



PESQUISA ANUAL

DE CONJUNTURA
ECONÔMICA
DO TURISMO

9ª edição | 2013



Ministério do
Turismo



PESQUISA ANUAL

DE CONJUNTURA
ECONÔMICA
DO TURISMO

9ª edição | 2013



Presidenta da República Federativa do Brasil | Dilma Vana Rousseff

Ministro de Estado do Turismo | Gastão Dias Vieira

Secretário Executivo | Valdir Moysés Simão

Secretário Nacional de Políticas de Turismo | Vinicius Lummertz

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 FGV Projetos

Cesar Cunha Campos

Ricardo Simonsen

Coordenação Núcleo de Turismo

Luiz Gustavo Medeiros Barbosa

| FICHA TÉCNICA

Coordenação da Pesquisa Anual

Paola Lohmann

Leonardo Vasconcelos

Paulo Cesar Stilpen

Equipe Econômica

Camilla Rezende*

Ique Guimarães*

Luciana Vianna*

Maria Clara Tenório

Paola Lohmann*

Paulo Cesar Stilpen

Equipe Técnica

Agnes Dantas

André Coelho

Carlyle Falcão

Cristiane Rezende

Erick Lacerda

Fabíola Barros

Laura Monteiro

Marcel Levi

Márcia Magalhães

Natália El-Khoury

Roberto Pasarella

Thais Padinha

Thays Venturim

Metodologia e Estatística

Leonardo Vasconcelos

Paulo Cesar Stilpen

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 | FGV Projetos | Núcleo de Turismo, Ministério do Turismo.- 9.ed.
Rio de Janeiro : Fundação Getulio Vargas, 2013. 106 p. ISSN: 2179-8362

1. Turismo – Aspectos econômicos. I. Fundação Getulio Vargas. II. FGV Projetos. Núcleo de Turismo. III. Brasil. Ministério do Turismo. CDD – 338.4791



Ministério do
Turismo



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	05
METODOLOGIA	06
AMBIENTE ECONÔMICO	09
Ambiente Macroeconômico Mundial	10
Desempenho da Economia Brasileira	14
Análise Econômica do Turismo	20
RESULTADOS CONSOLIDADOS	29
Resultados de 2012	30
Perspectivas para 2013	37
RELATÓRIOS SETORIAIS	43
Agências de Viagens	44
Locadoras de Automóveis	50
Meios de Hospedagem	55
Operadoras de Turismo	61
Organizadoras de Eventos	66
Promotores de Feiras	70
Transporte Aéreo	75
Transporte Rodoviário	78
Turismo Receptivo	83
Informações Adicionais	88
ANEXOS	95
Tabelas Série Histórica	96
Realização de Investimentos 2012 2013	102
Compromisso de Confidencialidade	104
Agradecimento	105



APRESENTAÇÃO

O Ministério do Turismo e a Fundação Getulio Vargas apresentam a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo - PACET, em sua nona edição, a qual reúne dados e informações a respeito do desempenho em 2012 e os prognósticos para 2013 das 80 maiores empresas do setor de turismo, as quais auferiram um faturamento total de R\$ 57,6 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 incluídas nas atividades características do turismo, os fatores limitadores ou estimuladores da expansão dos negócios, os investimentos realizados e os programados, assim como 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 > +10% e < +100%

significa aumento da variável pesquisada.

saldo > -10% e < +10%

significa estabilidade da variável pesquisada.

saldo > -100% e < -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.

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 2013. 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 SEGUINTE:







AMBIENTE ECONÔMICO

Ambiente Macroeconômico Mundial	10
Desempenho da Economia Brasileira	14
Análise Econômica do Turismo	20

AMBIENTE MACROECONÔMICO MUNDIAL

No princípio de 2012, o Banco Mundial (“Global Economic Prospects January 2012: Uncertainties and Vulnerabilities”) destacou que a economia internacional entrava numa fase muito difícil, caracterizada por riscos de deterioração e fragilidade. Numa alusão à crise europeia, o Fundo Monetário Internacional (FMI) alertou que nenhuma nação está imune aos seus efeitos, enfatizando que os países latino-americanos deveriam “esperar o melhor e se preparar para o pior”.

Segundo o FMI, a atual situação econômica mundial mostra recuperação lenta, sendo ainda incerta a restauração da estabilidade (pelo menos em curto prazo). O Fundo ressaltou, em 2012, a existência de cinco entraves relevantes à uma retomada da atividade global mais firme e sustentável: altas taxas de desemprego em várias regiões do mundo (principalmente nos países ricos), ritmo de crescimento muito baixo e por tempo prolongado, potencial de desalavancagem muito elevada dos bancos (com possível contração excessiva do financiamento de famílias, setor produtivo e governos), possibilidade renovada de turbulências nos mercados financeiros europeus, e probabilidade de escalada da cotação internacional do barril de petróleo.

De acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), a crise da dívida pública da Zona do Euro não está superada, apesar de os mercados financeiros terem se acalmado ao longo de 2012, enfatizando que a região formada por 17 países necessita de reformas econômicas ambiciosas e que não há espaço para complacência.

O FMI considerou bastante alarmante o relatório que a Organização Mundial do Comércio divulgou, em 2012, acusando os países de estarem sucumbindo ao protecionismo, em virtude da crise global, quando todos deveriam justamente estar adotando medidas de cooperação internacional, no sentido de garantir a estabilidade financeira e o crescimento econômico, ou seja, “o mundo trabalhar em conjunto” para o benefício de todos.

Esse ambiente continuou a gerar volatilidade e aversão ao risco nos mercados financeiros de todo o mundo, diminuição dos preços de commodities, perdas nos mercados acionários e redução do comércio internacional. Apesar de o cenário da economia mundial ser considerado, àquela época, preocupante, vale lembrar que a mesma já esteve em situação muito pior, à época do pânico ocorrido em 2008 e agravado em 2009.

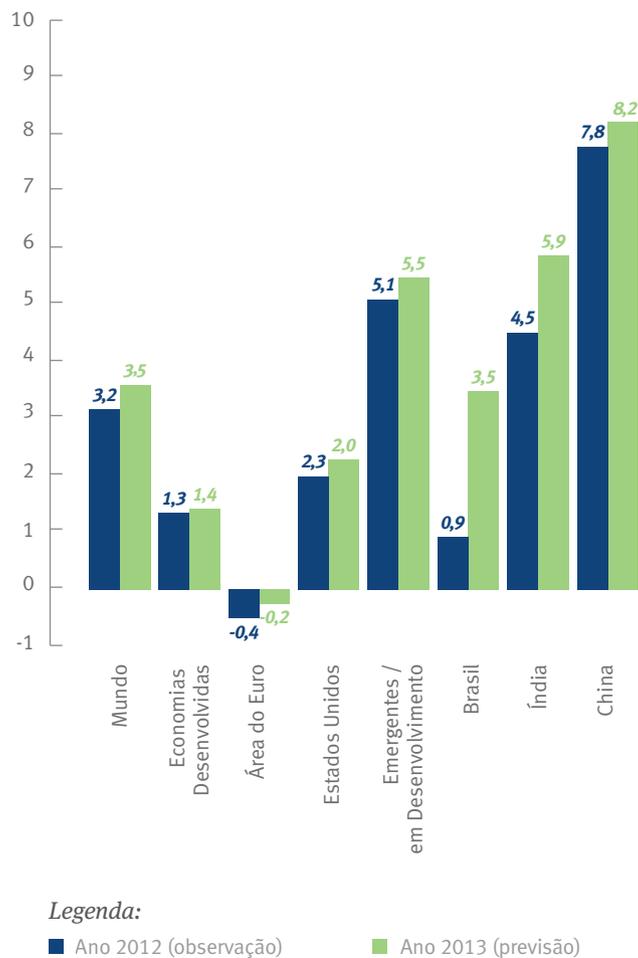
Dados divulgados no princípio de janeiro do corrente ano, pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), revelam, de modo geral, ténue arrefecimento das estimativas de expansão relativas a 2013 e 2014, na comparação entre os prognósticos feitos em outubro/2012 e janeiro/2013. No que concerne às economias de países emergentes/em desenvolvimento, a expectativa é de que o crescimento percentual registrado em 2011 e 2012 continue a ser bem mais elevado do que o das economias desenvolvidas no biênio 2013-2014.

O gráfico a seguir mostra a influência do crescimento econômico da China tanto no aumento percentual registrado em 2011 e 2012 quanto nos previstos para os dois anos subsequentes, bastante superiores aos referentes aos das economias desenvolvidas e das médias mundiais. No que diz respeito ao Brasil, especificamente, após a expansão do PIB ter sido, nos dois últimos anos, inferior à média global, antevê-se que ela se manterá no mesmo nível de expansão da economia mundial em 2013 e 2014.

APÓS A EXPANSÃO DO PIB BRASILEIRO TER SIDO, NOS DOIS ÚLTIMOS ANOS, INFERIOR À MÉDIA GLOBAL, ANTEVÊ-SE QUE ELA SE MANTERÁ NO MESMO NÍVEL DE EXPANSÃO DA ECONOMIA MUNDIAL EM 2013 E 2014.

GRÁFICO 1 | CRESCIMENTO DA ECONOMIA MUNDIAL

REGIÕES E PAÍSES SELECIONADOS PIB | Observação em 2012 e previsão para 2013
Variação Anual (%)



Fontes: FMI e IBGE

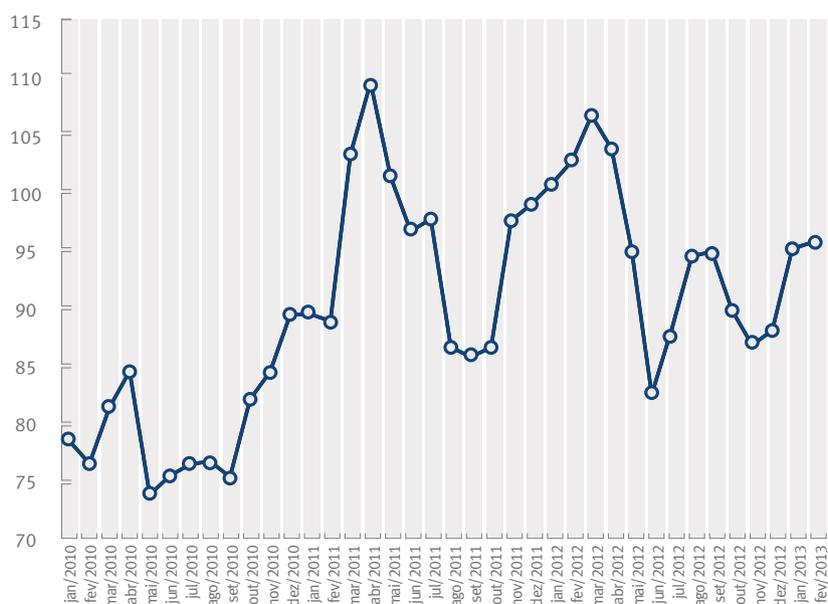
PETRÓLEO

O gráfico a seguir mostra que, após atingir, em março/2012, a média mensal máxima (US\$ 106,16 por barril), as cotações do petróleo do tipo WTI (EUA) passaram a declinar até o nível de US\$ 82,3 por barril em junho último. Tal declínio foi atribuído, principalmente, à elevação dos estoques do produto constatados nos Estados Unidos, ao aumento da produção por parte dos países da Organização dos Países Exportadores de Petróleo (Opec) e à redução das tensões geopolíticas no Oriente Médio.

A partir de julho do ano em curso, as cotações voltaram a se elevar, até atingir US\$ 94,51 em setembro, tendo em vista o início do embargo europeu ao petróleo iraniano e a menor oferta do produto. A partir de então, as cotações da commodity passaram a registrar declínio, em virtude do acúmulo de estoques nos EUA e, já em meados de dezembro, nova elevação, ante a expectativa de que o Congresso daquele país viesse a firmar um acordo no sentido de reverter a crise fiscal no maior consumidor de petróleo do mundo.

GRÁFICO 2 | EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO PETRÓLEO

TIPO WTI US\$ POR BARRIL | Janeiro/2010 a Fevereiro/2013 (Médias Mensais)



A PARTIR DE JULHO DO ANO DE 2012, AS COTAÇÕES VOLTARAM A SE ELEVAR, ATÉ ATINGIR US\$ 94,51 EM SETEMBRO

Fonte: US Energy Information Administration (EIA)

DESEMPENHO DA ECONOMIA BRASILEIRA

E PERSPECTIVAS EM CURTO PRAZO DAS PRINCIPAIS VARIÁVEIS MACROECONÔMICAS

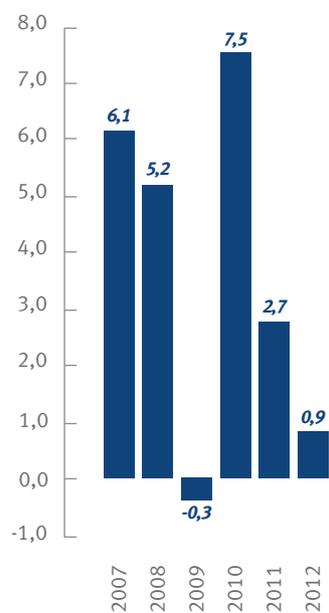
PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O Banco Central destaca que a economia brasileira segue em recuperação, conforme evidenciado pela evolução das taxas de crescimento trimestrais do PIB, revelando a tendência de que tal processo venha a ser intensificado em 2013, em parte, em decorrência de impactos cumulativos das ações de política recentemente implementadas. Por outro lado, o Ministério da Fazenda afirmou que 2012 foi um ano positivo para a população brasileira, mesmo com um cenário externo negativo em que países europeus e emergentes enfrentaram crise e recessão, destacando que, embora o resultado do PIB tenha ficado abaixo das expectativas, constatou-se aceleração da atividade econômica na segunda metade do ano (ainda que tênue).

Como fatores positivos em 2012, o Ministério ressalta que, mesmo com a crise internacional, houve uma melhoria das condições de vida para a população brasileira, sendo criados 1,3 milhão de postos de trabalho e crescimento da massa salarial (6,0% no ano); além disso, também houve aumento real de renda da população em 4,0% e um crescimento do financiamento para habitação, com aumento de 35% ao longo de 2012. Como fator negativo, o Ministério ressalta que, por conta da desaceleração da economia global, o país teve mais dificuldades de exportar em 2012, mas para 2013, antevê um cenário internacional “mais benigno”, com mais mercados para que a indústria brasileira possa ampliar a exportação de manufaturados, devendo a economia brasileira apresentar aceleração “gradual e contínua” ao longo do ano. A previsão do mercado (ao final de março) para o crescimento do PIB era de 3,0% em 2013, e de 3,5%, em 2014.

GRÁFICO 3 | BRASIL

PIB 2007 A 2012 | Variação Percentual Anual (%)



Fonte: IBGE

TAXA DE CÂMBIO

O dólar (PTAX - taxa média praticada no mercado interbancário, coletada e divulgada pelo Banco Central) variou, em 2011, da cotação mínima de R\$ 1,5345/US\$ (em 26 de julho) à máxima de R\$ 1,9016/US\$ (em 22 de setembro), sendo a média do ano de R\$ 1,6768/US\$. Já em 2012, a taxa oscilou entre a cotação mínima de R\$ 1,7024/US\$ (em 28 de fevereiro) à máxima de R\$ 2,1121/US\$ (em 3 de dezembro), sendo a média do ano de R\$ 1,9571/US\$ (16,7% superior à de 2011).

De maio até o início de novembro/2012, constatou-se manutenção do dólar na faixa entre R\$ 2,00 e R\$ 2,10. Segundo especialistas, tal estabilidade não é mero acaso, mostrando uma mudança na política cambial brasileira, à medida que, àquela época, a crise financeira na Europa se agravava e os EUA continuavam a promover o afrouxamento monetário. No princípio de dezembro, a cotação chegou, inclusive, por poucos dias, a ultrapassar esse limite (R\$ 2,10/US\$), baixando logo após - cabe ressaltar que o dólar mais elevado aumenta a competitividade da indústria e das exportações de produtos do País.

De acordo com o Ministério da Fazenda, apesar do grande volume monetário injetado pelas economias desenvolvidas em setembro de 2012, a moeda brasileira não sofreu novas valorizações. As medidas de administração dos fluxos de capitais têm, efetivamente, contribuído para evitar a perda de competitividade, num cenário de guerra cambial provocada por economias avançadas.

