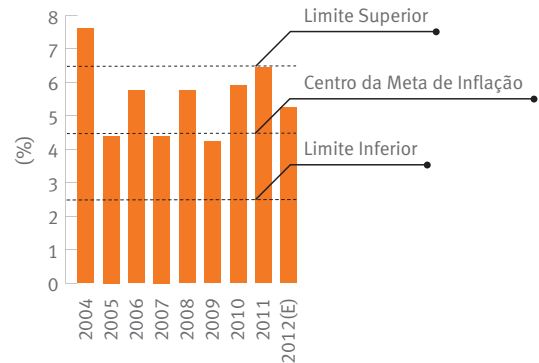
*Após um início de 2011 com inflação* e expectativas elevadas, o Banco Central fez gradativos aumentos na taxa básica de juros, a SELIC, até atingir 12,5% em julho. A partir de então, com a perspectiva de agravamento da crise no cenário internacional, com possível reflexo na economia brasileira, o Banco Central realizou consecutivas reduções, até alcançar o patamar de 9,75% em março/12. A estimativa atual do mercado é a de que a taxa declinará até o nível de 9,00% e chegará ao final de 2012 nesse patamar.

## INFLAÇÃO

*O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo* (IPCA) acumulado em 2011 alcançou 6,50% (acima da taxa de 5,91% relativa a 2010), atingindo

o limite superior do intervalo de sistema de metas e situando-se ainda dentro do intervalo de tolerância, pelo oitavo ano consecutivo. Análises do Banco Central até o terceiro trimestre de 2011 revelam que a elevação da inflação foi determinada pela variação nos preços livres, e pela dinâmica nos preços administrados por contratos, que foi particularmente menos favorável do que a verificada em 2010. A estimativa do mercado é a de que a taxa de inflação atingirá 5,27% em 2012.

GRÁFICO 5 - ÍNDICE DE PREÇOS AO CONSUMIDOR AMPLO (IPCA) 2004 A 2011 E ESTIMATIVA PARA 2012



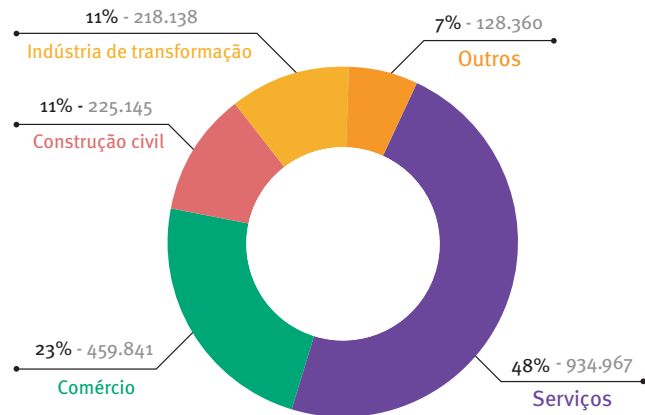
Fontes: IBGE e Banco Central

(E) Estimativa do Mercado no final de Janeiro 2012

## » MERCADO DE TRABALHO

O **Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)** ressalta que, mesmo com o acirramento da crise econômica mundial, o Brasil criou, em 2011, 1.966.449 postos de trabalho celetistas (menos 23,05% do que os 2.555.421 apurados em 2010). De acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), o setor de serviços apresentou a maior criação de postos de trabalho no ano, com resultado positivo de 934.967 (representando 48% do total das vagas criadas).

GRÁFICO 6 - CRIAÇÃO DE POSTOS DE TRABALHO POR SETOR - 2011



Fonte: MTE (Caged)

# /ANÁLISE ECONÔMICA DO TURISMO

---

## ▶ TURISMO INTERNACIONAL

***De acordo com dados preliminares da Organização Mundial do Turismo***, as chegadas internacionais de turistas no mundo atingiram a expressiva marca de 980 milhões, crescendo cerca de 4,4% em 2011. Estatísticas da Organização revelam que, contrariamente ao verificado em anos mais recentes, o ritmo de crescimento das chegadas internacionais nas economias desenvolvidas (+5,0%), em 2011, superou o dos países emergentes (+3,8%).

As Américas, com 156,2 milhões de chegadas em 2011, registraram incremento de 4,2% favorecido pelo aumento da América do Sul (+10,4%). A América Central (+3,7%) e o Caribe (+3,6%) mantiveram as taxas de crescimento próximas às apuradas em 2010; na América do Norte, o percentual de elevação foi de 2,9%, atingindo-se a marca de 101 milhões de chegadas internacionais em 2011.

A expectativa para 2012, quanto às chegadas internacionais de turistas, é de taxa de crescimento menor, mas não impedindo que a marca de 1 bilhão seja atingida mesmo antes do fim do ano. Caso isso se concretize, o total de chegadas terá dobrado em menos de 20 anos.

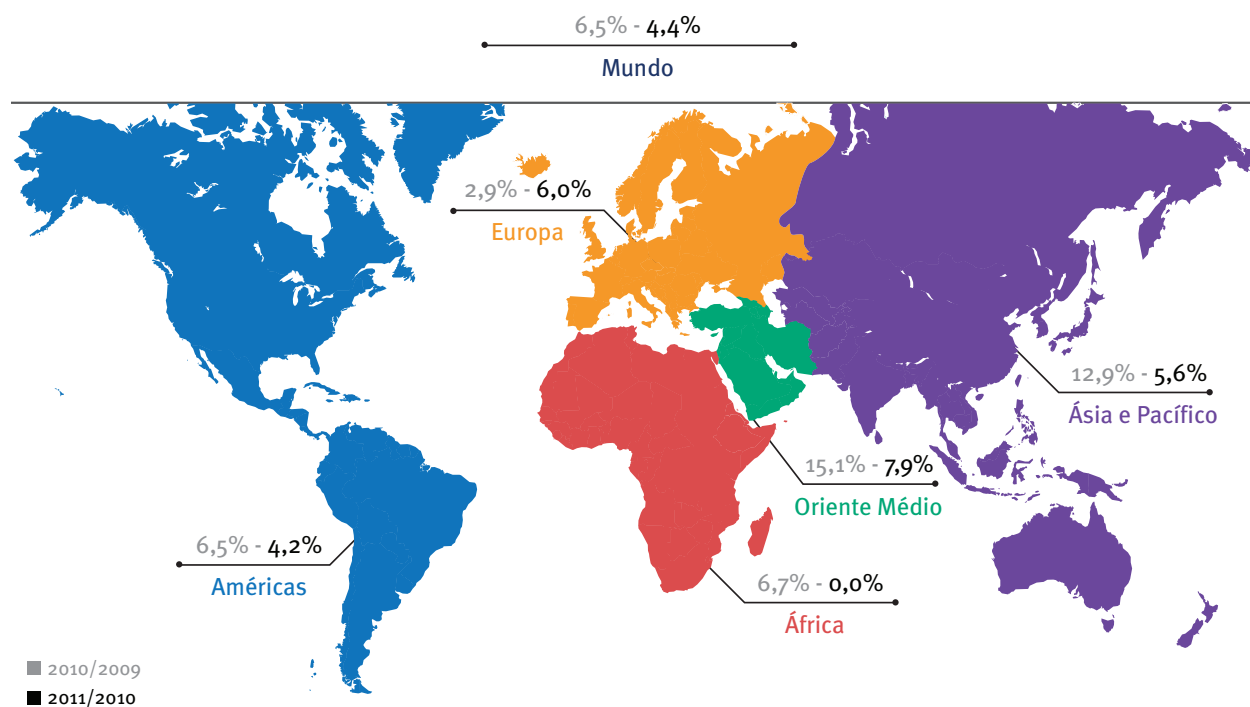
No que diz respeito às receitas inerentes ao turismo internacional em 2011 (dados preliminares), os mais elevados incrementos percentuais foram apurados nos Estados Unidos (+12% em relação a 2010), Espanha (+9%) e Reino Unido (+7%).

Entre os dez países com maiores incrementos percentuais de dispêndios turísticos destacam-se os mercados emissores emergentes - China (+38%), Brasil (+32%), Índia (+32%) e Rússia (+21%).

Em termos de gastos em dólares realizados pelos turistas, a liderança ainda é da Alemanha (US\$ 78 bilhões) e dos EUA (US\$ 76 bilhões) – em plena expansão, a China (US\$ 55 bilhões) ocupa a terceira posição, superando os gastos de turistas provenientes do Reino Unido, França, Canadá, Japão e Itália.

A Organização Mundial do Turismo ressalta a prioridade que deve ser dada ao setor de turismo nas políticas nacionais, devido à sua importância crescente como atividade geradora de renda e de empregos diretos e indiretos, num momento de dificuldades econômicas vivenciadas principalmente por países da Europa.

**GRÁFICO 7 - CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS**  
DADOS DE 2010 E PRELIMINARES PARA 2011-VARIAÇÃO PERCENTUAL ANUAL



Fonte: UNWTO



# TURISMO NO BRASIL

## TURISMO INTERNACIONAL NO PAÍS

**Segundo dados do Banco Central**, os gastos efetuados por turistas estrangeiros em visita ao Brasil (medidos pela receita da Conta Viagens, do Balanço de Pagamentos), em 2011, somaram US\$ 6,775 bilhões (14,46% a mais do que os US\$ 5,919 bilhões auferidos em 2010). Através do gráfico ao lado percebe-se que o segundo trimestre foi o período que evidenciou maior incremento de receita, comparativamente a 2010. Os trimestres seguintes continuaram apresentando crescimento frente ao ano anterior, porém em ritmo de menor expansão.

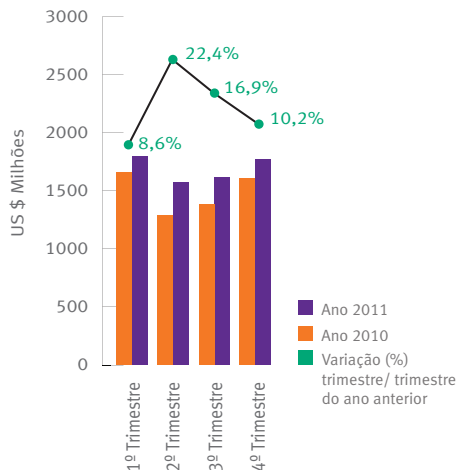
Por outro lado, os gastos dos brasileiros com viagens internacionais totalizaram US\$ 21,234 bilhões em 2011, registrando elevação em relação a 2010 (US\$ 16,422 bilhões). Portanto, a corrente cambial turística (receita mais despesa), confrontados esses dois anos, cresceu 25,37%: de US\$ 22,341 bilhões, em 2010, para US\$ 28,009 bilhões, em 2011.

Dados divulgados pelo Anuário Estatístico do Ministério do Turismo mostram que o total de chegadas de turistas internacionais no país, em 2010, alcançou 5.161.379 passageiros, o que equivale a um aumento de 7,5% em relação a 2009 (4.802.217 passageiros). Os turistas oriundos dos demais países da América do Sul foram responsáveis por aproximadamente 46% do fluxo para o Brasil.

## TURISMO NACIONAL

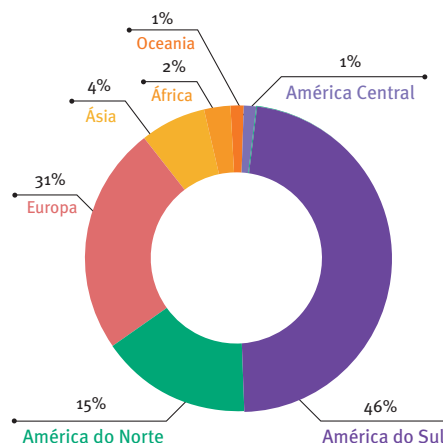
**Em 2011, o número de desembarques nacionais** de passageiros somou 79.049.171, correspondendo a uma variação de 15,8% em relação a 2010. A movimentação dos aeroportos brasileiros em 2011 foi, igualmente, a maior já registrada desde o começo da série histórica, em 2000.

GRÁFICO 8 - BRASIL RECEITA CAMBIAL TURÍSTICA ANUAL  
US\$ MILHÕES - 1º TRIMESTRE 2010  
A 4º TRIMESTRE 2011



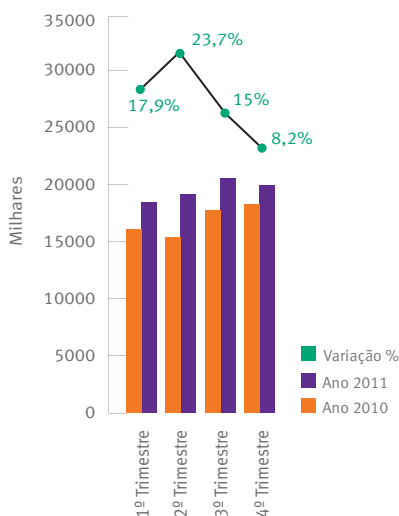
Fonte: BC

GRÁFICO 9 - CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS AO BRASIL NO ANO DE 2010



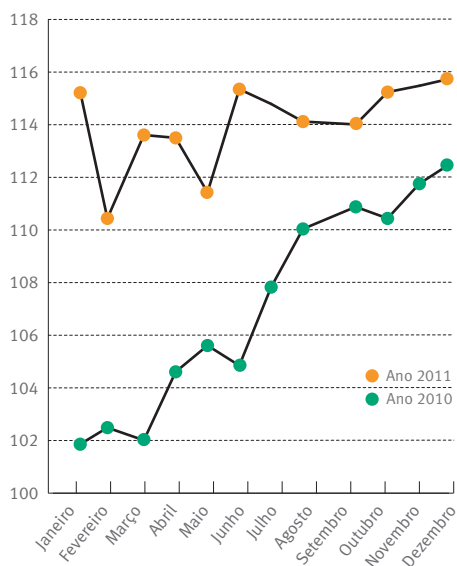
Fonte: MTur

GRÁFICO 10 - BRASIL  
DESEMBARQUE MENSAL DE PASSAGEIROS  
EM VOOS NACIONAIS  
2010 / 2011 E VARIAÇÃO PERCENTUAL ENTRE  
MESMOS TRIMESTRES DOS ANOS CONSECUTIVOS



Fonte: Infraero

GRÁFICO 11 - BRASIL - FLUXO TOTAL DE VEÍCULOS  
LEVES EM RODOVIAS PEDAGIADAS  
NÚMEROS ÍNDICES - SÉRIE DESSAZONALIZADA  
EVOLUÇÃO MENSAL - JAN. 2010/DEZ. 2011



Fonte: ABCR

O Ministério do Turismo ressalta o fato de que tais dados resultam, principalmente, do aumento da renda do brasileiro, do interesse em colocar o turismo entre as prioridades de consumo e das facilidades de acesso ao crédito no País.

A atual circulação de passageiros está fortemente concentrada nos terminais aeroportuários do Estado de São Paulo, Distrito Federal, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Os aeroportos que mais receberam voos domésticos em 2011 foram: Guarulhos e Congonhas, em SP (8,8 milhões e 8,3 milhões, respectivamente), Brasília (7,2 milhões) e Galeão e Santos Dumont, no RJ (5,3 milhões e 4,2 milhões, respectivamente).

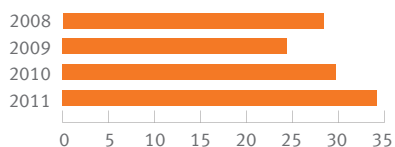
## RODOVIAS PEDAGIADAS

*Em complemento aos indicadores do fluxo interno aéreo de passageiros*, o Índice ABCR mede o fluxo de veículos nas estradas pedagiadas, sendo produzido pela Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias (ABCR). A série, com ajuste sazonal, é mostrada no gráfico ao lado, o qual discrimina a evolução do fluxo total de veículos leves em rodovias pedagiadas (número índice = 100, média de 2009).

No acumulado de janeiro a dezembro de 2011 (comparativamente a 2010), o fluxo de veículos leves cresceu 6,5%. De acordo com a ABCR, o bom desempenho dos leves está relacionado com o mercado de trabalho, que apresenta dados de emprego ainda em crescimento, e ao aumento de renda e do crédito.

GRÁFICO 12 - INTENÇÃO POSITIVA DE VIAGEM

MÉDIAS 2008/2011  
A 4º TRIMESTRE 2011 (%)



Fontes: MTur e FGV

A PREFERÊNCIA DE VIAGENS AÉREAS ATINGE CERCA DE 60%, EM MÉDIA

## INTENÇÃO DE VIAGEM

***A intenção de viagem, detectada na Sondagem da Expectativa do Consumidor*** realizada mensalmente pela FGV, retrata a expectativa das famílias brasileiras de consumir os serviços relacionados ao turismo nos próximos seis meses, com base numa amostra de mais de 2000 domicílios localizados nas cidades de Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo e Recife.

O gráfico a seguir mostra a evolução positiva da disposição de viajar, segundo as médias anuais registradas nos últimos quatro anos, a qual revela tendência ascendente, cabendo destacar, no entanto, que a constatação de declínio ocorrida em 2009 deveu-se aos efeitos da crise econômico-financeira internacional, ano em que os mesmos foram sentidos com mais intensidade, repercutindo negativamente no propósito de realização de viagens em todo o mundo.

