

PESQUISA ANUAL
DE CONJUNTURA ECONÔMICA
DO TURISMO
12ª EDIÇÃO

2016

 **FGV PROJETOS**

Ministério do
Turismo

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

PESQUISA ANUAL

DE CONJUNTURA ECONÔMICA

DO TURISMO

12ª EDIÇÃO

2016

Presidente Interino da República Federativa do Brasil / Michel Temer
Ministro de Estado do Turismo / Henrique Eduardo Alves
Secretário Executivo / Alberto Alves
Diretoria de Estudos Econômicos e Pesquisas / José Francisco de Salles Lopes
Coordenadora-Geral de Estudos e Pesquisas / Neiva Aparecida Duarte

// FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Presidente
Carlos Ivan Simonsen Leal
Diretoria FGV Projetos
Cesar Cunha Campos
Ricardo Simonsen
Coordenação
Luiz Gustavo Medeiros Barbosa

// FICHA TÉCNICA

Coordenação da Pesquisa Anual

Ique Lavatori
Paulo Cesar Stilpen

Equipe Econômica

Everson Machado
Ique Lavatori
Paulo Cesar Stilpen

Equipe Técnica

Agnes Dantas
André Coelho
Cristiane Rezende
Erick Lacerda
Everson Machado*
Fabíola Barros
Ique Lavatori*
Marcel Levi
Thays Venturim

Metodologia e Estatística

Leonardo Vasconcelos
Paulo Cesar Stilpen

(*) Atuaram também como pesquisadores

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Mario Henrique Simonsen/FGV

Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo / FGV Projetos , Ministério do Turismo.- 12.ed.

Rio de Janeiro : Fundação Getulio Vargas, 2016. 117 p. ISSN: 2179-8362

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

CDD – 338.4791

Sumário

01	APRESENTAÇÃO	05
02	METODOLOGIA	07
03	AMBIENTE ECONÔMICO	10
	Ambiente Macroeconômico Mundial	11
	Ambiente Macroeconômico Brasileiro	21
	Análise Econômica do Turismo	33
04	RESULTADOS CONSOLIDADOS	44
	Resultados de 2014	45
	Perspectivas para 2015	51
05	RELATÓRIOS SETORIAIS	54
	Agências de Viagens	55
	Locadoras de Automóveis	61
	Meios de Hospedagem	67
	Operadoras de Turismo	73
	Organizadoras de Eventos	79
	Promotores de Feiras	85
	Transporte Aéreo	89
	Transporte Rodoviário	95
	Turismo Receptivo	101
06	ANEXOS	106
	Tabelas Séries Históricas	107
	Realização de Investimentos 2014 - 2015	115
	Compromisso de Confidencialidade	117
	Agradecimento	117

01 ▶

Apresentação

▶ APRESENTAÇÃO

O **Ministério do Turismo** e a **Fundação Getúlio Vargas** apresentam a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo (PACET), em sua décima segunda edição, reunindo dados e informações, sobre o desempenho em 2015 e os prognósticos para 2016, das 80 maiores empresas do setor de turismo do Brasil, as quais auferiram um faturamento total de R\$ 64,6 bilhões no ano de 2015.

A PACET é uma sondagem complementar aos levantamentos realizados, de forma trimestral, 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.

Portanto, trata-se de mais um instrumento capaz de elevar o nível de compreensão sobre o desempenho recente das empresas inclusas nas atividades características do turismo, os fatores limitadores e os 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 pesquisados.

Cabe destacar a importância das inúmeras informações (qualitativas e quantitativas) obtidas pela PACET junto às maiores empresas de todos os segmentos que compõem o setor de turismo, disponibilizando, para os próprios entrevistados, subsídios para a tomada de decisão relativa à condução de seus negócios, bem como dados imprescindíveis à formulação de políticas públicas necessárias ao desenvolvimento desse importante segmento socioeconômico brasileiro, servindo igualmente, de forma mais ampla, como valiosa fonte de consulta a todos aqueles que se interessam ou lidam com o setor (profissionais, estudantes e público em geral).

02 ▶

Metodologia

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:



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 2016. 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:



03 ▶

Ambiente Econômico

Ambiente Macroeconômico Mundial	11
Ambiente Macroeconômico Brasileiro	21
Análise Econômica do Turismo	33

▶ AMBIENTE MACROECONÔMICO MUNDIAL

ECONOMIAS DESENVOLVIDAS

Evolução em 2015 e estimativas para 2016 e 2017

No princípio de 2015, as economias desenvolvidas enfrentavam a ameaça tripla de crescimento lento, baixa inflação e alto endividamento, enquanto que as economias em desenvolvimento apresentavam menor expansão e custos mais elevados associados às flutuações cambiais e financeiras, sendo que os exportadores de petróleo foram também atingidos com menores receitas. Se os riscos macroeconômicos (àquela época) diminuíram, os financeiros e os geopolíticos (Ucrânia, Oriente Médio e algumas regiões da África) aumentaram.

O crescimento global de 3,1% apurado em 2015 não é bom o suficiente, instando os formuladores de políticas a prosseguirem com as reformas estruturais necessárias. A atual estimativa para 2016 é a de que o crescimento econômico mundial atingirá 3,2%, sendo que a referente a 2017 é de expansão mais ampla (3,5%).

Os EUA foram atingidos, no primeiro trimestre de 2015, por fatores de caráter transitório, como clima desfavorável (inverno rigoroso), greves em portos, forte contração de investimentos no setor de petróleo e efeitos inerentes à sobrevalorização do dólar, os quais, entretanto, não representaram um freio duradouro ao crescimento. A valorização do dólar (a qual encarece as exportações norte-americanas) e a queda dos preços do petróleo (a qual impacta negativamente o setor manufatureiro) arrefeciam, em abril, o crescimento da economia e o da geração de empregos, os quais avançavam, num ritmo considerado “moderado” – cabe salientar o papel histórico assumido pela economia norte-americana de “possante locomotiva”, capaz de “puxar a demanda” global.

No princípio de junho de 2015, o FMI recomendou ao Fed a esperar até o começo de 2016 para aumentar a taxa de juros (na época, no patamar mínimo entre 0% e 0,25%), pois estimou que a inflação naquele país só atingirá a meta de médio prazo (2%) em meados de 2017, acreditando que apenas haverá espaço para tal majoração pelo Federal Open Market Committee (FOMC) “quando houver sinais mais tangíveis de alta na inflação e nos salários”. Ao final de outubro, o Fed resolveu manter a taxa de juros próximas a zero (a mesma situava-se nesse piso histórico desde 2008), mas não descartou, no início de novembro, a possibilidade de majorá-la em dezembro, fato esse que se confirmou em meados daquele mês - “dada a perspectiva econômica, o Comitê decidiu elevar a taxa de juros federal para a faixa entre 0,25% e 0,5%”.

O crescimento econômico da Área do Euro em 2015 (calculado em 1,6%) foi mais robusto do que em 2014 (0,9%) devido à redução dos preços do petróleo, à desvalorização do euro e às políticas fiscal e monetária de apoio implementadas por países-membros da União Europeia – a preocupação era a de que um período prolongado de inflação muito baixa levasse os consumidores a diminuir as compras, na esperança de que os preços viessem a cair ainda mais, provocando deflação persistente e aumento do desemprego. Seguindo a avaliação, o Produto Interno Bruto (PIB) do conjunto de 19 membros da Zona do Euro deverá registrar em 2016 e 2017 um crescimento moderado (1,5% e 1,6%, respectivamente), apesar das “condições mais difíceis da economia mundial”.

Vale salientar, igualmente, o crescimento da economia do Reino Unido nos últimos anos e a perspectiva de que tal fato persistirá em 2016 e 2017 (percentuais de 1,9% e 2,2%, respectivamente), com detecção de aumento do nível de emprego e do consumo de bens e serviços pelas famílias.

BRICS

Desempenhos econômicos díspares

No primeiro trimestre de 2015, autoridades chinesas enfatizaram que não seria fácil alcançar crescimento econômico anual de 7%, não podendo aquele país contar com a desvalorização do câmbio para impulsionar as suas vendas externas, nem desejando ver importantes economias “tropeçarem umas nas outras” para desvalorizarem suas moedas, já que isso levaria a uma guerra cambial. Adicionalmente, reconheceram que o país enfrenta uma pressão cada vez mais intensa sobre sua economia e que deve estar preparado para enfrentar grandes desafios e dificuldades futuros. De acordo com os dados mais recentes do FMI, a expansão do PIB chinês alcançou 6,9% em 2015, sendo de 6,5% e 6,2% os prognósticos para 2016 e 2017, respectivamente. A atividade do amplo setor industrial da China começou, efetivamente, a arrefecer em agosto de 2015, com a demanda doméstica e a exterior mais fraca, alimentando temores de que a economia poderia estar desacelerando com mais rapidez do que esperado há alguns meses. De acordo com autoridades chinesas, a lenta evolução da economia mundial está inibindo o crescimento da China, a qual não está imune ao fraco desempenho da economia global, mas que, ainda assim, será capaz de manter o crescimento econômico em torno de 6% a 7% a.a. durante os próximos três a cinco anos, comentário esse destinado a garantir aos investidores que tal nível de expansão - o ritmo mais lento em duas décadas, mas ainda melhor do que em outras grandes economias - considerado “moderado e estável” pela Agência Nacional de Estatísticas da China - é o “novo normal” da economia daquele país.

No que concerne à Rússia, as projeções do FMI refletem a considerável redução dos preços do petróleo detectada ao longo de 2015 e das sanções ocidentais,

devidas ao conflito com a Ucrânia; a isto, acresça-se o fato de que a depreciação do rublo e a “fuga” de investidores repercutiram negativamente nas expectativas de desempenho econômico do país. Ao final de outubro, o banco central da Rússia manteve a taxa de juros inalterada em 11%, destacando a ocorrência de “riscos persistentes e substanciais de inflação” – tal país encarava, na época, problemas de inflação acima de 15% a.a. e economia em recessão, com perspectivas escassas de recuperação à vista. A economia russa declinou 3,7% em 2015 (em relação a 2014) e o prognóstico para 2016 é de nova queda, embora menos intensa (-1,8%).

Quanto à Índia, tal país é favorecido pelas reformas internas realizadas nos últimos dois anos (detectando-se majoração de 7,3% em 2015, e vislumbrando-se expansão de 7,5%, tanto em 2016 quanto em 2017), depreendendo-se, portanto, a estimativa de que o ritmo de crescimento percentual da economia da Índia continuará superando o da China. Se for confirmado esse prognóstico, o ranking mundial das maiores economias também será alterado e o Brasil poderá cair da sétima para a oitava posição – cabe lembrar que, em 2014, a Índia já havia desbancado a Rússia que, como o Brasil, vem enfrentando uma crise acentuada. Além disso, a Índia, sendo um país grande importador de petróleo, vem se beneficiando dos baixos preços do produto no mercado internacional, enquanto grandes exportadores, como a Rússia, saem perdendo. E mais: a equipe econômica e o governo da Índia também têm conseguido conquistar a confiança dos mercados, tendo sido proposta uma liberalização da economia, a redução da burocracia e outras reformas que venham a melhorar o ambiente para negócios no país, buscando, com isso, conquistar a confiança dos investidores.

No que diz respeito à África do Sul, a alta do PIB é estimada, para 2016 e 2017, em 0,6% e 1,2%, respectivamente. Assim sendo, no que tange ao grupo de países do BRICS, o Brasil, após registrar redução de 3,8% do PIB em 2015, deverá, segundo o FMI, apresentar resultados mais fracos do que os demais em 2016 (também -3,8%), sendo que, para 2017, a estimativa é de crescimento nulo.

Com relação às economias desenvolvidas, os dados do FMI mostram que o crescimento de 1,9% constatado em 2015 manter-se-á inalterado em 2016, devendo elevar-se para 2,0%, em 2017. A tabela e o gráfico a seguir evidenciam a ainda indesejada evolução econômica dos países da Área do Euro vislumbrada para o biênio 2016/2017, bem como o fraco desempenho das economias desenvolvidas como um todo. Quanto aos países emergentes e em desenvolvimento, os resultados prognosticados pelo FMI para o Brasil são bastante inferiores ao previsto para a economia mundial em 2016 e 2017 (respectivamente, 3,2% e 3,5%).

EVOLUÇÃO DA ECONOMIA					
TABELA 1 REGIÕES E PAÍSES SELECIONADOS PIB Observação em 2013 e 2015 e previsão para 2016 e 2017 - Variação Anual (%)					
Discriminação	Observação			Previsão	
	2013	2014	2015	2016	2017
Mundo	3,3	3,4	3,1	3,2	3,5
Economias Desenvolvidas	1,1	1,8	1,9	1,9	2,0
Estados Unidos	1,5	2,4	2,4	2,4	2,5
Canadá	2,0	2,5	1,2	1,5	1,9
Área do Euro	-0,3	0,9	1,6	1,5	1,6
Alemanha	0,4	1,6	1,5	1,5	1,6
Espanha	-1,2	1,4	3,2	2,6	2,3
França	0,7	0,2	1,1	1,1	1,3
Itália	-1,7	-0,3	0,8	1,0	1,1
Reino Unido	1,7	2,9	2,2	1,9	2,2
Japão	1,6	0,0	0,5	0,5	-0,1
Emergentes/Desenvolvimento	5,0	4,6	4,0	4,1	4,6
China	7,7	7,3	6,9	6,5	6,2
Índia	6,9	7,2	7,3	7,5	7,5
Outros 5 Países Asiáticos (1)	5,1	4,6	4,7	4,8	5,1
Comunidade dos Estados Independentes (2)	4,2	1,9	-0,6	0,9	2,3
Rússia	1,3	0,7	-3,7	-1,8	0,8
América Latina e Caribe	2,9	1,3	-0,1	-0,5	1,5
Brasil	2,7	0,1	-3,8	-3,8	0,0
México	1,4	2,3	2,5	2,4	2,6
Oriente Médio/Norte África (3)	2,3	2,8	2,5	3,1	3,5
Arábia Saudita	2,7	3,6	3,4	1,2	1,9
África Subsaariana	5,2	5,1	3,4	3,0	4,0
África do Sul	2,2	1,5	1,3	0,6	1,2
Nigéria	5,4	6,3	2,7	2,3	3,5

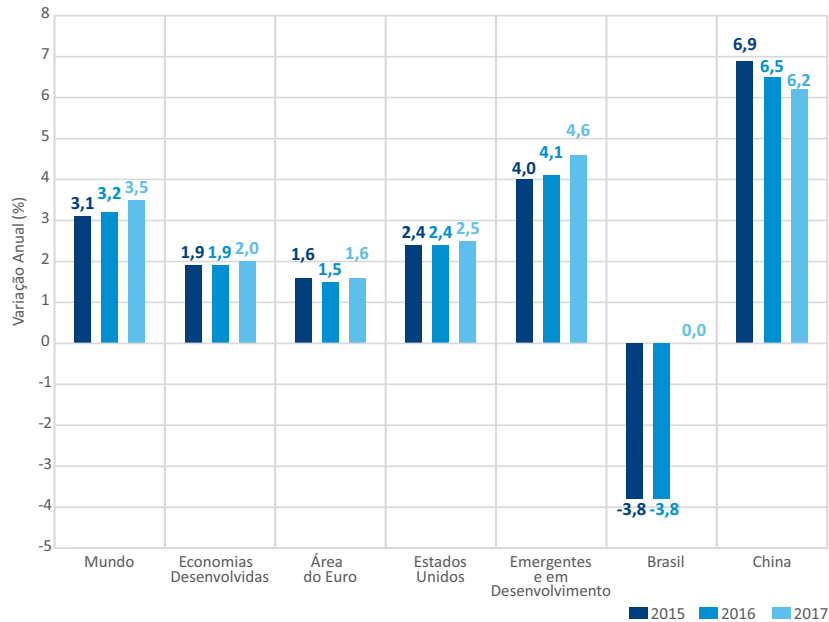
Fontes: FMI (World Economic Outlook - April 2016)

Notas: (1) Indonésia, Malásia, Filipinas, Tailândia e Vietnam

(2) Exclusive Rússia

(3) Inclui dados do Afeganistão e do Paquistão

GRÁFICO 1

CRESCIMENTO DA ECONOMIA MUNDIAL
 REGIÕES E PAÍSES SELECIONADOS PIB | Observação em 2015 e
 Previsão para 2016 e 2017 | Variação Anual (%)


Fonte: FMI

Perspectivas

Estima-se que o crescimento global será menos amplo do que o previsto anteriormente, sendo que as economias desenvolvidas continuarão a registrar uma recuperação moderada e desigual, enquanto que os países emergentes e em desenvolvimento terão panorama variado, embora sempre enfrentando desafios – será necessário gerenciar as vulnerabilidades e reconstruir a resiliência contra potenciais choques, impulsionando, concomitantemente, o crescimento dessas economias. Quatro fatores de risco podem piorar as previsões: uma desaceleração mais forte do que a antevista para o crescimento econômico chinês, a dificuldade de empresas endividadas em dólar com a valorização da moeda norte-americana, o aumento exacerbado da aversão ao risco, e o recrudescimento de tensões geopolíticas, que poderiam afetar o fluxo comercial, financeiro e turístico no mundo.