TAXA DE JUROS

Em meados de janeiro de 2013, o Comitê de Política Monetária, do Banco Central, ressaltou que devido ao fato de considerar que o balanço de riscos para a inflação ter apresentado piora no curto prazo, que a recuperação da atividade doméstica estar sendo menos intensa do que o esperado, e que a complexidade ainda envolve o ambiente internacional, o mesmo entende que a estabilidade das condições monetárias, por um período de tempo suficientemente prolongado, é a estratégia mais adequada no

GRÁFICO 4 | TAXAS DE JUROS SELIC

Jan/2010 | Fev/2013 (%)



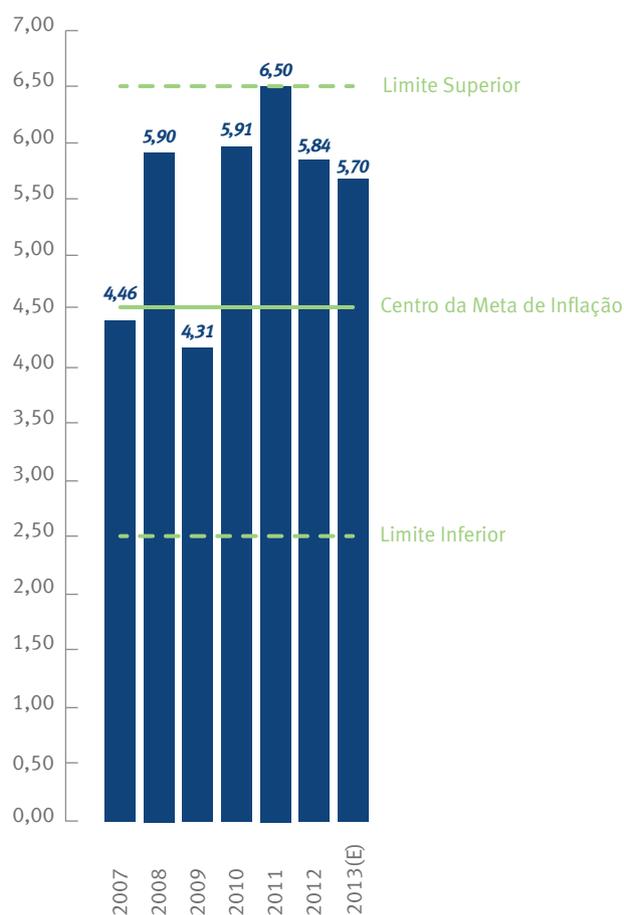
Fonte: Banco Central

sentido de garantir a convergência da inflação para a meta. No princípio de março do corrente ano, avaliando a conjuntura macroeconômica e as perspectivas para a inflação, o Copom decidiu, por unanimidade, manter a taxa Selic em 7,25% a.a., sem viés. Cabe ressaltar que o Comitê irá acompanhar a evolução do cenário macroeconômico até sua próxima reunião, para então definir os próximos passos na sua estratégia de política monetária.

INFLAÇÃO

O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), indicador oficial da inflação, é calculado pelo IBGE desde 1980, e se refere às

GRÁFICO 5 | BRASIL | ÍNDICE DE PREÇOS AO CONSUMIDOR AMPLO (IPCA) (%)
Estimativa mercado março/2013 (E)



Fontes: IBGE e Banco Central

famílias com rendimento monetário de 1 a 40 salários mínimos, qualquer que seja a fonte, e abrange nove regiões metropolitanas do País (Belém, Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo), além do município de Goiânia e de Brasília.

No princípio de 2013, o IBGE divulgou que o IPCA acumulou, em 2012, alta de 5,84%, a qual, pelo terceiro ano consecutivo, se situa acima do centro de meta de inflação. Para 2013, as expectativas, no começo de março, são de que o IPCA alcançará 5,70%.

INVESTIMENTO ESTRANGEIRO DIRETO

Segundo dados do Banco Central, o Investimento Estrangeiro Direto – IED líquido (crédito menos débito) somou US\$ 65,272 bilhões em 2012, montante 2,1% inferior ao de 2011 (US\$ 66,660 bilhões). É importante mencionar que o aumento na entrada de investimentos tem o efeito de aumentar sobremaneira a pressão sobre a valorização da moeda nacional em relação ao dólar norte-americano.

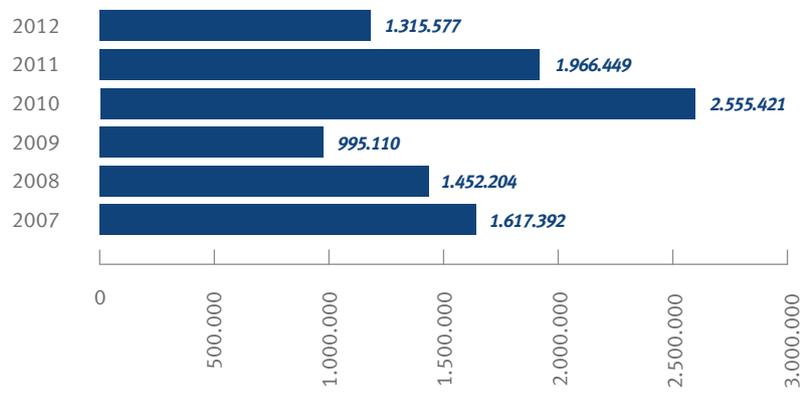
EM 2012, O
NÚMERO DE
ADMISSÕES
SOMOU
21.743.957,

MERCADO DE TRABALHO

Segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em 2012, o número de admissões somou 21.743.957, enquanto que o de desligamentos, 20.428.380. Assim sendo, o saldo acumulado entre admissões e desligamentos foi de 1.315.577, ou seja, 33,1% a menos do que o saldo apurado em 2011 (1.966.449). Os saldos líquidos segundo setores, em 2012, foram os seguintes: serviços (674.420), comércio (383.426), construção civil (148.114), indústria de transformação (87.385), extrativa mineral (11.106), serviços industriais de utilidade pública (10.195), agropecuária (3.378) e administração pública (-2.447).

GRÁFICO 6 | BRASIL | EMPREGO

Saldos entre admissões e desligamentos (2007 a 2012)



Fonte: MTE (Caged)

ANÁLISE ECONÔMICA DO TURISMO

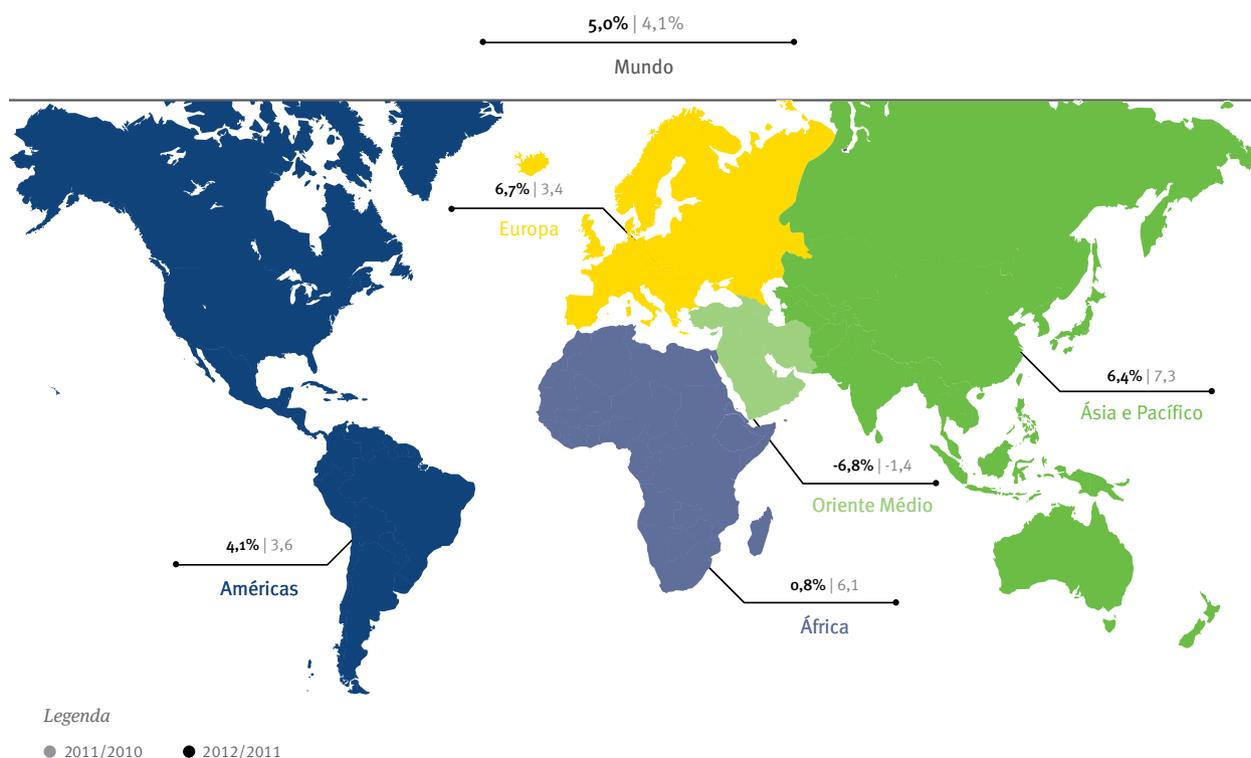
TURISMO INTERNACIONAL

A Organização Mundial do Turismo (UNWTO) tem destacado 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. Contrariamente a esses indicadores, tal setor vem apresentando bons resultados, antevendo-se, para o ano de 2012, que as chegadas internacionais de turistas tenham registrado taxa de crescimento de 3,8%, superando a marca de 1 bilhão – nesse caso, o total de chegadas terá dobrado em menos de 20 anos.

O gráfico a seguir mostra o efeito da crise internacional em relação às chegadas internacionais (queda de quase 4% na comparação 2009/2008), significativo aumento percentual logo a seguir (em virtude, em grande parte, da base fraca de comparação) e expansão a taxas menores nos dois anos subsequentes.

O próximo gráfico apresenta a evolução percentual das chegadas internacionais de turistas nos últimos três anos, por grandes regiões. Em termos absolutos, estima-se que, em 2012, os resultados tenham sido os discriminados a seguir: Europa, 535 milhões de chegadas internacionais (51% do total); Ásia e Pacífico, 233 milhões (23%); Américas, 162 milhões (16%); Oriente Médio, 53 milhões (5%); e África, 52 milhões (5%). Antevê-se que as variações (em números absolutos), de 2011 para 2012, tenham sido as seguintes: Europa, mais 17 milhões de chegadas internacionais; Ásia e Pacífico, mais 15 milhões; Américas, mais 6 milhões; África, mais 3 milhões; e Oriente Médio, menos 3 milhões.

GRÁFICO 7 | MUNDO | CHEGADA DE TURISTAS POR GRANDES REGIÕES | Variação Percentual sobre o Ano Imediatamente Anterior
 Observação 2011/2010 e Previsão 2012/2011



Fonte: UNWTO

TURISMO NO BRASIL

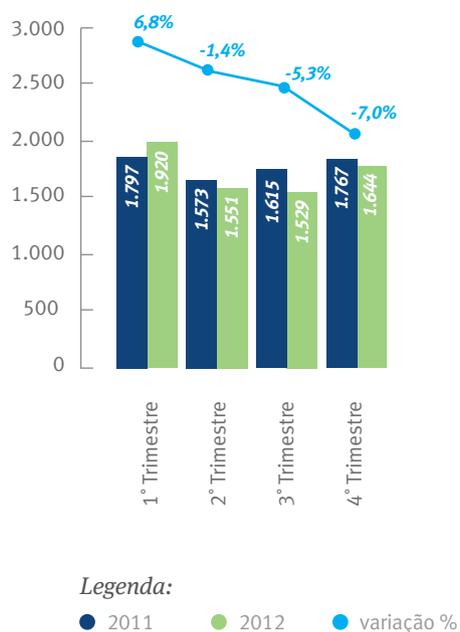
Turismo Internacional no País

De acordo com dados do Banco Central, os gastos efetuados por turistas estrangeiros em visita ao Brasil, medidos pela receita da conta viagens, do balanço de pagamentos, somaram US\$ 6,645 bilhões em 2012 (1,4% a mais do que os US\$ 6,555 bilhões auferidos em 2011). Por outro lado, os gastos dos brasileiros com viagens internacionais totalizaram US\$ 22,233 bilhões em 2012, registrando majoração de 4,6% em relação a 2011 (US\$ 21,264 bilhões).

Já a corrente cambial turística (representada pelo somatório das receitas e das despesas) detectou elevação de 3,8%: de US\$ 27,819 bilhões, em 2011, para US\$ 28,878 bilhões em 2012, mostrando significativo incremento detectado nos últimos dez anos. Cabe ressaltar que o único decréscimo da série (-3,2%), apurado de 2008 para 2009, deveu-se, em grande parte, à crise econômica e financeira mundial,

que se refletiu significativamente sobre o fluxo turístico internacional e respectivos gastos e receitas. Entretanto, logo no ano seguinte (2010), a retomada no Brasil foi considerável, com a corrente cambial turística alcançando expansão de 36,5%.

GRÁFICO 8 | BRASIL | RECEITA CAMBIAL TURÍSTICA ANUAL US\$ MILHÕES
Evolução Trimestral 2011/2012



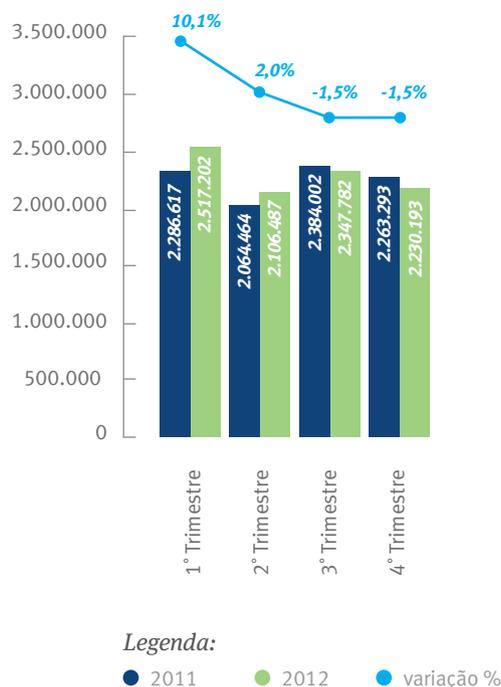
Fonte: BC

VISLUMBRA-SE QUE SE POSSA ALCANÇAR A MARCA DOS 10 MILHÕES DE DESEMBARQUES EM 2013

No que concerne aos voos internacionais (que incluem estatísticas de brasileiros retornando do exterior), dados também da Infraero mostram que somaram 9.236.947 os desembarques estrangeiros no Brasil em 2012, o que corresponde a um crescimento de 2,4% em relação a 2011 (9.018.507 desembarques). Esse total constitui, igualmente, recorde anual dessa série histórica.

Dos 5,375 milhões de desembarques computados em 2003, vislumbra-se (numa perspectiva otimista) que se possa alcançar (ou até superar) a marca dos 10 milhões em 2013, correspondendo praticamente ao dobro, num período de 11 anos. E a expectativa é a de que, com a proximidade de realização dos megaeventos esportivos, esses números crescerão significativamente.

GRÁFICO 9 | BRASIL | DESEMBARQUE MENSAL DE PASSAGEIROS EM VOOS INTERNACIONAIS | Evolução Trimestral 2011/2012



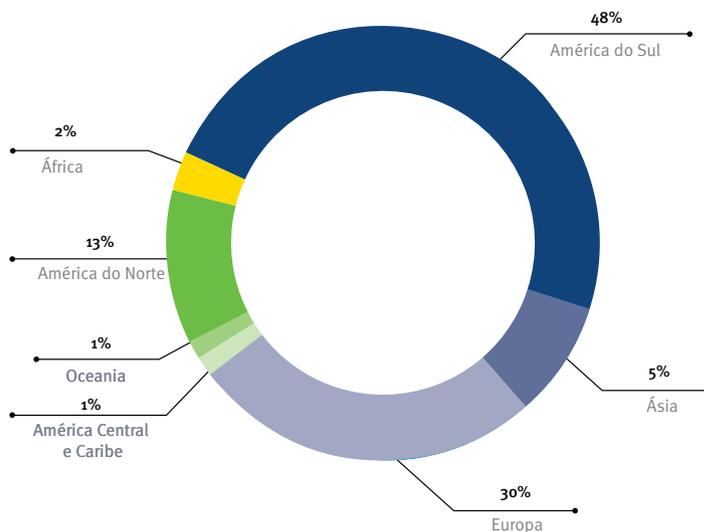
Fonte: INFRAERO

Dados divulgados pelo Anuário Estatístico do Ministério do Turismo mostram que o total de chegadas de turistas no país, em 2011, alcançou 5.433.354 passageiros, o que equivale a um aumento de 5,3% em relação a 2010 (5.161.379 passageiros). Os turistas oriundos de países da América do Sul foram responsáveis por aproximadamente 48% do fluxo para o Brasil.