As informações a seguir referem-se apenas às intenções positivas de disposição de viajar:

► *No que tange ao destino das viagens, vale ressaltar que a média de 2011 indica que as decisões de turismo pelo Brasil alcançam cerca de 71% das respostas, enquanto que as relativas ao exterior, aproximadamente 26%;*

► *Os dois principais meios de transporte a serem utilizados são o avião e o automóvel. O percentual médio de intenção de deslocamento por via aérea, que era de 44,4% em 2008, elevou-se significativamente nos anos mais recentes, atingindo a média de 60,2%, em 2011. Por outro lado, no que diz respeito à locomoção por automóvel, a média anual diminuiu bastante de 2008 (36,1%) para 2011 (23,7%);*

► *Quanto aos meios de hospedagem mais escolhidos, destacam-se os hotéis/pousadas e as casas de parentes e/ou amigos, nesta ordem. No primeiro caso, o percentual aumentou de 50,4% (média de 2008) para 55,0% (média de 2011); no segundo, decresceu de 35,6% para 31,8% (comparadas as médias desses dois anos).*

# /RESULTADOS CONSOLIDADOS

---

*São apresentados, a seguir, os resultados do turismo no Brasil em 2011 e as perspectivas para 2012, com base na análise dos segmentos pesquisados, cujos dados são pormenorizados nos seus respectivos relatórios setoriais.*

## ▶ RESULTADOS DE 2011

*O faturamento das empresas do setor de turismo como um todo, em 2011, cresceu para 94% do mercado consultado, enquanto que estabilidade foi detectada 4% e redução em 2%, comparativamente ao auferido em 2010. Tal evolução é considerada bastante satisfatória, ainda mais se levando em conta que 2010 constitui uma base forte de comparação. Os principais motivos que proporcionaram aquecimento dos negócios em 2011 são discriminados a seguir:*

**Agências de Viagens:** *continuidade do crescimento econômico, propiciando ampliação do número de viagens realizadas pelas empresas que já faziam parte do portfólio das agências e por meio da captação de novos clientes; expansão das agências online, impulsionada pela entrada de novos usuários de internet, e incorporação de novas tecnologias que facilitaram a distribuição dos produtos ofertados e o consequente aumento das vendas;*

**Locadoras de Automóveis:** *ampliação do ramo rent a car, em especial no âmbito dos negócios (inclusive com o uso da locação*

de veículos pelo Poder Público); ocorrência de uma mudança cultural, com o gradativo aumento tanto do aluguel direto de veículos por parte dos brasileiros ao viajar, como também em razão da tendência de terceirização da frota pelas empresas; movimentação dos negócios gerada com a proximidade dos megaeventos e as estratégias de captação de clientes por parte do mercado;

**Meios de Hospedagem:** maior demanda (em especial da corporativa), provocando significativa elevação da taxa de ocupação dos hotéis (e consequente escassez da oferta) e possibilitando uma elevação dos preços da diária média; aquecimento da economia, imagem positiva do Brasil no exterior e investimentos estrangeiros no País, estimulando a abertura de novos empreendimentos; estratégias de marketing adotadas por algumas empresas, com atuação junto à mídia, e o propósito de se atingir um alto grau de satisfação de clientes (processo de fidelização);

**Operadoras de Turismo:** fortalecimento da economia brasileira, relativa estabilidade do câmbio e aumento da renda da população (que estimularam a venda de pacotes de viagens, especialmente no 1º semestre de 2011); ampliação da rede de distribuição, aumento das vendas de pacotes internacionais e maior oferta de produtos, com foco em novas segmentações e na comercialização de novos destinos; e realização de ações específicas de marketing;

**Organizadoras de Eventos:** imagem favorável do Brasil no exterior e maior visibilidade do País em razão dos megaeventos; maior número de empresas investindo em eventos, como forma de promoção e de treinamento de funcionários; e aumento

do total de participantes inscritos nos eventos, facilitando a comercialização dos mesmos, como no caso da venda de estandes e na obtenção de patrocínios;

**Promotores de Feiras:** ocorrência de feiras de grande expressão no ano de 2011 e dos investimentos de longo prazo realizados anteriormente, inclusive com a incorporação de novas empresas;

**Transporte Aéreo:** expansão do volume de operações, em decorrência da ampliação da oferta de assentos, do maior número de voos e de destinos atendidos, tanto nacionais (revelando tendência de interiorização das rotas) quanto internacionais; expansão da oferta, acirramento da concorrência (que ocasionou redução das tarifas praticadas) e melhor distribuição da renda, estimulando o aumento da demanda; estratégias de marketing de reposicionamento da marca adotadas por algumas companhias; e melhor aproveitamento das aeronaves, proporcionando maior taxa de ocupação;

**Transporte Rodoviário:** investimentos realizados em ações de marketing para reforço da marca e fidelização de clientes, por meio da melhoria dos canais de comunicação com cliente; elevação das tarifas; expansão dos negócios no ramo de fretamento e ampliação da contratação de serviços de receptivo de curta viagem, como transporte para o aeroporto, e passeios de algumas horas;

**Turismo Receptivo:** imagem positiva do Brasil no exterior (com destaque para melhoria da percepção do Brasil como um destino mais estável e seguro pelo turista estrangeiro), valorização do dólar ocorrida a partir de meados de 2011; retomada

das viagens internacionais pelos turistas dos principais mercados emissores e o crescimento das vendas pela internet.

Conforme se pode constatar na tabela a seguir, os segmentos que apresentaram saldos de respostas mais elevados do faturamento em 2011 (em confronto com 2010) foram locadoras de automóveis (100%), meios de hospedagem (100%), organizadoras de eventos (100%), transporte aéreo (100%) e operadoras de turismo (95%), ao passo que o menor saldo foi apurado no segmento turismo receptivo (24%). Portanto, trata-se de resultado bastante favorável para o setor de turismo, com 6 segmentos (entre 9) registrando saldos de respostas iguais ou superiores a 90%.

**TABELA 1 - EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO 2011/2010, SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO DE TURISMO**

SEGMENTO DE TURISMO	AUMENTO	ESTABILIDADE	DIMINUIÇÃO	SALDO
CONSOLIDADO	94	4	2	92
AGÊNCIAS DE VIAGENS	66	16	18	48
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	100	0	0	100
MEIOS DE HOSPEDAGEM	100	0	0	100
OPERADORAS DE TURISMO	95	5	0	95
ORGANIZADORAS DE EVENTOS	100	0	0	100
PROMOTORES DE FEIRAS	66	27	7	59
TRANSPORTE AÉREO	100	0	0	100
TRANSPORTE RODOVIÁRIO	90	10	0	90
TURISMO RECEPTIVO	46	32	22	24

Fontes: FGV e MTur

Na próxima tabela, destacam-se como mais elevadas variações médias do faturamento auferido (+18,3% no resultado consolidado de 2011, em confronto com 2010), as registradas nos segmentos turismo receptivo (+33,5%), meios de hospedagem (+22,7%) e agências de viagens (+19,5%), sendo o menor percentual apurado em trans-

porte rodoviário (+6,8%). No confronto entre a variação média anual de faturamento prevista e a efetivamente observada, cabe salientar que superaram em muito as expectativas as observadas nos segmentos meios de hospedagem (12,7 pontos percentuais a mais) e turismo receptivo (8,3 p.p. maior), enquanto que frustraram estimativas a menos ampla variação detectada no ramo transporte rodoviário (-5,1 p.p.).

Em 2011, as mais elevadas variações médias de preços (+7,0% no consolidado do setor de turismo) foram constatadas nos segmentos turismo receptivo (+23,6%), meios de hospedagem (+15,9%) e agências de viagens (+11,6%) - ressalte-se que tais incrementos situaram-se bem acima do registrado pela inflação oficial (IPCA), a qual alcançou 6,5% em 2011, e se deveram, de modo geral, à possibilidade de repasse dos custos aos preços praticados pelas empresas desses ramos. Menores percentuais de variação média foram detectados nos segmentos transporte aéreo (+1,0%) e locadoras de automóveis (+1,4%). O contraste entre as variações médias anuais de preços prevista e observada revela diferenças superiores ao estimado nos segmentos turismo receptivo (+13,4 p.p.), agências de viagens (+8,1 p.p.) e meios de hospedagem (+6,6 p.p.), assim como as inferiores às prognosticadas nos ramos locadoras de automóveis (-5,5 p.p.) e transporte aéreo (-4,4%).

Entre as variações médias de custos (+9,9% no resultado consolidado do setor de turismo), verificaram-

-se maiores aumentos, em 2011, nos segmentos turismo receptivo (+24,2%), agências de viagens (+12,8%) e meios de hospedagem (+11,3%), não sendo constatado decréscimo em nenhum outro ramo - o menor incremento percentual, ainda assim bastante elevado (+6,5%) foi apurado em locadoras de automóveis. A variação média anual de custos observada foi superior à prevista destacadamente em turismo receptivo (+ 9,1 p.p.) e inferior em locadoras de automóveis (-14,1 p.p.).

A VARIAÇÃO MÉDIA OBSERVADA PARA TURISMO RECEPTIVOS FOI BASTANTE SUPERIOR À PREVISTA

TABELA 2 - CONTRASTE ENTRE AS VARIAÇÕES MÉDIAS DO FATURAMENTO E DOS PREÇOS EM 2010/2011 SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO DE TURISMO

SEGMENTAÇÃO	FATURAMENTO EM 2011			PREÇOS EM 2011		
	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL PREVISTA	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL OBSERVADA	DIFERENÇA (P.P.)	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL PREVISTA	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL OBSERVADA	DIFERENÇA (P.P.)
CONSOLIDADO	16,5	18,3	1,8	6,5	7,0	0,5
AGÊNCIAS DE VIAGENS	22,5	19,5	-3,0	3,5	11,6	8,1
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	18,1	17,1	-1,0	6,9	1,4	-5,5
MEIOS DE HOSPEDAGEM	10,0	22,7	12,7	9,3	15,9	6,6
OPERADORAS DE TURISMO	16,0	16,5	0,5	7,8	6,1	-1,7
ORGANIZADORAS DE EVENTOS	6,3	9,9	3,6	5,5	5,1	-0,4
PROMOTORES DE FEIRAS	15,0	15,7	0,7	6,7	7,8	1,1
TRANSPORTE AÉREO	20,0	18,2	-1,8	5,4	1,0	-4,4
TRANSPORTE RODOVIÁRIO	11,9	6,8	-5,1	4,2	5,0	0,8
TURISMO RECEPTIVO	25,2	33,5	8,3	10,2	23,6	13,4

Fontes: FGV e MTur

No que tange às variações médias de postos de trabalho (+14,3% no resultado consolidado em 2011), destacam-se as registradas positivamente nos segmentos agências de viagens (+21,8%), operadoras de turismo (+18,1%), transporte aéreo (+17,7%), locadoras de automóveis (+14,0%), e meios de hospedagem (+11,1%), e negativamente em turismo receptivo (-2,5%). A comparação entre a variação média anual do quadro de pessoal prevista e a observada

foi superior principalmente nos segmentos transporte aéreo (+11,7 p.p.) e locadoras de automóveis (+6,0 p.p.) e inferior ao estimado no ramo turismo receptivo (-9,2 p.p.).

TABELA 3 - CONTRASTE ENTRE AS VARIAÇÕES MÉDIAS DOS CUSTOS E DO QUADRO DE PESSOAL EM 2012/2011 SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO DE TURISMO

SEGMENTAÇÃO	CUSTOS EM 2011			QUADRO DE PESSOAL EM 2011		
	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL PREVISTA	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL OBSERVADA	DIFERENÇA (P.P.)	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL PREVISTA	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL OBSERVADA	DIFERENÇA (P.P.)
CONSOLIDADO	9,0	9,9	0,9	8,6	14,3	5,7
AGÊNCIAS DE VIAGENS	8,6	12,8	4,2	17,4	21,8	4,4
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	20,6	6,5	-14,1	8,0	14,0	6,0
MEIOS DE HOSPEDAGEM	7,2	11,3	4,1	6,7	11,1	4,4
OPERADORAS DE TURISMO	8,2	8,4	0,2	21,1	18,1	-3,0
ORGANIZADORAS DE EVENTOS	8,1	8,1	0,0	6,4	8,7	2,3
PROMOTORES DE FEIRAS	6,4	8,8	2,4	3,4	3,9	0,5
TRANSPORTE AÉREO	9,4	9,5	0,1	6,0	17,7	11,7
TRANSPORTE RODOVIÁRIO	4,3	7,9	3,5	2,2	1,4	-0,8
TURISMO RECEPTIVO	15,1	24,2	9,1	6,7	-2,5	-9,2

A VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL DO QUADRO DE PESSOAL OBSERVADA SUPEROU A PREVISÃO PRINCIPALMENTE NOS SEGMENTOS TRANSPORTE AÉREO E LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

Fontes: FGV e MTur

## ▶ PERSPECTIVAS PARA 2012

*Os empresários de todos os segmentos são unânimes quanto à perspectiva* de significativa ampliação dos negócios em 2012 (saldo de 87% em comparação a 2011), acompanhando os prognósticos de nova expansão da economia brasileira. A seguir são listadas expectativas otimistas dos empresários do setor de turismo em relação à evolução da economia em geral e a seus próprios negócios, em particular:

**Agências de Viagens:** manutenção do crescimento econômico brasileiro, resultados favoráveis advindos de investimentos em tecnolo-



gia; maior produtividade; expectativa de entrada em funcionamento de novas empresas aéreas (podendo gerar redução do preço das passagens e expansão da demanda); e majoração de tarifas hoteleiras (e consequente elevação do faturamento das agências);

**Locadoras de Automóveis:** tendência de demanda crescente do mercado, com base na expansão do PIB e nos investimentos realizados; majoração das tarifas e novas oportunidades de negócios na área de terceirização;

**Meios de Hospedagem:** continuidade de aumento da demanda, da escassez da oferta e da decorrente elevação do valor das diárias; crescimento do PIB e maiores investimentos estrangeiros no País, estimulando o aumento de viagens a negócios; e construção de novos hotéis, reforma ou ampliação dos já existentes;

**Operadoras de Turismo:** estabilidade econômica do País (mesmo frente à crise econômica na Europa) e aumento da renda da população (possibilitando maior demanda por viagens); expectativa de aumento dos pontos de distribuição e da disponibilidade de produtos, além das melhorias a serem realizadas nas ferramentas tecnológicas; e investimentos realizados em treinamento do pessoal, marketing e no atendimento também deverão ter impactos positivos;

**Organizadoras de Eventos:** exposição do País na mídia internacional e nacional, em razão da futura realização de megaeventos;

**Promotores de Feiras:** ampliação do portfólio de clientes; mudança no perfil das feiras

realizadas, havendo um direcionamento para realização de feiras mais técnicas, como no caso de mecânica, eletrônica e materiais de construção; e aquisição de novas empresas do mesmo segmento;

**Transporte Aéreo:** expansão da oferta (inclusive para outras cidades ainda não atendidas pelo transporte aéreo); aumento da demanda de passageiros e da taxa de ocupação de aeronaves; e visibilidade positiva do Brasil no exterior;

**Transporte Rodoviário:** incremento da demanda que deverá se observar em virtude das obras de infraestrutura previstas para ocorrer no País (especialmente por causa dos megaeventos esportivos); aumento da frequência de realização de viagens nas linhas mais curtas, com maior rentabilidade, e elevação no preço das tarifas a partir do reajuste permitido pelo órgão regulador; investimentos realizados para melhoria da gestão e em treinamento de funcionários, proporcionando ganhos de produtividade; e campanhas de marketing estimulando a captação e a fidelização de clientes;

**Turismo Receptivo:** expectativa de ampliação da demanda de estrangeiros para o Brasil e dos preços praticados; absorção mais intensa de clientes pelas empresas maiores (em virtude da redução da concorrência); e mais ampla visibilidade do Brasil no exterior, em razão dos megaeventos e da perspectiva de manutenção da estabilidade econômica do País.

A tabela seguinte revela que os ramos que esperam mais elevadas ampliações do faturamento são agências de viagens, locadoras de automóveis, operadoras de turismo e transporte aéreo (em todos eles, o registro de saldos referen-

tes às previsões atinge +100%), sendo os menores saldos (ainda assim bastante elevados) apurados nos ramos organizadoras de eventos (+7%), transporte rodoviário (+55%) e promotores de feiras (+59%).

**TABELA 4 - PREVISÃO DA EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO 2011/2010, SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO DE TURISMO**

INDICADORES	COMPORTAMENTO			SALDO
	AUMENTO	ESTABILIDADE	DIMINUIÇÃO	
CONSOLIDADO	93	6	0	93
AGÊNCIAS DE VIAGENS	100	0	0	100
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	100	0	0	100
MEIOS DE HOSPEDAGEM	95	5	0	95
OPERADORAS DE TURISMO	100	0	0	100
ORGANIZADORAS DE EVENTOS	39	29	32	7
PROMOTORES DE FEIRAS	59	41	0	59
TRANSPORTE AÉREO	100	0	0	100
TRANSPORTE RODOVIÁRIO	55	45	0	55
TURISMO RECEPTIVO	79	7	14	65

Fontes: FGV e MTur

A tabela a seguir destaca como mais elevadas previsões de variações médias do faturamento a ser auferido em 2012 (+15,0% no resultado consolidado do setor de turismo, comparativamente a 2011), as estimadas pelos segmentos agências de viagens (+19,3%), operadoras de turismo (+18,4%), transporte aéreo (+17,9%); enquanto que menos amplo aumento é vislumbrado por empresários dos segmentos transporte rodoviário (+2,0%) e organizadoras de eventos (+3,7%).