PETRÓLEO

A OPEP (*Monthly Oil Market Report – March 2016*) divulgou que a procura mundial do produto em 2015 alcançou 92,98 mb/d (milhões de barris por dia), correspondendo a uma majoração de 1,68% em relação aos 91,44 mbd relativos a 2014 (1,54 mbd a mais). A projeção concernente a 2016 é de que a demanda global alcançará aproximadamente 94,23 mb/d, o que representa previsão de incremento de cerca de 1,25 mb/d (+1,34% em relação a 2015). No que tange à oferta mundial, dados da OPEP indicam que a mesma atingiu a média de 95,1 mb/d em 2015 (0,7 mb/d a mais do que a registrada em 2014: +2,92%). O quadro a seguir apresenta um contraste entre a procura e a oferta mundial de petróleo registrada no quadriênio 2012/2015 e a expectativa da demanda global para 2016:

TABELA 2	OFERTA E DEMANDA MUNDIAL DE PETRÓLEO				
	2012/2016 Milhões de barris por dia (mb/d)				
Discriminação	2012	2013	2014	2015	2016
Oferta total	89,6	90,2	92,4	95,1	...
Demanda mundial	89,1	90,5	91,4	93,0	94,2
Saldo	0,5	-0,3	1,0	2,1	...

Fonte: OPEC Monthly Oil Market Report - March 2016

Fatores que explicam o excesso de petróleo no mundo

Segundo analistas do setor, a oferta da commodity vem aumentando em virtude do crescimento da produção mundial, principalmente nas áreas de xisto (um substituto do petróleo) dos Estados Unidos – cuja produção tem se situado em níveis recordes (os grandes países produtores vêm mantendo seus níveis de produção). Outro fator de pressão nos preços deverá ser a possível volta do petróleo do Irã ao mercado, quando forem suspensas, nos próximos meses, as sanções contra o país, como resultado de um acordo nuclear firmado em 2015. Cabe lembrar que os países componentes da OPEP - a maioria localizada no Oriente Médio – se recusaram, em novembro de 2014, a reduzir o teto de produção, independentemente do preço no mercado internacional, sendo um dos objetivos o de desestimular a produção do óleo de xisto nos EUA, cuja extração é mais cara.

Preços despencam

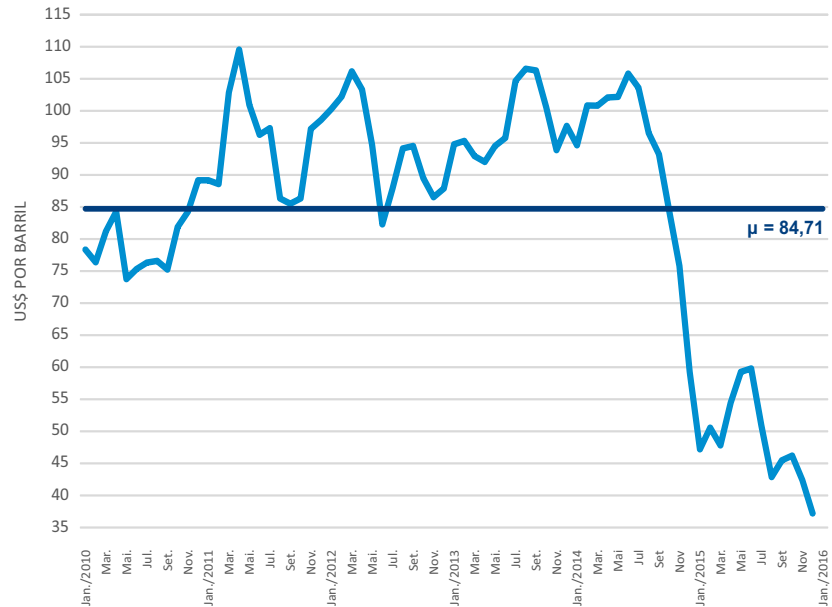
Com relação à evolução dos preços dos barris de petróleo do tipo WTI (*West Texas Intermediate – Crude Oil – Cushing, Oklahoma – Spot Price FOB*), negociado na Bolsa de Nova York (e referência para o mercado norte-americano), dados da U.S. Energy Information Administration (EIA), revelam que a média mensal das cotações em 2014, após atingirem US\$ 105.79 em junho, despencaram até o patamar de US\$ 47.22 em janeiro de 2015, majorando desde então até alcançar US\$ 59.82 em junho, voltando a cair em agosto (US\$ 42.89) – o menor constatado, até então, desde fevereiro/2009 (US\$ 39.26). Em dezembro, a cotação do barril foi do tipo WTI, mais uma vez, reduzida para um nível ainda mais baixo (US\$ 37.21, média mensal), conforme mostrado no gráfico a seguir.

A *commodity* encerrou 2015 com queda de cerca de 30% - comparadas as cotações diárias registradas no começo de janeiro (US\$ 52.72 o barril) e no final de dezembro (US\$ 37.13) -, a qual se intensificou no princípio de 2016 (com o barril valendo US\$ 36.81), em meio a preocupações com a desaceleração do crescimento da economia chinesa, com a crise diplomática que vem ocorrendo entre o Irã e a Arábia Saudita, com o aumento de estoques de derivados nos Estados Unidos, além das tensões geopolíticas geradas após o propalado teste da bomba de hidrogênio realizado pela Coreia do Norte. Em termos de média anual das cotações do barril do produto do tipo WTI, dados da EIA, indicam queda de quase 50% na evolução dos preços de 2014 (US\$ 93.17) para 2015 (US\$ 48.66, ou seja, precisamente -47,8%), o mesmo acontecendo com o do tipo Brent (de US\$ 98.97, em 2014, para US\$ 52.32, em 2015 - exatamente -47,1%).

Já em meados de janeiro de 2016, divulgou-se a suspensão de sanções econômicas internacionais ao Irã, em virtude do cumprimento do acordo nuclear firmado com os EUA, Reino Unido, França, Alemanha, Rússia e China. É importante mencionar a possível ocorrência de queda ainda maior dos preços do petróleo, uma vez que o Irã (país que possui as quartas maiores reservas do mundo) poderá voltar a exportar livremente o produto.

GRÁFICO 2

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO PETRÓLEO
EUA - TIPO WTI US\$ POR BARRIL | Janeiro/2010 a Dezembro/2015
Médias Mensais



Fonte: US Energy Information Administration (EIA)

Ainda no que concerne ao petróleo do tipo Brent, comercializado na Bolsa de Londres (e referência para os mercados europeu e asiático), as cotações diárias foram mais elevadas: o mesmo era negociado, no início de janeiro/2015, a US\$ 55.38, terminando no *último* dia de dezembro cotado em US\$ 36.61. Em termos de *média mensal das cotações diárias*, apurou-se, em janeiro/2015, US\$ 47.76 o barril, sendo que tal valor, após oscilar ao longo do primeiro semestre, situou-se em nível mais baixo, em dezembro (US\$ 37.97, média mensal).

Repercussão na economia brasileira e na de outros países

O sucessivo declínio das cotações internacionais do produto reduz a arrecadação de royalties sobre a produção, afetando a receita das prefeituras e dos estados produtores brasileiros, devendo-se, igualmente, destacar o fato de o país continuar dependente da importação de combustíveis, no sentido de atender a demanda interna. Além do Brasil, outros países têm sido prejudicados significativamente com a redução dos preços, especialmente Venezuela, Rússia e Irã, em virtude do grande peso das exportações da commodity em suas economias. Em contrapartida, grandes importadores (como a China e as Filipinas) têm se beneficiado com a drástica queda dos preços do petróleo.

Reflexos no setor aéreo

As empresas desse importante ramo do setor de turismo têm reclamado, em várias pesquisas, do aumento das despesas e dos custos operacionais relacionados à desvalorização do real frente ao dólar e à maior pressão inflacionária, mas, se por um lado, a redução drástica das cotações dos barris de petróleo tem favorecido bastante os resultados dessas empresas, uma vez que as mesmas têm, entre os mais elevados custos operacionais, o QAV-1 (querosene para aviação), derivado do produto, por outro, deve-se enfatizar que, além de o combustível ser cotado na moeda norte-americana, sobre ele incide elevado imposto no Brasil, reduzindo a competitividade das companhias aéreas nacionais.

03 ▶

Ambiente Econômico

Ambiente Macroeconômico Mundial	11
Ambiente Macroeconômico Brasileiro	21
Análise Econômica do Turismo	33

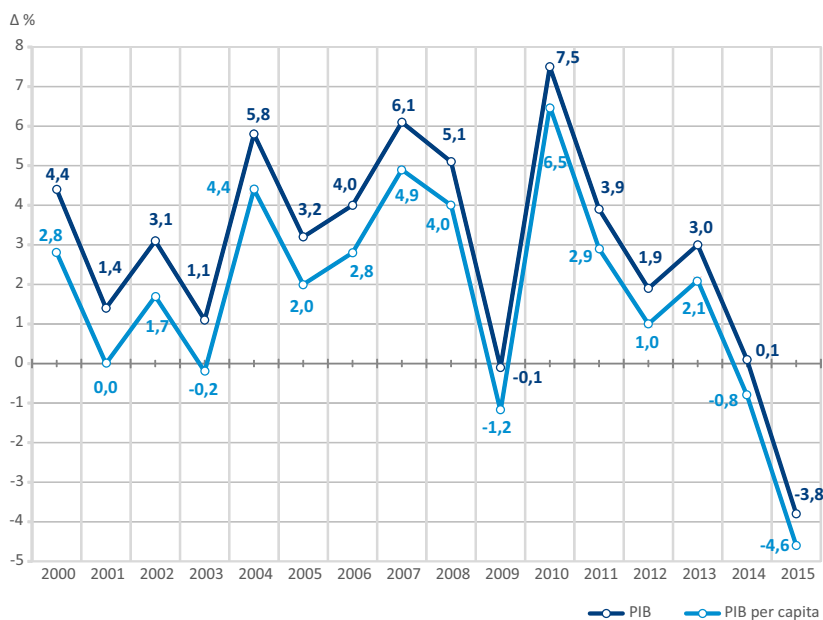
AMBIENTE MACROECONÔMICO BRASILEIRO

PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

Ao se analisar a evolução do Produto Interno Bruto brasileiro, num período desde o início do século, constata-se que, em 16 anos, apenas duas vezes verificou-se decréscimo percentual em relação ao ano imediatamente anterior – em 2009, devido à crise econômica mundial que afetou (em maior ou menor grau) todos os países do mundo, e em 2015 (a maior queda da série histórica do IBGE, iniciada em 1996). Em decorrência desse declínio, o PIB per capita - divisão do valor corrente do PIB pela população residente no meio do ano - teve recuo de 4,6% em termos reais, em comparação com 2014, alcançando R\$ 28.876. A evolução do PIB e do PIB per capita, de 2000 a 2015, é apresentada a seguir:

GRÁFICO 3

BRASIL - PIB E PIB per capita
2000 a 2015
Variação Percentual Anual



Fonte: IBGE

Em valores correntes, o PIB de 2015 totalizou R\$ 5.904,3 bilhões, dos quais R\$ 5.055,4 bilhões se referem ao Valor Adicionado a preços básicos e R\$ 849,0 bilhões aos Impostos sobre Produtos Líquidos de Subsídios. Na taxa acumulada em quatro trimestres, a queda do PIB foi se acentuando no decorrer de 2015: contração de 1,2% no primeiro trimestre, 1,7% no segundo, 2,5% no terceiro, e 3,8% no último.

De acordo com o Instituto, sob a ótica da oferta, a Indústria acumulou queda de 6,2% e os Serviços caíram 2,7% em 2015, enquanto que a Agropecuária apresentou crescimento de 1,8%. Na análise da despesa, a contração de 14,1% da Formação Bruta de Capital Fixo merece destaque, em virtude, principalmente pela queda da produção interna e da importação de bens de capital, bem como pelo desempenho negativo na construção (em 2014, a FBCF já havia registrado diminuição de 4,5%). A Despesa de Consumo das Famílias reduziu 4,0%, explicado pela deterioração dos indicadores de inflação, juros, crédito, emprego e renda ao longo de 2015, enquanto que a Despesa de Consumo do Governo caiu 1,0%, também desacelerando em relação a 2014, quando cresceu 1,2%.

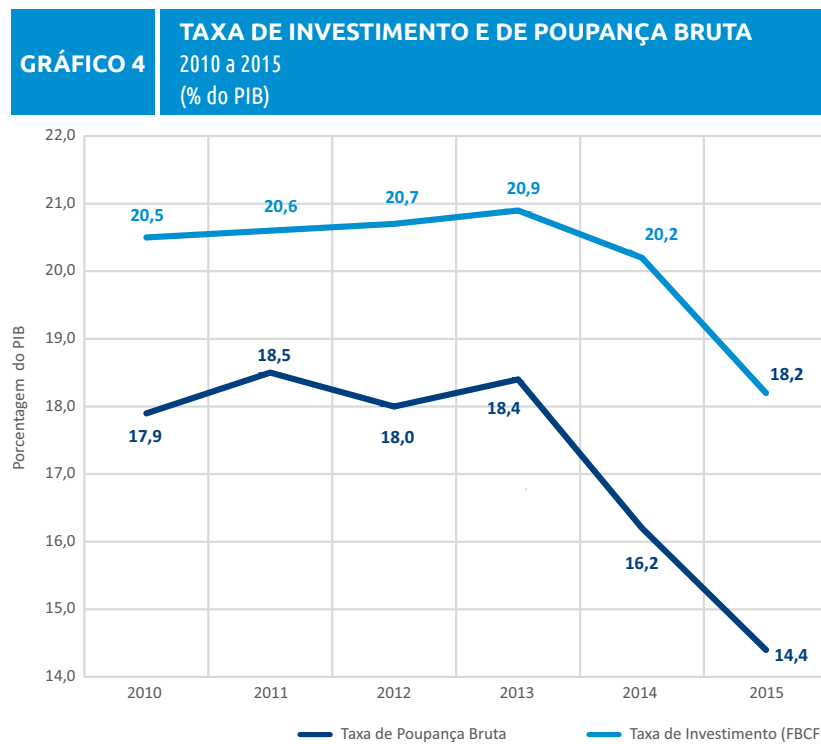
O relatório semanal Focus, do Banco Central, que reúne levantamentos realizados junto a instituições financeiras, revelou (no início de cada mês) sucessivas reduções das expectativas do mercado (mediana) em relação à expansão do PIB brasileiro em 2015: +0,15% (janeiro de 2015), 0,00% (fevereiro), -0,66% (março), -1,01% (abril), -1,20% (maio), -1,30% (junho), -1,50% (julho), -1,97% (agosto), -2,44% (setembro), -2,85% (outubro), -3,10% (novembro) e -3,50% (dezembro). No final de dezembro, as previsões do mercado em relação ao PIB de 2015 eram de -3,71% (ou seja, 3,86 pontos percentuais a menos do que no começo de janeiro) – cabe salientar que a queda do PIB calculada pelo IBGE foi até mais ampla (-3,8%).