É importante destacar que a movimentação dos aeroportos brasileiros ao longo de 2012 foi a maior dos últimos 14 anos. De janeiro a dezembro, os desembarques domésticos totalizaram 84.863.693, superando em 7,1% os 79.244.256 computados em 2011. Cabe ressaltar que, devido ao fato de a maioria dos meses de 2012 ter registrado recordes em relação a iguais meses de 2011, o total apurado em 2012 alcançou o mais elevado nível de toda a série histórica dos desembarques domésticos.

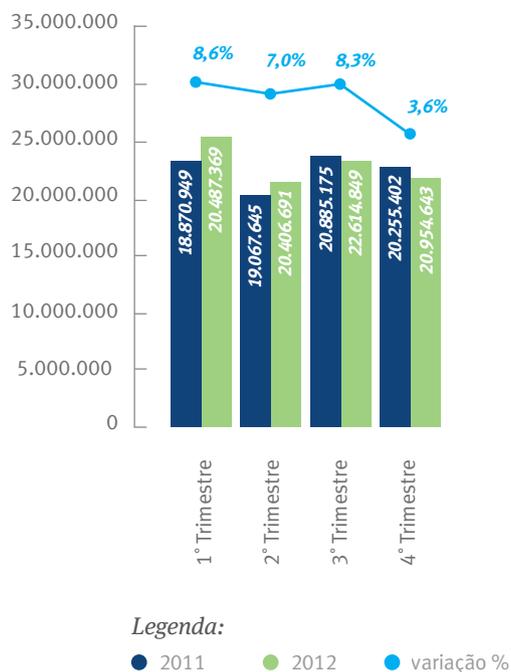
OS TURISTAS DA AMÉRICA DO SUL FORAM RESPONSÁVEIS POR APROXIMADAMENTE 48% DO FLUXO PARA O BRASIL

GRÁFICO 10 | CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS AO BRASIL | Ano de 2011



Fonte: Anuário Estatístico MTur

GRÁFICO 11 | BRASIL | DESEMBARQUE MENSAL DE PASSAGEIROS EM VOOS NACIONAIS
Evolução Trimestral 2011/2012



Fonte: INFRAERO

Merecem ser destacados os aeroportos que mais receberam voos domésticos em 2012: Internacional de Guarulhos (10 milhões), Congonhas (8,3 milhões), Internacional de Brasília (7,2 milhões), Internacional do Galeão (6,5 milhões) e Santos Dumont (4,4 milhões).

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 a seguir, o qual discrimina a evolução mensal do fluxo total de veículos leves em rodovias pedagiadas de 2007 a 2012.

A ABCR ressalta o fato de que, de maneira geral, o movimento dos leves, muito atrelado ao mercado de trabalho, nunca perdeu a tendência de alta. No acumulado de janeiro a dezembro de 2012 (comparativamente a 2011), o fluxo de veículos leves no Brasil cresceu 5,5%. De acordo com a ABCR, o resultado dos leves está ancorado no crescimento do emprego e da renda, mesmo em uma economia com crescimento ínfimo e com a produção industrial em queda.

O FLUXO DE VEÍCULOS LEVES NO BRASIL CRESCERAM 5,5%

GRÁFICO 12 | BRASIL | FLUXO TOTAL DE VEÍCULOS LEVES EM RODOVIAS PEDAGIADAS
Números Índices - Séries Dessazonalizadas | Evolução Mensal Janeiro 2011 /Dezembro 2012



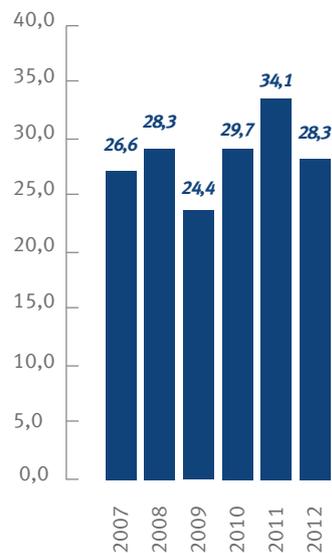
Fonte: ABCR

INTENÇÃO DE VIAGEM

A intenção de viagem retrata a expectativa das famílias brasileiras de consumir os serviços relacionados ao turismo nos próximos 6 meses, sendo realizada com base numa amostra de mais de 2000 domicílios nas cidades de Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo e Recife.

Ao longo de 2012, os percentuais de informação positiva de disposição de viajar (nos próximos 6 meses) variaram do mínimo de 23,2% (fevereiro) ao máximo de 32,8% (setembro). Por outro lado, a diferença entre respostas negativas e positivas foi mínima em dezembro de 2012 (31,0%) e máxima em fevereiro (49,4%).

GRÁFICO 13 | INTENÇÃO POSITIVA DE VIAGEM | Médias 2007/2012



Fontes: FGV e MTur







RESULTADOS CONSOLIDADOS

Resultados de 2012	30
Perspectivas para 2013	37

RESULTADOS CONSOLIDADOS

São apresentados, a seguir, os resultados do turismo no Brasil em 2012 e as perspectivas para 2013, com base na análise dos segmentos pesquisados, cujos dados são pormenorizados nos seus respectivos relatórios setoriais

EM 2012, O FATURAMENTO DAS EMPRESAS DO SETOR DE TURISMO, CRESCU PARA 94% DO MERCADO CONSULTADO

RESULTADOS DE 2012

O faturamento das empresas do setor de turismo como um todo, em 2012, cresceu para 94% do mercado consultado, enquanto que estabilidade foi detectada 4% e redução em 2%, comparativamente ao auferido em 2011. Tal evolução é considerada bastante satisfatória, ainda mais se levando em conta que 2011 constitui uma base forte de comparação. Os principais motivos que proporcionaram aquecimento dos negócios em 2012 são discriminados a seguir:



Agências de Viagens:

Estabilidade econômica, 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; conjuntura atual positiva para o mercado corporativo; expansão das agências *on line*, impulsionada pela entrada de novos usuários de internet; aquisição de viagens a lazer por novas classes sociais; aumento do valor dos produtos ofertados e melhoria da qualidade dos serviços; aumento de viagens internacionais e estabilidade de viagens nacionais.



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 estratégias de captação de clientes por parte do mercado; ampliação do consumo de viagens por novas classes sociais.

//



Meios de Hospedagem: //

Maior demanda (em especial da corporativa), provocando uma elevação dos preços da diária média devido à melhoria da qualidade dos clientes; 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; redução do número de hóspedes a lazer, mas aumento da quantidade de hóspedes a negócios; e aumento de postos de trabalho.

//



Operadoras de Turismo: //

Fortalecimento da economia brasileira, relativa estabilidade do câmbio e aumento da renda da população; ampliação da rede de distribuição, aumento das vendas de pacotes internacionais e maior oferta de produtos, com foco em novas segmentações; realização de ações específicas de marketing; aumento de viagens a negócios; e consumo de viagens por novas classes sociais.

//



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; e oportunidade da realização de eventos em cidades de médio e pequeno porte, absorvendo a demanda dos grandes centros.



Promotores de Feiras: //

Ocorrência de feiras de grande expressão no ano de 2012 e dos investimentos de longo prazo realizados anteriormente, inclusive com a captação de novos clientes; aumento do tamanho de algumas feiras existentes; crescimento do número de participantes inscritos nas feiras e de expositores, facilitando a comercialização dos produtos; mercado de autopeças e automotivo aquecidos; diversificação do portfólio de produtos; e expansão do segmento para capitais de médio porte.



Transporte Aéreo: //

Expansão do volume de operações, em decorrência da ampliação da oferta de assentos para cidades médias (revelando tendência de interiorização das rotas); melhor distribuição de renda, estimulando o aumento da demanda; estratégias de marketing de reposicionamento da marca adotadas por algumas companhias; fusão de empresas aéreas; melhor aproveitamento das aeronaves e renovação da frota proporcionando maior taxa de ocupação; reajuste das tarifas.





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 os mesmos; expansão dos negócios no ramo de fretamento e ampliação da contratação de serviços de receptivo de curta viagem; e aumento do fluxo de viagens em cidades com obras de infraestrutura ou com atividades ligadas ao petróleo.

//



Turismo Receptivo: //

Imagem positiva do Brasil no exterior; maior exposição do país nas mídias internacionais devido aos eventos megaesportivos; valorização do dólar ocorrida a partir de meados de 2011; retomada das viagens internacionais pelos turistas dos principais mercados emissores; e captação de clientes através de diferentes canais de comunicação e aumento de vendas pela internet.

//

Conforme se pode constatar na tabela a seguir, os segmentos que apresentaram **saldos de respostas** mais elevados do faturamento em 2012 (em confronto com 2011) foram transporte aéreo (+100%), meios de hospedagem (+98%), agências de viagens (+95%), locadoras de automóveis (+92%) e promotores de feiras (+91%), ao passo que o menor saldo foi apurado no segmento turismo receptivo (-36%). Portanto, trata-se de resultado favorável para o setor de turismo, com 5 segmentos (entre 9) registrando saldos de respostas iguais ou superiores a 90%, 3 segmentos registrando saldos entre 60% e 90% e apenas 1 segmento apresentando saldo negativo.

TABELA 1 | **EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO 2011/2012**
CONSOLIDADO | SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO DE TURISMO

SEGMENTO DE TURISMO	AUMENTO	ESTABILIDADE	DIMINUIÇÃO	SALDO
Consolidado	94	4	2	92
Agências de Viagens	95	5	0	95
Locadoras de Automóveis	95	2	3	92
Meios de Hospedagem	99	0	1	98
Operadoras de Turismo	76	17	7	69
Organizadoras de Eventos	92	0	8	84
Promotores de Feiras	91	9	0	91
Transporte Aéreo	100	0	0	100
Transporte Rodoviário	81	19	0	81
Turismo Receptivo	28	8	64	-36

Fontes: FGV e MTur

Na próxima tabela, destacam-se como mais elevadas **variações médias** do faturamento auferido (+13,1% no resultado consolidado de 2012, em confronto com 2011), as registradas nos segmentos organizadoras de eventos (+23,2%), agências de viagens (+21,9%), promotores de feiras (+14,9%) e meios de hospedagem (14,6%) sendo o menor percentual de variação apurado em turismo receptivo (-3,7%). No confronto entre a variação média anual de faturamento prevista e a efetivamente observada, cabe salientar que superaram as expectativas observadas nos segmentos organizadoras de eventos (19,5 pontos percentuais a mais) e promotores de feiras (8,1 p.p. maior), enquanto frustraram as estimativas os segmento de turismo receptivo (-16,5 p.p. a menos que o previsto), operadoras de turismo (-8,7 p.p) e locadoras de automóveis (-6,3 p.p).

Em 2012, as mais elevadas **variações médias de preços** (+9,6% no consolidado do setor de turismo) foram constatadas nos segmentos de agências de viagens (+24,8%), meios de hospedagem (+13,0%), operadoras de turismo (+9,4%) e promotores de feiras (+7,5%) - ressalte-se que tais incrementos situaram-se bem acima do registrado pela inflação oficial (IPCA), a qual alcançou 5,84% em 2012, e se deveram,

TABELA 2 | CONTRASTE ENTRE VARIAÇÕES MÉDIAS DO FATURAMENTO E DOS PREÇOS EM 2011/2012
CONSOLIDADO | SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DOS SEGMENTOS (%)

SEGMENTAÇÃO	FATURAMENTO EM 2012			PREÇOS EM 2012		
	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL PREVISTA	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL OBSERVADA	DIFERENÇA (P.P)	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL PREVISTA	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL OBSERVADA	DIFERENÇA (P.P)
Consolidado	15,0	13,1	-1,9	7,6	9,6	2,0
Agências de Viagens	19,3	21,9	2,6	8,5	24,8	16,3
Locadoras de Automóveis	15,1	8,8	-6,3	1,1	4,3	3,1
Meios de Hospedagem	13,2	14,6	1,4	10,1	13,0	2,9
Operadoras de Turismo	18,4	9,7	-8,7	5,5	9,4	3,8
Organizadoras de Eventos	3,7	23,2	19,5	11,0	4,1	-6,9
Promotores de Feiras	6,8	14,9	8,1	9,1	7,5	-1,6
Transporte Aéreo	17,9	12,9	-5,0	8,1	6,0	-2,1
Transporte Rodoviário	2,0	7,4	—	3,1	2,1	-1,0
Turismo Receptivo	12,8	-3,7	-16,5	12,5	11,5	-1,0

Fontes: FGV e MTur

TABELA 3 | CONTRASTE ENTRE AS VARIAÇÕES MÉDIAS DOS CUSTOS E DO QUADRO DE PESSOAL EM 2011/2012
CONSOLIDADO | SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DOS SEGMENTOS (%)

SEGMENTAÇÃO	CUSTOS EM 2012			QUADRO DE PESSOAL EM 2012		
	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL PREVISTA	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL OBSERVADA	DIFERENÇA (P.P)	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL PREVISTA	VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL OBSERVADA	DIFERENÇA (P.P)
Consolidado	7,4	12,0	4,5	9,4	4,1	-5,3
Agências de Viagens	9,6	9,1	-0,4	17,7	10,5	-7,2
Locadoras de Automóveis	5,4	13,2	7,8	9,4	10,6	1,2
Meios de Hospedagem	7,8	7,6	-0,2	10,5	4,0	-6,5
Operadoras de Turismo	7,9	10,9	3,0	9,8	6,5	-3,3
Organizadoras de Eventos	11,4	16,4	5,0	-6,4	16,2	22,6
Promotores de Feiras	9,0	6,8	-2,2	1,8	10,3	8,6
Transporte Aéreo	6,6	17,8	11,2	9,3	-0,1	-9,4
Transporte Rodoviário	7,4	4,8	-2,6	0,0	3,6	3,6
Turismo Receptivo	8,0	11,2	3,2	6,4	-1,4	-7,8

Fontes: FGV e MTur

de modo geral, à possibilidade de repasse dos custos aos preços praticados pelas empresas desses ramos. Menores percentuais de variação média de preços foram detectados nos segmentos transporte rodoviário (+2,1%) e organizadoras de eventos (+4,1%). O contraste entre as variações médias anuais de preços prevista e observada revela diferenças superiores ao estimado no segmento agências de viagens (+16,3 p.p), assim como as inferiores às prognosticadas para 2012 nos ramos: organizadoras de eventos (-6,9 p.p), transporte aéreo (-2,1 p.p), promotores de feiras (-1,6 p.p), transporte rodoviário e turismo receptivo (ambos apresentando -1% p.p ao previsto para 2012).

Entre as variações **médias de custos** (+12,0% no resultado consolidado do setor de turismo), verificaram-se maiores aumentos, em 2012, nos segmentos transporte aéreo (+17,8%), organizadoras de eventos (+16,4%), locadoras de automóveis (+13,2%) e de turismo receptivo (+11,2%), sendo constatadas menores variações de custos em transporte rodoviário (+4,8%) e promotores de feiras (+6,8%) – ainda assim as variações dos custos foram altas, não sendo registrado decréscimo em nenhum segmento. A variação média anual de custos observada em 2012 foi superior à prevista para o ano destacadamente em transporte aéreo (+ 11,2 p.p.) e para locadoras de automóveis (+7,8 p.p), e inferior em transporte rodoviário (-2,6 p.p), promotores de feiras (-2,2 p.p), agências de viagens (-0,5 p.p) e meios de hospedagem (-0,5 p.p).

No que tange às **variações médias de postos de trabalho** (+4,1% no resultado consolidado em 2012), destacam-se as registradas positivamente nos segmentos de organizadoras de eventos (+16,2%), locadoras de automóveis (+10,6%), agências de viagens (+10,5%), e promotores de feiras (+10,3%), e negativamente em turismo receptivo (-1,4%) e transporte aéreo (-0,1%). A comparação entre a variação média anual do quadro de pessoal prevista e a observada no ano de 2012 foi superior principalmente nos segmentos organizadoras de eventos (+22,6 p.p), promotores de feiras (+8,5 p.p) e inferior ao estimado para 2012 nos ramos transporte aéreo (-9,4 p.p), turismo receptivo (-7,8 p.p), agências de viagens (-7,2 p.p), meios de hospedagem (-6,5 p.p) e operadoras de turismo (-3,3 p.p).

PERSPECTIVAS PARA 2013

Os empresários de todos os segmentos são unânimes quanto à perspectiva de significativa ampliação dos negócios em 2013 (saldo de 93% em comparação a 2012), acompanhando os prognósticos de retomada 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: //

Retomada do crescimento da economia brasileira; resultados favoráveis advindos de investimentos em tecnologia; imagem política do Brasil no exterior; alta exposição do País na mídia internacional aumentando o número de turistas estrangeiros; consumo maior de viagens por outras classes sociais; maior produtividade; e majoração de tarifas hoteleiras e passagens aéreas (e conseqüente 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; maior consumo de locação de veículos para lazer pela classe média; terceirização cada vez maior da frota de veículos por empresas e pelo Poder Público.





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; incentivos do governo para construção de novos hotéis e reforma ou ampliação dos já existentes, tendo em vista os megaeventos esportivos.