Os mais elevados prognósticos de variações médias de preços (+7,6% no resultado consolidado) foram constatados nos segmentos turismo receptivo (+12,5%), orga-

A TOTALIDADE DOS EMPRESÁRIOS DOS SEGMENTOS DE AGÊNCIAS DE VIAGENS, LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS, OPERADORAS DE TURISMO E TRANSPORTE AÉREO INDICARAM PREVISÃO DE AUMENTO DO FATURAMENTO

nizadoras de eventos (+11,0%) e meios de hospedagem (+10,1%), sendo o menor percentual de estimativas de reajuste de preços detectado nas locadoras de automóveis (+1,1%) e em transporte rodoviário (+3,1%) – ressalte-se que a estimativa do mercado, ao final de janeiro último, para a inflação em 2012, era de 5,28%.

Entre as estimativas de variações médias de custos (+7,4% no resultado consolidado), verificaram-se perspectivas de maiores aumentos nos ramos organizadoras de eventos (+11,4%), agências de viagens (+9,6%), promotores de feiras (+9,0%), turismo receptivo (+8,0%) e meios de hospedagem (+7,8%), sendo o menor percentual de incremento previsto pelo ramo locadoras de automóveis (+5,4%) – ou seja, todos os segmentos estimam que os seus custos, em 2012, se situem em patamar acima da inflação oficial esperada pelo mercado para o ano em curso (5,3%, em março).

Finalmente, no que concerne às previsões de variações médias de postos de trabalho (+9,4% no resultado consolidado), destacam-se as apuradas nos segmentos agências de viagens (+17,7%) e meios de hospedagem (+10,5%), sendo os mais baixos saldos referentes aos prognósticos de variação média, registrados nos segmentos organizadoras de eventos (saldo de -6,4%), transporte rodoviário (saldo nulo) e promotores de feiras (+1,8%).

A VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL DO QUADRO DE PESSOAL PREVISTA FOI SUPERIOR PRINCIPALMENTE NO SEGMENTO DE AGÊNCIAS DE VIAGENS

TABELA 5 - PREVISÃO DA VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL DOS PRINCIPAIS INDICADORES POR SEGMENTO DE TURISMO 2011/2012 (%)

SEGMENTO DE TURISMO	FATURAMENTO	PREÇOS	CUSTOS	QUADRO DE PESSOAL
<b>CONSOLIDADO</b>	<b>15,0</b>	<b>7,6</b>	<b>7,4</b>	<b>9,4</b>
AGÊNCIAS DE VIAGENS	19,3	8,5	9,6	17,7
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	15,1	1,1	5,4	9,4
MEIOS DE HOSPEDAGEM	13,2	10,1	7,8	10,5
OPERADORAS DE TURISMO	18,4	5,5	7,9	9,8
ORGANIZADORAS DE EVENTOS	3,7	11,0	11,4	-6,4
PROMOTORES DE FEIRAS	6,8	9,1	9,0	1,8
TRANSPORTE AÉREO	17,9	8,1	6,6	9,3
TRANSPORTE RODVIÁRIO	2,0	3,1	7,4	0,0
TURISMO RECEPTIVO	12,8	12,5	8,0	6,4

Fontes: FGV e MTur

# /QUESTÕES ESPECIAIS

---

***A Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo*** ***incluiu***, em sua oitava edição, uma série de perguntas adicionais, a fim de melhor avaliar o desempenho de cada um dos segmentos componentes e identificar aspectos específicos a eles inerentes, proporcionando adicionalmente um mapeamento completo, útil para o enriquecimento da análise a respeito da evolução recente do setor. São quesitos especiais que, em realidade, mostram, pormenorizadamente, características do mercado em que atuam e eventuais dificuldades enfrentadas pelos ramos componentes do setor de turismo.

Cabe destacar que as respostas não totalizam necessariamente 100%, seja pelo fato de admitirem respostas múltiplas (ultrapassando este percentual) seja pela não ocorrência de resposta a determinado item por parte de algumas grandes empresas do respectivo segmento (não perfazendo, portanto, o total de 100%). As informações a esse respeito, prestadas pelas maiores empresas de cada segmento, são discriminadas a seguir:

## ▶ AGÊNCIAS DE VIAGENS

▶ ***Principais destinos concorrentes internacionais do Brasil:*** Caribe (58,9% de assinalações), Europa (56,5%), Chile, Santiago (42,2%), Estados Unidos (34,0%), América Latina (28,0%), México (26,6%), Austrália (26,1%), Argentina, Buenos Aires (23,6%), China (15,8%), e demais destinos (16,5%);

GRÁFICO 13 - AGÊNCIAS DE VIAGENS  
QUESTÕES ESPECIAIS  
DIFICULDADE NA CONTRATAÇÃO  
DE MÃO DE OBRA ESPECIALIZADA



Fontes: FGV / MTur

► **Novos destinos internacionais competidores com o Brasil:** Austrália (26,1% de indicações), Rússia (8,0%), Vietnã (8,0%), China (6,7%) e outros (5,4%);

► **Aumento na demanda por destinos nacionais:** Florianópolis (23,6% do mercado), Cruzeiros Marítimos (23,6%), Rio de Janeiro (19,6%); Vitória (18,6%), Aracaju (18,6%), Porto Alegre (8,0%), Brasília (8,0%) e outros (turismo cultural, de aventura e ecoturismo, Chapada Diamantina, Nordeste, Fernando de Noronha, Manaus: 6,5%);

► **Principais mudanças nos hábitos de viagens dos brasileiros:** maior utilização de transporte aéreo, inclusive com a detecção do aumento do número de viajantes devido à incorporação mais ampla da classe C no segmento de viagens (23,6% de registros); hábito de compra de pacotes turísticos em geral (passagens aéreas e hospedagem) pela internet (23,6%); redução nos custos de viagens corporativas e o fato das empresas se tornarem cada vez mais exportadoras (18,6%). O fluxo de viagem acompanha o fluxo de investimentos, no caso, aumento da demanda dos nordestinos e de voos para o Nordeste (26,1%);

► **Dificuldade para a contratação de mão de obra especializada:** Setor Operacional (Vendas etc.: 47,4% de respostas), Desenvolvedores de Tecnologia (23,6%), Profissionais na Área de Desenvolvimento de Produtos (Marketing: 23,6%), Atendimento (34,3%), Setor Administrativo (26,1%) e outros (Consultores de Turismo, RH, Profissionais fluentes em outro (s) idioma (s), Tecnologia de Informação - TI etc.: 16,4%).

## ▶ LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

▶ **Aumento na demanda por destinos nacionais:** Macaé, RJ (em virtude da atividade petrolífera: 77,6% de assinalações) e outros (Nordeste, devido ao fato de muitas empresas estarem se deslocando para aquela região e se utilizarem de serviços de Terceirização, alugando automóveis; e Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu, como forma de Lazer: 1,0%);

▶ **Principal mudança nos hábitos de viagens dos brasileiros:** aumento no número de aluguéis de veículos (21,4% do mercado);

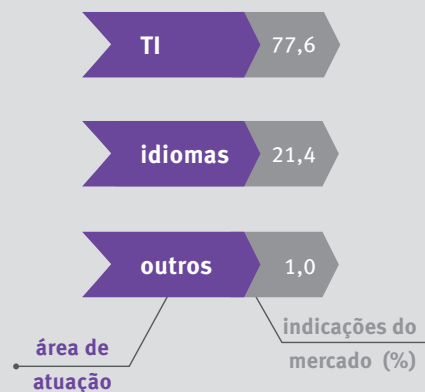
▶ **Dificuldades referentes à mão de obra especializada:** TI (77,6% de indicações), Profissionais fluentes em outro (s) idioma (s) (21,4%), outros (Setores Técnico, Operacional e Administrativo: 1,0%), além da dificuldade na retenção de funcionários qualificados nas empresas.

## ▶ MEIOS DE HOSPEDAGEM

▶ **Expansão da rede hoteleira nos últimos 2 anos:** Sudeste (44,0% de assinalações), Centro-Oeste (17,7%), Norte (13,8%), Nordeste (13,3%) e Sul (11,2%);

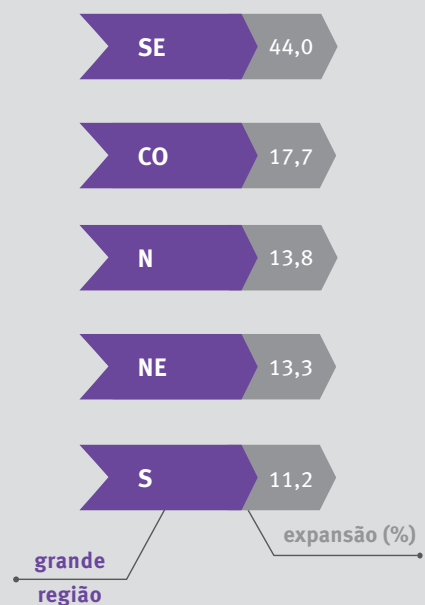
▶ **Dificuldade para a contratação de mão de obra especializada:** Setor Administrativo (47,3% do mercado), Ramo de Construção Civil para a abertura de novos empreendimentos (37,1%), Área Operacional (Maître, Governanta e Cozinheiro: 31,0%) e Serviços Básicos (Faxineira e Camareira: 16,3%).

GRÁFICO 14 - LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS  
QUESTÕES ESPECIAIS  
DIFICULDADE NA CONTRATAÇÃO DE  
MÃO DE OBRA ESPECIALIZADA



Fontes: FGV / MTur

GRÁFICO 15 - MEIOS DE HOSPEDAGEM  
QUESTÕES ESPECIAIS  
EXPANSÃO DA REDE HOTELEIRA  
NOS ÚLTIMOS 2 ANOS



Fontes: FGV / MTur

## ▶ OPERADORAS DE TURISMO

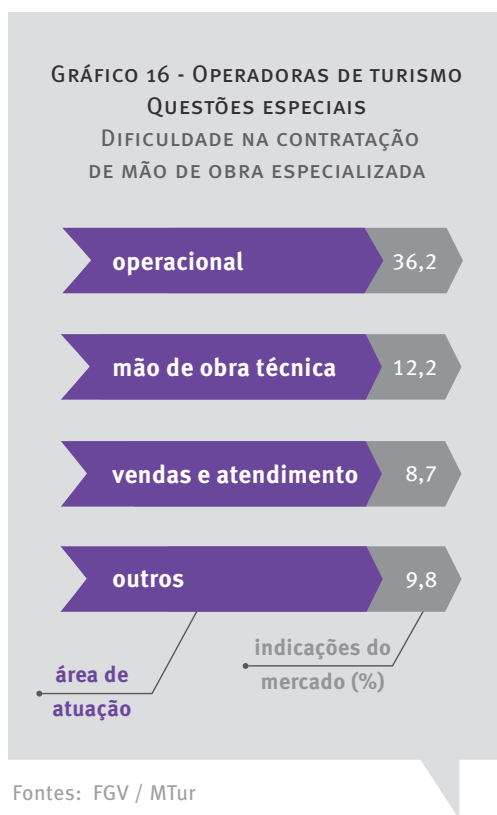
▶ **Principais destinos concorrentes internacionais do Brasil:** Argentina (49,7% de registros), Caribe (48,2%), Peru (36,6%), Turquia (33,5%), África do Sul (33,5%), México (33,5%), Tailândia (33,5%), Indonésia (33,5%) e demais destinos (EUA, Chile, Europa e América do Sul: 25,9%);

▶ **Novos destinos internacionais competidores com o Brasil:** Cruzeiros Marítimos (14,7% de respostas), Caribe (6,1%), Punta Cana - República Dominicana (6,1%) e Riviera Maia - México (3,0%);

▶ **Aumento na demanda por destinos nacionais:** Nordeste (62,8% de assinalações), São Paulo (33,5%), Península do Maraú - Bahia (14,7%) e outros (Sul, João Pessoa e, no final do ano, Serra Gaúcha: 15,5%);

▶ **Principais mudanças nos hábitos de viagens dos brasileiros:** Viagens mais curtas e mais frequentes (33,5% de indicações); melhor programação por parte de viajantes, os quais fazem reservas com maior antecedência (14,7%); aumento das viagens realizadas, especialmente devido à entrada mais ampla da classe C no segmento de viagens, induzidos por preços mais acessíveis ou por melhores formas de pagamento (11,0%); e aumento de intercâmbios internacionais, com detecção de incremento do número de jovens viajando para o exterior (10,1%);

▶ **Dificuldade para a contratação de mão de obra especializada:** Área Operacional (36,2% do mercado), Mão de Obra Técnica (12,2%), Setor de Vendas e Atendimento (8,7%) e outros (9,8%).

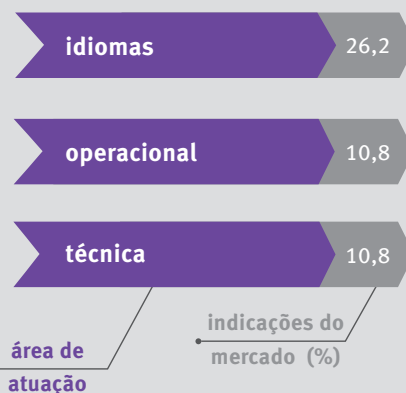


## ORGANIZADORAS DE EVENTOS

► **Aumento na demanda por destinos nacionais:** Búzios, RJ (70,3% de respostas), Fortaleza, CE (45,0%), São Paulo, SP (26,2%), Gramado, RS (23,2%) e outras localidades (Brasília, DF, e Foz do Iguaçu, PR: 29,7%);

► **Dificuldade para a contratação de mão de obra especializada:** Profissionais fluentes em outro (s) idioma (s) (26,2% de assinalações), Setor Operacional (10,8%) e Área Técnica (10,8%).

GRÁFICO 17 - ORGANIZADORAS DE EVENTOS - QUESTÕES ESPECIAIS  
DIFICULDADE NA CONTRATAÇÃO DE MÃO DE OBRA ESPECIALIZADA



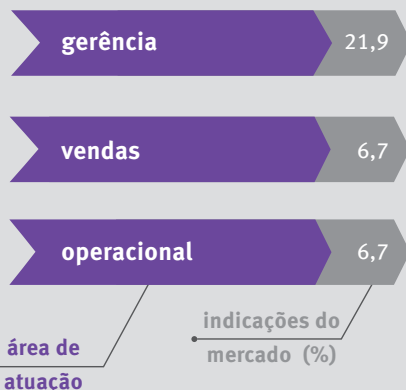
Fontes: FGV / MTur

## PROMOTORES DE FEIRAS

► **Aumento na demanda por destinos nacionais:** São Paulo, SP (6,7% do mercado), Região Sul (6,7%) e outros

► **Dificuldade para a contratação de mão de obra especializada:** Gerência (21,9% de indicações), Área de Vendas (6,7%) e Setor Operacional (6,7%)

GRÁFICO 18 - PROMOTORES DE FEIRAS  
QUESTÕES ESPECIAIS  
DIFICULDADE NA CONTRATAÇÃO DE MÃO DE OBRA ESPECIALIZADA

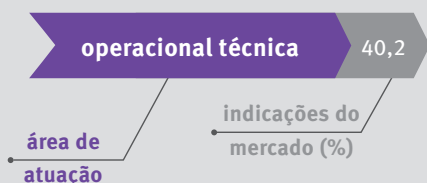


Fontes: FGV e MTur



## TRANSPORTE AÉREO

GRÁFICO 19 - TRANSPORTE AÉREO  
QUESTÕES ESPECIAIS  
DIFICULDADE NA CONTRATAÇÃO  
DE MÃO DE OBRA ESPECIALIZADA



Fontes: FGV/ MTur

▶ **Principais destinos concorrentes internacionais do Brasil:** América do Norte (55,3% de registros), Europa (55,3%) e América do Sul (6,8%);

▶ **Novos destinos internacionais competidores com o Brasil:** Miami, EUA (55,3% do mercado), México (55,3%) e Caribe (28,2%);

▶ **Aumento na demanda por destinos nacionais:** Ribeirão Preto, Presidente Prudente e Marília, em SP (8,6% de assinalações); Juiz de Fora, Zona da Mata (8,6%); Uberaba, MG (8,6%); Salvador, BA, e Recife, PE (3,4%).

▶ **Mudança nos hábitos de viagens dos brasileiros:** Novos passageiros, com expansão do consumo de viagens de avião pela classe C (86,9% de indicações), maior hábito de realização de viagens aéreas, com mudança do modal de transporte terrestre para aéreo especialmente em viagens com mais de 800 km (67,3%), maior antecedência na programação e compra de passagens (4,5%) e mais ampla utilização de crédito para aquisição de passagens e pacotes de viagem (4,5%);

▶ **Dificuldade para a contratação de mão de obra especializada:** Área Operacional / Técnica (Pilotos, Copilotos, Mecânicos, Engenheiros de Aeronaves: 40,2% de registros).