Para 2016, a evolução das estimativas do relatório Focus é a seguinte: +0,50% (feita em janeiro de 2015), +1,50% (fevereiro), +1,40% (março), +1,10% (abril), +1,00% (maio), +1,00% (junho), +0,50% (julho), 0,00% (agosto), -0,50% (setembro), -1,00% (outubro), -1,90% (novembro) e -2,31% (dezembro) – portanto, após uma previsão de majoração do percentual do primeiro mês para o segundo, constataram-se prognósticos menos favoráveis de evolução do PIB para 2016, percentual este que declinou ainda mais no princípio de abril de 2016 (-3,77%, o que corresponde a -4,27 p.p. em relação às previsões feitas no início de janeiro de 2015). Os prognósticos do mercado quanto à expansão do PIB em 2017 declinaram de +0,86% (começo de janeiro de 2016) para +0,30% (princípio de abril de 2016).

TAXAS DE INVESTIMENTO E DE POUPANÇA BRUTA (% do PIB)

Ambas declinam desde 2013

De acordo com dados divulgados pelo IBGE, a taxa de investimento em 2015 correspondeu a 18,2% do PIB, enquanto que a de poupança bruta a 14,4%, situando-se as duas abaixo de todas das registradas desde 2010, conforme mostrado no gráfico a seguir:

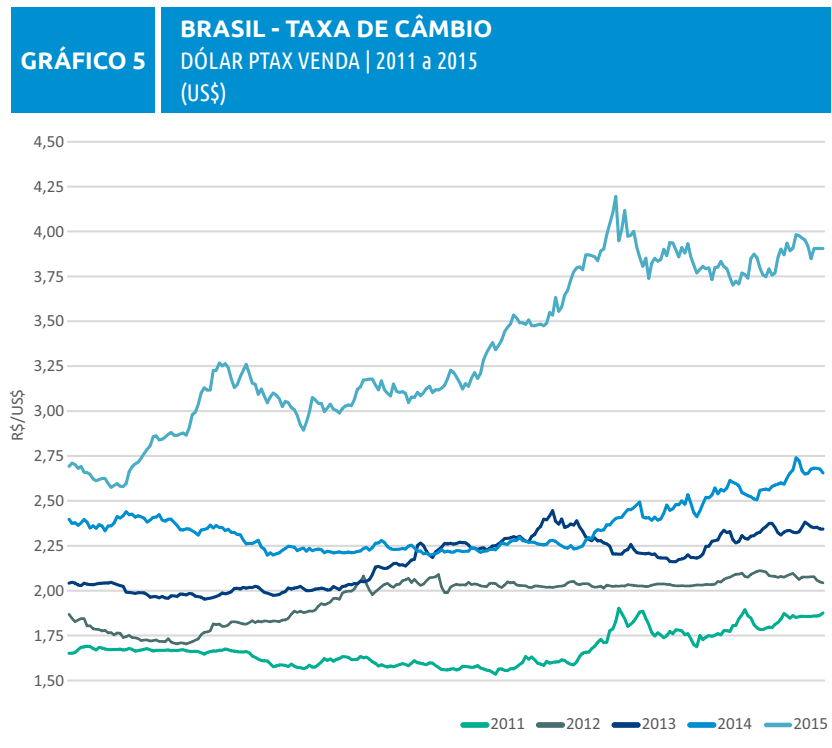


Fonte: IBGE

TAXA DE CÂMBIO

Escalada do dólar

O dólar estadunidense (PTAX - taxa média praticada no mercado interbancário, coletada e divulgada pelo Banco Central) oscilou, em 2015, entre a cotação (de venda) mínima de R\$ 2,5754/US\$ (em 22 de janeiro) à máxima de R\$ 4,1949/US\$ (em 24 de setembro), sendo a média anual de R\$ 3,3432/US\$. O gráfico seguinte mostra claramente a contínua tendência elevação das taxas desde 2011.



Fonte: Banco Central

A tabela a seguir especifica as variações anuais das cotações do dólar norte-americano em relação ao real, podendo-se constatar os seguintes crescimentos percentuais das médias anuais: 2012 (+16,77%), 2013 (+10,44%), 2014 (+8,96%) e 2015 (+42,05%). Ao se comparar as médias anuais registradas em 2011 e em 2015, verifica-se que ela praticamente dobrou.

TABELA 3 TAXA DE CÂMBIO - DÓLAR (US\$) PTAX VENDA			
Anos	Cotação R\$ / US\$		
	Máximo	Mínimo	Média Anual
2015	2,5754	4,1949	3,3432
2014	2,1974	2,7403	2,3535
2013	1,9528	2,4457	2,1599
2012	1,7024	2,1121	1,9557
2011	1,5345	1,9016	1,6748

Fonte: Banco Central

TAXA DE JUROS

Retorno ao nível de meados de 2006

A manutenção do patamar da taxa básica de juros em 14,25% a.a., por período suficientemente prolongado, é necessária no sentido de convergir a inflação para a meta no horizonte relevante da política monetária – ou seja, com o estabelecimento de taxas elevadas, o BC objetiva controlar o crédito e o consumo e, assim, frear a majoração da inflação. Vale ressaltar, entretanto, que, ao tornar o crédito mais caro, os juros altos inibem a realização de investimentos, a contratação adicional de pessoal (ou mesmo a manutenção do emprego) e, conseqüentemente, entram a retomada do crescimento da economia brasileira.

GRÁFICO 6 **BRASIL - TAXA BÁSICA DE JUROS**
 SELIC | Jan./2007 a Dez./2015
 Taxa (%)



Fonte: Banco Central

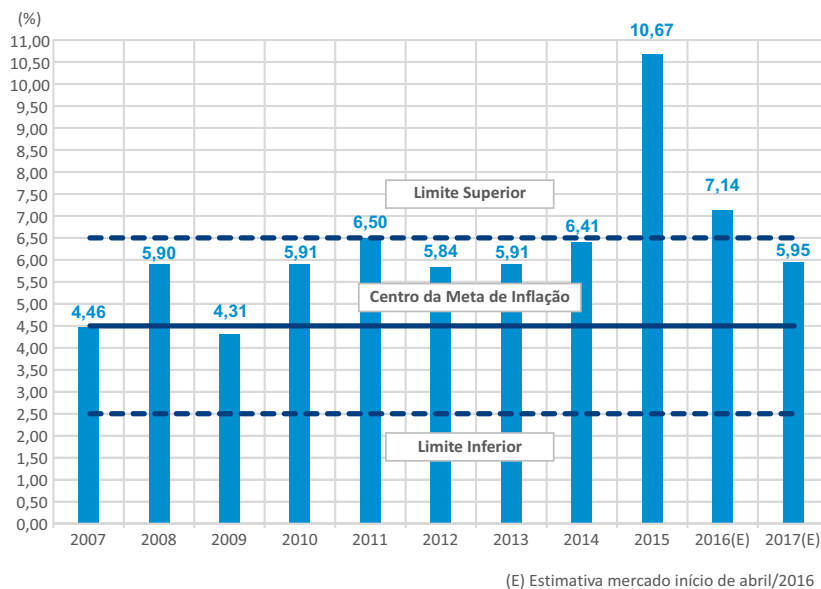
INFLAÇÃO

Acima do centro da meta desde 2010

O resultado do IPCA acumulado em 2015 (10,67%) situou-se bem acima dos 6,41% computados em 2014, constituindo-se no mais elevado índice anual, desde 2002. Considerando a relação de Grupos que compõem o Índice Geral do IPCA, comparativamente a 2014, o consumidor passou a pagar mais caro, em 2015, por todos os produtos e serviços que compõem o custo de vida, especialmente pelas despesas relativas à Habitação (que majoraram 18,31%), Alimentação e Bebidas (12,03%) e Transportes (10,16%), constituindo exceção apenas os Artigos de Residência (que subiram 5,36%). Segundo o IBGE, o maior impacto do ano foi causado pela elevação das tarifas de energia elétrica (em média, 51%) e dos combustíveis (com alta de 21,43%, em média).

De acordo com o relatório semanal Focus, do BC, a evolução (mediana), nos princípios de cada mês, das expectativas do mercado quanto ao IPCA, para 2015, elevou-se (na maior parte dos casos) desde o primeiro mês do corrente ano: 6,56% (janeiro), 7,15% (fevereiro), 7,77% (março), 8,20% (abril), 8,29% (maio), 8,46% (junho), 9,04% (julho), 9,32% (agosto), 9,29% (setembro), 9,53% (outubro), 9,99% (novembro) e 10,44% (dezembro). As previsões do mercado para o IPCA de 2015, no final de dezembro, majoraram para 10,72% (ou seja, 4,16 pontos percentuais a mais do que o antevisto no começo de janeiro, e 0,05 p.p. a mais do que o apurado pelo IBGE). No que diz respeito a 2016, as previsões feitas pelo mercado, no começo de cada mês, são discriminadas a seguir: 5,70% (janeiro de 2015), 5,60% (fevereiro), 5,51% (março), 5,60% (abril), 5,51% (maio), 5,50% (junho), 5,45% (julho), 5,43% (agosto), 5,58% (setembro), 5,94% (outubro), 6,47% (novembro) e 6,70% (dezembro). As estimativas para 2016 também aumentaram no início de abril de 2016 (para 7,14%, o que corresponde a +1,44 p.p. em relação às previsões feitas no início de janeiro de 2015), revelando perspectivas de que o IPCA deverá declinar consideravelmente, mas situar-se, ainda, em patamar superior ao teto da meta de inflação. Já para 2017, as expectativas atuais do mercado (5,95%) são de que o IPCA volte a ficar abaixo do limite superior do teto da meta (6,50%).

GRÁFICO 7 BRASIL - ÍNDICE DE PREÇOS AO CONSUMIDOR AMPLO (IPCA) - 2007 a 2017



Fontes: IBGE e Banco Central

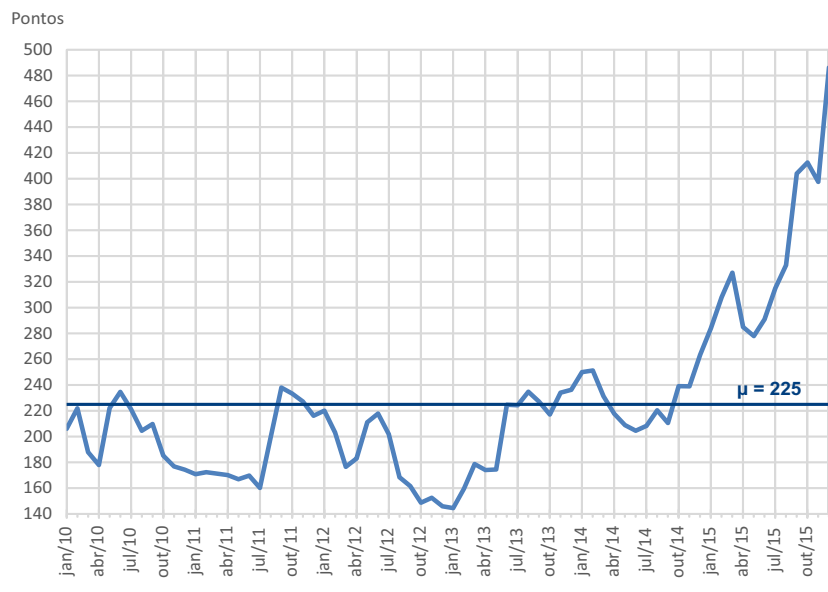
RISCO PAÍS

Em ascensão

O risco país é um termômetro da confiança do investidor estrangeiro na capacidade de um país honrar seus pagamentos e é calculado, desde 1994, com base na cotação de uma cesta de títulos brasileiros negociados no exterior. Ao longo de 2015, o risco país atingiu o nível máximo (539 pontos) no dia 21 de dezembro, e o mínimo (266 pontos) no dia 2 de janeiro, indicando variação anual de 273 pontos. No período jan./2010 a dez./2015, a média registrada é de 225 pontos, ou seja, o risco país vem se mantendo acima dessa média histórica desde outubro/2014 (inclusive), conforme se depreende do gráfico a seguir:

GRÁFICO 8

BRASIL - RISCO PAÍS
MÉDIAS DAS COTAÇÕES DIÁRIAS MENSAIS
Jan./2010 a Dez./2015



Fonte: JP Morgan

A tabela seguinte resume, num quadro comparativo, a evolução (em grande parte) crescente das médias diárias do risco-país, referentes aos anos de 2013, 2014 e 2015, bem como as cotações mínimas e máximas, e respectivas amplitudes trimestrais.

TABELA 4 | BRASIL - RISCO PAÍS - Jan.-Mar./2013 a Out.-Dez./2015

Discriminação	Risco-País (pontos)			
	Mínimo	Máximo	Amplitude	Média Diária
Out.-Dez./2015	371	539	168	433
Jul.-Set./2015	294	484	190	349
Abr.-Jun./2015	267	318	51	287
Jan.-Mar./2015	266	357	91	306
Out.-Dez./2014	238	325	87	247
Jul.-Set./2014	198	239	41	213
Abr.-Jun./2014	195	223	28	210
Jan.-Mar./2014	226	271	45	245
Out.-Dez./2013	206	257	51	229
Jul.-Set./2013	199	249	50	229
Abr.-Jun./2013	158	264	106	191
Jan.-Mar./2013	134	193	59	161

Fonte: JP Morgan EBMI+ (Emerging Markets Bonds Index Plus)

INVESTIMENTOS DIRETOS NO PAÍS

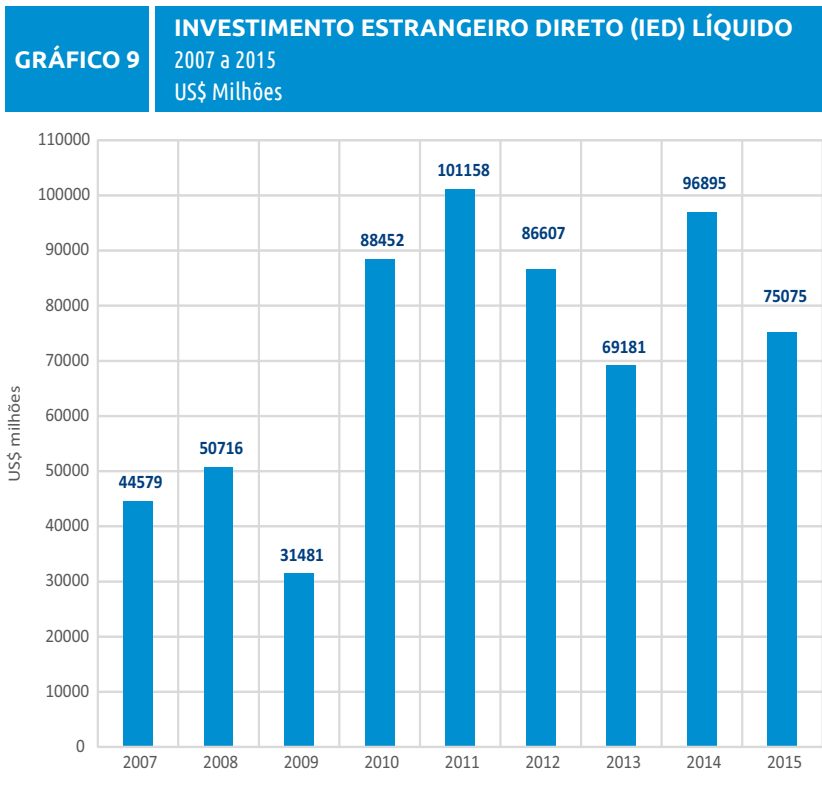
Mudanças metodológicas

Segundo comunicado e notas metodológicas do Banco Central do Brasil, a partir de abril de 2015 o BC passou a divulgar as estatísticas de setor externo da economia brasileira, em conformidade com a sexta edição do Manual de Balanço de Pagamentos e Posição Internacional de Investimento (BPM6), do Fundo Monetário Internacional (FMI). O Banco esclarece que o BPM6 incorpora desenvolvimentos econômicos e financeiros da economia mundial nos últimos quinze anos, avanços metodológicos ocorridos em tópicos específicos, e a necessidade de harmonização entre as estatísticas macroeconômicas, especialmente o Sistema de Contas Nacionais (*System of National Accounts, SNA 2008*). Dentre as mudanças conceituais do novo padrão, a Nota Metodológica nº 3, de abril de 2015, apresenta aquelas relativas ao investimento direto, em especial a substituição do princípio direcional (BPM5) pelo critério de ativos e passivos (BPM6).