//



Operadoras de Turismo: //

Estabilidade econômica do País (mesmo frente à crise econômica européia) 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; expansão de eventos para cidades de médio e pequeno portes.

//



Promotores de Feiras: //

Ampliação do portfólio de produtos; captação de novos clientes; tendência de aumento do número de visitantes e expositores; mudança no perfil das feiras realizadas, havendo um direcionamento para realização de feiras mais técnicas, como no caso de mecânica, eletrônica e offshore; e aquisição de novas empresas do mesmo segmento; interesse cada vez maior de expositores internacionais no Brasil.



Transporte Aéreo: //

Expansão da oferta para cidades médias ainda não atendidas pelo transporte aéreo (incremento do transporte aéreo regional); aumento da demanda de passageiros e da taxa de ocupação de aeronaves; aumento do número de viagens por passageiros, recuperação de preços; e visibilidade positiva do Brasil no exterior.

//



Transporte Rodoviário: //

Incremento da demanda que deverá se observar em virtude das obras de infraestrutura que já estão ocorrendo no País (especialmente por causa dos megaeventos esportivos); aumento da frequência de realização de viagens nas linhas mais curtas, com maior rentabilidade, e elevação do preço das tarifas a partir do reajuste permitido pelo órgão regulador.

//



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 (100%), promotores de feiras (+94%), meios de hospedagem (+92%) e transporte rodoviário (+91%), sendo o menor saldo (ainda assim bastante elevado) apurado no ramo de turismo receptivo (+44%).

TABELA 4
CONSOLIDADO

PREVISÃO DA EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO 2011/2012
SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO DE TURISMO

INDICADORES	COMPORTAMENTO			
	AUMENTO	ESTABILIDADE	DIMINUIÇÃO	SALDO
Consolidado	58	6	1	57
Agências de Viagens	100	0	0	100
Locadoras de Automóveis	82	18	0	82
Meios de Hospedagem	92	8	0	92
Operadoras de Turismo	85	8	7	78
Organizadoras de Eventos	74	18	8	66
Promotores de Feiras	94	6	0	94
Transporte Aéreo
Transporte Rodoviário	91	9	0	91
Turismo Receptivo	44	56	0	44

Fontes: FGV e MTur

Nota: ... Dado numérico não disponível

A tabela a seguir destaca como mais elevadas previsões de **variações médias do faturamento** a ser auferido em 2013 (+7,5% no resultado consolidado do setor de turismo, comparativamente a 2012), as estimadas pelos segmentos agências de viagens (+16,4%), locadoras de automóveis (+14,8%), meios de hospedagem (+12,8%); enquanto que menos amplo aumento é vislumbrado por empresários dos segmentos transporte rodoviário (+3,7%) e organizadoras de eventos (+8,3%).

Os mais elevados prognósticos de **variações médias de preços** (+3,8% no resultado consolidado) foram constatados nos segmentos turismo receptivo (+10,4%), meios de hospedagem (+7,9%) e agências de viagens (+7,9%), sendo o menor percentual de estimativas de reajuste de preços detectado nas locadoras de automóveis (+1,2%) e em operadoras de turismo (+3,4%) – ressalte-se que a estimativa do mercado, ao final de março último, para a inflação em 2013, era de 5,71%.

TABELA 5 | **PREVISÃO DA VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL**
 CONSOLIDADO | DOS PRINCIPAIS INDICADORES POR SEGMENTO DE TURISMO (%) 2012/2013

SEGMENTO DE TURISMO	FATURAMENTO	PREÇOS	CUSTOS	QUADRO DE PESSOAL
Consolidado	7,5	3,8	4,7	3,0
Agências de Viagens	16,4	7,9	7,4	4,0
Locadoras de Automóveis	14,8	1,2	8,2	12,6
Meios de Hospedagem	12,8	7,9	6,8	5,5
Operadoras de Turismo	8,9	3,4	8,7	0,5
Organizadoras de Eventos	8,3	7,5	13,1	2,2
Promotores de Feiras	11,5	4,8	5,9	7,7
Transporte Aéreo
Transporte Rodoviário	3,7	4,4	6,5	0,1
Turismo Receptivo	11,3	10,4	7,7	2,6

Fontes: FGV e MTur

Nota: ... Dado numérico não disponível

Entre as estimativas de **variações médias de custos** (+4,7% no resultado consolidado), verificaram-se perspectivas de maiores aumentos nos ramos organizadoras de eventos (+13,1%), operadoras de turismo (+8,7%), locadora de automóveis (+8,2%), turismo receptivo (+7,7%), sendo o menor percentual de incremento previsto pelo ramo promotoras de feiras (+5,9%) – ou seja, 8 entre 9 segmentos estimam que os seus custos, em 2013, se situarão em patamar acima da inflação oficial esperada pelo mercado para o ano em curso.

Finalmente, no que concerne às previsões de **variações médias de postos de trabalho** (+3,0% no resultado consolidado), destacam-se as apuradas no segmento locadoras de automóveis (+12,6%), sendo os mais baixos percentuais referentes aos prognósticos de variação média registrados nos segmentos transporte rodoviário (+0,1%) e operadoras de turismo(+0,5%).



RELATÓRIOS SETORIAIS

Agências de Viagens	44
Locadoras de Automóveis	50
Meios de Hospedagem	55
Operadoras de Turismo	61
Organizadoras de Eventos	66
Promotores de Feiras	70
Transporte Aéreo	75
Transporte Rodoviário	78
Turismo Receptivo	83
Informações Adicionais	88

RELATÓRIOS SETORIAIS



AGÊNCIAS DE VIAGENS

Perfil das empresas entrevistadas //

No que diz respeito ao foco principal do negócio, as agências “consolidadoras”, que trabalham exclusivamente com a emissão de passagens aéreas para outras agências, somam 45% do mercado pesquisado; as agências de viagens que atuam no mercado corporativo, atendendo a solicitações de viagens requisitadas por empresas, representam 33% do mercado consultado e as agências que têm como foco o mercado varejista, as quais trabalham diretamente com o consumidor final com foco no turismo de lazer, representam 22% do mercado das empresas visitadas. Na atual pesquisa, 100% das agências entrevistadas são de administração nacional.

Quanto à segmentação do mercado em 2012, a procura por destinos nacionais representou 59% das vendas realizadas pelas agências pesquisadas, enquanto 41% corresponderam à demanda por destinos internacionais (ressalte-se que a estabilização do real frente ao dólar norte-americano continuou, por mais um ano, a estimular a realização de viagens ao exterior).

Resultados de 2012 //

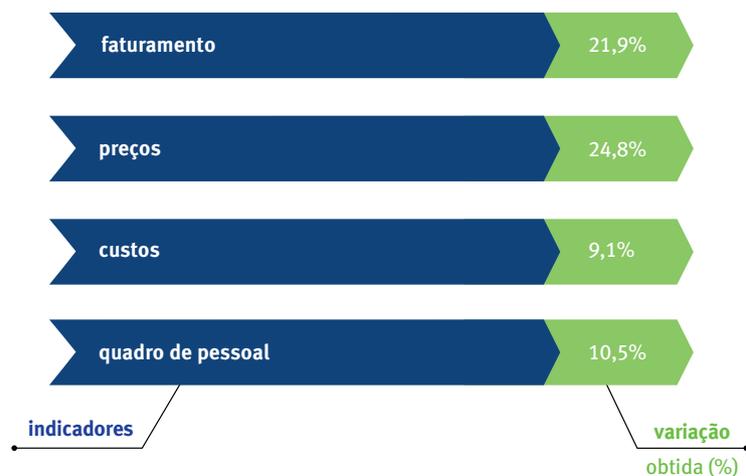
Alcançou 31% a parcela do mercado de agências de viagens, que considerou o **desempenho da economia brasileira** em 2012 superior ao de 2011, enquanto que 38% julgaram-no equivalente e, 31% inferior.

Quase totalidade do mercado de agências, precisamente 95% auferiu maior **faturamento** em 2012, comparativamente a 2011, com

uma variação média de 21,9%. Destacou-se o segmento corporativo, que se manteve aquecido ao longo do ano. Dentre os fatores que justificam essa majoração do faturamento, pode-se citar: o crescimento econômico – ainda que em menor intensidade do que o observado em 2011 – que 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. Além disso, a melhora da qualidade e diversificação do portfólio de produtos assim como o aumento dos preços, foram fatores que contribuíram para a elevação do faturamento em 2012. Ressalta-se ainda significativa expansão das agências *on line*, impulsionada pela entrada de novos usuários de *internet*, a incorporação de novas tecnologias que facilitaram a distribuição dos produtos ofertados e o conseqüente aumento das vendas.

GRÁFICO 14 | AGÊNCIAS DE VIAGENS

Variação Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV / MTur

Por outro lado, a parcela do mercado que registrou estabilidade ou redução do faturamento em 2012, tem como foco, em geral, o mercado de lazer, que apresentou um desempenho menor que o esperado. Esse resultado pôde ser justificado por variáveis como o crescimento da economia brasileira, em 2012, ter sido inferior ao prognosticado

pelos empresários, a redução de vendas para turismo de lazer pelas agências devido à concorrência acirrada com os próprios fornecedores, e o aumento do volume de compras via **internet**. Outro fato que trouxe um ambiente de incerteza para os investidores foi a falência, em 2012, de algumas agências de viagens consolidadas, desestabilizando o setor e as empresas em atividade.

Constatou-se, em 2012, majoração de **preços** para 80% do mercado, inalterabilidade para 10% e redução para 10%. As empresas que informaram aumento citaram a ocorrência de reajuste em alguns serviços, como diárias em hotéis e passagens aéreas, como justificativas para o aumento médio de 24,8% dos preços em relação ao ano imediatamente anterior. No que tange aos **custos**, a elevação média, apontada por 80% das empresas pesquisadas, atingiu 9,1%, atribuído, em grande parte, à carência e rotatividade da mão de obra o que ocasionou o aumento dos salários e dos benefícios, visando à manutenção do quadro de pessoal, e o ajuste inflacionário das despesas fixas (como aluguel, condomínio e energia elétrica). Outro ponto bastante destacado refere-se aos custos com manutenção e melhoria da tecnologia da informação e nos sistemas de comunicação (em especial, com telefonia).

A manutenção do mercado de negócios aquecido em 2012 induziu, de modo geral, os empresários a realizarem contratações adicionais de **mão de obra**: 86% do mercado assinalaram aumento do quadro de pessoal, enquanto que 14% informaram inalterabilidade, com variação média total de 10,5%.

Após o ano de 2011, ano em que as agências de viagens investiram 4,7% do faturamento total, as mesmas retraíram o montante de recursos para investimentos ao longo de 2012, em percentual equivalente a 2,1% do faturamento global. As atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos **investimentos** realizados pelas empresas desse segmento em 2012 são as seguintes: tecnologia da informação (53,5%), marketing (20,2%), treinamento de pessoal (19,4%), infraestrutura das instalações (6,2%) e outros (0,7%).

TABELA 6 | **AGÊNCIAS DE VIAGENS**
DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM 2012

ÁREAS DE INVESTIMENTO	DISTRIBUIÇÃO %
Tecnologia da Informação	53,5%
Marketing	20,2%
Treinamento de pessoal	19,4%
Infraestrutura das instalações	6,2%
Outros	0,7%

Fontes: FGV e MTur

Momento atual (janeiro de 2013) //

| FATORES FAVORÁVEIS AO DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS

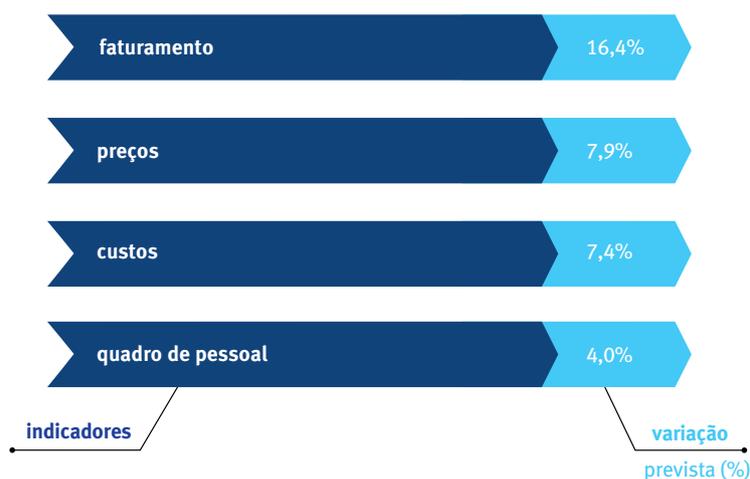
Entre os principais pontos positivos para a concretização dos negócios do segmento foram citados: a perspectiva de retomada do crescimento do PIB, a entrada de investimentos estrangeiros no País e a valorização da moeda nacional, que estimula um maior número de viagens internacionais, principalmente a lazer. Além disso, eventos previstos para o decorrer de 2013, como a Copa das Confederações e a Jornada Mundial da Juventude (evento religioso), bem como a aproximação da realização de demais megaeventos esportivos, com consequentes investimentos em infraestrutura nas cidades sedes, **são aspectos positivos à expansão dos 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 *on line*. Outros fatores inerentes às empresas, tais como a customização dos serviços, a fidelização de clientes e a consolidação das marcas também foram considerados relevantes para a expansão do faturamento.

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, ainda que não favoreça o aumento do volume de vendas e de realização de negócios.

GRÁFICO 15 | AGÊNCIAS DE VIAGENS

Variação Média Prevista para os Indicadores 2012/2013



Fontes: FGV / MTur

Em relação às perspectivas para contratação de **peçoal** em 2013, o cenário sugere ampliação do efetivo para 44% dos empresários e inalterabilidade para 56% (sendo a variação média de 4,0%). A expectativa é de que se houver majoração dos **custos**, deverá ser repassada na mesma proporção, aos **preços** praticados pelas empresas (variações médias de 7,4% e 7,9% respectivamente).

No que diz respeito especificamente aos **investimentos**, as empresas pesquisadas manifestaram intenção de investir 2,8% do seu faturamento global em 2013, percentual ligeiramente superior ao investido em 2012 (1,7%). As atividades que deverão ser beneficiadas prioritariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2013 são as seguintes: tecnologia da informação (46,4%), marketing (30,1%), treinamento de pessoal (14,8%), e infraestrutura das instalações (8,7%).



LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

Perfil das empresas entrevistadas //

Grandes empresas estão presentes em quase todas as Unidades da Federação, sendo de aproximadamente 121.860 mil veículos a frota total estimada para 2013 (120.780 em 2012). O número de agências ou lojas no Brasil das locadoras de automóveis participantes da pesquisa somou, em média, 533 em 2012, com previsão de pouca alteração para 2013.

Resultados de 2012 //

A maior parcela do mercado de locadoras de automóveis considerou o **desempenho da economia brasileira**, em 2012, superior ao de 2011: 95% informaram ter sido superior, enquanto 2% informaram estabilidade e 3% julgaram-no inferior.

Confirmando expectativas empresariais, a maioria das locadoras de automóveis pesquisadas, 95%, acusou elevação do **faturamento** em 2012, (com variação média de 8,8%) comparativamente a 2011, sendo detectada redução em somente 3% do mercado. Entre os fatores que impactaram na majoração do faturamento do mercado, destacam-se: a ocorrência de uma mudança de hábito, com o gradativo aumento do aluguel direto de veículos por parte dos brasileiros ao viajarem, absorvendo novas classes sociais, e também em razão da tendência de terceirização da frota por empresas de diferentes ramos de atuação (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 em obras de infraestrutura, as estratégias de captação de clientes e expansão do número de agências (franquiadas e próprias) também vêm contribuindo para a evolução das atividades desse ramo. A majoração do faturamento não foi maior devido à redução do IPI para automóveis novos, impactando no preço dos usados, o que implica a desvalorização da frota dos veículos seminovos.

O aumento de **custos**, informado por 97% dos entrevistados, com incremento médio de 13,2% em 2012, foi, em menor escala, repassada aos **preços** praticados pelo segmento em pauta, com variação média de somente 4,3%. A elevação dos custos das locadoras de automóveis ocorreu principalmente em virtude do dissídio salarial, do 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). Contribuíram ainda para este resultado os custos fixos, reajustados segundo a inflação, a expansão e aluguel das agências e lojas.

GRÁFICO 16 | LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

Variação Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV / MTur

O aquecimento dos negócios em 2012 estimulou todas as empresas consultadas do segmento em pauta a realizarem contratações adicionais de **mão de obra**, com variação média de 10,6%.

Todas as locadoras de automóveis entrevistadas realizaram investimentos em 2012, sendo de 34,6% o percentual de recursos destinados em relação ao faturamento global. As atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos realizados pelas empresas desse segmento em 2012 são as seguintes: ampliação e/ou renovação

da frota (58,1%), aquisição de novos pontos de venda (15,8%), tecnologia da informação (12,5%), treinamento de pessoal (0,3%) e outros propósitos(13,3%).