## TRANSPORTE RODOVIÁRIO

▶ **Aumento na demanda por destinos nacionais:** Da Região Centro-Oeste para o Ceará e Piauí (17,6% de registros), interior de Santa Catarina (12,5%), de Presidente Prudente para São Paulo, Capital (10,2%) e Corumbá – Campo Grande – Corumbá (10,2%);

► **Mudança nos hábitos de viagens dos brasileiros:** Preferência de deslocamento por via aérea (30,1% do mercado), maior utilização de automóveis como meio de transporte (12,5%); menor número de viagens de volta às cidades de origem, de grande porte, por parte de trabalhadores que conseguem emprego em cidades de médio porte, e, por outro lado, redução de visita dos trabalhadores que residem em cidades de grande porte aos familiares que moram em cidades menores, em virtude do enfraquecimento dos vínculos sociais (12,5%); maior nível de exigência dos clientes por maior rapidez e facilidades na prestação de serviços (10,9%); e tecnologias na área de comunicação impactando na redução das viagens a negócios (47,4%);

► **Dificuldade para a contratação de mão de obra especializada:** Área Comercial, Vendas (69,2% de indicações), Motoristas (63,4%), Setor Administrativo (24,1%) e Área Técnica, Mecânicos (10,2%)



Fontes: FGV / MTur

## ► TURISMO RECEPTIVO

► **Principais destinos concorrentes internacionais do Brasil:** Caribe (78,5% de assinalações), Europa (44,2%), China (35,9%), Argentina (25,3%), Ásia (22,9%), África do Sul (21,5%), Chile (14,9%), México (14,3%), Hong Kong (6,1%), Londres (6,1%), Nova York (6,1%) e Paris (6,1%);

► **Novos destinos internacionais competidores com o Brasil:** Sul da Ásia, Indonésia (35,9% de registros), África do Sul (8,8%), Tailândia (8,6%), Madagascar (6,1%), Cingapura (5,9%), Malásia (5,9%), Dubai (4,8%), Patagônia (4,8%) e Ilhas Maurício (2,7%);



► **Aumento na demanda por destinos nacionais:** Nordeste (49,2% de indicações), Rio de Janeiro (47,4%), Foz do Iguaçu (5,9%), Manaus (5,6%) e Lençóis Maranhenses (4,8%);

► **Mudança nos hábitos de viagens dos brasileiros:** Aumento dos gastos devido à maior facilidade de pagamento e obtenção de crédito (8,2% do mercado), maior número de viagens internacionais (5,9%), limitação do mercado de receptivo devido à maior utilização da internet (2,7%);

► **Mudança nos hábitos de viagens dos estrangeiros:** Escassez de tempo para planejamento - anteriormente, algumas empresas tinham quase 2 anos para planejar um grupo; atualmente, têm que fazê-lo em apenas 1 mês (35,9% de assinaturas); estrangeiros realizando passeios sozinhos, sem pacotes; maior sensibilidade aos preços; menor antecedência na marcação de viagens; e viagens menos concentradas na época do carnaval (13,3%); maior exigência quanto à qualidade de atendimento em geral e as referentes à hotelaria (5,6%);

► **Dificuldade para a contratação de mão de obra especializada:** Profissionais fluentes em outro (s) idioma (s) e os do Setor Operacional (23,2% de respostas) e da Área de Vendas (14,3%).

# /RELATÓRIOS SETORIAIS

---

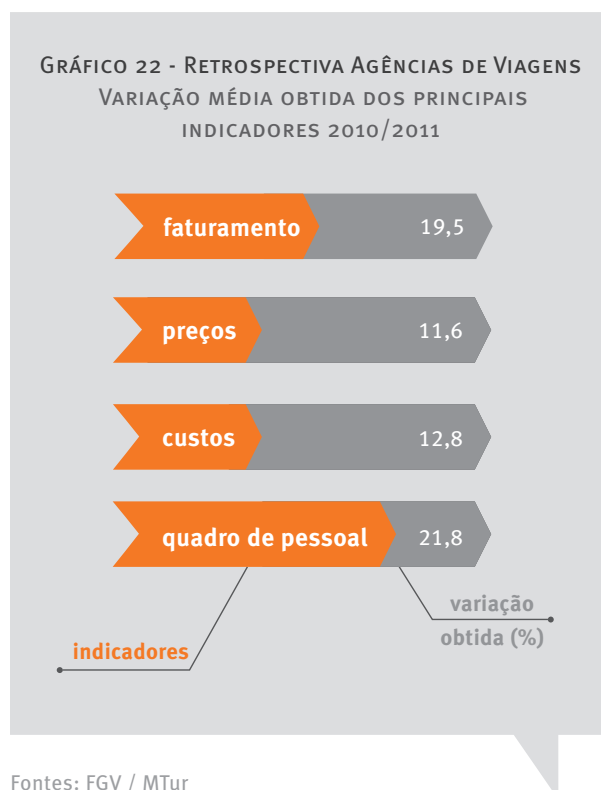
## ▶ AGÊNCIAS DE VIAGENS

*No que diz respeito ao foco principal do negócio*, as agências de viagens que atuam no mercado corporativo, atendendo a solicitações de viagens requisitadas por empresas, enquadram-se no segmento turismo de negócios - tais agências representam 43,74% do mercado consultado. Participaram igualmente da sondagem, agências “consolidadoras” (32,64% do faturamento total do mercado pesquisado), que trabalham exclusivamente com a emissão de passagens aéreas para outras agências.

Complementam esse conjunto as agências “varejistas”, as quais trabalham diretamente com o consumidor final com foco no turismo de lazer, e que respondem por 23,62% do mercado de empresas entrevistadas. Na atual pesquisa, 100% das agências são de grupos brasileiros. Quanto à segmentação do mercado em 2011, a procura por destinos nacionais representou 61,5% das vendas realizadas pelas agências pesquisadas, enquanto 38,5% corresponderam à demanda por destinos internacionais (ressalte-se que a valorização do real frente ao dólar norte-americano continuou, por mais um ano, a estimular a realização de viagens ao exterior).

### RESULTADOS DE 2011:

*Vale destacar que a maior parcela do mercado* de empresas de agências de viagens considerou o desempenho da economia brasileira em 2011 melhor do que o de 2010: 84% consideraram-no superior, enquanto que 16% julgaram-no inferior.



Para 2/3 do mercado pesquisado, o segmento de agências auferiu maior faturamento em 2011, comparativamente a 2010, enquanto que para 1/3 restante as informações estiveram divididas entre estabilidade (16%) e diminuição (18%). A variação média resultante da comparação entre os faturamentos resultou em 19,5%.

No segmento corporativo, a manutenção do crescimento econômico – ainda que em menor intensidade do que o observado em 2010 - propiciou o incremento do volume de negócios, em virtude da ampliação do número de viagens demandadas pelas empresas que já faziam parte do portfólio das agências e por meio da captação de novos clientes.

Ressalta-se a significativa expansão do faturamento das agências online, impulsionada pela entrada de novos usuários de internet, a incorporação de novas tecnologias que facilitaram a distribuição dos produtos ofertados e o consequente aumento das vendas. Por outro lado, a parcela do mercado que registrou estabilidade ou redução do faturamento em 2011, atribuiu o fato à elevada base de comparação (2010), quando o volume de negócios superou as expectativas, como também em decorrência de o crescimento da economia brasileira, em 2011, ter sido inferior ao prognosticado pelos empresários.

Constatou-se, em 2011, majoração de preços em 57% do mercado e inalterabilidade em 43%. As empresas que informaram aumento citaram a ocorrência de reajuste em alguns serviços, como diárias em hotéis e passagens aéreas. No que tange aos custos, elevação foi apontada pela totalidade das empresas pesquisadas, sendo a variação média, em 2011, de 12,8%. Isso foi atribuído, em grande parte, à carência e rotatividade

da mão de obra (em especial na área de atendimento), o que ocasionou o aumento dos salários e dos benefícios, visando à manutenção do quadro de pessoal. O dissídio salarial e o ajuste inflacionário das despesas fixas (como aluguel, condomínio e energia elétrica) também foram fatores que impactaram a variável custo. Outro ponto bastante destacado refere-se aos custos dos investimentos na manutenção e melhoria da tecnologia da informação, nos sistemas de distribuição e transmissão de dados, e os de comunicação (em especial, com telefonia).

O aquecimento dos negócios em 2011 induziu, de modo geral, os empresários a realizarem contratações adicionais de mão de obra: 51% do mercado assinalaram aumento do quadro de pessoal, 34% informaram inalterabilidade, e 15%, diminuição, com variação média total de 21,8% no quadro do segmento de agências.

Após o ano de 2010 em que as agências de viagens investiram apenas 2% do faturamento total, as mesmas ampliaram consideravelmente o montante de recursos ao longo de 2011, em percentual equivalente a 4,7% do faturamento global. As atividades que foram beneficiadas priori-

tariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2011 são as seguintes: tecnologia (100% das respostas), treinamento de pessoal (61%), marketing (56%), além de em um número menor de empresas que investiu na abertura de novas filiais, em infraestrutura e em suporte via atendimento telefônico aos clientes.

## MOMENTO ATUAL (1º TRIMESTRE DE 2012)

### ↳ Fatores favoráveis ao desenvolvimento dos negócios

**Entre os principais pontos positivos** para a concretização dos negócios do segmento foram citados: o crescimento do PIB, a entrada de investimentos estrangeiros no País e a valorização da moeda nacional, que estimula um maior número de viagens internacionais principalmente a lazer, como fatores conjunturais importantes que impactaram o desenvolvimento do turismo de negócios no âmbito nacional, assim como o aumento das viagens de lazer dos brasileiros para o exterior. Além disso, a aproximação da realização dos megaeventos previstos para ocorrerem no País também tem estimulado o desenvolvimento do turismo de negócios.

O fortalecimento da internet como canal de distribuição e o crescente aumento dos usuários também foram salientados como fatores positivos, especialmente para o segmento de agências de viagens *online*. A ampliação da oferta de serviços, principalmente de voos, com a entrada em funcionamento de novas companhias aéreas, assim como a popularização do transporte aéreo (em razão do crescimento do poder de compra

TABELA 6 - AGÊNCIAS DE VIAGENS  
ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011

ÁREAS DE INVESTIMENTO	% DE INDICAÇÕES
TECNOLOGIA	100
TREINAMENTO DE PESSOAL	61
MARKETING	56
OUTROS	20

Fontes: FGV / MTur

da população em geral), com o decorrente crescimento no número de vendas de passagens, também foram fatores favoráveis para o desenvolvimento dos negócios. Outros fatores inerentes às empresas, tais como a customização dos serviços, a fidelização de clientes e a consolidação das marcas também foram consideradas relevantes para a expansão do faturamento.

### 1 Principais entraves à expansão dos negócios

**Entre os pontos desfavoráveis à expansão** ainda mais ampla dos negócios podem ser ressaltados: a escassez de mão de obra qualificada e especializada (principalmente na área de tecnologia), e o conseqüente aumento do custo de contratação e manutenção de funcionários. Outro fator é a redução da oferta hoteleira (UHs), em razão das reformas de meios de hospedagem, que estão ocorrendo para atender ao maior número de turistas que comparecerão aos megaeventos. Adicionalmente, a malha aérea, apesar da recente expansão, ainda é considerada restrita, e a perspectiva de majoração da tarifa aérea, que pode vir a ocasionar uma retração no consumo, também foram apontados como aspectos negativos. Outros pontos também destacados foram a infraestrutura aeroportuária, que necessita de melhorias, e a concorrência com os fornecedores, em especial as companhias aéreas, pela venda direta dos serviços.

A MALHA AÉREA, APESAR DA RECENTE EXPANSÃO, AINDA É CONSIDERADA RESTRITA E DESFAVORÁVEL À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS PELAS AGÊNCIAS DE VIAGENS

De forma ambivalente, a tecnologia também pode ser um fator limitador dos negócios, na medida em que determinadas empresas de transporte aéreo, por exemplo, não estão incluídas em determinados sistemas de distribuição. Essa descentralização e a variedade de sistemas implicam na necessidade de acesso a diversos recursos *online*. Ainda na área de tecnologia, os empresários do segmento também destacaram que o mercado ainda carece de ferramentas tecnológicas para o fluxo financeiro do ramo de turismo corporativo. Neste sentido, o surgimento das agências *online* também vem acirrando a concorrência do segmento.

## PERSPECTIVAS PARA 2012

**Pouco mais da metade do mercado de agências de viagens** (precisamente 57%) estima que o desempenho da economia brasileira, em 2012, será superior ao de 2011, enquanto que para 43%, será igual.

Todos empresários consultados esperam mais um ano de elevação do faturamento, em função principalmente da manutenção do crescimento econômico brasileiro, o que deverá proporcionar a expansão do volume de negócios entre os clientes atuais, bem como deverão aumentar a carteira de clientes das empresas. Além disso, os investimentos em tecnologia programados para 2012, a maior produtividade e a melhoria da eficiência também são esperados pelos empresários das agências de viagens. No que tange às tarifas hoteleiras, a perspectiva é de que estas deverão continuar subindo ao longo do ano, o que deverá elevar o faturamento das agências de viagens.

O cenário não difere substancialmente em relação à perspectiva de evolução das demais variáveis em 2012: realização de novas contratações de pessoal e majoração de custos, os quais deverão ser repassados parcialmente aos preços praticados pelas empresas.

No que diz respeito especificamente aos investimentos, as empresas pesquisadas manifestaram intenção de investir 4,6% do seu faturamento global em 2012. A totalidade das agências de viagens respondentes planeja realizar investimentos em tecnologia; 61% do mercado, em treinamento de pessoal; 42%, na abertura de novas filiais e na reforma e/ou ampliação das instalações já existentes; 30%, em marketing; e percentual inferior a 10%, na aquisição de outras empresas ou no direcionamento de recursos para novas áreas de atuação.





## ▶ LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

*Algumas grandes empresas estão presentes em quase todas* as Unidades da Federação, sendo de aproximadamente 126 mil veículos a frota total estimada para 2012 (109.717 em 2011). O número de agências ou lojas no Brasil das locadoras de automóveis participantes da pesquisa somou, em média, 475 em 2011, não se alterando esse número em 2012.

### RESULTADOS DE 2011

*A maior parcela do mercado de locadoras de automóveis* considerou o desempenho da economia brasileira, em 2011, inferior ao de 2010: somente 1% informou ter sido superior, 21% consideraram-no equivalente, e 78% julgaram-no inferior.

Confirmando expectativas empresariais, todas as locadoras de automóveis pesquisadas acusaram elevação do faturamento em 2011, comparativamente a 2010, sendo a variação média de 17,1%. Entre os fatores que impactaram na majoração do faturamento do mercado, destacam-se: a ocorrência de uma mudança de hábito, com o gradativo aumento tanto do aluguel direto de veículos por parte dos brasileiros ao viajarem, como também em razão da tendência de terceirização da frota pelas empresas (inclusive com o uso da locação de veículos pelo Poder Público). A movimentação dos negócios gerada com a proximidade dos megaeventos esportivos, com a vinda de funcionários de empresas que trabalham na infraestrutura desses eventos, e as estratégias de captação de clientes por parte do mercado também vêm contribuindo para esse ramo.

O aumento de custos, informado por 100% dos entrevistados, com incremento médio de 6,5% em 2011,



foi pouco repassada aos preços praticados pelo segmento em pauta, com variação média de somente 1,4%. A elevação dos custos das locadoras de automóveis ocorreu principalmente em virtude do dissídio salarial e da redução da oferta de mão de obra, o que tem provocado aumento ainda maior dos salários. Contribuíram, igualmente, para este resultado o incremento dos custos dos derivados do petróleo (tais como óleo), de componentes para a fabricação de pneus, de autopeças e do Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA). Os custos fixos também foram reajustados segundo a inflação.

O aquecimento dos negócios em 2011 estimulou todas as empresas consultadas a realizarem contratações adicionais de mão de obra, com variação média de 14,0% no segmento de locadoras de automóveis.

Todas as locadoras de automóveis entrevistadas realizaram investimentos em 2011, sendo de 26,1% o percentual de recursos investidos em relação ao faturamento global. As atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2011 são as seguintes: ampliação e/ou renovação da frota (100% de assinalações), tecnologia da informação (99%), construção de novos estabelecimentos (77,6%), aquisição de novos pontos de venda (77,6%) e treinamento de pessoal (21,5%).

**TABELA 7 - LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS**  
**ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011**

<b>ÁREAS DE INVESTIMENTO</b>	<b>% DE INDICAÇÕES</b>
AMPLIAÇÃO E/OU RENOVAÇÃO DA FROTA	<b>100</b>
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	<b>99,0</b>
CONSTRUÇÃO DE NOVOS ESTABELECIMENTOS	<b>77,6</b>
NOVOS PONTOS DE VENDAS	<b>77,6</b>
TREINAMENTO DE PESSOAL	<b>21,5</b>

Fontes: FGV / MTur

## MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2012)

### › Fatores favoráveis à expansão dos negócios

**Os investimentos que estão sendo realizados em** infraestrutura aeroportuária no País constituem fator positivo para o desenvolvimento do turismo, e consequente movimentação dos negócios nas empresas de locação de automóveis. O crescimento do aluguel de carros por clientes das classes A e B e o aumento da compra de veículos pela classe C têm favorecido as vendas de carros para renovação da frota do segmento.