Para 2010, 2011, 2012 e 2013, esses mesmos fatores relevantes foram estimados para a construção de estatísticas preliminares do Investimento Direto no País. O BC salienta, igualmente, que, em março de 2015, o IBGE também revisou a série do PIB, ao adotar o novo padrão metodológico para as contas nacionais (SNA 2008).

Superiores - em 2015 - à média da série histórica anual

Os saldos referentes aos Investimentos Estrangeiros Diretos no País (ingressos menos saídas), em 2015 (US\$ 75075 milhões) foram 22,52% inferiores aos registrados em 2014 (US\$ 96895 milhões), mas superaram em 4,90% a média computada no período 2007/2015 (US\$ 71572 milhões), conforme mostrado no gráfico a seguir.

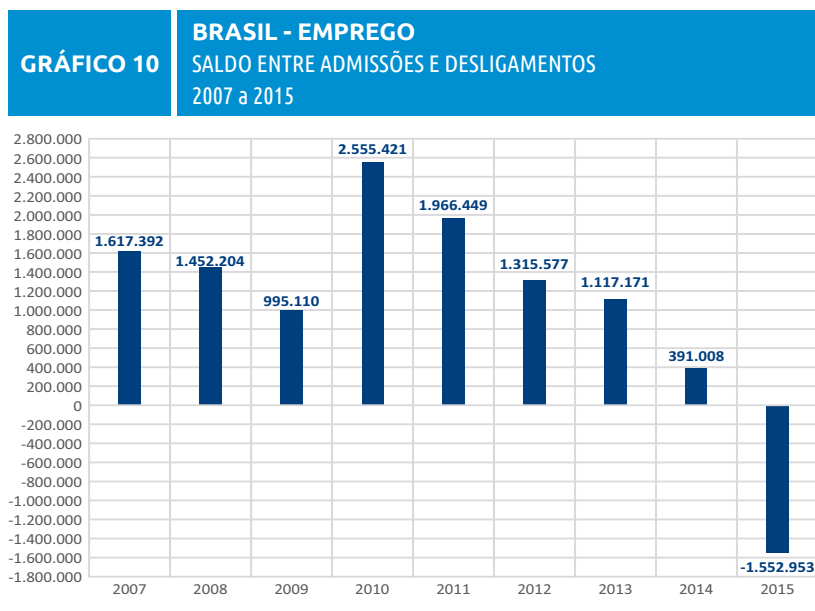


Fonte: Banco Central

MERCADO DE TRABALHO

Desligamentos superam amplamente as admissões em 2015

De acordo com dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em todo o ano de 2015, o total de admissões alcançou 17.763.119 postos de trabalho com carteira assinada, contra 19.316.072 desligamentos, gerando, portanto, um saldo negativo de 1.552.953 (ante um saldo positivo de 396.993 postos referentes a 2014) – vale salientar que se trata do pior resultado da série histórica do Caged, iniciada em 1992. O gráfico a seguir mostra o significativo declínio dos saldos entre admissões e desligamentos computados nos últimos 5 anos do período 2007/2015, valendo mencionar que o saldo líquido (negativo) de 2015 (-1.552.953) anulou a soma dos saldos positivos registrados em 2013 e 2014 (1.508.179).



Fonte: MTE (Caged)

Os saldos de postos de trabalho em 2015, segundo setores de atividade econômica, são discriminados a seguir: Indústria de Transformação (-611.599), Construção Civil (-418.789), Serviços (-278.490), Comércio (-218.765), Extrativa Mineral (-14.166), Administração Pública (-11.044), Serviços Industriais de Utilidade Pública (-8.310) e Agropecuária (+8.210).

A evolução do emprego, de acordo com o nível geográfico, em 2015, registrou os seguintes saldos líquidos: Região Norte (-100.297), Nordeste (-256.487), Sudeste (-898.074), Sul (-230.184) e Centro-Oeste (-67.911). Os saldos apurados em 2015 foram também negativos em todas as nove regiões metropolitanas pesquisadas pelo MTE: Belém (-12.331), Fortaleza (-30.121), Recife (-76.354), Salvador (-49.299), Belo Horizonte (-106.773), Rio de Janeiro (-131.026), São Paulo (-254.196), Curitiba (-47.148) e Porto Alegre (-48.490), totalizando um saldo líquido de -755.738.

03 ▶

Ambiente Econômico

Ambiente Macroeconômico Mundial	11
Ambiente Macroeconômico Brasileiro	21
Análise Econômica do Turismo	33

ANÁLISE ECONÔMICA DO TURISMO

TURISMO INTERNACIONAL EVOLUÇÃO RECENTE E EXPECTATIVAS PARA O SETOR

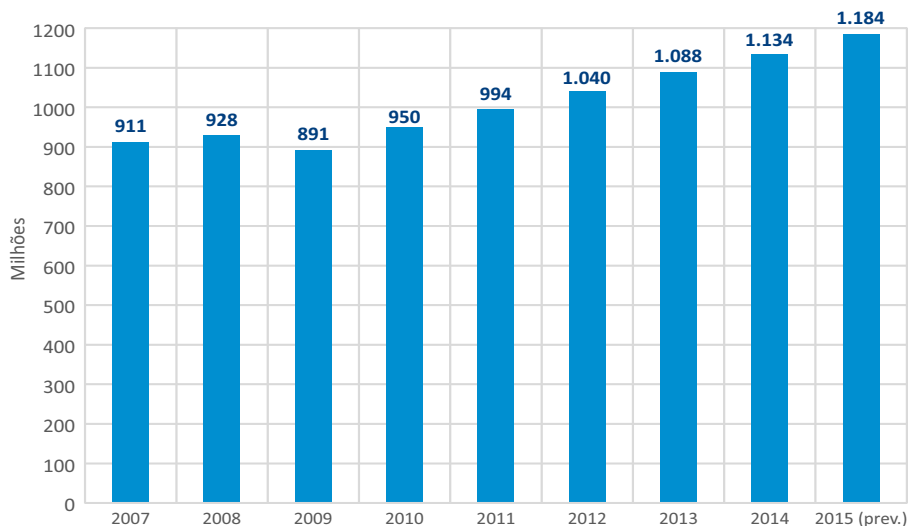
Chegadas devem ultrapassar o patamar de 1,2 bilhão em 2016

A Organização Mundial do Turismo (UNWTO) divulgou, em março/2016, a atualização dos dados da série referente à evolução das chegadas internacionais de turistas, bem como as previsões para 2015. Números preliminares revelam que as chegadas de turistas internacionais atingiram o nível recorde de 1,184 bilhão em 2015. Segundo a UNWTO, cerca de 50 milhões a mais de turistas (visitantes que pernoitam) viajaram para destinos internacionais em todo o mundo em 2015, o que corresponde a um aumento de 4,4% comparativamente a 2014. Em relação ao ano pré-crise de 2008, o acréscimo do número de chegadas ascende a cerca de 256 milhões, enquanto que o contraste com o ano 2000, revela que o total de chegadas internacionais de turistas aumentou aproximadamente 500 milhões. Os dados concernentes à evolução da série em pauta, de 2007 a 2015, são discriminados no gráfico a seguir.

GRÁFICO 11

MUNDO - CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS

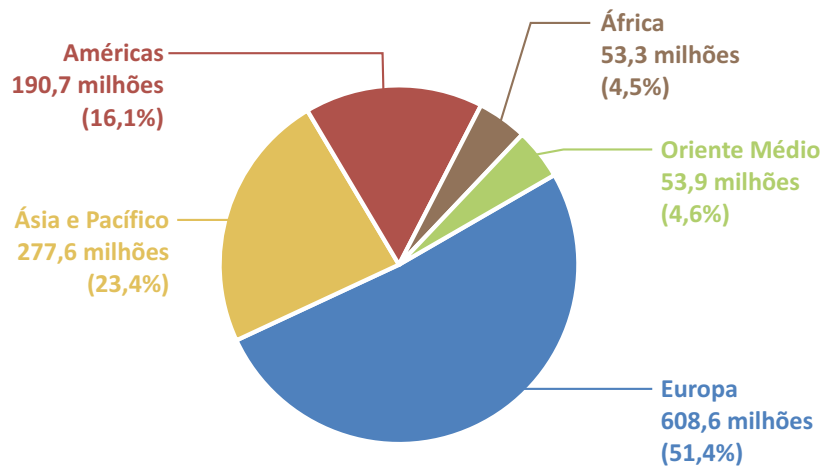
Observação de 2007 a 2014 e Previsão para 2015
EM MILHÕES



Fonte: UNWTO

Do total de 1,184 bilhão de chegadas internacionais de turistas estimadas para 2015, 608,6 milhões correspondem à Europa (28,4 milhões a mais do que em 2014), 277,6 milhões à Ásia e Pacífico (um aumento de 13,3 milhões), 190,7 milhões às Américas (um acréscimo de 9,0 milhões), 53,3 milhões à África (1,6 milhão a menos) e 53,9 milhões ao Oriente Médio (1,5 milhão a mais).

GRÁFICO 12 MUNDO - CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS POR REGIÃO (EM MILHÕES)
Previsão para 2015 (TOTAL: 1,138 bilhões de chegadas internacionais)

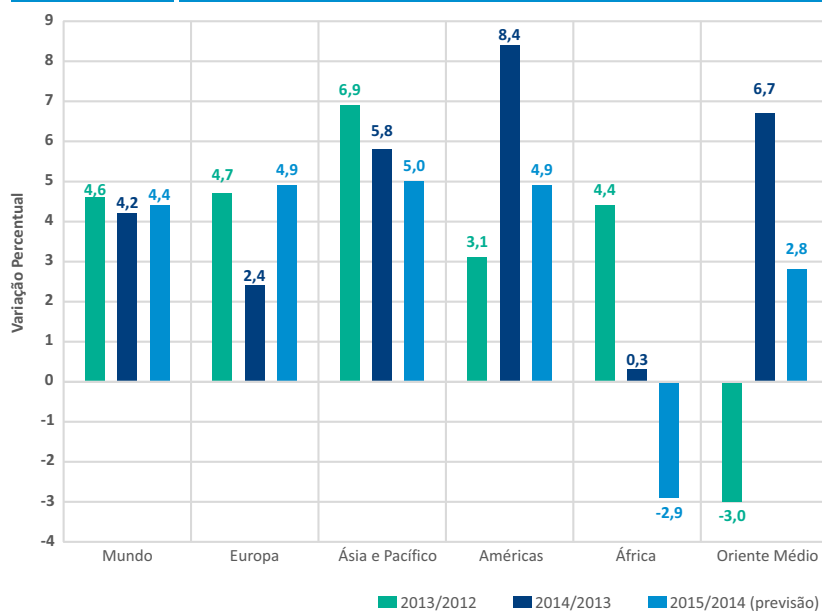


Fonte: UNWTO

As mais recentes estatísticas a respeito da evolução percentual das chegadas internacionais de turistas nos últimos três anos (mundo e grandes regiões) são mostradas no gráfico a seguir.

GRÁFICO 13

BRASIL - MUNDO - CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS POR GRANDES REGIÕES

VARIÇÃO PERCENTUAL SOBRE O ANO IMEDIATAMENTE ANTERIOR
Observação 2013/2012 e 2014/2013 e Previsão 2015/2014

Fonte: UNWTO

A evolução da variação percentual anual das chegadas internacionais, por grandes regiões, no período 2008/2014, bem como as projeções para 2015 são discriminadas na tabela a seguir (a UNWTO constantemente ressalta que tanto os dados da África quanto os do Oriente Médio devem ser vistos com cautela, pelo fato de serem “limitados e voláteis”).

TABELA 5

CHEGADAS INTERNACIONAIS DE TURISTAS

VARIÇÃO PERCENTUAL ANUAL

Mundo e Grandes Regiões

Discriminação	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2005-2014 (Média Anual Crescimento)	2015 (Previsão)	Previsão para 2016 (entre)
Mundo	+1,9	-3,9	+6,5	+4,6	+4,7	+4,6	+4,2	+3,8	+4,4	+3,5 e +4,5
Europa	+0,3	-5,1	+3,1	+6,4	+3,9	+4,8	+2,4	+2,8	+4,9	+3,5 e +4,5
Ásia e Pacífico	+1,1	-1,6	+13,2	+6,2	+7,1	+6,9	+5,8	+6,2	+5,0	+4,0 e +5,0
Américas	+2,7	-4,7	+6,3	+3,6	+4,5	+3,1	+8,4	+3,5	+4,9	+4,0 e +5,0
África	+2,9	+4,6	+9,3	-0,7	+4,6	+4,4	+0,3	+5,2	-2,9	+2,0 e +5,0
Oriente Médio	+20,0	-5,4	+13,1	-9,6	+2,2	-2,9	+6,7	+5,1	+2,8	+2,0 e +5,0

Fonte: UNWTO (World Tourism Barometer)

Resultados regionais esperados para 2015 e 2016

Segundo dados da Organização Mundial do Turismo, a Europa, região mais visitada do mundo, registrou um crescimento de quase 5% em 2015, influenciado por um euro mais fraco (vis-à-vis o dólar estadunidense, principalmente) e uma economia que vem melhorando gradualmente. A Europa Central e a Oriental (+6,1%) se recuperaram do declínio das chegadas internacionais detectado em 2014 (-6,0%). O Norte da Europa (+6,8%), o Sul do Mediterrâneo Europeu (+4,7%) e a Europa Ocidental (+3,4%) também apresentaram bons resultados, especialmente se for levado em consideração que se tratam de sub-regiões com muitos “destinos maduros” (ou seja, já há muito tempo visitados). Para 2016, o crescimento prognosticado para todo o continente europeu é de +3,5% a +4,5%.

A região da Ásia e Pacífico computou um aumento de 5,0% nas chegadas internacionais de turistas, sendo, contudo, observados resultados desiguais entre os destinos. O crescimento foi liderado pela Oceania (+7,4%) e pelo Sudeste da Ásia (+6,0%), enquanto no Nordeste e no Sul da Ásia, constatou-se expansão de +4,3% e +3,9%, respectivamente. Para 2016, o aumento vislumbrado para tal região é de +4,0% a +5,0%.

Antevê-se que os desembarques internacionais nas Américas tenham crescido +4,9% em 2015 (ante +8,4% em 2014). A valorização do dólar norte-americano estimulou a realização de viagens ao exterior, beneficiando o Caribe e a América Central, com majoração de +7,4% e +7,2%, respectivamente, em termos de chegadas internacionais. Os resultados concernentes à América do Norte e à América do Sul são mais moderados (+4,3% e +4,7%, respectivamente), após um crescimento bem mais robusto ocorrido em 2014 (+9,7% e +7,1%, respectivamente). O incremento previsto das chegadas internacionais nas Américas, em 2016, varia de +4,0% a +5,0%.