TABELA 7 | **LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS**
DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM 2012

ÁREAS DE INVESTIMENTO	DISTRIBUIÇÃO %
Ampliação e/ou renovação da frota	58,1%
Novos pontos de vendas	15,8%
Tecnologia da Informação	12,5%
Treinamento de pessoal	0,3%
Outros	13,3%

Fontes: FGV e MTur

Momento atual (2013) //

| FATORES FAVORÁVEIS À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

Os investimentos públicos e privados que estão sendo realizados em infraestrutura 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, bem como o aumento da compra de veículos pela classe C têm favorecido as vendas de carros visando a renovação da frota do segmento.

Os empresários ressaltaram ainda que a estabilidade econômica vem estimulando tanto a locação de veículos para o turismo de negócios, como tem propiciado a expansão da terceirização da frota, em virtude do surgimento de novas empresas e consequente movimentação do fluxo de pessoas. O turismo de negócios também vem aumentando desde 2011 em virtude da movimentação gerada pela Copa das Confederações em 2013, Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos em 2016.

| FATORES LIMITADORES DO CRESCIMENTO

A infraestrutura precária e a carência de sinalização viária nas estradas, o alto custo do turismo no Brasil, os juros bancários elevados e as restrições à obtenção de crédito pelas empresas do segmento 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, a incerteza do percentual de crescimento do PIB, os impostos diretos que incidem sobre os veículos, a diminuição do nível de produção das montadoras, a redução do IPI para aquisição de automóveis novos e consequente desvalorização dos usados, que acabam por dificultar a renovação da frota.

Perspectivas para 2013 //

A grande maioria dos empresários entrevistados (98%) acredita que o **desempenho da economia brasileira** e do **comportamento do mercado de locadoras de veículos** em 2013, serão superiores ao de 2012, enquanto apenas 2% preveem estabilidade.

A parcela de 82% do mercado de locadoras consultado espera que o **faturamento** permaneça em expansão em 2013, com expectativa de variação média de 14,8% em relação a 2012, considerando a continuidade de expansão da demanda, em virtude do crescimento do PIB e dos investimentos já realizados e da ampliação do número de lojas e agências. 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. Caso tais previsões venham a se tornar realidade no decorrer de 2013, o segmento em pauta deverá continuar a efetuar contratações adicionais de **pessoal**: todo o mercado de locadoras de automóveis pretende ampliar o quadro de funcionários, sendo o aumento médio previsto de 12,6%, comparativamente a 2012. Cabe salientar que 97% das empresas entrevistadas anteveem majoração de **custos** em 2013, com variação média de 8,2%, os quais deverão ser repassados (em parte) aos preços finais (variação média de 1,2%) para aproximadamente 1/3 do mercado. A parcela restante, de 3%, prevê estabilidade dos custos, em relação a 2012.

GRÁFICO 17 | LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

Previsão da variação média obtida dos principais indicadores 2012/2013



Fontes: FGV / MTur

Todas as empresas locadoras de automóveis pesquisadas manifestaram intenção de investir em 2013, sendo de 34,2% 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 (60,7% de assinalações), construção de novos pontos de venda (28,7%), tecnologia da informação (9,8%), treinamento (0,3%), e outros propósitos (0,5%).



MEIOS DE HOSPEDAGEM

Perfil das Empresas Entrevistadas //

Metade do mercado dos meios de hospedagem consultado é administrado por redes nacionais, enquanto que a outra metade, por redes internacionais. Dentre os entrevistados, os tipos de empreendimentos administrados são majoritariamente hotéis, seguido de resorts e flats, ascendendo a 537 o total de estabelecimentos e a 69.738 o número de unidades habitacionais previstos para 2013 (contra 463 empreendimentos e 59.288 unidades habitacionais em 2012).

Resultados de 2012 //

Vale salientar que a grande maioria das empresas consultadas considerou o **desempenho da economia brasileira** em 2012 melhor do que o de 2011: 79% consideraram-no superior, enquanto que 6% julgaram-no estável e 15% o consideraram inferior.

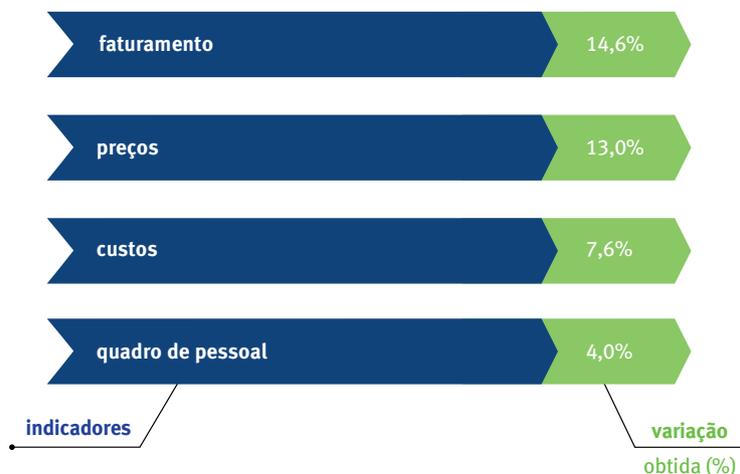
O mercado de meios de hospedagem encontra-se aquecido, em especial o que atende ao mercado corporativo. A majoração do **faturamento** em 2012 foi registrada em quase todo o mercado de meios de hospedagem consultado (99% precisamente), sendo a variação média obtida de 14,6%, comparativamente a 2011. Apesar da redução da taxa de ocupação no ano de 2012 (devido ao bloqueio de unidades habitacionais e fechamento de hotéis para reforma), a expansão do faturamento ocorreu principalmente em razão da continuidade do aquecimento do mercado corporativo, o que possibilitou a melhoria da qualidade das vendas e a elevação dos preços da diária média.

Além disso, o aquecimento da economia, a imagem positiva do Brasil no exterior e os investimentos no País, advindos dos megaeventos esportivos, têm estimulado a abertura de novos empreendimentos e a ampliação/ reforma dos existentes. Outro fator também apontado como responsável pela expansão dos negócios e incremento do faturamento refere-se à diversificação dos canais de distribuição e vendas, ajustes operacionais para racionalização dos custos por algumas em-

presas e estratégias de marketing, com o propósito de se atingir um alto grau de satisfação de clientes (processo de fidelização).

GRÁFICO 18 | MEIOS DE HOSPEDAGEM

Varição Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV / MTur

Observou-se, em 2012, majoração de **preços** em 91% do mercado pesquisado, com variação média de 13,0%. Importante destacar que o aumento das diárias no ano de 2012 impactou os demais segmentos do turismo, refletindo no aumento dos preços finais praticados por operadoras e agências de viagens. Esses segmentos, juntamente com organizadoras de eventos e empresas de receptivo – em especial as que atuam no mercado de lazer - também foram impactadas pelo aumento dos preços praticados pela hotelaria, os quais limitaram a evolução dos seus negócios, principalmente nos grandes centros urbanos. Em relação aos **custos**, registrou-se incremento em 91% das empresas entrevistadas, porém com uma variação média inferior à dos preços, de 7,6%. A elevação dos custos ocorreu, em grande parte, devido ao dissídio salarial, ao reajuste dos preços cobrados por fornecedores (como de alimentos, bebidas e produtos têxteis), aos custos operacionais e do aumento da base de funcionários (que ocorreu principalmente devido à abertura de novos hotéis e à ampliação dos empreendimentos existentes).

Os empresários também destacaram que a carência de **mão de obra** qualificada vem gerando a necessidade de aumento dos salários e do desenvolvimento de políticas de benefícios aos funcionários, visando assegurar a retenção de pessoal em seus estabelecimentos. De fato, o aquecimento dos negócios em 2012 estimulou 68% do mercado em pauta a realizar contratações adicionais de mão de obra, verificando-se declínio em apenas 1% (com variação média de 4%).

Todo o mercado de meios de hospedagem realizou **investimentos** em 2012, correspondendo a 8% o percentual de destinação de recursos em relação ao faturamento total. A distribuição dos percentuais para as atividades que receberam investimentos em 2012 são as seguintes: 28,1% para ampliação e/ou reforma das instalações, 11,5% para tecnologia da informação, 7,9% para marketing, 7,8% para treinamento de pessoal, 5,7% para construção de novos empreendimentos, e 39,0% para outros propósitos (incluindo fusão de empresas, aquisição de máquinas e equipamentos e suprimentos). Importante salientar que o capital destinado à construção de novos empreendimentos muitas vezes não é incluído no “campo investimentos”, devido à setorização interna das empresas.

TABELA 8 | **MEIOS DE HOSPEDAGEM**
DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM 2012

ÁREAS DE INVESTIMENTO	DISTRIBUIÇÃO %
Ampliação e/ou reforma das instalações	28,1%
Tecnologia da Informação	11,5%
Marketing	7,9%
Treinamento de pessoal	7,8%
Construção de novos empreendimentos	5,7%
Outros	39,0%

Fontes: FGV e MTur

| FATORES FAVORÁVEIS À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

O aquecimento do mercado de hotelaria, o incentivo do governo (proporcionando não só facilidades para a realização de investimentos de modernização no setor hoteleiro, com taxas de juros reduzidas como também a construção de novos empreendimentos), o crescimento no consumo de viagens de lazer pela classe C e a diminuição da taxa de desemprego no Brasil 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, em especial a corporativa, e a existência de grandes cidades com oferta hoteleira ainda tímida, o que possibilita a expansão do mercado de meios de hospedagem. Outros aspectos positivos citados foram o aumento da demanda interna, os megaeventos esportivos previstos para ocorrer nos próximos anos e os investimentos estrangeiros no país.

| PRINCIPAIS ENTRAVES À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

A crise européia 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. Problemas inerentes à infraestrutura das estradas e à oferta de voos são fatores que impactam alguns empreendimentos localizados em regiões de difícil acesso, mais suscetíveis às variações da oferta de transportes. 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.

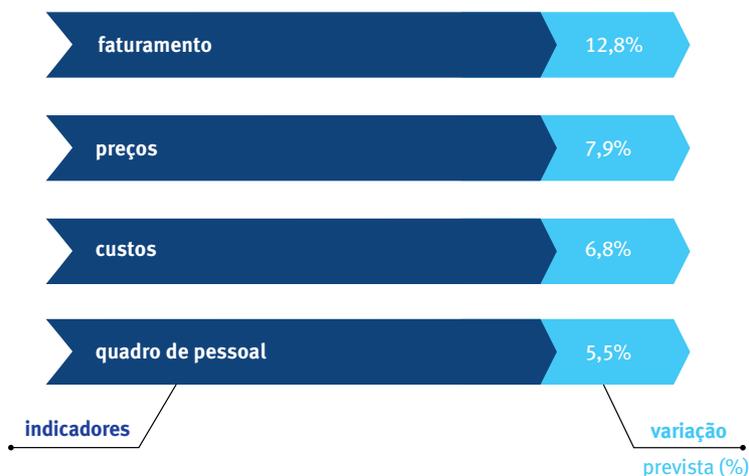
Perspectivas para 2013

Quanto ao **desempenho da economia brasileira** em 2013, 71% do mercado de meios de hospedagem antevem que será melhor do que o de 2012, enquanto que para 29% será equivalente.

A maior fatia do mercado de meios de hospedagem consultado, precisamente 92%, prevê maior **faturamento** a ser auferido em 2013, com variação média prevista de 12,8%. Tais expectativas baseiam-se na perspectiva de manutenção do crescimento da demanda corporativa, da escassez da oferta em algumas regiões do País 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 e individual. Esse fato explica, em parte, a constatação do incremento dos preços das diárias. 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.

GRÁFICO 19 | LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

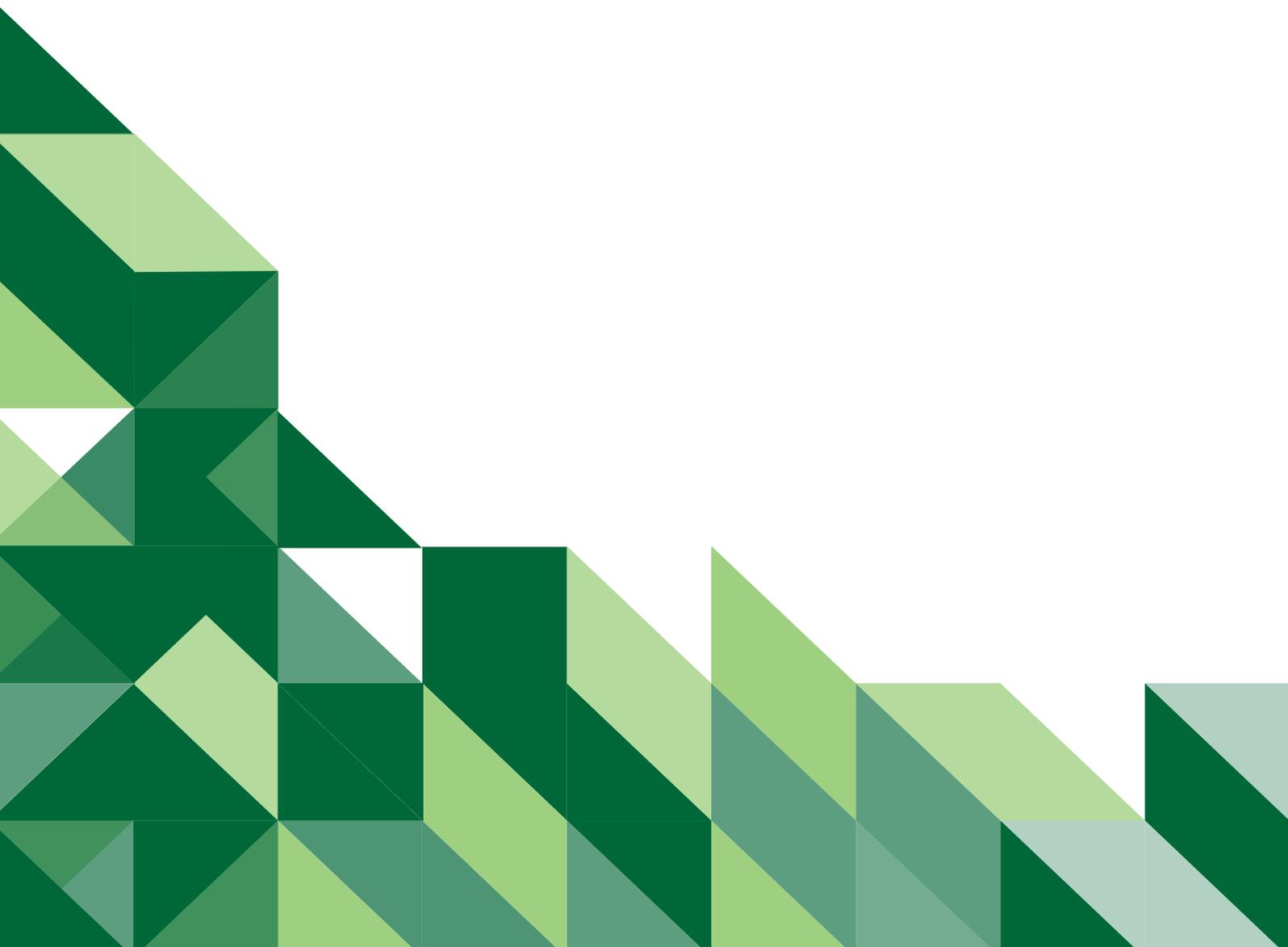
Variação Média Prevista para os Indicadores 2012/2013



Fontes: FGV / MTur

Do mercado pesquisado, 91% vislumbram elevação de **preços** em 2013, os quais devem apresentar variação média de 7,9%, percentual superior ao aumento de **custos**, com incremento estimado médio de 6,8%. Neste cenário bastante favorável, imperam prognósticos de ampliação do **quadro de pessoal** na maior parcela do mercado de hospedagem (92%), com variação média de 5,5%.

No que tange aos **investimentos**, todo o mercado de meios de hospedagem manifestou o propósito de continuar investindo em 2013, sendo de 10,9% do faturamento global o montante de recursos a serem alocados para essa finalidade. O percentual de investimentos destinados à ampliação ou reforma das instalações alcança 54,8%; para marketing atinge 12,9%; para tecnologia da informação, 11,8%; para a construção de novos estabelecimentos, 6,2%; para treinamento, 6,2%; e para demais investimentos, 8,1%.





OPERADORAS DE TURISMO

A maior parte das empresas operadoras de turismo pesquisadas, precisamente 97%, é de grupos brasileiros e concentram suas sedes na Região Sudeste do País. Importante destacar que os perfis das empresas pesquisadas diferem-se em número de funcionários, faturamento bruto e tipo de clientes.