O TURISMO DE NEGÓCIOS TAMBÉM VEM CRESCENDO EM VIRTUDE DA MOVIMENTAÇÃO GERADA PELA COPA DO MUNDO DE 2014

Os empresários ressaltaram ainda que o aquecimento da economia vem estimulando tanto a locação de veículos para o turismo de negócios, como tem propiciado o crescimento da terceirização da frota, em virtude do surgimento de novas empresas. O turismo de negócios também vem crescendo em virtude da movimentação gerada pela Copa do Mundo de 2014. Por fim, ressalte-se o fato de a maior competição existente entre as empresas montadoras de veículos, assim com o aumento da oferta de fornecedores terem proporcionado uma melhoria da qualidade dos insumos e redução de preço dos automóveis.

### › Fatores limitadores do crescimento

**Desigualdades sociais, carência de sinalização viária nas estradas** e alto custo do turismo no Brasil são alguns dos motivos apontados pelos empresários como limitadores do crescimento das empresas locadoras de automóveis no ramo *rent a car*. Acrescentam-se a estes, os juros bancários elevados, as dificuldades de obtenção de crédito pelas empresas e os impostos diretos que incidem sobre os veículos.

## PERSPECTIVAS PARA 2012

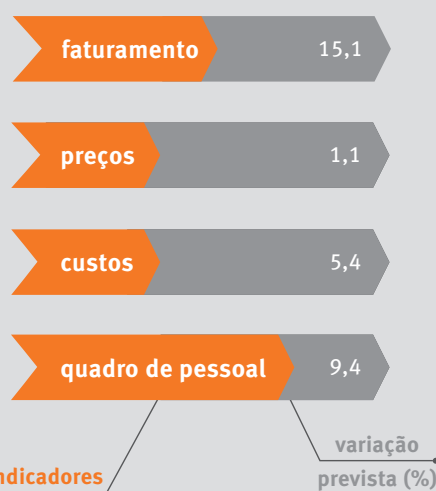
**Todos os empresários entrevistados acreditam que o desempenho da economia brasileira**, em 2012, será superior ao de 2011.

Todo o mercado de locadoras consultado espera que o faturamento permaneça em expansão em 2012, com expectativa de variação média de 15,1% em relação a 2011, considerando a continuidade de expansão da demanda, em virtude do crescimento do PIB e dos investimentos já realizados. O aumento das tarifas e as novas oportunidades de negócios na área de terceirização são, igualmente, fatores que deverão contribuir para a elevação do faturamento (a crise europeia também pode ter impactos na compra e venda de veículos no Brasil no fim do ano, época em que as locadoras de automóveis renovam suas frotas).

Caso tais previsões venham a se tornar realidade no decorrer de 2012, o segmento em pauta deverá continuar a efetuar contratações adicionais de pessoal: todo mercado de locadoras de automóveis pretende ampliar o quadro de funcionários, sendo o aumento médio previsto de 9,4%, comparativamente a 2011. Cabe salientar que, igualmente, todas as empresas entrevistadas anteveem majoração de custos em 2012, com variação média de 5,4%, os quais deverão ser repassados apenas em pequena parte aos preços finais.

Todas as empresas locadoras de automóveis pesquisadas manifestaram intenção de investir em 2012, sendo de 23,1% do faturamento global o montante de recursos previstos para esse fim. A programação de investimentos segundo as atividades beneficiadas é a seguinte: ampliação e/ou renovação da frota (78,6% de assinalações), construção de novos estabelecimentos (77,6%), tecnologia da informação (77,6%) e ampliação de lojas já existentes (21,4%).

GRÁFICO 25 - LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS  
VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA  
DOS PRINCIPAIS INDICADORES 2012/2011



Fontes: FGV / MTur

## MEIOS DE HOSPEDAGEM

### PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

*Quase 4/5 do mercado de meios de hospedagem de grande porte* pesquisado são administrados por redes internacionais, correspondendo cerca de 1/5 a redes nacionais. Os tipos de empreendimentos administrados são majoritariamente hotéis, seguido de *flats* e *resorts*, ascendendo a 471 o total de estabelecimentos e a 77.545 o número de unidades habitacionais previstos para 2012 (contra 422 empreendimentos e 67.846 unidades habitacionais em 2011).

### RESULTADOS DE 2011

*Vale salientar que a grande maioria das empresas consultadas* considerou o desempenho da economia brasileira em 2011 melhor do que o de 2010: 93% consideraram-no superior, enquanto que 7% julgaram-no inferior.

Majoração do faturamento em 2011 foi registrada em todo o mercado de meios de hospedagem consultado, sendo a variação média obtida de 22,7%, comparativamente a 2010 (mais do que o dobro do que a prevista para o ano, captado pela edição anterior da pesquisa: 10,0%). A expansão do faturamento das empresas desse ramo ocorreu principalmente em razão da maior demanda (em especial da corporativa), o que provocou a significativa elevação da taxa de ocupação dos hotéis e possibilitou uma elevação dos preços da diária média. Além disso, o aquecimento da economia, a imagem positiva do Brasil no exterior e os investimentos estrangeiros no País têm estimulado a abertura de novos empreendimentos, o que também tem contribuído para a majoração da receita do segmento. Outro fator também apontado como responsável pela expansão dos negócios refere-se às estratégias de marketing adotadas por algumas empresas, com atu-

ação junto à mídia, e ao propósito de se atingir um alto grau de satisfação de clientes (processo de fidelização).

Observou-se, em 2011, majoração de preços em todo o mercado pesquisado, com variação média de 15,9% (bem mais do que o prognosticado para o ano, captado pela edição anterior da pesquisa: 9,3%). Situação análoga ocorreu em relação aos custos, registrando-se incremento em todas as empresas entrevistadas (com variação média de 11,3%). A elevação dos custos ocorreu, em grande parte, devido ao crescimento da taxa de ocupação dos hotéis, do dissídio salarial e da escassez de mão de obra especializada, que tem migrado para outros ramos de atividade.

Os empresários também destacaram que tal carência vem gerando a necessidade de aumento dos salários e do desenvolvimento de políticas de benefícios aos funcionários, visando assegurar a retenção da mão de obra em seus estabelecimentos. O reajuste dos preços cobrados por fornecedores (como de alimentos, bebidas e produtos têxteis) e o incremento das despesas fixas (como energia e água) também foram fatores citados como responsáveis pela majoração dos custos. Por fim, cabe destacar que os mesmos foram, igualmente, influenciados pela ampliação do quadro de funcionários, que ocorreu em virtude tanto da abertura de novos hotéis quanto do aumento da taxa de ocupação.

De fato, o aquecimento dos negócios em 2011 estimulou empresários a realizarem contratações adicionais de mão de obra: com variação média de 11,1% (percentual bem mais elevado do que o estimado para o ano, captado pela edição anterior da pesquisa: 6,7%).

GRÁFICO 26 - MEIOS DE HOSPEDAGEM  
VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS  
INDICADORES 2011/2010



MAIS DA METADE  
(57,7%) DOS  
EMPRESÁRIOS  
INDICOU INVE-  
STIMENTOS EM  
TECNOLOGIA DA  
INFORMAÇÃO

Todo o mercado de meios de hospedagem realizou investimentos em 2011, correspondendo a 14,1% o percentual de destinação de recursos em relação ao faturamento total. As atividades que receberam investimentos realizados pelas empresas desse segmento são as seguintes: tecnologia da informação (57,7% das respostas), ampliação e/ou reforma dos empreendimentos (49,8%), aquisição de novos estabelecimentos (44,3%) e treinamento de pessoal (32,6%). Um número menor de empresas investiu, em 2011, na compra de terrenos para a construção de hotéis (6,0% de assinalações).

TABELA 8 - MEIOS DE HOSPEDAGEM  
ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011

ÁREAS DE INVESTIMENTO	% DE INDICAÇÕES
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	57,7
AMPLIAÇÃO E/OU REFORMA DOS EMPREENDIMENTOS	49,8
AQUISIÇÃO DE NOVOS ESTABELECIMENTOS	44,3
TREINAMENTO DE PESSOAL	32,6
COMPRA DE TERRENOS PARA CONSTRUÇÃO DE NOVOS HOTÉIS	6,0

Fontes: FGV / MTur

## MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2012)

### ↳ Fatores favoráveis à expansão dos negócios

**O aquecimento do mercado de hotelaria,** o incentivo do governo (proporcionando facilidades de realização de investimentos de modernização), a redução da taxa de desemprego e o aumento no consumo de viagens de lazer pela classe C

foram alguns dos fatores citados como favoráveis ao crescimento dos negócios. Ressaltam-se ainda a perspectiva macroeconômica favorável do País, o aquecimento do ramo de hotelaria corporativa e a existência de grandes cidades com oferta hoteleira ainda escassa (como acontece no interior de SP e no Nordeste em geral, o que possibilita o crescimento do mercado de meios de hospedagem).

## › Principais entraves à expansão dos negócios

**A crise europeia e seus possíveis impactos no Brasil** são fatores mencionados como inibidores do crescimento mais amplo nos negócios realizados pelos meios de hospedagem, via redução da taxa de ocupação e do número de eventos corporativos. O aumento da concorrência, em razão do surgimento de novos hotéis no mercado, o custo do crédito no País para o investidor, a alta rotatividade da mão de obra e a carência de pessoal qualificado, também são aspectos que preocupam os empresários. O atual preço dos terrenos e a lentidão do processo de construção de novos hotéis, devido à burocracia das legislações públicas (municipais e estaduais), também são aspectos desfavoráveis ao desenvolvimento dos negócios do segmento.

## › Perspectivas para 2012

**Quanto ao desempenho da economia brasileira**, em 2012, cerca de 4/5 do mercado de meios de hospedagem antevem que será melhor do que o de 2011, enquanto que para 1/5, será equivalente.

A maior fatia do mercado de meios de hospedagem consultado prevê maior faturamento a ser auferido em 2012, com variação média prevista de 13,2%. Tais expectativas baseiam-se na

perspectiva de manutenção do crescimento da demanda, da escassez da oferta e da consequente elevação do valor das diárias. Os empresários destacaram que, mais recentemente, vem ocorrendo uma mudança no perfil dos clientes, com redução do atendimento a grupos e ampliação da demanda corporativa. Tal mudança terá impactos nos preços das diárias a serem praticados em 2012. Os prognósticos de crescimento do PIB e de realização de investimentos estrangeiros no País deverão estimular o aumento do número de viagens a negócios. Além disso, a previsão de maior número de empreendimentos também deverá elevar o faturamento do ramo em pauta.

Praticamente todo o mercado pesquisado vislumbra elevação de preços em 2012, que deve apresentar variação média de 10,1%, acompanhando o aumento de custos, com incremento estimado médio de 7,8%. Neste cenário bastante favorável, imperam prognósticos de ampliação do quadro de pessoal na maior parcela do mercado de hospedagem, com variação média de 10,5%.

No que tange aos investimentos, todo o mercado de meios de hospedagem manifestou o propósito de continuar investindo em 2012, sendo de 13,6% do faturamento global o montante de recursos a serem alocados para essa finalidade. O percentual do mercado que planeja investir em treinamento de pessoal atinge 66,7%; em tecnologia de informação, 62,6%; em marketing e promoção de vendas, 51,4; na ampliação e/ou reforma de empreendimentos, 43,9%; na construção de novos estabelecimentos, 42,2%; e na aquisição de novos estabelecimentos, 13,4%.



## OPERADORAS DE TURISMO

*Todas as empresas operadoras de turismo* pesquisadas são de grupos brasileiros. Em 2011, os postos de trabalho somaram, em média, 860 funcionários, enquanto que em 2010, o total foi, em média, de 634 (+35,6%). O faturamento médio, em 2011, alcançou R\$ 483,63 milhões, mais 24,5% do que o referente a 2010 (R\$ 388,53 milhões, em média).

### Resultados de 2011

*A maior parte dos respondentes do mercado de operadoras de turismo* (precisamente 84%) considerou o desempenho da economia brasileira, em 2011, superior ao de 2010, 13% opinaram que foi equivalente, enquanto que 3% julgaram-no inferior.

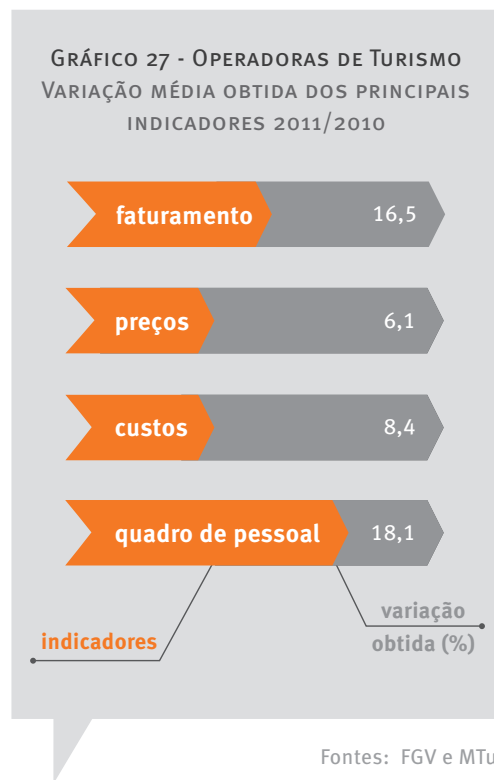
Detectou-se majoração do faturamento, em 2011, comparativamente a 2010, de 16,5%. Cabe ressaltar que o fortalecimento da economia brasileira, a relativa estabilidade do câmbio em patamar inferior aos demais anos e o aumento da renda da população estimularam as vendas de pacotes de viagens, especialmente no 1º semestre de 2011; na segunda metade do ano, as catástrofes naturais, como a erupção vulcânica no Chile, que também afetou o transporte aéreo na Argentina e as medidas tomadas para desacelerar o consumo, devido a incerteza quanto o patamar a ser atingido pela inflação no Brasil, reduziram o ritmo das vendas do segmento operadoras, mas não impediram um resultado favorável do faturamento.

Contribuíram, igualmente, para o aquecimento dos negócios, a ampliação da rede de distribuição, o aumento das vendas de pacotes internacionais e a maior oferta de produtos, com foco em novas segmentações e na comercialização de novos destinos. Outro ponto destacado pelos empresários foi a realização de ações específicas de marketing, que impulsionaram as vendas. A parcela do mercado que

destacou estabilidade do faturamento, ou mesmo sua redução, justificou tal fato pelo acirramento da concorrência.

A majoração de custos, com variação média de 8,4% em 2011, não foi repassada integralmente aos preços praticados pelo segmento em pauta (a elevação de preços apresentou variação média de 6,1% em relação a 2010). O dissídio coletivo e a pressão salarial do mercado, provocada pelo crescimento econômico, foram os fatores de maior impacto na elevação dos custos das operadoras de turismo. Também influenciaram esse incremento os valores de publicidade e aluguel de imóveis, os quais aumentaram bem acima da inflação. Os custos fixos, como telefonia, internet e energia, sofreram igualmente reajustes. Por fim, ressalta-se a majoração dos custos dos serviços turísticos como, por exemplo, de diárias de meios de hospedagem. Os empresários destacaram ainda a maior necessidade de investimentos em publicidade e mídia, em virtude do acirramento da concorrência.

Quanto ao nível de emprego, a evolução foi altamente favorável em 2011, acompanhando o incremento dos negócios: absorção de pessoal gerou uma variação média obtida de 18,1%.



**TABELA 9 - OPERADORAS DE TURISMO**  
**ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011**

ÁREAS DE INVESTIMENTO	% DE INDICAÇÕES
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	88,2
TREINAMENTO DE PESSOAL	61,0
AMPLIAÇÃO E/OU REFORMA DOS EMPREENDIMENTOS	58,0
MELHORIA NA INFRAESTRUTURA DAS INSTALAÇÕES	33,5
AQUISIÇÃO DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS	11,0

Fontes: FGV / MTur

Todas as operadoras de turismo consultadas realizaram investimentos em 2011, sendo de 8,7% o percentual do faturamento investido em relação ao faturamento global. As atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2011 são as seguintes: tecnologia da informação (88,2% de assinalações), treinamento de pessoal (61,0%), ampliação e/ou reforma dos empreendimentos (58,0%), melhoria da infraestrutura das instalações (33,5%) e aquisição de materiais e equipamentos (11,0%).

## MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2012)

### › *Fatores limitadores do crescimento*

***A continuidade da expansão da economia brasileira*** e a maior estabilidade da taxa de câmbio, o aumento da renda nacional, a perspectiva de realização dos megaeventos (que atraem investimentos para o País e aumentam sua exposição na mídia) e os sinais de melhora no mercado internacional (especialmente no norte-americano) são alguns dos fatores favoráveis à expansão dos negócios por parte das operadoras de turismo. O aumento da demanda, da oferta de produtos comercializados e a utilização de novas ferramentas tecnológicas têm possibilitado a ampliação das vendas de pacotes. A isso, acresça-se a maior disponibilidade de voos pelas companhias aéreas e a melhoria da imagem cidade do Rio de Janeiro, no que diz respeito à segurança.