De acordo ainda com a UNWTO, os dados disponíveis para a África indicam uma diminuição de 2,9% nas chegadas internacionais, com o Norte da África revelando queda de 7,7% e a África Subsaariana, declínio de 0,1%. As chegadas de turistas internacionais no Oriente Médio cresceram 2,8 consolidando a recuperação que começou em 2014. As projeções para 2016 são de registro de expansão de +2,0% a +5,0% tanto na África quanto no Oriente Médio, devendo-se, mais uma vez, enfatizar que os dados referentes a tais regiões se caracterizam pelo alto grau de incerteza e de volatilidade.

TURISMO NO BRASIL

Revisão da série histórica

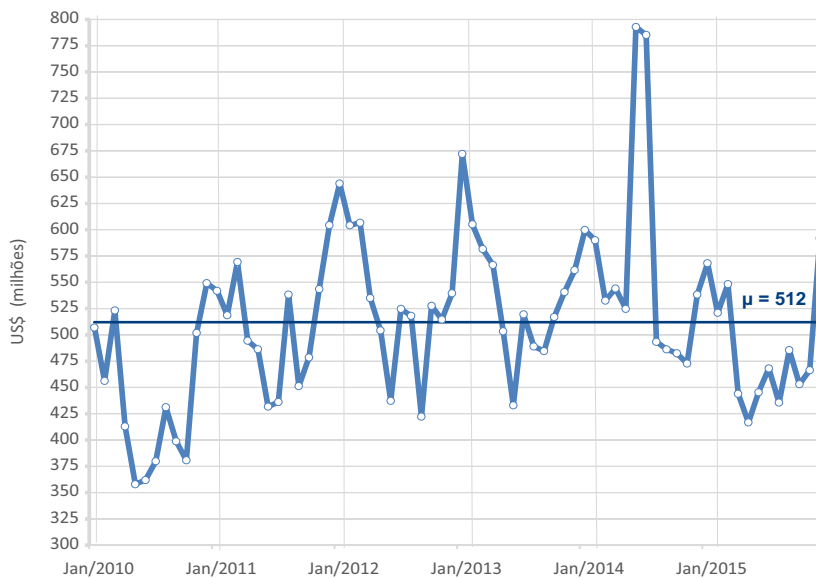
Conforme discriminado detalhadamente no BDET de abril último, os dados divulgados pelo Banco Central, referentes às contas de viagens, do balanço de pagamentos, estão sendo revisadas, de acordo com metodologia internacional. Em outubro, o BC disponibilizou os dados mensais desde o início de 2010, apresentados nos dois gráficos a seguir (receita e corrente cambial turística), cabendo lembrar que “no mais tardar até fevereiro de 2016, o Banco deverá retroagir as séries até 1947”.

GRÁFICO 14

RECEITA CAMBIAL TURÍSTICA MENSAL

Jan.2010 - Dez.2015

US\$ MILHÕES



Fonte: Banco Central

Reflexos da alta do dólar

Quanto aos gastos efetuados por turistas estrangeiros em visita ao Brasil, os mesmos totalizaram em out.-dez./2015, US\$ 1511 milhões (1,14% a mais do que os US\$ 1494 milhões auferidos no quarto trimestre de 2014). No que tange especificamente ao mês de dezembro/2015 a receita cambial referente a esses gastos totalizou cerca de US\$ 591.67 milhões correspondendo a um percentual 9,90% superior ao registrado em igual mês de 2014, quando a receita somou US\$ 538.39 milhões. No acumulado do ano de 2015, a receita cambial alcançou US\$ 5844 milhões representando um percentual 14,59% inferior ao de 2014, quando a receita detectada foi de US\$ 6843 milhões. O gráfico 15 revela que, em 2015, apenas durante quatro meses, a receita manteve-se acima da média (US\$ 512 milhões) computada no sexênio 2010/2015.

Por outro lado, a despesa cambial turística, em out.-dez./2015, alcançou US\$ 3218 milhões (46,26% inferior aos US\$ 5988 milhões referentes a igual período de 2014). No que diz respeito ao mês de dezembro/2015, em particular, tal despesa somou US\$ 1245 milhões, correspondendo a um percentual 42,27% inferior ao de idêntico mês de 2014, quando alcançou US\$ 2156 milhões. No acumulado do ano de 2015, a despesa cambial totalizou US\$ 17357 milhões, o equivalente a um percentual 32,11% inferior ao de 2014, quando a despesa totalizou US\$ 25567 milhões.

Tais dados indicam geração da redução do déficit de US\$ 4494 milhões, em out.-dez./2014, para US\$ 1707 milhões em igual trimestre de 2015. Na comparação de todo o ano de 2014 com o de 2015, a diminuição do déficit foi de US\$ 18724 milhões para US\$ 11513 milhões (-38,51%).

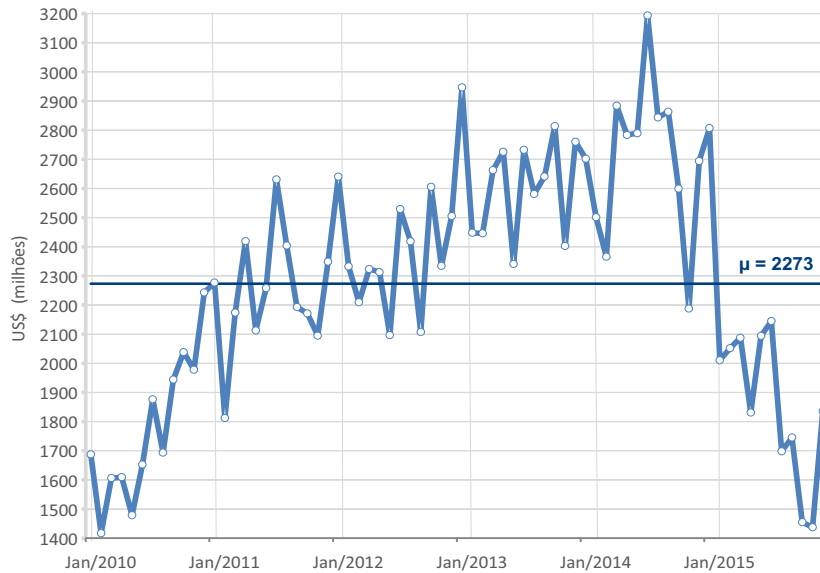
No que diz respeito à corrente cambial turística (receita mais despesa), a mesma diminuiu de US\$ 7482 milhões, no quarto trimestre de 2014, para US\$ 4729 milhões em idêntico período de 2015 (-36,80%). O gráfico 16 mostra a tendência de crescimento da corrente cambial desde o princípio de 2010, atingindo o máximo em meados de 2014 (devido, principalmente à realização do megaevento Copa do Mundo de Futebol), declinando ao longo de maior número de meses de 2015, sendo a média computada, no período de seis anos, de US\$ 2273 milhões.

GRÁFICO 15

CORRENTE CAMBIAL TURÍSTICA MENSAL

Jan.2010 - Dez.2015

US\$ MILHÕES



Fonte: Banco Central

RODOVIAS PEDAGIADAS

Índice ABCR em marcha a ré

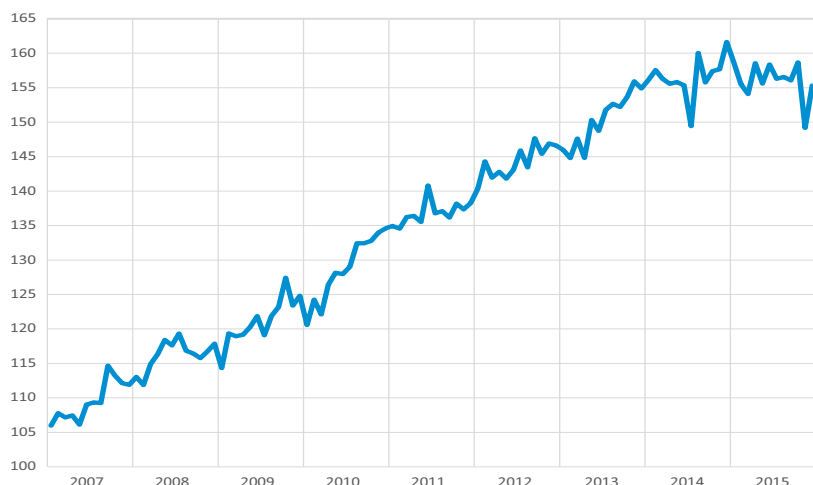
O índice ABCR de Atividade, que mede o fluxo de veículos nas estradas concedidas à iniciativa privada é produzido pela Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias, em conjunto com a Tendências Consultoria Integrada. O índice total (veículos leves e pesados) registrou queda de 1,8% em 2015, na comparação com 2014. No período, o fluxo de veículos pesados caiu 6,0% e o movimento de leves recuou 0,4%. Tal Associação ressalta o fato de que o resultado anual do índice reflete o cenário de 2015: queda do consumo, da renda, da produção industrial (e conseqüente menor movimento de caminhões nas estradas) e do aumento na taxa de desemprego.

E o mesmo aconteceu com veículos leves (carros de passeio) – vale enfatizar que os postos de gasolina repassam aos consumidores os custos de toda a cadeia do combustível, sendo a composição de preços a seguinte: 31% referem-se aos custos de operação da Petrobrás concernentes à produção, 10% à cobrança de impostos pela União (CIDE, PIS/Cofins), 28% ao imposto estadual (ICMS), 15% ao custo do etanol adicionado à gasolina, e 16% à distribuição e revenda.

Já na comparação dos dados de dezembro com novembro/2015 (especificamente), o indicador (com ajuste sazonal) apresentou avanço de 3,2% no movimento total, e majoração de 0,4% e 4,1% no fluxo de veículos pesados e leves, respectivamente. A ABCR destaca ser importante explicar que, em novembro, foi registrada uma queda muito acentuada no fluxo de veículos leves, o que gerou uma base de comparação muito fraca, especialmente para veículos leves, havendo necessidade que os resultados positivos de dezembro sejam relativizados, pois decorrem, em grande parte, de um efeito estatístico. Já o contraste de dezembro/2015 com idêntico mês de 2014 revela queda de 3,9% no movimento geral, com redução de 5,4% no fluxo de veículos pesados e de 3,5% no de leves, ou seja, com a queda da atividade econômica, os motoristas (como um todo) começaram a “pisar no freio”. A série do fluxo total de veículos leves em rodovias pedagiadas, de 2007 a 2015, com ajuste sazonal, é mostrada no gráfico a seguir:

GRÁFICO 16

BRASIL - FLUXO TOTAL DE VEÍCULOS EM RODOVIAS PEDAGIADAS
 NÚMEROS ÍNDICES - SÉRIE DESSAZONALIZADA - EVOLUÇÃO MENSAL
 JAN.2007/DEZ.2015



Fonte: ABCR

TRANSPORTE AÉREO

Forte turbulência

Segundo dados divulgados pela Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABEAR), a demanda doméstica caiu 7,9% em novembro de 2015, na comparação com o mesmo mês de 2014, registrando o quarto mês sucessivo de quedas. Ressalta-se que tal recuo é reflexo direto do enfraquecimento da economia, o qual está reduzindo a frequência das viagens corporativas e de turismo, ao mesmo tempo em que o dólar em alta eleva custos de itens essenciais para a aviação, como o querosene, que é cotado na moeda norte-americana. Além disso, enfatiza-se o fato de que as reuniões de negócios e eventos corporativos – que eram motivo cerca de dois terços das viagens domésticas realizadas no país – caíram pela metade em 2015, devido à desaceleração econômica.

Igualmente merecem destaque as perspectivas de ocorrência de novos declínios em 2016, as companhias serão obrigadas a reduzir o número de voos para destinos domésticos (por exemplo, um determinado destino que hoje é servido por nove voos, poderia passar a ter sete, uma vez que, com a redução da demanda, o custo do transporte torna-se insustentável) - no Brasil, 40% do valor de cada passagem paga é destinado ao custo do querosene de aviação, enquanto que no exterior, a média é de 28%.

Outro problema relevante é a cobrança de tributos regionais sobre o querosene de aviação, a qual ressalta que o país é o único país onde o Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), de 12%, incide nos voos domésticos, e que, pelo fato de haver acordos signatários do Brasil com outros países, as empresas brasileiras não pagam esse imposto no exterior, enquanto que as companhias internacionais também não são taxadas aqui, o que faz com que as empresas estrangeiras acabem tendo vantagens competitivas.

SONDAGEM DE INTENÇÃO DE VIAGEM

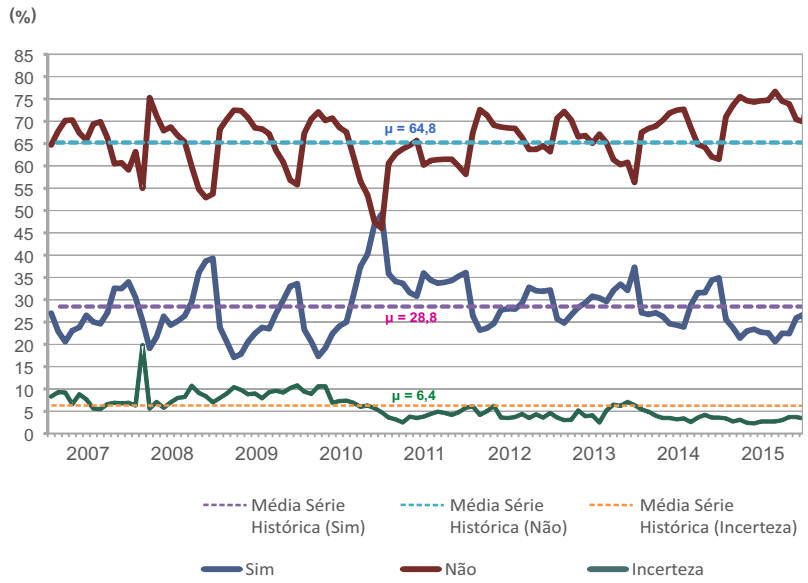
Ampla preferência por viagens nacionais

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.

Detectou-se, em out.-dez./2015, que os percentuais de informação positiva de disposição de viajar nos próximos seis meses variaram do mínimo de 22,4% ao máximo de 26,7%, enquanto que no mesmo período de 2014 a variação foi de 31,6% a 34,9%. Cabe ressaltar que ao longo de todo o ano de 2015 as intenções positivas de viagem situaram-se abaixo da média de toda a série histórica correspondente (28,8%), a qual reúne estatísticas desde setembro/2005. O dado mais recente de intenção positiva de viajar nos próximos seis meses revela majoração desse percentual de novembro (25,9%) para dezembro/2015 (26,7%).

É importante destacar que, no decorrer de 2015, detectou-se, de modo geral, amplo predomínio da intenção de viagens pelo Brasil em relação ao propósito de realização de viagens para o exterior, em todas as segmentações da pesquisa (intervalos de renda, faixa etária, grau de instrução, local de residência e gênero dos informantes).