Resultados de 2012

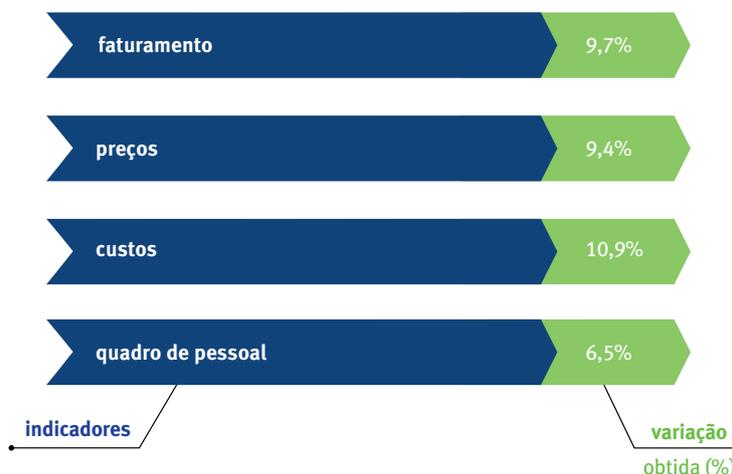
A maior parte dos respondentes do mercado de operadoras de turismo (precisamente 65%) considerou o **desempenho da economia brasileira**, em 2012, inferior ao de 2011, 11% opinaram que foi equivalente, enquanto que 24% julgaram-no superior.

Detectou-se majoração do **faturamento** em $\frac{3}{4}$ do mercado, em 2012, comparativamente a 2011, com variação média de 9,7%. Cabe ressaltar que a estabilidade da economia brasileira, a taxa de câmbio equilibrada, a aquisição crescente de viagens pela classe C, o aumento das tarifas aéreas internacionais, e o aumento da renda da população estimularam o incremento dos negócios. Percebe-se ainda, desde a segunda metade do ano de 2011, uma redução no ritmo das vendas do segmento de operadoras devido ao endividamento da população, ao aumento de preços dos fornecedores e ao cenário de incerteza quanto ao patamar a ser atingido pela inflação no Brasil. Porém, esses fatores não impediram um resultado favorável do faturamento em 2012.

Contribuíram, igualmente, para o aquecimento dos negócios, o barateamento dos pacotes, o aumento das vendas de pacotes internacionais e a diversificação do portfólio de produtos, com foco em segmentações tais como turismo religioso e de incentivo, e na comercialização de novos destinos. A parcela do mercado que destacou estabilidade do faturamento, ou mesmo sua redução, justificou tal fato pela redução de crédito ao consumidor e pelo acirramento da concorrência.

GRÁFICO 20 | OPERADORAS DE TURISMO

Varição Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV / MTur

A majoração de **custos**, com variação média de 10,9% em 2012, foi repassada aos **preços** praticados pelo segmento em pauta, que apresentou variação média de 9,4% em relação a 2011). 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, das diárias de meios de hospedagem.

Quanto ao nível de emprego, a evolução foi favorável em 2012: a absorção de **pessoal** gerou uma variação média de 6,5%.

A maior parte das operadoras de turismo consultadas, precisamente 95%, realizou **investimentos** em 2012, sendo de 4,2% o percentual do faturamento investido em relação ao faturamento global. Desse percentual, 33,6% foram investidos em marketing, 32,3% em tecnologia da informação, 11,2% em treinamento, 3,8% em composição do produto e 19,1% em outras áreas (incluindo participação em feiras e eventos, reforma de instalações e compra de equipamentos).

TABELA 9 | **OPERADORES DE TURISMO**
DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM 2012

ÁREAS DE INVESTIMENTO	DISTRIBUIÇÃO %
Marketing	33,6%
Tecnologia da Informação	32,3%
Treinamento de pessoal	11,2%
Composição do produto	3,8%
Outros	19,1%

Fontes: FGV e MTur

Momento Atual (Janeiro de 2013) //

| FATORES FAVORÁVEIS À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

A estabilidade da economia brasileira e a taxa de câmbio favorável, o aumento da renda nacional, a perspectiva de realização dos megaeventos esportivos (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, expectativa de aumento do PIB per capita, consumo de viagens por outras classes sociais, aumento da oferta de voos internacionais para outros estados brasileiros 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.

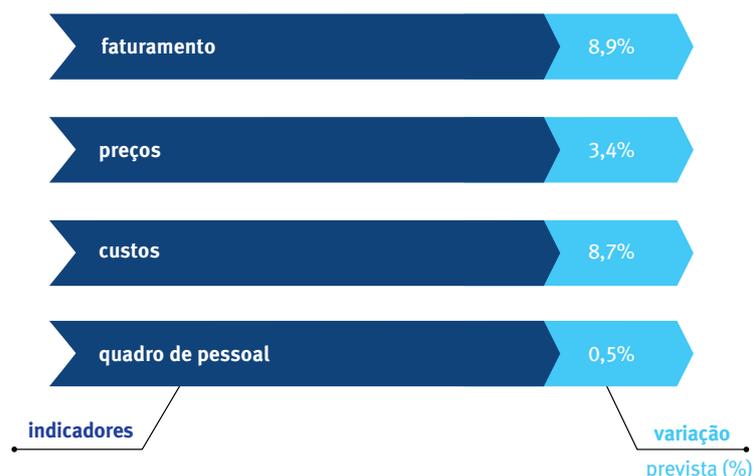
| FATORES LIMITADORES À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

Entre os fatores citados como entraves à expansão dos negócios estão: os custos operacionais 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. A retração

tos realizados em treinamento de pessoal, marketing e no atendimento também deverão ter impactos positivos no faturamento das operadoras de turismo em 2013. Nesse contexto de previsão de expansão dos negócios no decorrer de 2013, o segmento em pauta deverá expandir o **quadro de pessoal**: 29% do mercado prognosticam aumento do nível de emprego, enquanto que 59% preveem inalterabilidade e 12% anteveem redução do efetivo. Acredita-se que a elevação de custos em 2013, estimada de aproximadamente 8,7%, não deverá ser repassada integralmente aos **preços** finais (variação média prevista de 3,4%).

GRÁFICO 21 | OPERADORAS DE TURISMO

Previsão da variação média obtida dos principais indicadores 2012/2013



Fontes: FGV / MTur

As operadoras de turismo pesquisadas que manifestaram intenção de **investir** em 2013 (89% do total) sinalizaram 20% do faturamento global como o montante programado para esse fim. Do total investido, 36,9% deverá ser aplicado em marketing, 41,4% em tecnologia da informação, 11,7% em treinamento, 3,8% em composição do produto e 6,2% em outros propósitos.



ORGANIZADORAS DE EVENTOS

Perfil das empresas entrevistadas

Em 2013, as empresas organizadoras de eventos realizaram (majoritariamente) eventos do tipo “congresso” e, em especial, de cunho “técnico-científico”. A média de funcionários fixos, por empresa, foi de 17 em 2012, 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 2013, entre as empresas pesquisadas, é de 10, com um número médio de inscritos de 3.723 - cabe ressaltar que se trata de apuração feita no início do corrente ano (pois em 2012 o número médio chegou a 9.948 inscritos, correspondente a 14, a média de eventos realizados).

Resultados de 2012

No que diz respeito ao **desempenho da economia brasileira** em 2012, 59% das empresas organizadoras de eventos consultadas consideraram-no superior em relação ao de 2011, enquanto que 33% consideraram-no inferior.

Majoração do **faturamento** em 2012 foi detectada em quase todo o mercado de eventos pesquisado, sendo a variação média obtida de 23,2% comparativamente a 2011. A imagem favorável do Brasil no exterior, a maior visibilidade do País em razão dos megaeventos e a ocorrência do evento Rio+20 são alguns dos fatores que contribuíram para a expansão do faturamento. Constatou-se, em 2012, elevação de **preços** em 70% do mercado (com incremento médio de 4,1%) e inalterabilidade em 30%. Por outro lado, a totalidade dos entrevistados indicou aumento dos **custos operacionais**, com variação média de 16,4%. A majoração 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. Dentre outros fatores, podem ser elencados ainda o incremento dos preços de locação dos espaços para eventos, dos meios de hospedagem e das passagens aéreas, além dos custos fixos, que também sofreram reajustes, acompanhando a inflação.

O aquecimento dos negócios em 2012 estimulou empresários a realizarem contratações adicionais de mão de obra: 42% do mercado assinalaram ocorrência de aumento do quadro de pessoal (com variação média de 16,2%), 50% apontaram inalterabilidade em relação a 2011, e 8% diminuição.

GRÁFICO 22 | ORGANIZADORES DE EVENTOS

Variação Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV / MTur

As empresas organizadoras de eventos, em sua totalidade, realizaram investimentos em 2012, correspondentes a 13,4% do faturamento total. Desse percentual, 34,8% foram investidos em tecnologia da informação, 32,7% em aquisição de novos equipamentos, 6,5% em treinamento de pessoal e 26,0% em outras áreas.

TABELA 10 | ORGANIZADORAS DE EVENTOS
DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM 2012

ÁREAS DE INVESTIMENTO	DISTRIBUIÇÃO %
Tecnologia da Informação	34,8%
Aquisição de novos equipamentos	32,7%
Treinamento de pessoal	6,5%
Outros	26,0%

Fontes: FGV e MTur

Momento Atual (Janeiro de 2013) //

| 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 do país 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 Copa das Confederações em 2013, e a entrada, no cenário econômico brasileiro, de empresas multinacionais (não pertencentes ao segmento em foco), as quais vêm aumentando a demanda por eventos. As empresas entrevistadas apontam ainda a oportunidade para cidades de pequeno e médio porte sediarem eventos, inclusive de âmbito internacional, visto o alto custo operacional e a tendência de saturação dos grandes centros.

| PRINCIPAIS ENTRAVES À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

No que tange aos aspectos desfavoráveis ao desenvolvimento atual 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 e pelas companhias aéreas, restrita oferta hoteleira no período em que ocorrem grandes eventos, 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 a infraestrutura de transporte público e o alto custo dos serviços nas grandes capitais brasileiras, 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 2013 //

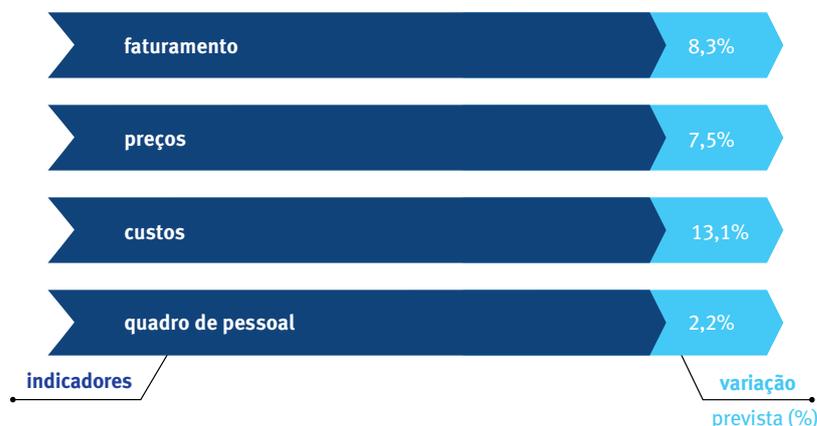
Quanto ao desempenho da economia brasileira, em 2013, 78% do mercado de empresas organizadoras de eventos acreditam que será superior ao de 2012, enquanto que para 22%, será inferior.

Foi constatada a expectativa de majoração do **faturamento** a ser auferido em 2013 pela maioria dos empresários do segmento: 74% do mercado vislumbram expansão (com variação média de 8,3%), enquanto 18% indicam estabilidade e apenas 8%, anteveem diminuição em relação a 2012. 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 majoração do faturamento confiam no crescimento da economia e na estabilidade da moeda brasileira, na permanência do aquecimento do mercado corporativo e na expansão do mercado. As que prognosticam redução do faturamento consideram o acirramento da concorrência, o custo do Brasil no exterior e a carência de infraestrutura como fatores que deverão inibir a majoração do faturamento das empresas em 2013.

A parcela do o mercado pesquisado que prevê elevação de **preços** em 2013 totaliza 58%, com variação média de 7,5%. Por outro lado, todos os respondentes estimam aumento **de custos**, com incremento médio de 13,1%. Com expectativa de incremento do mercado, a perspectiva é de ocorrência de admissões de **pessoal** em 59% do segmento em pauta (com variação média de 2,2%) e redução em 10%.

GRÁFICO 23 | OPERADORAS DE TURISMO

Previsão da variação média obtida dos principais indicadores 2012/2013



Fontes: FGV / MTur

No que diz respeito aos **investimentos**, o mercado de eventos, em geral, manifestou intenção de investir 5,0% do seu faturamento global em 2013. Desse percentual, o mercado planeja investir 40,0% em tecnologia de informação, 12,6% em marketing, 12,0% na compra de novos equipamentos, 7,4% em treinamento de pessoal e 28,0% em outras áreas.



PROMOTORES DE FEIRAS

Perfil das Empresas Entrevistadas

A **média do número de feiras** realizadas pelas maiores empresas pesquisadas desse segmento tem seguido uma tendência crescente nos últimos anos: 21 em 2011, 24 em 2012 e previsão de 28 para 2013. O resultado do **somatório do número de feiras** levadas a efeito por essas empresas segue também evolução positiva semelhante: 95 em 2011, 112 em 2012 e previsão de 133 para 2013. 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 2012 (que variou entre R\$ 5,5 milhões e R\$ 125 milhões) quanto do quadro de funcionários fixos (entre 18 e 285 empregados).

Resultados de 2012

O percentual de empresas que consideraram o **desempenho da economia brasileira**, em 2012, superior ao de 2011, alcançou 20%, enquanto que 58% julgaram-no equivalente e 22%, inferior.

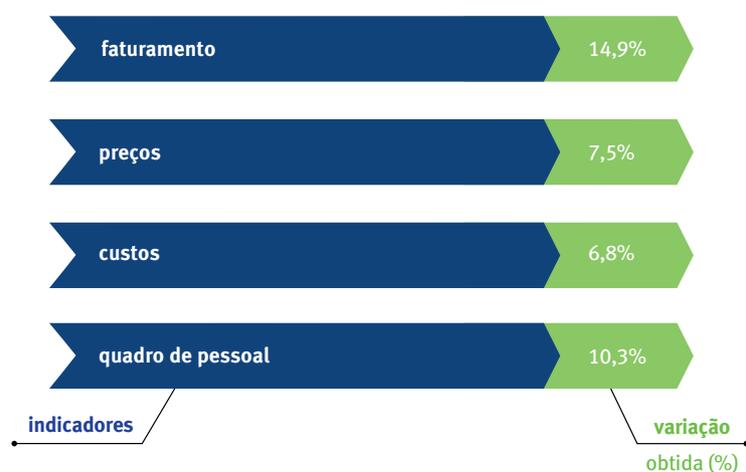
Majoração do **faturamento** em 2012 foi registrada em 91% do mercado de feiras consultado e estabilidade em 9%, sendo de 14,9% a variação média obtida, comparativamente a 2011. Tal resultado foi justificado pelo lançamento de novas feiras no ano de 2012, dos investimentos realizados por expositores internacionais, do aumento do espaço em algumas feiras (m²), diversificação do portfólio de produtos e incorporação de novas empresas. As que apuraram inalterabilidade do faturamento destacaram que a redução do número de feiras (principalmente relacionadas às empresas de bens de capital) e o fechamento de contratos verificados no 2º semestre de 2012 impactaram o resultado esperado para o ano.

Todo o mercado entrevistado acusou elevação de **custos** (com variação média de 6,8%), ocasionada majoritariamente pela

elevação tanto dos preços de locação dos pavilhões (aumento do valor do m²), quanto do valor cobrado pelas empresas prestadoras de serviços (como limpeza, segurança, mídia, entre outros). A supervalorização dos preços da mão de obra, devida ao aquecimento econômico, também foi um fator bastante salientado pelos empresários. O reajuste dos preços foi além da majoração de custos, alcançando uma margem de aumento médio de 7,5%.

GRÁFICO 24 | PROMOTORES DE FEIRAS

Variação Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV/MTur

A manutenção do aquecimento do mercado de 2011 para 2012 acarretou o aumento de postos de trabalho para 94% dos empresários, registrando uma variação de 10,3% em relação a 2011, e manutenção para 6%.

Todo o mercado de feiras realizou **investimentos** em 2012, correspondendo a 5,8% 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: tecnologia da informação (37,7%), marketing e promoção de vendas (33,8%), treinamento de pessoal (8,6%), aquisição de materiais e equipamentos (5,2%) e outras (14,7%).