### › *Fatores limitadores do crescimento*

***Entre os fatores citados como entraves à expansão dos negócios*** estão: os custos elevados (preço de aluguel e da mão de obra), a desvalorização da moeda, os juros altos, a escassez de crédito para o investidor, o nível de endividamento das famílias brasileiras, a carga tributária e a carência de mão de obra qualificada. Apesar da

ampliação da oferta de voos verificada em 2011, estes ainda são insuficientes para atender o mercado, o que foi pontuado como um aspecto desfavorável para o segmento. Além disso, os empresários também ressaltaram a carência da oferta hoteleira e de infraestrutura aeroportuária como pontos negativos. Assim como acontece no segmento agências de viagens, a tecnologia também foi mencionada como um fator motivador e limitador da expansão dos negócios. Se por um lado o uso da tecnologia favorece o crescimento das vendas, por outro se observa a necessidade de determinadas evoluções tecnológicas, que demoram a entrar no mercado, o que aumenta o custo, em virtude das atualizações constantes dos *softwares*. Outros fatores não gerenciáveis (como ocorrência de catástrofes naturais e problemas econômicos ou políticos) também são fatores que preocupam os empresários.

## PERSPECTIVAS PARA 2012

***As operadoras de turismo pesquisadas que acreditam que o desempenho*** da economia brasileira, em 2012, será superior ao de 2011, representam 70% do mercado, enquanto que as que anteveem que será igual, 30%.

Todo o mercado de operadoras de turismo consultado vislumbra nova expansão do faturamento em 2012, com expectativa de variação média de 18,4%. Tal previsão é baseada na estabilidade macroeconômica do País (mesmo frente

à crise econômica na Europa) e no aumento da renda da população, o qual deverá provocar maior demanda por viagens. Ressaltam-se ainda a expectativa de aumento dos pontos de distribuição e da disponibilidade de produtos, além das melhorias a serem realizadas nas ferramentas tecnológicas, o que deverá impulsionar as vendas e melhorar a eficiência das empresas. Os investimentos realizados em treinamento de pessoal, marketing e no atendimento também deverão ter impactos positivos no faturamento das operadoras de turismo em 2012. Nesse contexto de previsão de evolução favorável dos negócios no decorrer de 2012, o segmento em pauta deverá continuar a efetuar contratações adicionais de pessoal: 74% do mercado prognosticam ampliação do quadro de funcionários, enquanto que 26% preveem inalterabilidade, resultando num aumento médio previsto de 9,8%, comparativamente a 2011. Cabe salientar que a elevação de custos em 2012, deve ser de aproximadamente 7,9%, com possibilidade de repasse não tão amplo aos preços finais, com variação média de 5,5%.

As operadoras de turismo pesquisadas que manifestaram intenção de investir em 2012, sinalizaram 4,5% do faturamento global como o montante programado para esse fim. Os recursos deverão ser aplicados nas seguintes atividades principais: tecnologia da informação (77,6% de assinalações), treinamento de pessoal (62,3%), ampliação e/ou reforma dos empreendimentos (61,4%), melhoria da infraestrutura das instalações (34,0%) e marketing e promoção de vendas (20,8%).



## ORGANIZADORAS DE EVENTOS

*No que tange aos principais tipos de eventos realizados pelas empresas*, o de “congressos técnico-científicos” predomina amplamente, totalizando 89,2% de indicações, enquanto que o de “corporativos”, 34,0%. A média de funcionários fixos, por empresa, foi de 14 em 2011, sendo que o de funcionários temporários variou conforme o número de eventos realizados ao longo do ano. O número médio de eventos já confirmados para 2012 entre as empresas pesquisadas foi de 15, os empresários respondentes informaram que ascende a 4.145 o número médio de inscritos, cabendo ressaltar que se trata de apuração feita no início do corrente ano (pois em 2011 esse total foi chegado a 31.391 inscritos, correspondente a 25, a média de eventos realizados).

### RESULTADOS DE 2011

*A totalidade das empresas consultadas* considerou o desempenho da economia brasileira em 2011 melhor do que o de 2010.

Majoração do faturamento em 2011 foi detectada em todo o mercado de eventos pesquisado, sendo a variação média obtida de 9,9%, comparativamente a 2010. A imagem favorável do Brasil no exterior e a maior visibilidade do País em razão dos megaeventos são alguns dos fatores que contribuíram para a expansão do faturamento. Outro aspecto também destacado foi o maior número de empresas que estão investindo em eventos, como forma de promoção e de treinamento de funcionários. Acrescenta-se ainda o aumento nas vendas de estandes e na obtenção de patrocínios.

Constatou-se, em 2011, majoração de preços em 55% do mercado e inalterabilidade em 45% com incremento médio de 5,1%. Por outro lado, o incremento dos custos foi mais amplo do que o dos preços, com variação média de



8,1%. A elevação dos custos de mão de obra, em razão do dissídio salarial e da maior necessidade de pessoal especializado em áreas como tecnologia de informação, impactou consideravelmente os custos das empresas organizadoras de eventos. Além disso, a elevação dos preços de locação dos espaços para eventos e dos meios de hospedagem também são fatores que elevaram os custos de realização dos eventos. Vale ainda destacar que os custos fixos também sofreram ajustes, acompanhando a inflação.

O aquecimento dos negócios em 2011 estimulou empresários a realizarem contratações adicionais de mão de obra: 29% do mercado assinalaram ocorrência de aumento do quadro de pessoal e 71% apontaram inalterabilidade em relação a 2010, com variação média de 8,7%.

Cerca de 2/3 do mercado constituído por empresas organizadoras de eventos realizaram investimentos em 2011, correspondendo a 14,1% o percentual do montante investido em relação ao faturamento total. As atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2011 são as seguintes: tecnologia da informação (44,2% das respostas), reforma da empresa (34,0%), aquisição de novos equipamentos (34,0%) e treinamento de pessoal (10,8%).

**TABELA 10 - ORGANIZADORAS DE EVENTOS**  
**ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011**

<b>ÁREAS DE INVESTIMENTO</b>	<b>% DE INDICAÇÕES</b>
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	44,2
REFORMA DA EMPRESA	34,0
NOVOS PONTOS DE VENDAS	34,0
TREINAMENTO DE PESSOAL	10,8

Fontes: FGV / MTur

## MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2012)

### › *Fatores favoráveis à expansão dos negócios*

***Entre os aspectos que, atualmente, têm propiciado maior faturamento*** das empresas organizadoras de eventos destacam-se: a imagem positiva principalmente do Rio de Janeiro no exterior, o aumento da demanda de grupos estrangeiros pelo Brasil, os investimentos que estão sendo realizados para Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas 2016, a realização da Conferência da ONU Rio +20 (que ocasiona maior exposição da cidade na mídia global) e a entrada, no cenário econômico brasileiro, de empresas multinacionais (não pertencentes ao segmento em foco), as quais vêm aumentando a demanda por eventos.

### › *Principais entraves à expansão dos negócios*

***No que tange aos aspectos desfavoráveis ao desenvolvimento dos negócios*** das empresas organizadoras de eventos, os empresários ressaltam a carência de espaços para eventos de médio porte (até 2000 participantes), a elevação dos preços praticados pela hotelaria, o contexto de incerteza quanto à manutenção da demanda por eventos (após a realização dos megaeventos), e a entrada de grandes empresas internacionais atuando no segmento, o que ocasiona o aumento da concorrência. Além disso, também são apontados como fatores limitadores os encargos excessivos para contratação de trabalhadores temporários, a burocracia para obtenção de certidões e autorizações para realização dos eventos, e a dificuldade para a contratação de mão de obra.

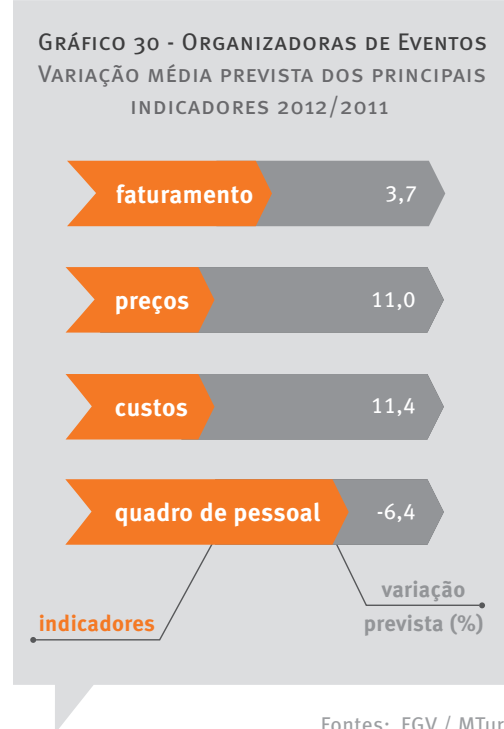
## PERSPECTIVAS PARA 2012

***Quanto ao desempenho da economia brasileira, em 2012***, 68% do mercado de empresas organizadoras de eventos acreditam que será superior ao de 2011, enquanto que para 32%, será equivalente.

Não se constatou uniformidade de opiniões dos empresários em relação ao faturamento a ser auferido em 2012: 39% do mercado vislumbram expansão; 29%, estabilidade; e 32%, diminuição em relação a 2011 (com variação média prevista de 3,7%). O aquecimento dos negócios é justificado pela perspectiva de aumento ainda maior da demanda por eventos (inclusive daqueles de grande porte), em razão da maior visibilidade do Brasil no exterior e da entrada de novas empresas estrangeiras no País. As parcelas do mercado que preveem estabilidade e redução do faturamento acreditam que a falta de fiscalização quanto à regulamentação das empresas que atuam no segmento e o acirramento da concorrência são fatores que deverão prejudicar a majoração do faturamento das empresas em 2012. Além disso, a escassez de locais para realização de eventos, o custo do Brasil no exterior e a carência de infraestrutura também deverão impactar no resultado das empresas deste segmento.

Todo o mercado pesquisado prevê elevação de preços em 2012, com variação média de 11,0%, acompanhando o aumento de custos, com incremento médio de 11,4%. Com a incerteza reinante do mercado como um todo em relação à evolução dos negócios, a perspectiva é de ocorrência de demissões de pessoal em aproximadamente 1/3 do segmento em pauta, com variação média de -6,4%.

No que diz respeito aos investimentos, o mercado de eventos, em geral, manifestou intenção de investir 14,5% do seu faturamento global em 2012. O percentual do mercado que planeja investir na compra de novos equipamentos alcança 34,0%, em tecnologia de informação, 23,2%; e em treinamento de pessoal, 10,8%.





## ▶ PROMOTORES DE FEIRAS

*O número de feiras realizadas pelas maiores empresas* pesquisadas desse segmento quase não tem apresentado variação nos últimos anos: 22 em 2010, 21 em 2011 e previsão de 23 para 2012. Mesmo em se tratando de amostra reunindo as maiores empresas do segmento, detectou-se a existência de significativa amplitude tanto da faixa de faturamento anual em 2011 (que variou entre R\$ 1,4 milhão e R\$ 100 milhões) quanto do quadro de funcionários fixos (entre 10 e 181 empregados).

### RESULTADOS DE 2011

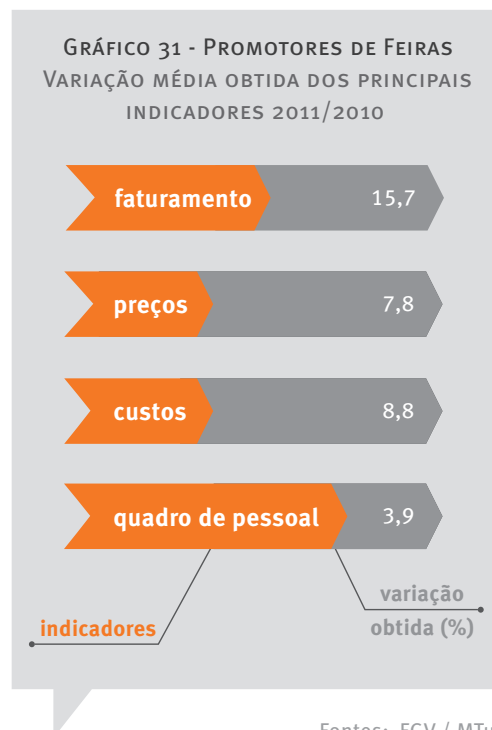
*Somente 22% do mercado consideraram* o desempenho da economia brasileira, em 2011, superior ao de 2010, enquanto que 45% julgaram-no equivalente e 33%, inferior.

Majoração do faturamento em 2011 foi registrada em 66% do mercado de feiras consultado, estabilidade em 27% e diminuição em 7%, gerando um saldo de respostas de 59%, sendo de 15,7% a variação média obtida, comparativamente a 2010. Tal resultado foi justificado pela ocorrência de feiras de grande expressão realizadas no ano de 2011 e dos investimentos de longo prazo realizados anteriormente, inclusive com a incorporação de novas empresas. As empresas que apuraram redução do faturamento destacaram que a redução do crescimento econômico, verificada no 2º semestre de 2011, impactou a demanda por feiras, adiando o fechamento dos contratos, uma vez que o parque industrial do País é muito sensível a essas flutuações.

Todo o mercado entrevistado acusou elevação de custos, ocasionada majoritariamente pela elevação tanto dos preços de locação dos pavilhões quanto do cobrado pelas empresas prestadoras de serviços (como de limpeza, segurança e mídia, entre outros). A supervalorização dos preços da mão de obra, devida ao aquecimento econômico também foi um fator bastante salientado pelos empresá-

rios. Outros custos que também subiram foram os de mecânica, eletrônica e materiais de construção, além dos de fornecimento de energia elétrica. O gráfico ao lado especifica a evolução dos aumentos médios dessas variáveis em 2011, comparativamente a 2010.

Todo o mercado de feiras realizou investimentos em 2011, correspondendo a 4,5% o percentual de destinação de recursos com esse objetivo, em relação ao faturamento total. As atividades que receberam investimentos realizados pelas empresas desse segmento são as seguintes: treinamento de pessoal (92,7% de assinalações), lançamento de novos produtos (51,3%), marketing e promoção de vendas (45,3%), recursos humanos (implantação de cargos e salários, e concessão de demais benefícios visando, em grande parte, a retenção de mão de obra nas empresas: 28,6%) e tecnologia da informação (26,8%).



**TABELA 11 - PROMOTORES DE FEIRAS**  
**ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011**

ÁREAS DE INVESTIMENTO	% DE INDICAÇÕES
TREINAMENTO DE PESSOAL	92,7
LANÇAMENTOS DE NOVOS PRODUTOS	51,3
MARKETING E PROMOÇÃO DE VENDAS	45,3
RECURSOS HUMANOS	28,6
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	26,8

Fontes: FGV / MTur

## MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2012)

### › Fatores favoráveis à expansão dos negócios

**Os fatores favoráveis à expansão dos negócios apontados pelas empresas** promotoras de feiras são os seguintes: estabilidade macroeconômica, investimentos já realizados, consolidação das marcas e das feiras existentes no mercado, e momento favorável que o Brasil está vivenciando, em decorrência da perspectiva de realização dos megaeventos e sua maior exposição na mídia.

### › Fatores desfavoráveis à expansão dos negócios

**Entre os principais fatores limitadores ao desenvolvimento dos negócios**, informados pelos empresários, no que tange especificamente à cidade de São Paulo, destaca-se o custo elevado para realização de feiras; em relação às demais localidades do País, são ressaltados os seguintes motivos: carência de infraestrutura geral das cidades (como transporte público e infraestrutura turística, como pavilhões para realização de feiras, hotéis, dentre outros) e a escassez de mão de obra qualificada. Outro fator apontado é a falta de iniciativas e articulação pública e privada, no sentido de estimular o desenvolvimento econômico de determinadas localidades, que poderiam criar oportunidades para o surgimento de feiras em segmentos específicos.

NO QUE TANGE  
ESPECIFICAMENTE  
À CIDADE DE SÃO  
PAULO, DESTACA-SE  
O CUSTO ELEVADO  
PARA REALIZAÇÃO  
DE FEIRAS

## PERSPECTIVAS PARA 2012

**Quanto ao desempenho da economia brasileira**, em 2012, 12% do mercado de feiras antevêem que será melhor do que o de 2011, enquanto que para 88%, será equivalente.

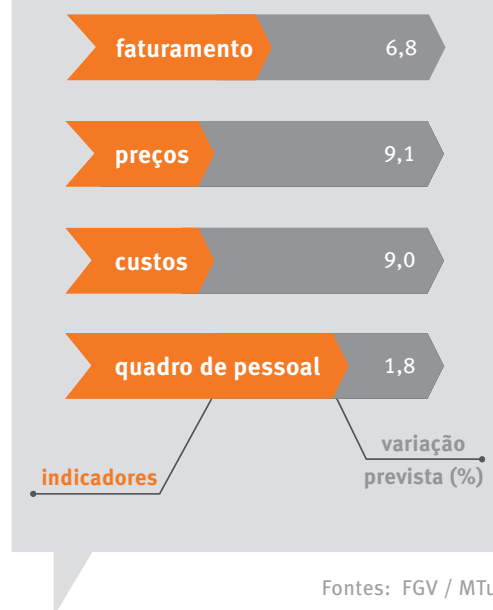
A maior fatia do mercado de promotores de feiras prevê faturamento a ser auferido em 2012 superior ao de 2011: 59% vislumbram expansão e 41%, estabilidade em relação a 2011, com variação média prevista de 6,8%. A

previsão de crescimento das feiras para o ano de 2012 deverá ocorrer em razão tanto da ampliação do portfólio de clientes, quanto da mudança no perfil das feiras realizadas, havendo um direcionamento para realização de feiras mais técnicas. Ressalta-se ainda a aquisição de novas empresas do mesmo segmento, o que deverá impactar positivamente no faturamento.