GRÁFICO 17 **SONDAGEM DE EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR**
INTENÇÃO DE VIAGEM
 Jan.2007 / Dez.2015



Fontes: FGV e MTur

04 ▶

Resultados Consolidados

Resultados de 2015

45

Perspectivas para 2016

51

RESULTADOS DE 2015

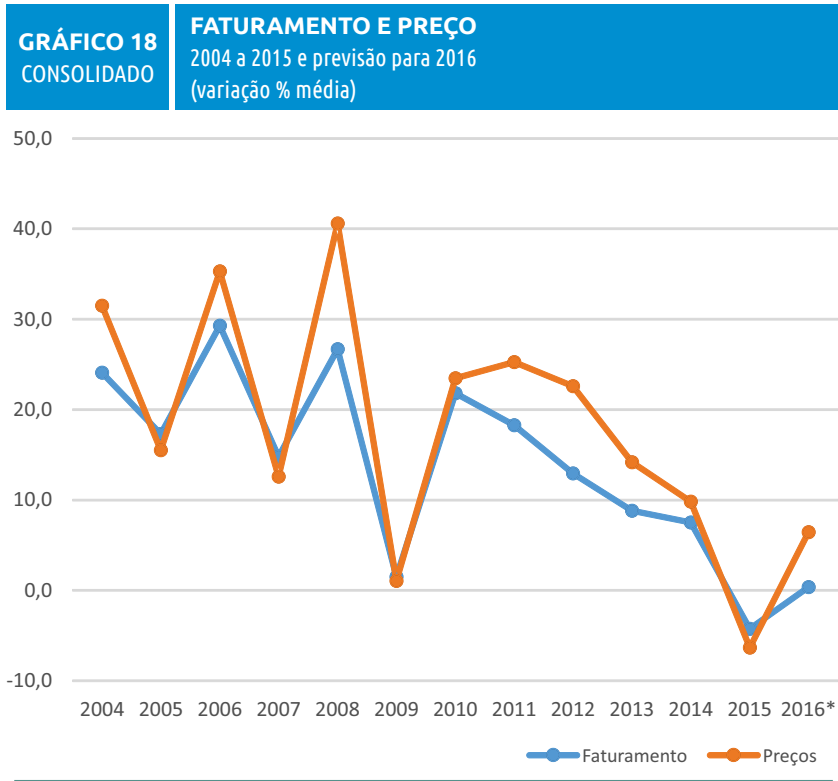
No que concerne ao **faturamento** auferido em 2015 (comparado ao de 2014), o setor de turismo como um todo apresentou a seguinte evolução: 30% do mercado consultado indicaram ocorrência de majoração; 13%, inalterabilidade; e 57%, diminuição – o saldo de respostas (representado pela diferença entre as assinalações de aumento e as de queda) foi de -27%, com variação média anual de -4,2%.

TABELA 6 | EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO 2015/2014 (%)
CONSOLIDADO | SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO DO TURISMO

Segmento de Turismo	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo
Consolidado	30	13	57	-27
Agências de Viagens	10	34	56	-46
Locadoras de Automóveis	38	45	17	21
Meios de Hospedagem	41	28	31	10
Operadoras de Turismo	60	0	40	20
Organizadoras de Eventos	17	0	83	-66
Promotores de Feiras	16	0	84	-68
Transporte Aéreo	20	0	80	-60
Transporte Rodoviário	29	0	71	-42
Turismo Receptivo	32	9	59	-27

Fontes: FGV e MTur

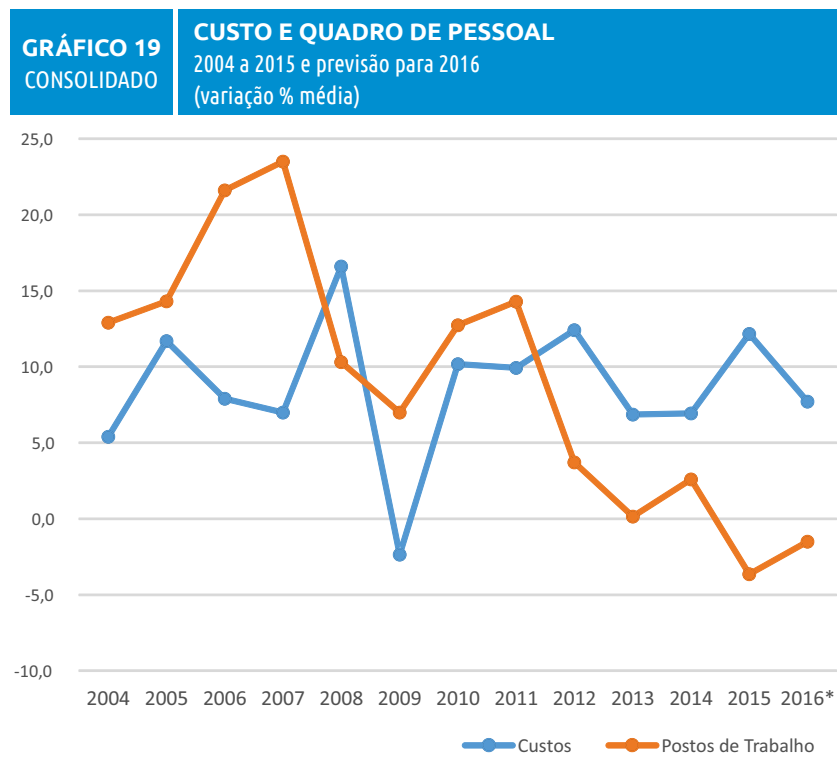
Conforme pode-se constatar na tabela acima, somente três ramos apresentaram saldos de respostas positivos de faturamento em 2015 (em confronto com 2014) foram: locadoras de automóveis (+21%), operadoras de turismo (+20%) e meios de hospedagem (+10%). Os demais revelaram elevados saldos negativos, destacadamente: promotores de feiras (-68%), organizadoras de eventos (-66%) e transporte aéreo (-60%). Portanto, trata-se de resultado (de modo geral) desfavorável para o setor de turismo, com 6 segmentos (entre 9) registrando saldos de respostas inferiores a -26%.



Fonte: FGV e MTur
Nota: (*) Previsão

A **variação média do faturamento** referente ao resultado consolidado do setor de turismo registrou -4,2% em 2015, em contraste com 2014, sendo o pior resultado da série histórica do estudo, como demonstrado no gráfico acima. Destaca-se, na tabela 7, o fato de apenas dois segmentos terem apresentado saldo positivo de variação média do faturamento auferido (ainda assim de pouca magnitude): locadoras de automóveis (+2,1%) e meios de hospedagem (+1,7%). Os menores percentuais de variação média foram apurados em promotores de feiras (-20,4%) e organizadoras de eventos (-17,9%).

Em 2015, as mais elevadas **variações médias de preços** em relação a 2014 (-2,1% no consolidado do setor de turismo) foram constatadas nos segmentos operadoras de turismo (+7,6%) e transporte rodoviário (+5,2%), enquanto que menores percentuais foram detectados nos ramos turismo receptivo (-12,8%), agências de viagens (-9,9%) e transporte aéreo (-8,2%), o que significou a segunda maior queda do indicador na série histórica da pesquisa.



Fonte: FGV e MTur
Nota: (*) Previsão

Entre as **variações médias de custos** (+12,2% no resultado consolidado do setor de turismo), verificaram-se maiores aumentos, em 2015, nos segmentos turismo receptivo (16,8%), transporte aéreo (+15,1%) e meios de hospedagem (+14,6%), sendo constatadas menores variações de custos em transporte rodoviário (-0,8%) e organizadoras de eventos (+5,0%), resultando em um dos maiores aumentos do indicador desde 2004, como consta o gráfico 19.

No que tange às **variações médias de postos de trabalho** (-3,6% no resultado consolidado em 2015), vale salientar que saldo positivo foi computado somente no ramo locadoras de automóveis (+3,6%), sendo os mais amplos registros negativos apurados nos ramos operadoras de turismo (-12,6%), agências de viagens (-9,6%) e turismo receptivo (-9,4%), como mostra a tabela 7. Com isso, este indicador atingiu seu pior resultado na série histórica na pesquisa, como ilustrado no gráfico 19.

TABELA 7		VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL DOS PRINCIPAIS INDICADORES			
CONSOLIDADO		POR SEGMENTO DE TURISMO (%) - 2015/2014			
Segmento de Turismo	Faturamento	Preços	Custos	Quadro de Pessoal	
Consolidado	-4,2	-2,1	12,2	-3,6	
Agências de Viagens	-5,0	-9,9	12,3	-9,6	
Locadoras de Automóveis	2,1	-0,6	5,9	3,6	
Meios de Hospedagem	1,7	2,7	14,6	-2,7	
Operadoras de Turismo	-1,1	7,6	11,0	-12,6	
Organizadoras de Eventos	-17,9	4,2	5,0	-4,3	
Promotores de Feiras	-20,4	4,6	10,7	-6,9	
Transporte Aéreo	-7,5	-8,2	15,1	-1,3	
Transporte Rodoviário	-7,4	5,2	-0,8	-2,6	
Turismo Receptivo	-9,3	-12,8	16,8	-9,4	

Fontes: FGV e MTur

TABELA 8 CONTRASTE ENTRE AS VARIAÇÕES MÉDIAS DO FATURAMENTO E DOS PREÇOS - 2015/2014 CONSOLIDADO SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO (%)

Indicadores	Faturamento em 2015			Preços em 2015		
	Variação Média Anual Prevista	Variação Média Anual Observada	Diferença (p.p.)	Variação Média Anual Prevista	Variação Média Anual Observada	Diferença (p.p.)
Consolidado	4,1	-4,2	-8,3	2,1	-2,1	-4,2
Agências de Viagens	8,7	-5,0	-13,7	0,0	-9,9	-9,9
Locadoras de Automóveis	6,0	2,1	-3,9	0,0	-0,6	-0,6
Meios de Hospedagem	7,9	1,7	-6,2	5,9	2,7	-3,2
Operadoras de Turismo	8,7	-1,1	-9,8	1,2	7,6	6,4
Organizadoras de Eventos	5,9	-17,9	-23,8	3,0	4,2	1,2
Promotores de Feiras	-7,6	-20,4	-12,8	2,7	4,6	1,9
Transporte Aéreo	...	-7,5	-8,2	...
Transporte Rodoviário	3,4	-7,4	-10,8	4,7	5,2	0,5
Turismo Receptivo	1,6	-9,3	-10,9	6,5	-12,8	-19,3

Fontes: FGV e MTur

Nota: (...) Dado numérico não disponível

TABELA 9 CONTRASTE ENTRE AS VARIAÇÕES MÉDIAS DOS CUSTOS E DO QUADRO DE PESSOAL - 2015/2014 CONSOLIDADO SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO (%)

Indicadores	Custos em 2015			Quadro de Pessoal em 2015		
	Variação Média Anual Prevista	Variação Média Anual Observada	Diferença (p.p.)	Variação Média Anual Prevista	Variação Média Anual Observada	Diferença (p.p.)
Consolidado	2,9	12,2	9,2	0,9	-3,6	-4,6
Agências de Viagens	-2,1	12,3	14,4	-0,9	-9,5	-8,6
Locadoras de Automóveis	2,2	5,9	3,7	-1,0	3,6	4,6
Meios de Hospedagem	7,5	14,6	7,1	4,3	-2,8	-7,1
Operadoras de Turismo	3,5	11,0	7,5	0,1	-12,6	-12,7
Organizadoras de Eventos	12,9	5,0	-7,9	7,5	-4,3	-11,8
Promotores de Feiras	7,2	10,7	3,5	-1,4	-6,9	-5,5
Transporte Aéreo	...	15,1	-1,3	...
Transporte Rodoviário	5,7	-0,8	-6,5	0,7	-2,6	-3,3
Turismo Receptivo	10,5	16,8	6,3	-0,5	-9,3	-8,8

Fontes: FGV e MTur

Nota: (...) Dado numérico não disponível

04 ▶

Resultados Consolidados

Resultados de 2015

45

Perspectivas para 2016

51

PERSPECTIVAS PARA 2016

As opiniões dos empresários em relação aos negócios a serem realizados em 2016 mostram-se divididas: 40% prognosticam majoração do faturamento comparativamente a 2015, 29% estabilidade, e 31% diminuição, gerando um saldo de respostas de 9% (o qual corresponde à estabilidade), com variação média anual de -1,5%.

A tabela seguinte revela que os ramos que registram perspectivas de mais elevados saldos de ampliações do **faturamento** são os seguintes: locadoras de automóveis (+98%), transporte rodoviário (+66%), meios de hospedagem (+54%) e operadoras de turismo (+45%). Por outro lado, os menores saldos de estimativas de evolução do faturamento são os apurados nos segmentos: transporte aéreo (-63%) e organizadoras de eventos (-27%).

TABELA 10 EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO 2016/2015
CONSOLIDADO SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO DO TURISMO

Segmento de Turismo	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo
Consolidado	40	29	31	9
Agências de Viagens	36	34	30	6
Locadoras de Automóveis	99	0	1	98
Meios de Hospedagem	60	34	6	54
Operadoras de Turismo	65	15	20	45
Organizadoras de Eventos	33	7	60	-27
Promotores de Feiras	39	61	0	39
Transporte Aéreo	0	37	63	-63
Transporte Rodoviário	83	0	17	66
Turismo Receptivo	50	8	42	8

A tabela a seguir destaca como mais elevadas previsões de **variações médias do faturamento** a ser auferido em 2016 (+0,4% no resultado consolidado do setor de turismo, comparativamente a 2015), as estimadas pelos segmentos locadoras de automóveis (+9,6%), turismo receptivo (+8,3%) e transporte rodoviário (+6,6%). De modo diverso, os menores saldos são detectados nas previsões referentes aos ramos transporte aéreo (-7,1%) e organizadoras de eventos (-4,0%).

Os mais elevados prognósticos de **variações médias de preços** (+6,1% no resultado consolidado) foram constatados nos segmentos transporte aéreo (+10,2%) e meios de hospedagem (+6,6%), sendo os menores percentuais de estimativas de reajuste de preços identificados nos ramos turismo receptivo (-1,6%) e operadoras de turismo (-0,8%).

Entre as estimativas de **variações médias de custos** (+7,7% no resultado consolidado), verificaram-se perspectivas de maiores aumentos nos segmentos turismo receptivo (+15,2%), operadoras de turismo (+10,8%) e transporte rodoviário (+10,1%), sendo o menor percentual de incremento previsto pelo ramo organizadoras de eventos (+0,2%).

Finalmente, no que concerne aos prognósticos de **variações médias de postos de trabalho** (-1,5% no resultado consolidado), destacam-se as computadas em locadoras de automóveis (+16,2%), sendo o mais baixo percentual referente às previsões, para 2016, de variação média registrado no segmento promotores de feiras (-13,8%).

TABELA 11 VARIÇÃO MÉDIA ANUAL DOS PRINCIPAIS INDICADORES CONSOLIDADO POR SEGMENTO DE TURISMO (%) - 2016/2015

Segmento de Turismo	Faturamento	Preços	Custos	Quadro de Pessoal
Consolidado	0,4	6,1	7,7	-1,5
Agências de Viagens	2,5	3,1	8,1	-2,3
Locadoras de Automóveis	9,6	3,0	4,5	16,2
Meios de Hospedagem	5,0	6,6	9,7	-1,4
Operadoras de Turismo	0,8	-0,8	10,8	-3,6
Organizadoras de Eventos	-4,0	3,7	0,2	3,2
Promotores de Feiras	3,1	0,8	3,2	-13,8
Transporte Aéreo	-7,1	10,2	5,8	-3,3
Transporte Rodoviário	6,6	4,6	10,1	-0,7
Turismo Receptivo	8,3	-1,6	15,2	2,1

Fontes: FGV e MTur

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

Expectativa de conquista de novos clientes, e investimentos já realizados em tecnologia, serviços e na área comercial (visando à conquista de novos negócios, além do incremento dos atuais).



Operadoras de Turismo

Jogos Olímpicos, redirecionamento dos produtos para consumidores que migraram para pacotes domésticos e mantiveram os gastos comparados as viagens internacionais.



Locadoras de Automóveis

Aumento do turismo doméstico e uma atuação mais intensa no mercado de pessoas físicas com uma mudança de comportamento do brasileiro, passando a ter mais o hábito de alugar veículos.



Transporte Rodoviário

Reajustes tarifários a serem concedidos pelos órgãos reguladores.