TABELA 11 | **PROMOTORES DE FEIRAS**
DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM 2012

ÁREAS DE INVESTIMENTO	DISTRIBUIÇÃO %
Tecnologia da Informação	37,7%
Marketing e promoção de vendas	33,8%
Treinamento de pessoal	8,6%
Aquisição de materiais e equipamentos	5,2%
Outros	14,7%

Fontes: FGV e MTur

Momento Atual (Janeiro de 2013) //

| FATORES FAVORÁVEIS À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

Os **fatores favoráveis** à expansão dos negócios apontados pelas empresas promotoras de feiras são os seguintes: estabilidade macro-econômica, abertura de um novo pavilhão de feiras no Brasil, aumento do poder de compra pelo consumidor brasileiro, facilidade de crédito ao empresário e de financiamento de máquinas e equipamentos. Outros fatores conjunturais positivos citados são: otimismo dos empresários em relação à economia, incremento do setor de autopeças e automotivo, 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. Outro fato favorável é a oportunidade de expansão dos negócios e a ampliação do mercado de feiras para cidades de médio porte, devido ao alto custo das grandes capitais e da saturação dos seus espaços para feiras.

| FATORES DESFAVORÁVEIS À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

Entre os principais **fatores limitadores** ao desenvolvimento dos negócios, informados pelos empresários, no que tange especificamente às cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro, destacam-se o custo elevado para realização de feiras (desde o preço de locação dos pavilhões até serviços básicos como acomodação, alimentação, trans-

porte, entre outros) assim como a saturação dos espaços. 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 escassez de mão de obra qualificada. Dependendo do destino, o acesso ainda constitui-se também em um gargalo, visto a disponibilidade da oferta de voos. Outros fatores apontados são a falta de iniciativas e articulação pública e privada, que poderiam criar oportunidades para o surgimento de feiras em segmentos específicos; redução do orçamento das empresas destinado à realização de feiras e eventos; incerteza quanto ao crescimento econômico previsto para 2013; e o alto custo do Brasil em relação aos países vizinhos.

Perspectivas para 2013 //

Quanto ao desempenho da economia brasileira em 2013, 94% do mercado de feiras antevem que será melhor do que o de 2012, enquanto que para 6%, será equivalente.

A maior fatia do mercado de promotores de feiras prevê **faturamento** a ser auferido em 2013, superior ao de 2012: 94% vislumbram expansão, com variação média prevista de 11,5%, e 6%, estabilidade em relação a 2012. A expectativa de crescimento das feiras para o ano de 2013 deverá ocorrer em razão tanto da ampliação do portfólio de clientes, diversificação dos produtos de prateleira e aumento do número de visitantes, quanto da aquisição de novas empresas do mesmo segmento, o que deverá impactar positivamente no faturamento.

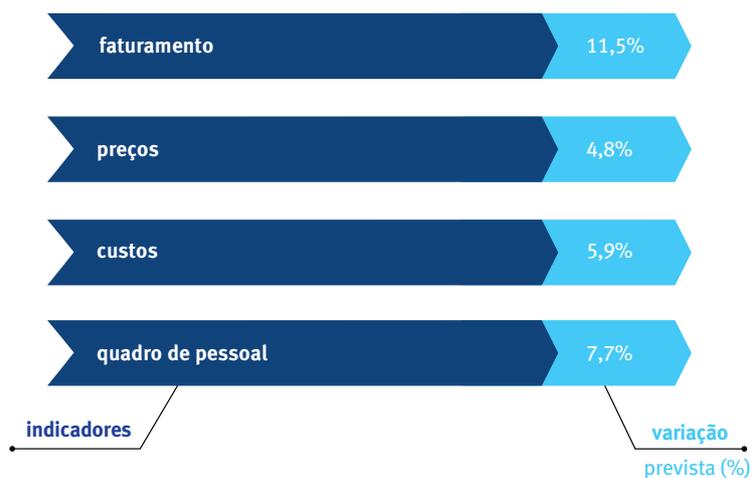
A maioria do mercado pesquisado, (precisamente 79%), antevê elevação de preços em 2013, com variação média estimada de 4,8%, por outro lado, o aumento médio esperado de custos é de 5,9%. A perspectiva de que os negócios, em geral, permaneçam aquecidos irá refletir no quadro de funcionários que deverá ampliar para 34% dos empresários (com variação média de 7,7%), manter-se estável para 60% e diminuir para 6%.

No que tange aos **investimentos**, todo o mercado de feiras manifestou o propósito de continuar investindo em 2013, sendo de 4,4% 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 32,0%; em tecnologia da informação, 12,0%; em compra de materiais e equipamentos 6,6%; em treinamento de pessoal, 5,3%; e em outros propósitos, 44,1% (incluindo lançamento de novos produtos e expansão dos negócios).

GRÁFICO 25 | PROMOTORES DE FEIRAS

Previsão da variação média obtida dos principais indicadores 2012/2013



Fontes: FGV / MTur



TRANSPORTE AÉREO

Perfil das Empresas Aéreas

As empresas brasileiras entrevistadas operam voos regulares nacionais, internacionais, regionais e também charters. Com relação ao perfil de passageiros, a demanda do mercado de transporte aéreo brasileiro é segmentada em aproximadamente 2/3 do mercado corporativo e em cerca de 1/3 relativa a viagem a lazer.

Resultados de 2012

Metade do mercado de transporte aéreo considerou o **desempenho da economia brasileira** em 2012 superior ao de 2011, enquanto a outra metade detectou estabilidade. Em relação ao desempenho do mercado brasileiro do segmento de transporte aéreo, houve um crescimento em relação a 2011, com aumento de 6,8% do mercado da aviação doméstica.

Todo o mercado de transporte aéreo pesquisado registrou majoração do **faturamento** em 2011, tendo sido apurada variação média de 15,9% em relação a 2011. O desempenho do segmento foi atribuído principalmente ao melhor aproveitamento das aeronaves resultando em maior taxa de ocupação., à expansão do volume de operações de algumas companhias, crescimento do consumo de viagens pela nova classe média, melhoria da qualidade do produto, expansão de rotas para cidades médias, investimentos feitos em frotas e aumento do número de passagens por passageiros. Somam-se a tais motivos a melhor distribuição da renda do brasileiro, resultando no crescimento do número de passageiros, as estratégias de marketing de reposicionamento da marca adotadas por algumas companhias.

A majoração de **custos** (informada pela totalidade das empresas entrevistadas), com variação média de 15,6%, não foi repassada aos preços praticados pelo segmento em pauta, que variou 4,7% em 2012. A elevação do preço dos combustíveis, o aumento das tarifas aeroportuárias, a variação cambial do dólar, o valor do leasing e o

aumento do custo para manutenção das aeronaves foram os maiores responsáveis pela majoração 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 aos reajustes de vários itens, provenientes da inflação.

GRÁFICO 26 | TRANSPORTE AÉREO

Varição Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV / MTur

Quanto ao **nível de emprego**, 61% do mercado consultado absorveu pessoal adicional em 2012, enquanto 39% dispensaram funcionários, sendo de -0,1% a variação média em relação a 2011. Cabe ressaltar que a parcela do mercado que acusou diminuição de postos de trabalho atribuiu o fato ao processo de fusão de algumas companhias aéreas e à política de melhor aproveitamento das aeronaves.

Momento Atual (Janeiro de 2013)

| FATORES FAVORÁVEIS AO DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS

Com a economia brasileira reaquecendo, há uma crescente necessidade de utilização de meios de transporte, estimulando 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 pelo Brasil e para o exterior. A inserção de cidades médias em rotas regionais, e aumento do número de viagens por habitantes, principalmente no segmento corporativo, os investimentos em infraestrutura previstos para o desenvolvimento do turismo e a proximidade da realização dos megaeventos são igualmente apontados como fatores motivadores do crescimento dos negócios.

| FATORES LIMITADORES DO CRESCIMENTO

A atual carência de infraestrutura aeroportuária, insuficiência de aeródromos para receber voos regulares, a deficiência do controle do tráfego aéreo, a alta tributação sobre os combustíveis e a desigual distribuição de slots, principalmente nos aeroportos de Congonhas (SP), Santos Dumont (RJ), Guarulhos (SP) e Confins (BH), são os mais importantes **fatores citados como entraves à expansão do segmento**. Vale destacar ainda a volatilidade do preço do petróleo e do câmbio, a concorrência acirrada entre as companhias aéreas e a falta de fidelização por parte dos clientes como desafios enfrentados pelas empresas do segmento.

Cabe, contudo, mencionar, 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 o desenvolvimento do turismo.

Perspectivas para 2013 //

Para a totalidade das empresas aéreas entrevistadas, **a economia brasileira** em 2013 deverá apresentar melhora em relação a 2012, com expectativa de majoração do faturamento devida a estabilidade do câmbio, ao aumento do número de passageiros embarcados (variação prevista de 10%) e à ampliação da oferta de assentos para algumas cidades de médio porte.

Existe uma tendência de retração da oferta de voos para 2013, o que já vem ocorrendo desde outubro de 2012, e de uma recuperação dos preços. Estima-se que o mercado do transporte aéreo deverá crescer entre 7% a 9% em 2013, acompanhando o aumento do número de bilhetes por passageiros. As companhias aéreas ainda anteveem a elevação dos custos operacionais devido à alta dos combustíveis, às tarifas de navegação aérea, à contratação por parte de algumas companhias aéreas e ao reajuste inflacionário.



TRANSPORTE RODOVIÁRIO

Perfil das Empresas Entrevistadas

Cada uma das empresas pesquisadas possuía, em média, 1.382 ônibus em 2012, sendo prevista uma manutenção na frota para 2013 (1.389 veículos, em média). O número médio de linhas regulares era de 158 em 2012, não sendo esperada variação desse total para 2013. O principal motivo das viagens realizadas em 2012 foi a negócios e trabalho (50%), enquanto que o deslocamento motivado por lazer e visita a amigos representou 29% do total, e 21% por outros motivos (como estudo, saúde e compras). Em 2012, as empresas consultadas transportaram, em média, 17.008.441 passageiros em linhas regulares, e 163.146 em linhas fretadas e a previsão para 2013 é de um percentual pequeno de aumento, passando para 17.034.220 passageiros em linhas regulares e 175.388 em linhas fretadas.

Resultados de 2012

No que diz respeito ao **desempenho da economia brasileira** em 2012, 58% do mercado consideraram-no superior ao de 2011, enquanto que 20% julgaram-no equivalente, e 22%, inferior.

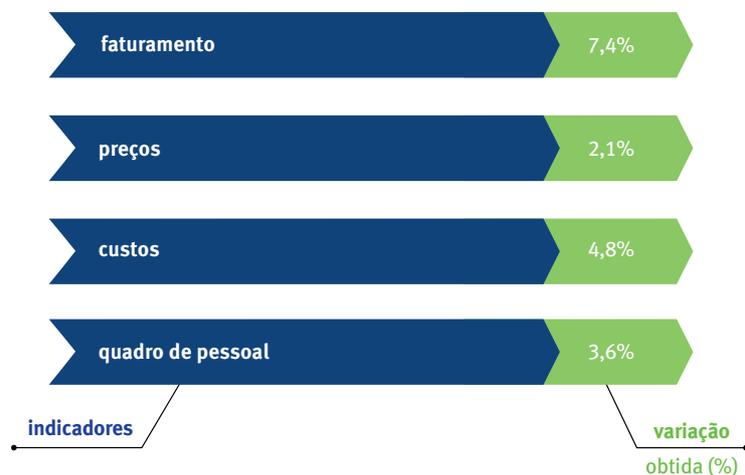
Detectou-se ampliação do **faturamento** em 2012, comparativamente a 2011, em 81% do mercado de transporte rodoviário (com variação média estimada em 7,4%) e estabilidade em 19%. A expansão dos negócios ocorreu, principalmente, em razão dos investimentos realizados em ações de marketing para reforço da marca e fidelização de clientes, por meio da melhoria dos canais de comunicação com os mesmos. 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.

Apesar da ampliação do faturamento verificada entre as companhias pesquisadas, os empresários afirmaram que mercado de transporte rodoviário vem enfrentando dificuldades, em virtude da concor-

rência 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.

GRÁFICO 27 | TRANSPORTE RODOVIÁRIO

Variação Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV / MTur

Verificou-se, em 2012, majoração tanto de **preços** (para 60% dos entrevistados, com variação média de 2,1%) como de custos (para 75% do mercado, com variação média de 4,8%).

O aquecimento dos negócios em 2012 estimulou 78% do mercado a realizar contratações adicionais de mão de obra (gerando um incremento médio de 3,6%), enquanto que 22% mantiveram inalterado o quadro de pessoal.

A quase totalidade das empresas (precisamente 99%) realizou **investimentos** no decorrer de 2012, sendo de 8,8% o percentual do montante investido em relação ao faturamento global do ramo. Do total do valor investido foram disponibilizados recursos para as seguintes atividades prioritizadas: ampliação e/ou renovação da frota (51,5%), melhoria da infraestrutura das instalações (23,3%), compra de equipamentos (9,5%) e outros propósitos (15,7%, incluindo investimentos em tecnologia da informação, treinamento de pessoal e veículos auxiliares).

TABELA 12 | TRANSPORTE RODOVIÁRIO
DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM 2012

ÁREAS DE INVESTIMENTO	DISTRIBUIÇÃO %
Ampliação e/ou renovação da frota	51,5%
Melhoria na infraestrutura das instalações	23,3%
Compra de equipamentos	9,5%
Outros	15,7%

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2013) //

| 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, mais uma vez, **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, devido ao incremento do fluxo de 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 os seguintes: maior facilidade de opções de pagamento (devido à disseminação do uso do cartão de crédito), ferramentas de vendas de passagens *on line* (possibilitadas pela expansão do uso da internet) e maior participação das classes C e D no consumo de viagens.

| PRINCIPAIS ENTRAVES À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

Entre os **fatores inibidores do desenvolvimento dos negócios** foram citados: burocracia para obtenção de autorização e regularização

da frota, carga tributária elevada, carência de infraestrutura das estradas e 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 ilegais, a iminência da realização de licitações nas linhas interestaduais, o que provoca um cenário de incerteza tanto para as companhias rodoviárias quanto para os investidores, e o uso, cada vez maior, do automóvel pelos brasileiros.

Perspectivas para 2013 //

A grande maioria do mercado (exatamente 76%) estima que o **desempenho da economia brasileira**, em 2013, permanecerá igual ao constatado em 2012, enquanto que para 24%, será melhor que no ano anterior.

A fatia do mercado de transporte rodoviário que vislumbra elevação do faturamento em 2013 totaliza 91% (com variação média prevista de 3,7%), e a que antevê estabilidade em relação a 2012 soma 9%. As expectativas de majoração do faturamento são justificadas pelo aumento da demanda e movimentação da mão de obra, em consequência dos investimentos e obras de infraestrutura que estão ocorrendo no País, especialmente por causa dos megaeventos esportivos. 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 o crescimento da economia seja maior que em 2012, além da continuidade de melhoria de renda das classes C, D e E continue crescente, afetando positivamente o segmento. A parcela do mercado que prevê estabilidade dos negócios acredita que haverá aumento do número de deslocamento de pessoas; no entanto, a presença de transportes ilegais e a concorrência com o transporte aéreo deverão limitar este crescimento.

Segundo a opinião de todas as empresas entrevistadas, prevê-se que os **custos** deverão sofrer novo aumento em 2013 (com variação média de 6,5%), devido à majoração do preço do combustível, gastos

com manutenção dos veículos e mão de obra. Os **preços** praticados pelas companhias de transporte rodoviário deverão subir para 78% das entrevistadas, com variação média prevista de 4,4%. É importante mencionar que o valor do reajuste anual das passagens rodoviárias é ditado pela empresa reguladora nacional. A quase totalidade das empresas desse segmento (99%) não tem planos de absorção nem de demissão de pessoal ao longo de 2013.

GRÁFICO 28 | TRANSPORTE RODOVIÁRIO

Previsão da variação média obtida dos principais indicadores 2012/2013



Fontes: FGV / MTur

No que tange especificamente aos **investimentos**, as empresas consultadas manifestaram intenção de aplicar 12,0% do seu faturamento total, distribuídos nas seguintes atividades: ampliação ou renovação da frota (48,1%), melhoria da infraestrutura das instalações (9,8%), compra de equipamentos (8,3%) e em outras destinações (33,8%) incluindo investimentos em tecnologia da informação, treinamento de pessoal e veículos auxiliares).



TURISMO RECEPTIVO

Perfil das Empresas Aéreas

Os mais importantes mercados atendidos pelas empresas de receptivo são os seguintes: o norte-americano (94% de indicações), seguido da Europa Ocidental (86%, principalmente Inglaterra, Itália, França e Alemanha) e Leste Europeu (25% das assinalações). As empresas de receptivo pesquisadas atendem majoritariamente ao público internacional.

Resultados de 2012

A maior parte do mercado de receptivo, (precisamente 89%), considerou o **desempenho da economia brasileira**, em 2012, inferior ao de 2011, 5% opinaram que foi equivalente, enquanto que 6% julgaram-no superior. Das empresas entrevistadas, apenas 1/3 já sente o reflexo do aumento do número de turistas devido ao período que antecede os megaeventos esportivos.