O mercado pesquisado, em sua totalidade, antevê elevação de preços em 2012, com variação média estimada de 9,1%, acompanhando o aumento esperado de custos, com incremento médio de 9,0%. A perspectiva de que os negócios, em geral, permaneçam aquecidos deverá estimular empresários a ampliarem o quadro de pessoal, com variação média de 1,8%.

No que tange aos investimentos, todo o mercado de feiras manifestou o propósito de continuar investindo em 2012, sendo de 4,6% do faturamento global o montante de recursos a serem alocados para essa finalidade. O percentual do mercado que planeja investir em marketing e promoção de vendas atinge 71,4%, em treinamento de pessoal, 70,8%; em lançamento de novos produtos, 51,3%; e em tecnologia da informação, 26,8%.

GRÁFICO 32 - PROMOTORES DE FEIRAS  
VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS  
PRINCIPAIS INDICADORES 2012/2011



## TRANSPORTE AÉREO

*As empresas brasileiras entrevistadas operam voos nacionais*, internacionais, regionais e também especiais. Com relação ao perfil de passageiros, a demanda do mercado de transporte aéreo brasileiro é segmentada em cerca de 2/3 do mercado corporativo e em cerca de 1/3 relativa a viagem a lazer. A composição do perfil da frota em 2011 foi a seguinte: *leasing* (70,5%) e própria (29,5%).

### RESULTADOS DE 2011

*A opinião do mercado de empresas aéreas* com relação ao desempenho da economia brasileira em 2011, comparativamente a 2010, foi quase unânime: 96% consideraram que melhorou e somente 4%, que foi equivalente.

Todo o mercado de transporte aéreo pesquisado registrou majoração do faturamento em 2011, tendo sido apurada variação média de 18,2% em relação a 2010. O desempenho do segmento foi atribuído principalmente à expansão do volume de operações, em decorrência da ampliação da oferta de assentos, do maior número de voos e de destinos atendidos, tanto nacionais (revelando tendência de interiorização das rotas) quanto internacionais. A expansão da oferta, o acirramento da concorrência (que ocasionou redução das tarifas praticadas) e a melhor distribuição da renda estimularam o aumento da demanda, cabendo ressaltar que o crescimento do número de passageiros foi bastante significativo em 2011. Acresçam-se a estes fatores a majoração da receita oriunda de outros negócios relacionados à atividade fim das empresas, as estratégias de marketing de reposicionamento da marca adotadas por algumas com-



panhias, e o melhor aproveitamento das aeronaves, resultando em maior taxa de ocupação.

A majoração de custos (informada pela totalidade das empresas entrevistadas), com variação média de 9,5%, não foi repassada aos preços praticados pelo segmento em pauta que variou 1,0%<sup>4</sup> em 2011. A elevação do preço dos combustíveis e a variação cambial do dólar foram os maiores responsáveis pelo aumento dos custos operacionais do segmento de transporte aéreo. Os empresários também atribuem este resultado aos maiores custos com a mão de obra, em razão do dissídio salarial e da ampliação do número de funcionários, decorrente do maior volume de operações. Somam-se, igualmente, a estes fatores o aumento das tarifas aeroportuárias e os reajustes de vários itens provenientes da inflação.

Quanto ao nível de emprego, 72% do mercado consultado absorveram pessoal adicional em 2011, gerando aumento médio do quadro de funcionários fixos de 17,7% em relação a 2010 e decorrente incremento da massa salarial, além de reajustes e encargos - tal iniciativa deveu-se à aposta de que o mercado em pauta se mantivesse aquecido.

TABELA 12 - TRANSPORTE AÉREO  
ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011

ÁREAS DE INVESTIMENTO	% DE INDICAÇÕES
TREINAMENTO DE PESSOAL	63,9
CONSTRUÇÃO DE HANGARES	59,8
MANUTENÇÃO DE AERONAVES	55,3
AMPLIAÇÃO E/OU RENOVAÇÃO DA FROTA	44,7
TECNOLOGIA	32,7

Fontes: FGV / MTur

Todas as empresas aéreas pesquisadas realizaram investimentos em 2011, sendo de 7,9% o montante equivalente ao faturamento total. As atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2011 são as seguintes: treinamento de pessoal (63,9% de assinalações), construção de hangares (59,8%), manutenção de aeronaves (55,3%), ampliação e/ou renovação da frota (44,7%) e tecnologia (32,7%).

## MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2012)

### ↳ Fatores favoráveis ao desenvolvimento dos negócios

*Com a economia brasileira aquecida*, há uma crescente necessidade de utilização de meios de transporte, o que estimula o incremento do número de viagens a negócios. Além disso, a maior universalização dos serviços, mediante a ampliação do consumo de viagens por significativa parcela da classe média, e o aumento da renda disponível da população em geral também têm acarretado o maior número de viagens de lazer. Tanto a diversificação da malha aérea nacional e internacional quanto a dos negócios das companhias aéreas são, igualmente, fatores que têm gerado ampliação dos negócios. Por fim, os investimentos em infraestrutura previstos para o desenvolvimento do turismo e a proximidade

<sup>4</sup> Variação de preços com base no indicador Yield por passageiro por quilômetro (representa o valor médio pago por passageiro em cada quilômetro voado).

da realização dos megaeventos também foram apontados como fatores motivadores do crescimento.

### **› Fatores limitadores do crescimento**

***A atual carência de infraestrutura aeroportuária*** e a insuficiência de aeródromos para receber voos regulares, e de controle do tráfego aéreo, a alta tributação sobre os combustíveis, a burocratização inerente ao processo de importação de peças (a qual gera a necessidade de manutenção de maiores estoques) e a volatilidade do preço do petróleo e do câmbio foram os mais importantes fatores citados como entraves à expansão do segmento. Cabe, contudo, destacar, no que concerne à questão aeroportuária, que a iniciativa de privatização dos aeroportos é vista como um fator positivo para a melhoria dos problemas de infraestrutura e desenvolvimento do turismo.

Cabe, contudo, destacar, no que concerne à questão aeroportuária, que a iniciativa de privatização dos aeroportos é vista como um fator positivo para a melhoria dos problemas de infraestrutura e desenvolvimento do turismo.

## **PERSPECTIVAS PARA 2012**

***A quase totalidade do mercado de empresas*** aéreas estima que o desempenho da economia brasileira, em 2012, será superior ao de 2011, enquanto que para apenas 4%, será igual.

Todas as empresas consultadas anteveem nova expansão do faturamento em 2012, com expectativa de variação média de 17,9%. A continuidade do crescimento da demanda de passageiros bem como o aumento na taxa de ocupação das aeronaves deverá garantir a manutenção da expansão do segmento aéreo. Além disso, vislumbra-se também a ocorrência de elevação das tarifas aéreas.

As expectativas de crescimento também são atribuídas ao bom momento da economia brasileira e à exposição positiva do País no exterior.

Caso tais expectativas venham a se concretizar no decorrer de 2012, o segmento em foco deverá continuar a realizar novas contratações de pessoal: 72% do mercado prognosticam ampliação do quadro de pessoal, enquanto 28% preveem redução, sendo o aumento médio previsto de 9,3%, comparativamente a 2011. Cabe salientar que 97% do mercado anteveem elevação de custos em 2011, com variação média de 6,6%, com repasse positivo aos preços finais de 8,1%.

As empresas aéreas pesquisadas manifestaram intenção de investir 9,5% do seu faturamento global em 2012. As companhias que planejam realizar investimentos, no corrente ano, em treinamento de pessoal, representam 55,3% do mercado; igual percentual de assinalações é registrado com o propósito de manutenção de aeronaves; para a ampliação e/ou renovação da frota, as indicações totalizam 44,7%; o percentual referente a recursos a serem destinados a tecnologia (como, por exemplo, em sistema de distribuição e reserva) somam 36,1%; à melhoria da infraestrutura das instalações, 28,2%; à construção de hangares, 13,0%; e percentual inferior a 10% corresponde à reforma de terminais aeroportuários e na abertura de novas bases de apoio nos aeroportos.





## TRANSPORTE RODOVIÁRIO

*Cada uma das empresas pesquisadas possuía, em média*, 1.234 ônibus em 2011, sendo previsto um pequeno aumento na frota em 2012 (1.242 veículos, em média). O principal motivo das viagens realizadas em 2011 foi a negócios e trabalho (49,5%), enquanto que o deslocamento motivado por lazer e visita a amigos representou 34,7% do total, e 15,8% por outros motivos (como estudo, saúde e compras). Em 2011, as empresas consultadas transportaram, em média, 15.336.652 passageiros em linhas regulares, e 91.222 em linhas fretadas. O número médio de linhas regulares era de 188 em 2011, não sendo prevista variação desse total para 2012.

### RESULTADOS DE 2011

*No que diz respeito ao desempenho da economia brasileira* em 2011, 63% do mercado consideraram-no superior ao de 2010, enquanto que 37% julgaram-no equivalente.

Detectou-se ampliação do faturamento em 2011, comparativamente a 2010, em 90% do mercado de transporte rodoviário e estabilidade em 10%, com variação média estimada em 6,8%. A expansão dos negócios ocorreu, principalmente, em razão dos investimentos realizados em ações de marketing para reforço da marca e fidelização de clientes, por meio da melhoria dos canais de comunicação com cliente. Ademais, a elevação das tarifas também foi responsável pelo aumento da receita. Verificou-se ainda expansão dos negócios no segmento de fretamento e ampliação da contratação de serviços de receptivo de curta viagem, como transporte para o aeroporto, e passeios de algumas horas.



tando dificuldades, em virtude da concorrência com o mercado de aviação, e pela maior facilidade de aquisição de carro próprio pelo consumidor final, o que reduz a demanda por ônibus nas viagens de curta distância.

Verificou-se, em 2011, majoração de preços em média de 5,0% e a elevação dos custos em todo o mercado de transporte rodoviário, com variação média anual de 7,9%.

O aquecimento dos negócios em 2011 estimulou cerca de 1/3 do mercado (precisamente 35%) a realizar contratações adicionais de mão de obra, enquanto que aproximadamente 2/3 mantiveram (65%) inalterado o quadro de pessoal, gerando um incremento de 1,4%.

**TABELA 13 - TRANSPORTE RODOVIÁRIO**  
**ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011**

<b>ÁREAS DE INVESTIMENTO</b>	<b>% DE INDICAÇÕES</b>
AMPLIAÇÃO E/OU RENOVAÇÃO DA FROTA	<b>100</b>
TREINAMENTO DE PESSOAL	<b>52,5</b>
MELHORIA NA INFRAESTRUTURA DAS INSTALAÇÕES	<b>34,9</b>
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	<b>17,6</b>

Fontes: FGV e MTur

Todas as empresas consultadas realizaram investimentos no decorrer de 2011, sendo de 24,5% o percentual do montante investido em relação ao faturamento global do ramo. As atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos são as seguintes: ampliação e/ou renovação da frota (100% das respostas), treinamento de pessoal (52,5%), melhoria da infraestrutura das instalações (34,9%) e tecnologia da informação (17,6%).

## MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2012)

### › *Fatores favoráveis à expansão dos negócios*

**O reconhecimento da necessidade de valorização** da qualidade dos serviços prestados pelas empresas aos clientes, que vêm estimulando investimentos neste sentido e possibilitando a captação de novos clientes e a fidelização dos antigos, foi um dos fatores citados como favorável ao desenvolvimento dos negócios. Adicionalmente, os megaeventos esportivos previstos para ocorrerem no País foram apontados como um estímulo ao crescimento econômico, tendo reflexos positivos no cômputo das viagens de negócios. Além disso, tais eventos poderão, igualmente, tornar efetivo o potencial turístico do Brasil, em virtude da ampliação da demanda também nas viagens de lazer.

Outros aspectos positivos citados foram: maior facilidade de opções de pagamento (devido à disseminação do uso do cartão de crédito), maior participação das classes C e D no consumo de viagens, novas ferramentas de vendas de passagens (possibilitadas pela expansão do uso da internet) e calendário de 2012, que possibilitará maior número de feriados prolongados (um fator estimulador da realização adicional de viagens).

### › *Principais entraves à expansão dos negócios*

Entre os fatores inibidores do desenvolvimento dos negócios foram citados: a burocracia para obtenção de autorização e regularização da frota, a carga tributária elevada, a carência de infraestrutura das estradas e a excessiva regulação do segmento de transporte rodoviário no que

tange aos preços, o que dificulta a competição com outros modais de transporte como o aéreo, que consegue incorporar parcela do mercado através de campanhas de promoções.

Acrescente-se ainda a falta de fiscalização no sentido de inibir a atuação de transportes não autorizados, a iminência de realização de licitações nas linhas interestaduais (o que poderá provocar mudanças nas concessões) e o uso, cada vez maior, do automóvel pelos brasileiros.

## PERSPECTIVAS PARA 2012

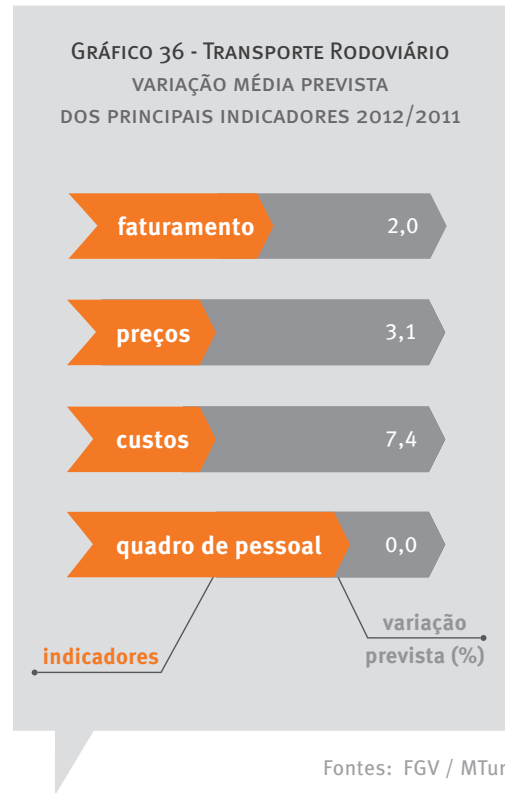
**A grande maioria do mercado (exatamente 90%)** estima que o desempenho da economia brasileira, em 2012, será melhor do que o de 2011, enquanto que para 10%, será igual.

A fatia do mercado de transporte rodoviário que vislumbra elevação do faturamento em 2012 totaliza 55%, e a que antevê estabilidade em relação a 2011 soma 45%, com variação média prevista de 2,0%. As expectativas de majoração do faturamento são justificadas pelo aumento da demanda que deverá se observar em consequência das obras de infraestrutura previstas para ocorrer no País, especialmente por causa dos megaeventos esportivos, e das eleições municipais. Adicionalmente, parte do mercado espera um aumento da frequência de realização de viagens nas linhas mais curtas, com maior rentabilidade, e elevação no preço das tarifas a partir do reajuste permitido pelo órgão regulador. Os empresários também mantêm expectativas de que os investimentos realizados para melhoria da gestão e em treinamento de funcionários proporcionarão ganhos de produtividade, enquanto as campanhas de marketing estimularão a captação

e a fidelização de clientes. A parcela do mercado que prevê estabilidade dos negócios, acredita que haverá aumento do número de deslocamento de pessoas; no entanto, novos entrantes e o consequente acirramento da concorrência deverão limitar este crescimento.

Prevê-se que os custos deverão sofrer novo aumento em 2012 (com variação média de 7,4%), segundo opinião de todas as empresas entrevistadas, enquanto os preços praticados pelas companhias de transporte rodoviário devam subir, com variação média prevista de 3,1%. É importante mencionar que as empresas desse segmento não têm planos de absorção nem de demissão de pessoal ao longo de 2012.

No que tange especificamente aos investimentos, as empresas consultadas manifestaram intenção de aplicar 19,5% do seu faturamento total, em 2012, com essa finalidade. A quase totalidade do mercado de transporte rodoviário planeja destinar recursos para a ampliação ou renovação da frota; 59,0% do mercado, em tecnologia da informação; 35,6%, em treinamento de pessoal; e 24,1%, na melhoria da infraestrutura das instalações.



## TURISMO RECEPTIVO

*O mais importante mercado atendido pelas empresas do setor de receptivo* é o norte-americano (84,8% de indicações), seguido do europeu (59,0%, principalmente Inglaterra, Itália, França e Alemanha) . As empresas de receptivo pesquisadas atendem majoritariamente ao público internacional.

### RESULTADOS DE 2011

*Metade do mercado de receptivo considerou o desempenho da economia* brasileira, em 2011, inferior ao de 2010: 21% opinaram que foi equivalente, enquanto que 29% julgaram-no superior.

Detectou-se majoração do faturamento em 2011, para 46% do mercado de turismo receptivo, estabilidade para 32% e redução para 22%, comparativamente a 2010, o que corresponde a uma variação média de 33,5%. Os fatores que mais contribuíram para a expansão do faturamento foram: a imagem positiva do Brasil no exterior (com destaque para melhoria da percepção do Brasil como um destino mais estável e seguro pelo turista estrangeiro), a valorização do dólar ocorrida a partir de meados de 2011, a retomada das viagens internacionais pelos turistas dos principais mercados emissores e o crescimento das vendas pela internet.