Meios de Hospedagem

Aumento da demanda nacional, e também na vinda de turistas estrangeiros no período dos jogos Olímpicos.



Turismo Receptivo

Na maior visibilidade do País no exterior em consequência dos Jogos Olímpicos, aumento da demanda de turistas para o destino Brasil.

Por outro lado, são listados, a seguir, apenas os segmentos que mencionaram relevantes **razões que poderão inibir o desenvolvimento dos negócios em 2016**.



Organizadoras de Eventos

Momento econômico instável do País.



Transporte Aéreo

Redução da oferta de voos.

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101



AGÊNCIAS DE VIAGENS

PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Quanto à segmentação do mercado em 2015, a procura por destinos nacionais representou 67% das vendas realizadas pelas agências pesquisadas, enquanto 33% corresponderam à demanda por destinos internacionais – a desvalorização do real frente ao dólar é o grande responsável para o aumento das viagens para destinos nacionais.

RESULTADOS DE 2015

Atingiu 95% a parcela do mercado de agências de viagens, que considerou o **desempenho da economia brasileira**, em 2015, inferior ao de 2014, enquanto que 5% julgaram-no equivalente, ou seja, nenhuma das empresas pesquisadas opinou ter sido a performance superior – logo, o saldo de respostas (correspondente à diferença entre as assinalações de aumento e as de queda) foi de -95%, indicando percepção de evolução muito menos satisfatória. No que concerne ao seu **próprio mercado de atuação**, as empresas desse segmento informaram ter ocorrido expansão, em 2015 (comparativamente a 2014), em somente 6% do mercado, inalterabilidade em 5% e retração em 89% (saldo de -83%), indicando, igualmente, desempenho bem menos favorável.

Maior **faturamento** em 2015 (em relação a 2014) foi detectado em 10% do mercado de agências de viagens, enquanto que 34% acusaram estabilidade e 56%, decréscimo, resultando num saldo de -46%, com variação média de -5,0%. Dentre as razões que justificam a redução do faturamento, foram ser mencionadas o momento econômico desfavorável, o aumento dos custos operacionais e a redução do número de viagens corporativas.

TABELA 12

AGÊNCIA DE VIAGENS - VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES
SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	10	34	56	-46	-5,0
Preços	16	43	41	-25	-9,9
Custos	91	0	9	82	12,3
Quadro de Pessoal	0	9	91	-91	-9,6

Fontes: FGV e MTur

Constatou-se, em 2015, majoração de **preços** para 16% do mercado, inalterabilidade para 43% e queda para 41% (saldo de -25%), com variação média de -9,9%. No que diz respeito aos **custos**, a elevação média, apontada por 91% do mercado pesquisado, atingiu 12,3%, sendo atribuída, em grande parte, aos gastos com mão de obra (aumento salarial e dissídio).

A inesperada evolução insatisfatória dos negócios, em 2015, induziu empresários a reduzirem o **quadro de pessoal**: nenhuma assinalação de aumento, 9% de inalterabilidade e 91% de diminuição (saldo de -91%, com variação média total de -9,6%). Quanto ao **grau de instrução dos funcionários** das empresas consultadas, detectou-se que 59% possuem nível superior completo, 35% o médio completo e 6%, o fundamental completo.

A parcela do mercado de agências de viagens que realizou **investimentos** ao longo de 2015 alcançou 90%, em percentual equivalente a 7,5% do faturamento global. **As áreas / atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos** realizados pelas empresas desse segmento em 2015 foram as de adoção de novas tecnologias e de treinamento de pessoal.

TABELA 13

AGÊNCIAS DE VIAGENS
PARCELA DO MERCADO QUE REALIZOU INVESTIMENTOS EM 2015,
SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES:

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Adoção de novas tecnologias	98
Treinamento de pessoal	58

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis ao desenvolvimento dos negócios

O aumento da demanda doméstica, os investimentos realizados em tecnologia da informação, bem como a atual intensificação de campanhas de marketing e promoção de vendas (visando a atração de novos clientes) **são aspectos propícios à expansão dos negócios.**

Principais entraves à expansão dos negócios

Como ponto desfavorável à expansão do faturamento pode ser ressaltado o desempenho insatisfatório da economia brasileira, a alta do dólar frente ao real. A tecnologia também pode ser um fator limitador dos negócios, na medida em que as agências on-line vêm acirrando a concorrência do segmento.

PERSPECTIVAS PARA 2016

Dois terços do mercado de agências de viagens (precisamente 67%) estimam que o **desempenho da economia brasileira**, em 2016, será igual ao de 2015, enquanto que para 28% será inferior e para apenas 5%, superior (logo, saldo de -23%). Já em relação ao **seu próprio mercado de atuação**, a perspectiva é de predomínio de retração: 5% de assinalações de prognósticos de ampliação, 54% de inalterabilidade e 41% de redução (saldo de -36%).

As opiniões dos empresários consultados quanto ao **faturamento** mostram-se divididas em relação a 2016: 36% do mercado prognosticam expansão, 34% estabilidade e 30%, queda, gerando um saldo de 6% (o qual corresponde à estimativa de estabilidade), com uma variação média de 2,5%, em função principalmente da expectativa de conquista de novos clientes e dos investimentos já realizados em tecnologia, serviços e na área comercial (visando à conquista de novos negócios, além do incremento dos atuais).

TABELA 14

AGÊNCIA DE VIAGENS - VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2016/2015

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	36	34	30	6	2,5
Preços	29	71	0	29	3,1
Custos	87	13	0	87	8,1
Quadro de Pessoal	13	58	29	-16	-2,3

Fontes: FGV e MTur

Tal perspectiva de evolução indesejada dos negócios deverá induzir a redução do **nível de emprego** em 2016: enquanto que 13% do mercado respondente prognosticam elevação, 58% acreditam na ocorrência de inalterabilidade, e 29% em redução, gerando saldo de -16%, com variação média de -2,3%. Por outro lado, a previsão é a de que os **custos** continuarão aumentando (saldo de 87%, com variação média de 8,1%), e de que os **preços** praticados pelas empresas também serão majorados em relação a 2015 (saldo de 29%, com variação média de 3,1%).

Com relação especificamente aos **investimentos**, as empresas pesquisadas manifestaram intenção de investir 3,5% do seu faturamento global em 2016, percentual inferior ao investido em 2015 (6,1%). **As áreas/atividades que continuarão a ser beneficiadas prioritariamente pelos investimentos** a serem realizados pelas empresas desse segmento em 2016 são as seguintes: adoção de novas tecnologias e treinamento de pessoal.

TABELA 15		AGÊNCIAS DE VIAGENS PARCELA DO MERCADO QUE PRETENDE INVESTIR EM 2016, SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES	
Áreas de Investimento		Distribuição (%)	
Adoção de novas Tecnologias		100	
Treinamento de pessoal		71	

Fontes: FGV e MTur

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101

LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Grandes empresas estão presentes em quase todas as Unidades da Federação, sendo de aproximadamente 198 mil veículos a frota total estimada para 2016. O número de agências ou lojas no Brasil das locadoras de automóveis participantes da pesquisa somou 809 em 2015, com previsão de poucas agências a mais para 2016. O total de diárias vendidas em 2015 foi de, aproximadamente, 18,9 milhões, estimando-se que atingirá cerca de 19,2 milhões em 2016.

RESULTADOS DE 2015

Todas as empresas do mercado de locadoras de automóveis consultado consideram o **desempenho da economia brasileira**, em 2015, inferior ao de 2014. Em relação ao **seu próprio mercado de atuação**, os negócios foram piores para 62% do mercado (em 2015), enquanto que 38% julgaram-nos equivalentes aos registrados em 2014.

Confirmando expectativas empresariais, a maior parcela das locadoras de automóveis consultadas acusou elevação do **faturamento** em 2015, comparativamente a 2014: 38% de assinalações de majoração, 45% de estabilidade e 17% de queda - o saldo de respostas (correspondente à diferença entre as assinalações de aumento e as de diminuição) foi de 21%, com variação média de 2,1%. O principal **fator destacado que impactou na majoração do faturamento** do mercado foi o aumento o do turismo doméstico, a qual proporcionou um aumento na quantidade de vendas de diárias. Como principal **fator inibidor da expansão ainda mais ampla do faturamento** foi citada a redução da demanda pelo segmento corporativo em consequência da crise econômica.

TABELA 16

LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS - VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	38	45	17	21	2,1
Preços	14	41	45	-31	-0,6
Custos	85	0	15	70	5,9
Quadro de Pessoal	83	0	17	66	3,6

Fontes: FGV e MTur

Parcela diminuta do aumento de **custos** (informado por 85% do mercado, com incremento médio de 5,9% em 2015) foi repassada aos **preços** praticados pelo segmento em pauta (os quais declinaram, registrando saldo de -31%, com variação média de -0,6%). A elevação dos custos das locadoras de automóveis ocorreu principalmente em virtude das despesas gerais (como as de aluguel de escritórios, entre outras) e do custo de pessoal, os quais foram pressionados pela inflação, em 2015.

O aquecimento dos negócios ocorrido em 2015 induziu a majoração do **quadro de pessoal** em contraste com 2014 (saldo de 66%, com variação média de 3,6%).

No que diz respeito ao **grau de instrução** dos funcionários das empresas pesquisadas, detectou-se que 29% possuem nível superior completo, 40% o médio completo e 31%, o fundamental completo.

Praticamente todo o mercado de locadoras de automóveis pesquisado (exatamente 99%) realizou **investimentos** em 2015, sendo de 17,2% o percentual de recursos destinados em relação ao faturamento global. **As áreas / atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos** realizados pelas empresas desse segmento em 2015 são as seguintes: ampliação e/ou renovação da frota, abertura de novas unidades e adoção de novas tecnologias.

TABELA 17

LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS
 PARCELA DO MERCADO QUE REALIZOU INVESTIMENTOS EM 2015,
 SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Ampliação e/ou renovação da frota	100
Abertura de novas unidades	46
Adoção de novas tecnologias	40

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis à expansão dos negócios

A significativa elevação dos juros na economia brasileira tem desestimulado a aquisição de veículos e, conseqüentemente, induzido as locadoras a terceirizarem suas frotas, **proporcionando maior faturamento** desse ramo. Além da alta do dólar que têm efeito direto no aumento do turismo doméstico e conseqüentemente pode ser um fator favorável para um aumento na quantidade de diárias vendidas.

Fatores limitadores do crescimento

Como **razões inibidoras da expansão do faturamento** são ressaltados o ambiente econômico atual, com registros de inflação elevada, diminuição do nível de emprego e redução dos investimentos como um todo.

PERSPECTIVAS PARA 2016

Maior fatia do mercado de locadoras de automóveis (84%) acredita que o **desempenho da economia brasileira**, em 2016, será inferior ao de 2015, enquanto que 16% preveem inalterabilidade (portanto, não foi detectada expectativa de crescimento). Já no que tange ao **seu próprio mercado de atuação**, os prognósticos também não são promissores, com estimativa de predomínio de retração: 60% de previsões de que contraia (em 2016) em relação a 2015, contra apenas 16% de ocorrência de ampliação (saldo de -44%).

A parcela correspondente a 99% do mercado de locadoras consultado espera que o **faturamento** permaneça em expansão em 2016, enquanto que apenas 1% dele, que venha a reduzir comparativamente a 2015, gerando, portanto, um saldo de 98%, com expectativa de variação média de 9,6%. Como **fatores propícios à elevação do faturamento** são citados o aumento do turismo doméstico e uma atuação mais intensa no mercado de pessoas físicas com uma mudança de comportamento do brasileiro, passando a ter mais o hábito de alugar veículos.

TABELA 18

LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS - VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2016/2015

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	99	0	1	98	9,6
Preços	99	1	0	99	3,0
Custos	82	18	0	82	4,5
Quadro de Pessoal	81	19	0	81	16,2

Fontes: FGV e MTur

Cabe salientar que 82% do mercado entrevistado antevem majoração de custos em 2016, enquanto que 18% vislumbram ocorrência de inalterabilidade, gerando variação média de 4,5%. As empresas do setor acreditam que não haverá dificuldade de repasse do aumento dos custos aos preços finais dos serviços (os quais deverão majorar para praticamente todo o mercado em relação a 2015).

Tendo em vista a perspectiva de que o mercado em geral permanecerá aquecido em 2016, a maior parcela do segmento em pauta manifestou a intenção de efetuar contratações adicionais de pessoal (efetivamente, 81% do mercado de locadoras de automóveis consultado planeja aumentar o quadro de funcionários, comparativamente a 2015, sendo a variação prevista de 16,2%).

Quase todo o mercado de locadoras de automóveis pesquisado (precisamente 99%) manifestou intenção de investir em 2016, sendo de 12,9% do faturamento global o montante de recursos previstos para esse fim. A programação de investimentos segundo as áreas / atividades beneficiadas é a seguinte: ampliação e/ou renovação da frota, abertura de novas unidades, e adoção de novas tecnologias.

TABELA 19
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS
 PARCELA DO MERCADO QUE PRETENDE INVESTIR EM 2016,
 SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Ampliação e/ou renovação da frota	100
Abertura de novas unidades	53
Adoção de novas tecnologias	47

Fontes: FGV e MTur

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101



MEIOS DE HOSPEDAGEM

PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Grande parte do mercado de meios de hospedagem consultado (precisamente 89%) é administrada por redes nacionais, enquanto que os restantes 11%, por redes internacionais. Os tipos de empreendimentos administrados são constituídos majoritariamente por hotéis, seguidos de resorts e flats, ascendendo a 548 o total de estabelecimentos e a 106.387 o número de unidades habitacionais previstos para 2016 (contra 494 empreendimentos e 98.051 unidades habitacionais em 2015).

RESULTADOS DE 2015

No que concerne ao **desempenho da economia brasileira** em 2015, predominaram opiniões de que foi pior do que o de 2014: cerca de 9/10 do mercado (precisamente 89%) consideraram-no inferior, enquanto que 7% julgaram-no superior—o saldo de respostas (representado pela diferença entre as assinalações de que foi melhor ou de ocorreu o contrário) foi, portanto, de -82%. Quanto ao **seu próprio mercado de atuação** em 2015 (comparativamente a 2014), as opiniões foram de que a performance foi pior para 71% do mercado consultado, favorável para 12% e inalterado para 17%, correspondendo a um saldo de -59%.

A majoração do **faturamento** em 2015 foi registrada em 41% do mercado de meios de hospedagem pesquisado, estabilidade em 28% e queda em 31%, resultando num saldo de 10%, com variação média de somente 1,7%, comparativamente a 2014. A expansão do faturamento ocorreu principalmente em razão do aumento do turismo doméstico em virtude da alta do dólar.

TABELA 20

MEIOS DE HOSPEDAGEM - VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES
SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	41	28	31	10	1,7
Preços	49	32	19	30	2,7
Custos	97	0	3	94	14,6
Quadro de Pessoal	14	52	34	-20	-2,7

Fontes: FGV e MTur

Observou-se, em 2015, majoração de **preços** em 49% do mercado em pauta, inalterabilidade em 32%, e redução em 19%, computando-se, então, saldo de 30%, com variação média de 2,7%.

Em relação aos **custos**, registrou-se incremento em 97% do mercado de meios de hospedagem entrevistado, e diminuição em 3% (logo, saldo de 94%), com uma variação média de 14,6% - concluindo-se, assim, que apenas parte da majoração de custos foi repassada aos preços finais dos serviços prestados. A elevação dos custos ocorreu, em grande parte, devido ao dissídio salarial, acrescido do reajuste dos preços cobrados por fornecedores (como os de alimentos e bebidas, por exemplo), e do aumento dos custos operacionais e de manutenção.

A evolução dos negócios aquém da esperada, em 2015, induziu que somente 14% do mercado promovessem contratações adicionais de **mão de obra**, que 52% mantivessem estável o quadro de funcionários e que 34% realizassem dispensas de pessoal (saldo de -20%, com variação média de -2,7%).