Detectou-se redução do **faturamento** em 2012 para 64% do mercado de turismo receptivo (correspondendo a uma variação média negativa de 3,7%), majoração para 28% e estabilidade para 8%, comparativamente a 2011, Os fatores que mais contribuíram para a retração do faturamento foram: a crise internacional e conseqüentemente, queda da demanda dos países afetados, o aumento dos custos desse segmento devido à variação cambial e aos reajustes de preços pelos fornecedores, aumento salarial e o custo Brasil muito elevado, perdendo competitividade para outros destinos de sol e praia (com a estabilidade cambial do real e a crise internacional, o custo da viagem para o Brasil está maior). Para as empresas que apuraram elevação do faturamento, a imagem positiva do País 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 e o crescimento das vendas pela internet foram aspectos que possibilitaram tal o crescimento.

GRÁFICO 29 | TURISMO RECEPTIVO

Varição Média Obtida dos Principais Indicadores 2011/2012



Fontes: FGV / MTur

A majoração de **custos** (informada pela totalidade do mercado), com variação média de 11,2% em 2012, foi repassada, aos **preços** praticados pelo segmento em pauta (elevação de preços foi verificada 96% do mercado, em relação a 2011, com variação média de 11,5%). No que diz respeito aos custos, cabe ressaltar que a valorização da moeda brasileira aliada à crise internacional (a qual torna mais caro os preços do destino Brasil no exterior, tendo em vista que os mesmos são comercializados em dólar), bem como 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 provocando, por sua vez, 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.

Quanto ao **nível de emprego**, o declínio foi menos amplo do que do faturamento em 2012: aumento do quadro de funcionários para 12% do mercado, estabilidade para 62% e redução do efetivo para 26%.

A maior parte das empresas consultadas (60%) não realizou **investimentos** em 2012. A parcela do segmento de receptivo que o fez (os restantes 40%), investiu 6,4% do faturamento global. A distribuição percentual média das atividades que receberam investimentos em 2012 é a seguinte: marketing (67,5%), tecnologia e sistemas de informação (9,1%), treinamento de pessoal (7,3%), infraestrutura das instalações (1,8%) e outros propósitos (14,3% incluindo contratação de mão de obra estrangeira e aquisição de veículos).

TABELA 13 | **TURISMO RECEPTIVO**
DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM 2012

ÁREAS DE INVESTIMENTO	DISTRIBUIÇÃO %
Marketing	67,5%
Tecnologias e sistemas de informação	9,1%
Treinamento de pessoal	7,3%
Infraestrutura das instalações	1,8%
Outros	14,3%

Fontes: FGV e MTur

Momento Atual (Janeiro de 2013) //

| FATORES FAVORÁVEIS À EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

A exposição do País no exterior, em parte decorrente da perspectiva de realização dos megaeventos esportivos, o crescimento das vendas de pacotes pela internet e as novas oportunidades de negócios (megaeventos e mercado offshore, por exemplo), que vêm atraindo outros grandes eventos para o Brasil, foram os mais importantes **fatores apontados como favoráveis ao desenvolvimento dos negócios**. Adicionalmente, a extenuação de destinos concorrentes do Brasil no exterior e a melhoria da imagem do País (com sua exposição devido aos megaeventos esportivos) também favoreceram a diversificação da demanda internacional nas empresas de turismo receptivo.

| FATORES LIMITADORES DO CRESCIMENTO

O alto custo do Brasil no exterior, a escassez da oferta hoteleira e de voos e o aumento do preço dos serviços de forma geral, constituem-se nos 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 de voos ainda insuficiente 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.

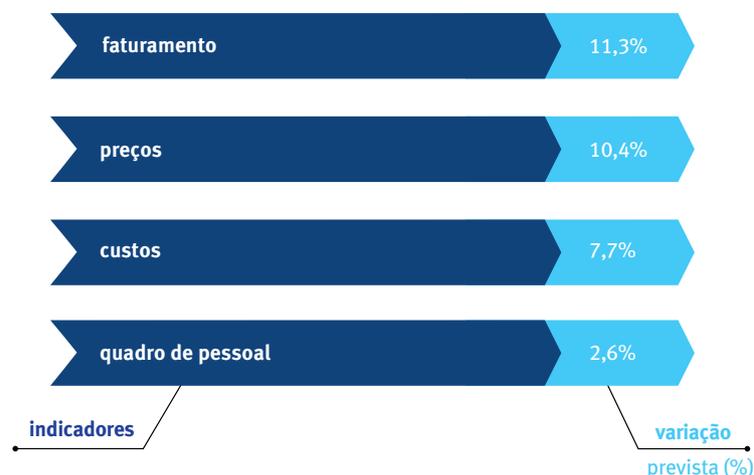
Perspectivas para 2013 //

Quase 2/3 do mercado de turismo receptivo (precisamente 65%) acreditam que o **desempenho da economia brasileira**, em 2013, será inferior ao de 2012, enquanto que para 17%, será igual, e para 18%, será mais amplo.

No que concerne à evolução do **faturamento** para 2013, 44% vislumbram nova expansão dos negócios (com expectativa de variação média de 11,3%) e 56% vislumbram inalterabilidade em relação a 2012. 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.

GRÁFICO 30 | TURISMO RECEPTIVO

Previsão da variação média obtida dos principais indicadores 2012/2013



Fontes: FGV / MTur

Caso tais previsões venham a se realizar ao longo de 2013, quase metade do mercado em pauta deverá continuar a efetuar contratações adicionais de **peçoal** (44%, com variação média de 2,6%, comparativamente a 2012), enquanto que 46% prognosticam redução do efetivo e 10% preveem estabilidade. Cabe salientar que 88% do mercado antevem elevação de **custos** em 2013, com variação média de 7,7%, com possibilidade de repasse aos **preços** finais (88% do mercado acreditam em majoração, com variação média de 10,4%).

As empresas de receptivo pesquisadas que manifestaram intenção de investir em 2013 somaram menos da metade (42%), sendo de 10,0% do faturamento global o montante a ser investido. A distribuição percentual das áreas que receberão investimentos é a seguinte: marketing com 20,3%; tecnologia e sistemas de informação com 12,8%; treinamento de pessoal com 5,5%; e outros com 61,4% (incluindo aquisição de veículos e viagens para realização de negócios).

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

DEMANDA & QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

A Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo incluiu, em sua nona edição, uma série de informações adicionais, a fim de melhor avaliar o desempenho de cada um dos segmentos componentes e identificar aspectos específicos a eles inerentes, proporcionando um mapeamento completo, útil para o enriquecimento da análise a respeito da evolução recente do setor. São quesitos que, em realidade, mostram, pormenorizadamente, características do mercado em que atuam, estímulo à qualificação profissional e eventuais dificuldades e oportunidades inerentes aos 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

Aumento na demanda por destinos nacionais: 34% do mercado de agências indicou aumento na demanda para algum destino nacional específico. Destes, 73% indicaram cidades do Nordeste como os destinos em crescimento.

Qualificação Profissional: 58% do mercado pesquisado estimulam a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão dos postos de trabalho média por nível de escolaridade ficou assim distribuída: 13% com nível fundamental, 40% com nível médio e 47% com nível superior.



| LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

Expansão da frota: A totalidade das empresas locadoras de veículos irá expandir a frota em 2013, com prioridade nas linhas de automóveis simples/ econômico (100% das assinalações) e intermediário (95% das assinalações).

Qualificação Profissional: 73% das empresas entrevistadas estimulam a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão dos postos de trabalho média por nível de escolaridade ficou assim distribuída: 13% com nível fundamental, 61% com nível médio e 27% com nível superior.



| MEIOS DE HOSPEDAGEM

Expansão da rede hoteleira nos próximos anos: os estados do Rio de Janeiro e de São Paulo receberão 57% e 47%, respectivamente, dos novos empreendimentos hoteleiros a serem inaugurados. Outras unidades serão abertas em capitais brasileiras de médio porte, principalmente nas cidades-sede da Copa do Mundo 2014 e arredores. As principais categorias em que se concentram as novas unidades são: superior (97% das assinalações), econômica (75% das assinalações) e turística (36% das assinalações).

Dificuldade para abertura de novos empreendimentos: os principais gargalos para abertura de novas unidades hoteleiras foram lista-

dos pelos entrevistados na seguinte ordem de importância: alto custo de capital, falta de investidores, burocracia, alto preço dos terrenos, dificuldade para licenciamento e carência de mão de obra qualificada.

Qualificação Profissional: 70% das empresas entrevistadas estimulam a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão dos postos de trabalho média por nível de escolaridade ficou assim distribuída: 17% com nível fundamental, 63% com nível médio e 20% com nível superior.



OPERADORAS DE TURISMO

Aumento na demanda por destinos nacionais: 51% dos entrevistados detectaram crescimento de demanda para alguma região ou destino nacional específico. Destes, o Nordeste abarca 81% de assinalações e o Rio de Janeiro 27%.

Qualificação Profissional: 66% do mercado consultado estimulam a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão dos postos de trabalho média por nível de escolaridade ficou assim distribuída: 12% com nível fundamental, 43% com nível médio e 45% com nível superior.



ORGANIZADORAS DE EVENTOS

Crescimento da demanda por eventos para cidades brasileiras: Nordeste (52% das respostas) e Búzios, RJ (48% de assinalações).

Crescimento da demanda por eventos para destinos internacionais: 92% dos entrevistados destacaram novos destinos internacionais no mercado de eventos: Austrália (45% das respostas), Índia (24% das respostas), China (19% das respostas) e Alemanha (11% das respostas).

Qualificação Profissional: 90% das empresas entrevistadas estimulam a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão média dos postos de trabalho por nível de escolaridade ficou assim distribuída: 1% com nível fundamental, 30% com nível médio e 69% com nível superior.



PROMOTORES DE FEIRAS

Aumento na demanda por destinos nacionais: novos destinos nacionais vêm se destacando no mercado de feiras. As cidades do Nordeste abrangem 91% das citações, com destaque para Recife e Fortaleza.

Qualificação Profissional: 27% do mercado de feiras estimulam a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão dos postos de trabalho média por nível de escolaridade ficou assim distribuída: 3% com nível fundamental, 31% com nível médio e 66% com nível superior.



TRANSPORTE AÉREO

Qualificação Profissional: a maior parte do mercado pesquisado estimula a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão dos postos de trabalho média por nível de escolaridade ficou assim distribuída: prioritariamente nível médio, seguido de nível superior e fundamental.



| TRANSPORTE RODOVIÁRIO

Qualificação Profissional: 94% do mercado consultado estimulam a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão dos postos de trabalho média por nível de escolaridade ficou assim distribuída: 11% com nível fundamental, 70% com nível médio e 19% com nível superior.



| TURISMO RECEPTIVO

Principais destinos concorrentes internacionais do Brasil: Argentina (64% de assinalações), Caribe (64%) e China (43%).

Qualificação Profissional: 42% do mercado receptivo estimulam a qualificação profissional através de incentivos como bolsas de estudo e/ou convênios com instituições de qualificação e ensino. A divisão dos postos de trabalho por nível de escolaridade ficou assim distribuída: 31% com nível fundamental, 59% com nível médio e 37% com nível superior.

Impacto dos megaeventos esportivos para o mercado de receptivo: 22% do mercado entrevistado afirmam que o fluxo de turistas já tem aumentado devido aos megaeventos esportivos. A variação média percebida por essas empresas é de 12%.





ANEXOS

Tabelas Serie Histórica	96
Tabelas Realização de Investimentos	102
Compromisso de Confidencialidade	104
Agradecimento	105

TABELAS

SÉRIE HISTÓRICA



CONSOLIDADO

TABELA 14 | VARIÇÃO MÉDIA DO CONSOLIDADO DOS SEGMENTOS DE TURISMO
2004-2012 E PREVISÃO PARA 2013

ANOS	FATURAMENTO	PREÇOS	CUSTOS	POSTOS DE TRABALHO
	VARIÇÃO MÉDIA	VARIÇÃO MÉDIA	VARIÇÃO MÉDIA	VARIÇÃO 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	14,2	9,1	11,2	4,1
2013*	7,5	3,8	4,7	3,0

Fontes: FGV e MTur

(*) - Previsão



AGÊNCIAS DE VIAGENS

TABELA 15

AGÊNCIAS DE VIAGENS

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIAÇÃO 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	95	21,9	70	24,8	80	9,1	86	10,5
2013*	100	16,4	100	7,9	95	7,4	44	4,0

Fontes: FGV e MTur / (*) - Previsão



LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

TABELA 16

LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIAÇÃO 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	92	8,8	97	4,3	97	13,2	100	10,6
2013*	82	14,8	30	1,2	97	8,2	100	12,6

Fontes: FGV e MTur / (*) - Previsão



MEIOS DE HOSPEDAGEM

TABELA 17**MEIOS DE HOSPEDAGEM**

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIÇÃO 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	98	14,6	91	13,0	91	7,6	67	4,0
2013*	92	12,8	91	7,9	100	6,8	92	5,5

Fontes: FGV e MTur / (*) - Previsão



OPERADORAS DE TURISMO

TABELA 18**OPERADORAS DE TURISMO**

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIÇÃO 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	69	9,7	53	9,4	96	10,9	67	6,5
2013*	78	8,9	47	3,4	98	8,7	17	0,5

Fontes: FGV e MTur / (*) - Previsão



ORGANIZADORAS DE EVENTOS

TABELA 19

ORGANIZADORES DE EVENTOS

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIAÇÃO 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	84	23,2	70	4,1	100	16,4	34	16,2
2013*	66	8,3	58	7,5	100	13,1	49	2,2

Fontes: FGV e MTur



PROMOTORES DE FEIRAS

TABELA 20

PROMOTORES DE FEIRAS

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIAÇÃO 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	91	14,9	100	7,5	100	6,8	94	10,3
2013*	94	11,5	79	4,8	78	5,9	28	7,7

Fontes: FGV e MTur | (*) Previsão | (1) Até ao ano de 2008 os segmento feiras e eventos eram contabilizados juntos



TRANSPORTE AÉREO

TABELA 21**TRANSPORTE AÉREO**

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIÇÃO 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	15,9	100	4,7	100	15,6	22	-0,1
2013*

Fontes: FGV e MTur / (*) Previsão



TRANSPORTE RODOVIÁRIO

TABELA 22**TRANSPORTE RODOVIÁRIO**

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIÇÃO MÉDIA						
2007	14	2,0	4	0,4	-43	-2,6	4	0,4
2008	100	12,6	100	6,7	49	5,5	99	3,5
2009	34	3,0	100	6,0	86	5,0	-2	0,0
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	81	7,4	60	2,1	75	4,8	78	3,6
2013*	91	3,7	78	4,4	100	6,5	1	0,1

Fontes: FGV e MTur / (*) Previsão



TURISMO RECEPTIVO

TABELA 23

TURISMO RECEPTIVO

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES - OBS. 2004/2012 E PREV.P/2013 (%)

ANOS	FATURAMENTO		PREÇOS		CUSTOS		POSTOS DE TRABALHO	
	SALDO DE RESPOSTAS	VARIAÇÃO 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	-36	-3,7	96	11,5	100	11,2	-14	-1,4
2013*	44	11,3	88	10,4	88	7,7	-2	2,6

Fontes: FGV e MTur | (*) Previsão

REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS

2012/2013

TABELA 24 | REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS E PROPORÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO (%) - 2012

SEGMENTO DE TURISMO	REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTO		PERCENTUAL DO FATURAMENTO INVESTIDO
	SIM	NÃO	
Agências de Viagens	100	0	2,1
Locadoras de Automóveis	100	0	34,6
Meios de Hospedagem	100	0	8,0
Operadoras de Turismo	95	5	4,2
Organizadoras de Eventos	100	0	13,4
Promotores de Feiras	100	0	5,8
Transporte Aéreo
Transporte Rodoviário	99	1	8,8
Turismo Receptivo	40	60	6,4

Fontes: FGV e MTur | Nota: ... Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento | Dado numérico não disponível

TABELA 25 | PREVISÃO DE REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS E PROPORÇÕES DOS INVESTIMENTOS | EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO (%) 2013

SEGMENTO DE TURISMO	REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTO		PERCENTUAL DO FATURAMENTO INVESTIDO
	SIM	NÃO	
Agências de Viagens	100	0	2,8
Locadoras de Automóveis	100	0	34,2
Meios de Hospedagem	100	0	10,9
Operadoras de Turismo	89	11	20,0
Organizadoras de Eventos	81	19	5,0
Promotores de Feiras	100	0	4,4
Transporte Aéreo
Transporte Rodoviário	100	0	12,0
Turismo Receptivo	42	58	10,0

Fontes: FGV e MTur | Nota: ... Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento | Dado numérico não disponível



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.fgv.br

www.turismo.gov.br/dadosefatos