A estabilidade do faturamento, constatada em cerca de 1/3 do mercado, foi atribuída ao aumento das tarifas (devido principalmente à desvalorização do dólar observada na primeira metade de 2011), impactando positivamente o faturamento das empresas, mas por outro lado, a demanda sofreu redução, em virtude do elevado custo do Brasil no exterior, o que ocasionou estabilidade dos negócios. A redução do faturamento das empresas de turismo receptivo foi ocasionada principalmente pela elevação dos custos de operação, provocando queda na



demanda de turistas internacionais. Tal crescimento dos custos ocorreu devido ao câmbio apreciado (valorização da moeda brasileira) e ao aumento do turismo interno, tanto visando o lazer quanto a realização de negócios, o que amplia a demanda por serviços (como hotelaria e transporte), pressionando os preços.

A majoração de custos (informada por 98% do mercado), com variação média de 24,2% em 2011, foi repassada, na medida do possível, aos preços praticados pelo segmento em pauta (elevação de preços foi verificada em todo o mercado, em relação a 2010, com variação média de 23,6%). No que diz respeito aos custos, cabe ressaltar que a valorização da moeda brasileira (a qual torna mais caro os preços do destino Brasil no exterior, tendo em vista que os mesmos são comercializados em dólar), e a volatilidade da taxa de câmbio são os principais fatores que influenciaram o incremento dos custos das empresas do segmento turismo receptivo. Aliado a isto, além do dissídio salarial, verificou-se reajuste ainda maior dos salários, objetivando a manutenção dos empregados nas empresas, uma vez que, com o mercado aquecido, a carência de mão de obra aumenta a rotatividade de funcionários nas empresas, a qual, por sua vez, provoca aumento dos encargos trabalhistas. Por fim, os custos fixos das empresas, tais como telefonia e energia, e os impostos também foram fatores que contribuíram para a elevação dos custos.

**TABELA 14 - TURISMO RECEPTIVO**  
**ÁREAS DE INVESTIMENTO EM 2011**

<b>ÁREAS DE INVESTIMENTO</b>	<b>% DE INDICAÇÕES</b>
INFRAESTRUTURA DAS INSTALAÇÕES	<b>36</b>
TECNOLOGIA	<b>27</b>
MARKETING E PROMOÇÃO DE VENDAS	<b>19</b>
DESTINAÇÃO DE RECURSOS PARA PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS E VIAGENS	<b>11</b>

Fontes: FGV / MTur

Quanto ao nível de emprego, o mesmo não cresceu na mesma proporção do faturamento em 2011: absorção de pessoal foi registrada em 36% do mercado consultado, estabilidade do quadro de funcionários em 42%, e redução em 22%, gerando um saldo de respostas de 14%.

As empresas de turismo receptivo consultadas, que realizaram investimentos em 2011, representam 70% do mercado, sendo de 7,9% o percentual do faturamento investido em relação ao faturamento global. As atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2011 são as seguintes: infraestrutura das instalações (36% de assinalações), tecnologia (27%), marketing e promoção de vendas (19%) e destinação de recursos para participação em feiras e viagens (11%).

## MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2012)

### › Fatores favoráveis à expansão dos negócios

**A exposição do País no exterior**, em parte decorrente da perspectiva de realização dos mega-eventos esportivos, a maior disponibilidade de oferta de voos (em especial para o Rio de Janeiro), o crescimento das vendas de pacotes pela internet e as novas oportunidades de negócios (mega-eventos e pré-sal, por exemplo), que vêm atraindo outros grandes eventos para o Brasil, foram os mais importantes fatores apontados como favoráveis ao desenvolvimento dos negócios. Ressalta-se ainda que, após a crise econômica e financeira mundial de 2009, principalmente nos mercados emissores de turistas, verificou-se significativa redução de empresas atuantes no mercado de turismo receptivo brasileiro, o que gerou oportunidades de cres-

cimento para as empresas maiores, que se mantiveram no período pós-crise. Adicionalmente, a extenuação de destinos concorrentes do Brasil no exterior e a melhoria da imagem do Brasil no que diz respeito à segurança urbana também favoreceram a escolha do País como destino de viagem para os turistas estrangeiros, havendo, portanto, registro de expansão da demanda internacional nas agências de turismo receptivo.

### › Fatores limitadores do crescimento

**O alto custo do Brasil no exterior - em virtude tanto da desvalorização do dólar** quanto da escassez da oferta e aumento da demanda do mercado interno, que vêm ocasionando elevação do preço dos serviços – constitui-se num dos principais fatores limitadores à expansão dos negócios das empresas de receptivo. Os aspectos relacionados à infraestrutura turística (como a carência de hotéis em algumas cidades brasileiras), a oferta voos ainda insuficiente (apesar do aumento constatado em 2011) e as deficiências estruturais dos aeroportos também são alguns dos pontos que necessitam de melhorias. O acirramento da concorrência com os próprios fornecedores de serviços - como é o caso da hotelaria, que vem realizando venda direta de serviços de receptivo - e a crise econômica nos mercados emissores, em especial na Europa, também foram destacados como pontos desfavoráveis.

## PERSPECTIVAS PARA 2012

**Metade do mercado de empresas de turismo receptivo** não acredita que o desempenho da economia brasileira, em 2012, será superior ao de 2011, enquanto que para 32%, será igual, e para 18%, será mais amplo (saldo de -32%).

A maior parte do mercado de receptivo consultado (precisamente 79%) vislumbra nova expansão do faturamento em 2012, com expectativa de variação média de 12,8%. Os prognósticos de majoração do faturamento são baseados na expectativa de ampliação da demanda de estrangeiros para o Brasil e dos preços praticados, assim como a absorção mais intensa de clientes pelas empresas maiores, em virtude da redução da concorrência. Ressalta-se ainda que a maior visibilidade do Brasil no exterior, em razão dos megaeventos e da perspectiva de manutenção da estabilidade econômica do País, são fatores que também deverão contribuir para a expansão dos negócios. Verifica-se ainda que 7% do mercado de turismo receptivo preveem estabilidade do faturamento em relação ao auferido em 2011, enquanto 14% acreditam em redução. Tal resultado é justificado pelo cenário ainda incerto em relação à duração e efeitos da crise econômica e financeira mundial, e pela valorização da taxa de câmbio.

Caso tais previsões venham a se realizar ao longo de 2012, o segmento em pauta deverá continuar a efetuar contratações adicionais de pessoal: 65% do mercado prognosticam ampliação do quadro de funcionários, enquanto 35% preveem inalterabilidade, resultando, portanto, num saldo de respostas de 65%, sendo o aumento médio previsto de 6,4%, comparativamente a 2011. Cabe salientar que 64% do mercado anteveem elevação de custos em 2011, com variação média de 8,0%, com possibilidade de repasse aos preços finais (88% do mercado acreditam em majoração, com variação média de 12,5%).

As empresas de receptivo pesquisadas que manifestaram intenção de investir em 2012 representam 77% do mercado, sendo de 1,9% do faturamento global o montante a ser investido. A metade do mercado de turismo receptivo planeja realizar investimentos em treinamento de pessoal; 36%, na melhoria da infraestrutura das instalações; 19%, em marketing e promoção de vendas, 14%, em tecnologia; e 11%, na participação em feiras e viagens.





# /TABELAS

## SÉRIE HISTÓRICA

### CONSOLIDADO

TABELA 15 - VARIAÇÃO MÉDIA DO CONSOLIDADO  
DOS SEGMENTOS DE TURISMO  
2004-2011 E PREVISÃO PARA 2012

ANOS	FATURAMENTO	PREÇOS	CUSTOS	POSTOS DE TRABALHO
	VARIAÇÃO MÉDIA	VARIAÇÃO MÉDIA	VARIAÇÃO MÉDIA	VARIAÇÃO MÉDIA
2004	24,1	7,4	5,4	12,9
2005	17,3	-1,8	11,7	14,3
2006	29,3	6,0	7,9	21,6
2007	14,8	-2,2	7,0	23,5
2008	26,7	13,9	16,6	10,3
2009	1,5	-0,4	-2,4	7,0
2010	21,8	1,6	10,2	12,7
2011	18,3	7,0	9,9	14,3
2012*	15,0	7,6	7,4	9,4

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

## AGÊNCIAS DE VIAGENS

TABELA 16 - AGÊNCIAS DE VIAGENS - DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2004	91	20,1	69	9,0	-22	-2,8	40	6,1
2005	28	2,8	-29	-2,5	100	11,4	10	5,6
2006	100	17,7	69	10,1	100	18,0	78	13,1
2007	-26	-1,8	-24	-7,9	37	6,1	-1	4,4
2008	100	25,6	70	16,2	86	13,9	63	7,4
2009	-78	-4,7	-71	-11,3	0	-0,3	-38	-1,6
2010	99	33,2	2	-0,3	53	7,9	78	16,2
2011	48	19,5	57	11,6	100	12,8	36	21,8
2012*	100	19,3	72	8,5	82	9,6	42	17,7

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

## LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

TABELA 17 - LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS- DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2004	100	23,3	-9	-1,6	91	14,4	64	9,3
2005	100	33,0	0	0,0	100	21,8	100	21,0
2006	100	42,9	0	0,0	100	19,3	100	19,8
2007	100	24,1	-7	-0,2	7	0,7	100	15,4
2008	100	47,0	0	0,0	100	29,9	100	22,7
2009	11	2,0	89	3,0	100	4,0	11	2,0
2010	77	25,6	77	6,0	100	24,0	54	3,3
2011	100	17,1	22	1,4	100	6,5	100	14,0
2012*	100	15,1	22	1,1	100	5,4	100	9,4

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

## MEIOS DE HOSPEDAGEM

TABELA 18 - MEIOS DE HOSPEDAGEM - DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2004	84	17,5	46	5,1	59	5,7	69	11,6
2005	78	23,5	79	9,9	64	9,4	82	10,3
2006	83	12,0	89	6,4	98	8,2	30	6,7
2007	74	12,9	67	7,9	33	4,8	23	2,5
2008	100	19,9	97	13,1	54	3,1	47	3,9
2009	10	2,9	78	6,2	-32	-2,7	-36	-2,7
2010	100	19,8	100	10,7	100	8,9	94	5,5
2011	100	22,7	100	15,9	100	11,3	82	11,1
2012*	95	13,2	99	10,1	89	7,8	88	10,5

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

## OPERADORAS DE TURISMO

TABELA 19 - OPERADORAS DE TURISMO - DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2004	100	47,0	87	9,1	99	15,6	98	28,5
2005	86	17,3	-28	-4,5	97	13,7	79	21,4
2006	54	18,5	6	1,8	65	5,7	52	10,7
2007	30	11,1	-10	-1,3	17	7,7	76	10,8
2008	99	47,1	72	10,9	95	11,2	79	14,2
2009	79	3,0	-16	-3,0	88	6,0	77	12,0
2010	91	24,6	0	0,0	30	3,7	98	23,1
2011	95	16,5	80	6,1	100	8,4	98	18,1
2012*	100	18,4	73	5,5	91	7,9	74	9,8

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

## ORGANIZADORAS DE EVENTOS

TABELA 20 - ORGANIZADORAS DE EVENTOS - DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2009	100	30,0	17	2,5	66	9,5	-10	-1,0
2010	36	10,1	15	0,7	52	4,4	24	4,4
2011	100	9,9	55	5,1	100	8,1	29	8,7
2012*	7	3,7	100	11,0	74	11,4	-32	-6,4

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

## PROMOTORES DE FEIRAS

TABELA 21 - PROMOTORES DE FEIRAS - DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2004	44	5,7	61	6,8	100	17,7	61	7,0
2005	100	13,9	77	7,4	94	7,2	6	-1,0
2006	70	27,3	100	8,6	80	19,2	28	19,6
2007	25	19,5	8	0,9	11	2,1	-18	-1,0
2008	80	13,5	82	9,9	92	10,6	76	9,2
2009	80	10,0	45	4,4	92	11,4	80	8,3
2010	100	11,1	100	7,2	53	3,1	57	3,2
2011	59	15,7	100	7,8	100	8,8	73	3,9
2012*	59	6,8	100	9,1	100	9,0	52	1,8

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

(1) Até o ano de 2008 os segmentos feiras e eventos eram contabilizados juntos

## TRANSPORTE AÉREO

TABELA 22 - TRANSPORTE AÉREO - DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2005	100	21,5	-56	-6,7	79	14,2	18	16,4
2006	100	22,8	-100	-6,4	-100	-3,0	100	34,9
2007	100	22,8	-94	-10,2	100	12,5	100	59,3
2008	100	30,1	100	21,7	100	33,0	96	15,9
2009	-21	1,2	-41	-4,1	-91	-10,1	35	17,9
2010	100	20,7	-89	-5,1	95	11,3	100	17,6
2011	100	18,2	35	1,0	100	9,5	44	17,7
2012*	100	17,9	96	8,1	97	6,6	44	9,3

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

## TRANSPORTE RODOVIÁRIO

TABELA 23 - TRANSPORTE RODOVIÁRIO - DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2007	14	2	4	0,4	-43	-2,6	4	0,4
2008	100	12,6	100	6,7	49	5,5	99	3,5
2009	34	3	100	6	86	5	-2	0
2010	100	12,1	60	1,9	100	7,5	63	5,6
2011	90	6,8	76	5,0	100	7,9	35	1,4
2012*	55	2,0	60	3,1	100	7,4	0	0

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão

## TURISMO RECEPTIVO

TABELA 24 - TURISMO RECEPTIVO - DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES  
OBSERVAÇÃO 2004/2011 E PREVISÃO PARA 2012 (%)

Anos	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO	SALDO DE	VARIAÇÃO
	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA	RESPOSTAS	MÉDIA
2004	100	13,5	46	3,4	100	12,5	76	9,2
2005	100	15,0	100	8,3	0	0,0	57	7,1
2006	4	-4,2	94	14,4	100	18,9	86	2,8
2007	79	22,1	46	10,3	62	16,3	-15	-4,3
2008	96	13,3	100	24,0	84	23,9	-42	2,9
2009	-100	-29,4	46	14,6	100	19,7	-88	-24,1
2010	4	-1,9	71	13,7	75	18,2	30	-3,0
2011	24	33,5	100	23,6	98	24,2	14	-2,5
2012*	65	12,8	88	12,5	64	8,0	65	6,4

Fontes: FGV / MTur - (\*) Previsão



# /REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS

## 2011 E 2012

TABELA 25 - REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS E PROPORÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO (%) - 2011

SEGMENTO DE TURISMO	REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTO		PERCENTUAL DO FATURAMENTO INVESTIDO
	SIM	NÃO	
AGÊNCIA DE VIAGENS	100	0	4,7
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	100	0	26,1
MEIOS DE HOSPEDAGEM	100	0	14,1
OPERADORAS DE TURISMO	100	0	8,7
ORGANIZADORAS DE EVENTOS	68	32	14,1
PROMOTORES DE FEIRAS	100	0	4,5
TRANSPORTE AÉREO	100	0	7,9
TRANSPORTE RODOVIÁRIO	100	0	24,5
TURISMO RECEPTIVO	70	30	2,3

Fontes: FGV / MTur

Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento

TABELA 26 - REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS E PROPORÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO (%) - 2011

SEGMENTO DE TURISMO	REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTO		PERCENTUAL DO FATURAMENTO A SER INVESTIDO
	SIM	NÃO	
AGÊNCIA DE VIAGENS	100	0	5,2
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	100	0	23,1
MEIOS DE HOSPEDAGEM	100	0	13,6
OPERADORAS DE TURISMO	90	10	4,5
ORGANIZADORAS DE EVENTOS	42	58	14,5
PROMOTORES DE FEIRAS	100	0	4,6
TRANSPORTE AÉREO	100	0	9,5
TRANSPORTE RODOVIÁRIO	100	0	19,5
TURISMO RECEPTIVO	77	23	1,9

Fontes: FGV / MTur

Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento



# /COMPROMISSO DE CONFIDENCIALIDADE

---

*A Fundação Getulio Vargas, com sua tradição em pesquisas de diversas áreas, se compromete a não divulgar as informações e dados fornecidos pelas empresas respondentes.*

A pesquisa publicada não revela qualquer informação individualizada fornecida pelos respondentes, uma vez que as análises são realizadas com base em números agregados.

A propriedade do conhecimento gerado será de uso exclusivo da equipe da pesquisa, garantindo-se que nenhuma pessoa estranha à equipe de pesquisadores poderá ter acesso aos dados e que se preservará a confidencialidade das informações.

# /AGRADECIMENTO

---

*Desde 2005 tem sido de inestimável valor,* para a realização da Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo - PACET, a colaboração prestada pelos empresários das maiores empresas do setor, os quais têm disponibilizado, além de seu tempo e atenção, dados e informações qualitativas a respeito da evolução de seu segmento, essenciais para a instrução da elaboração da sondagem.

O Ministério do Turismo e a Fundação Getulio Vargas expressam seu agradecimento aos executivos das empresas participantes e a todos aqueles que, de alguma forma, colaboraram para o sucesso desta pesquisa.

[www.turismo.gov.br/dadosefatos](http://www.turismo.gov.br/dadosefatos)  
[www.ebape.fgv.br](http://www.ebape.fgv.br)



Ministério do  
**Turismo**



[www.turismo.gov.br/dadosefatos](http://www.turismo.gov.br/dadosefatos)  
[www.ebape.fgv.br](http://www.ebape.fgv.br)



Ministério do  
Turismo