Quanto ao **grau de instrução** dos funcionários das empresas pesquisadas, verificou-se que 25% deles possuem nível superior completo, 48% o médio completo e 27%, o fundamental completo.

Significativa parcela do mercado de meios de hospedagem (88%) realizou **investimentos** em 2015, correspondendo a 6,6% o percentual de destinação de recursos em relação ao faturamento total desse ramo. **As principais áreas/atividades que receberam investimentos** em 2015 foram as seguintes: ampliação e/ou reforma das instalações, e adoção de novas tecnologias.

TABELA 21

MEIOS DE HOSPEDAGEM
PARCELA DO MERCADO QUE REALIZOU INVESTIMENTOS EM 2015,
SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Ampliação e/ou reforma das instalações	100
Adoção de novas tecnologias	60

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis à expansão dos negócios

A desvalorização do real ante o dólar, favorece a vinda de turistas estrangeiros, contribuindo para a elevação da taxa de ocupação dos meios de hospedagem. Assim como, essa desvalorização do real frente ao dólar, faz com que aconteça uma maior procura pelo turismo doméstico.

Principais entraves à expansão dos negócios

Os **fatores mencionados como principais entraves concernentes à abertura de novos empreendimentos**, os quais proporcionariam um crescimento ainda mais amplo dos negócios, são (nessa ordem): elevado custo de capital, excesso de burocracia, carência de investidores, pouca disponibilidade e alto custo de terrenos, dificuldades inerentes à concessão de licenças e escassez de mão de obra qualificada. Além disso, vale destacar como importantes limitadores à majoração do faturamento desse ramo o elevado nível de inflação e o insatisfatório desempenho da economia brasileira.

PERSPECTIVAS PARA 2016

Quanto ao **desempenho da economia brasileira** em 2016, 24% do mercado de meios de hospedagem consultado antevêem que será equivalente ao de 2015, enquanto que para 76%, que será inferior (saldo de -52%). Com relação ao **seu próprio mercado de atuação**, as estimativas são de ténue contração (saldo de -10%).

A fatia do mercado de meios de hospedagem que prevê maior **faturamento** a ser auferido em 2016 alcança 60%, enquanto que 34% dele prognosticam inalterabilidade e 6%, diminuição (saldo de 54%, com variação média prevista de 5,0%). Tais expectativas baseiam-se (principalmente) no crescimento da demanda pelos motivos já citados e também na vinda de turistas estrangeiros no período dos jogos Olímpicos.

TABELA 22

MEIOS DE HOSPEDAGEM - VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2016/2015

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	60	34	6	54	5,0
Preços	83	14	3	80	6,6
Custos	94	0	6	88	9,7
Quadro de Pessoal	16	57	27	-11	-1,4

Fontes: FGV e MTur

A esse respeito, 83% do mercado pesquisado vislumbram elevação de **preços** em 2016, 14% estabilidade, e 3%, queda (saldo de 80%, com variação média de 6,6%, percentual inferior ao aumento de **custos** (saldo de 88%, com incremento médio estimado de 9,7%). Mesmo ante esse cenário, imperam prognósticos de ínfima redução do **quadro de pessoal**: ampliação em 16% do mercado de meios de hospedagem, estabilidade em 57% e contração em 27%, acarretando saldo de -11%, com variação média de -1,4%.

No que tange aos **investimentos**, 75% do mercado de meios de hospedagem manifestaram o propósito de continuar investindo em 2016, sendo de 4,9% do faturamento global o montante de recursos a serem alocados para essa finalidade. As **áreas/atividades a serem beneficiadas prioritariamente pelos investimentos** são as seguintes: ampliação e/ou reforma das instalações, e adoção de novas tecnologias.

TABELA 23 MEIOS DE HOSPEDAGEM PARCELA DO MERCADO QUE PRETENDE INVESTIR EM 2016, SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES	
Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Ampliação e/ou reforma das instalações	92
Adoção de novas tecnologias	76

Fontes: FGV e MTur

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101

OPERADORAS DE TURISMO

PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Quase totalidade das empresas operadoras de turismo pesquisadas indicaram possuir política de incentivo à qualificação profissional por meio de bolsas de estudos e de acordos com instituições de qualificação / ensino. Quanto ao número aproximado de passageiros embarcados, dados de 2015 totalizam 4,7 milhões, sendo 5,1 milhões a previsão para 2016 (ou seja, cerca de 8,5% a mais).

RESULTADOS DE 2015

Todo o mercado de operadoras de turismo pesquisado considerou o **desempenho da economia brasileira, em 2015**, inferior ao de 2014 – então, o saldo das respostas (correspondente à diferença entre as assinalações de crescimento e as de arrefecimento) foi, logicamente, de -100%. No que concerne ao seu **próprio mercado de atuação em 2015**, foram constatadas 46% de assinalações de expansão comparativamente a 2014, e 54% de decréscimo (logo, saldo de -8%, o qual corresponde à estabilidade do mercado como um todo).

Em 2015, detectou-se majoração do **faturamento** em 60% do mercado de operadoras, em relação a 2014, e declínio em 40% (saldo de 20%, com variação média de -1,1%). Como principais **fatores que estimularam o incremento dos negócios em 2015** foram citados a mudança de comportamento de compra dos consumidores, com migração para produtos domésticos. Maior divulgação de atrativos e roteiros turísticos. Quanto aos **fatores inibidores**, a parcela do mercado que destacou estabilidade do faturamento, ou mesmo sua redução, justificou que tal fato deveu-se às incertezas reinantes na economia brasileira.

TABELA 24

OPERADORAS DE TURISMO - VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	60	0	40	20	-1,1
Preços	31	23	46	-15	7,6
Custos	77	0	23	54	11,0
Quadro de Pessoal	0	0	100	-100	-12,6

Fontes: FGV e MTur

A majoração de **custos** foi informada por quase 3/4 do mercado (precisamente 77%) e queda por cerca de 1/4 (exatamente 23%) – gerando saldo de 54%, com variação média de 11,0% em 2015 - sendo repassada, apenas em parte, aos preços praticados pelo segmento em pauta (que apresentaram saldo de -15%, com variação média de 7,6%, em contraste com 2014). O aumento dos custos de mão de obra (em razão de aumentos salariais concedidos e de dissídio coletivo) e demais custos operacionais (aluguel de escritórios, gastos com a necessidade de quase permanente comunicação etc.) foram discriminados como as mais importantes razões que influenciaram a elevação dessa variável.

Entretanto, a evolução favorável dos negócios não foi suficiente para estimular os empresários a elevar o **nível de emprego** em 2015 (saldo de -100%, com variação média obtida de -12,6%).

No que diz respeito ao **grau de instrução** dos funcionários das empresas pesquisadas, detectou-se que 59% possuem nível superior completo, 37% médio completo e 4%, o fundamental completo.

A maior parte das operadoras de turismo consultadas (exatamente 91% do mercado) realizou **investimentos em 2015**, sendo de 2,8% o percentual do faturamento investido em relação ao faturamento global. As **áreas / atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos** realizados pelas empresas desse segmento, em 2015, foram as seguintes: construção de estabelecimentos, novas tecnologias, e treinamento de pessoal.

TABELA 25

OPERADORAS DE TURISMO
PARCELA DO MERCADO QUE REALIZOU INVESTIMENTOS EM 2015,
SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES:

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Abertura de novas unidades	58
Treinamento de pessoal	39
Compra de materiais e equipamentos	39

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis à expansão dos negócios

A maior divulgação dos atrativos e roteiros turísticos e o crescimento da demanda por viagens domésticas são alguns dos **fatores favoráveis à expansão dos negócios** das operadoras de turismo.

Fatores limitadores à expansão dos negócios

A maior parcela do mercado de operadoras de turismo destacou como principais **razões limitadoras da expansão do faturamento**, o atual momento desfavorável da economia, ocasionando uma demanda menos ampla (insegurança por parte do consumidor).

PERSPECTIVAS PARA 2016

De modo geral, as operadoras de turismo não acreditam numa evolução favorável da **economia brasileira em 2016**, opinando que seu desempenho será inferior ao de 2015: nenhuma empresa vislumbra crescimento, 30% do mercado antevêem estabilidade e 70% preveem piora (portanto, saldo de -70%). Quanto ao **seu próprio mercado de atuação**, as estimativas são, igualmente, de performance menos satisfatória (saldo de -41%).

Cerca de 2/3 do mercado de operadoras de turismo consultado (65%) vislumbra nova expansão do **faturamento em 2016**, 15% prognosticam inalterabilidade e 20%, decréscimo (saldo de 45%, com expectativa de variação média de 0,8%). Tal previsão é baseada, principalmente, nos seguintes **fatores favoráveis**: Jogos Olímpicos, redirecionamento dos produtos para consumidores que migraram para pacotes domésticos e mantiveram os gastos comparados as viagens internacionais. Como motivos inibidores à uma expansão mais ampla do faturamento foram mencionados a evolução insatisfatória da economia brasileira e o câmbio desfavorável.

Mesmo com esse cenário de previsão de expansão do faturamento no decorrer de 2016, os empresários consultados desse segmento pretendem reduzir o **quadro de pessoal**: 76% do mercado prognosticam inalterabilidade e 24% antevêem diminuição do efetivo (saldo de -24%). Acredita-se que a elevação de **custos** em 2016, estimada em 10,8%, dificilmente deverá ser repassada aos preços finais (variação média prevista de -0,8%).

TABELA 26

OPERADORAS DE TURISMO - VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2016/2015

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	65	15	20	45	0,8
Preços	30	40	30	0	-0,8
Custos	83	14	3	80	10,8
Quadro de Pessoal	0	76	24	-24	-3,6

Fontes: FGV e MTur

Quanto à programação de **investimentos** a serem feitos em 2016, 91% do mercado planejam realizá-los num montante equivalente a 1,9% do faturamento global desse ramo de turismo. **As principais áreas/atividades a serem beneficiadas com investimentos** continuarão sendo construção de estabelecimentos, novas tecnologias e o treinamento de pessoal.

OPERADORAS DE TURISMO PARCELA DO MERCADO QUE PRETENDE INVESTIR EM 2016, SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES	
Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Abertura de novas unidades	47
Treinamento de pessoal	39
Adoção de novas tecnologias	37

Fontes: FGV e MTur

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101



ORGANIZADORAS DE EVENTOS

PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

As empresas organizadoras de eventos realizaram (predominantemente) eventos do tipo “congresso” e, em especial, de caráter “técnico-científico”. A média de funcionários fixos, por empresa, foi de 30 em 2015, sendo que o de funcionários temporários variou conforme o número de eventos realizados ao longo do ano. Foi percebida considerável queda do faturamento das empresas organizadoras de eventos em 2015, o que também deve ocorrer em 2016, porém em menor escala.

RESULTADOS DE 2015

No que diz respeito ao **desempenho da economia brasileira em 2015**, todas as empresas do mercado de eventos consultado julgaram-no inferior ao de 2014 (logo, saldo de -100%). Quanto ao seu próprio mercado de atuação, 5% consideraram os negócios obtidos em 2015 melhores do que os de 2014, 11% equivalentes, e 84% piores (saldo de -79%).

No que tange ao **faturamento** auferido em 2015 (comparativamente a 2014), detectou-se, igualmente, resultado desfavorável: 17% de assinalações de majoração contra 83% de queda (saldo de -66%, com variação média obtida de -17,9%). Como **razões inibidoras** foram citadas a evolução desfavorável da economia brasileira e a demanda doméstica insuficiente.

TABELA 28

ORGANIZADORAS DE EVENTOS - VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	17	0	83	-66	-17,9
Preços	33	67	0	33	4,2
Custos	33	62	5	28	5,0
Quadro de Pessoal	7	83	10	-3	-4,3

Fontes: FGV e MTur

No que concerne aos **preços**, observou-se, em 2015, elevação em 1/3 do mercado e inalterabilidade em 2/3, gerando, portanto, um saldo de 33%, com incremento médio de 4,2%.

Por outro lado, 33% do mercado em foco constataram aumento dos **custos operacionais**, 62% estabilidade, e 5%, redução (saldo de 28%, com variação média de 5,0%). A majoração dos custos de mão de obra (em razão de aumentos salariais e dissídios) e a manutenção da inflação em patamares elevados impactaram consideravelmente os custos totais das empresas organizadoras de eventos.

Mesmo com o mercado apresentando evolução insatisfatória dos negócios ao longo de 2015, a maior parcela de empresários manteve inalterado o nível **mão de obra**: 7% do mercado assinalaram ocorrência de aumento do quadro de pessoal, enquanto que 83% apontaram estabilidade em relação a 2014, e 10%, diminuição, o que representa um saldo de -3%, com variação média de -4,3%.

Quanto ao **grau de instrução** dos funcionários das empresas pesquisadas em 2015, detectou-se que 81% possuem nível superior completo, 13% o médio completo e 6%, o fundamental completo.

A maior parcela das empresas organizadoras de eventos (exatamente 90% do mercado) realizou **investimentos** em 2015, correspondentes a 10,6% do faturamento total. As **atividades/ áreas contempladas prioritariamente com investimentos** foram as seguintes: adoção de novas tecnologias, marketing e promoção de vendas, e treinamento de pessoal.

TABELA 29

ORGANIZADORAS DE EVENTOS
 PARCELA DO MERCADO QUE REALIZOU INVESTIMENTOS EM 2015,
 SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Adoção de novas tecnologias	81
Marketing e promoção de vendas	63
Treinamento de pessoal	63

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis à expansão dos negócios

Entre os aspectos que, atualmente, têm acarretado maior **faturamento** das empresas organizadoras de eventos destaca-se a maior visibilidade do país no exterior (principalmente do Rio de Janeiro) e a mobilização do mercado para novos projetos.

Principais entraves à expansão dos negócios

No que concerne aos aspectos **desfavoráveis ao desenvolvimento atual dos negócios**, os empresários destacam os seguintes: a atual fase da economia brasileira, os altos preços cobrados pela rede hoteleira, custo elevado de locação de espaços e a infraestrutura deficiente da prestação de serviços como um todo.

PERSPECTIVAS PARA 2016

Quanto ao desempenho da economia brasileira, em 2016, nenhuma empresa do mercado de organizadoras de eventos pesquisado acredita que será superior ao de 2015, 12% estimam que será equivalente, e 88%, que será inferior (saldo de -88%). No que concerne ao seu próprio mercado de atuação, constatam-se 28% de assinalações de prognósticos de expansão do mercado, 27% de estabilidade e 45% de diminuição (ou seja, saldo de -17%).

As expectativas referentes ao **faturamento** são, igualmente, bastante desfavoráveis para 2016 (em relação a 2015): 33% de estimativas de aumento, 7% de estabilidade, e 60% de declínio (saldo de -27%, com variação média prevista de -4,0%). A parcela de empresas que prognostica redução do faturamento considera a evolução insatisfatória da economia como **fator que deverá inibir a expansão dos negócios** das empresas em 2016. Como **fator favorável ao aquecimento dos negócios** é citado a perspectiva de aumento da demanda por eventos.

TABELA 30

ORGANIZADORAS DE EVENTOS - VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2016/2015

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	33	7	60	-27	-4,0
Preços	31	69	0	31	3,7
Custos	27	63	10	17	0,2
Quadro de Pessoal	16	80	4	12	3,2

Fontes: FGV e MTur

A parcela do mercado pesquisado que prevê elevação de **preços** em 2016 totaliza 31%, enquanto 69% vislumbram inalterabilidade (saldo de 31%, com variação média de 3,7%). Por outro lado, 27% dos respondentes estimam aumento de custos, 63% inalterabilidade e 10%, decréscimo (saldo de 17%, com incremento médio de 0,2%). A perspectiva é de ocorrência, em 2016, de contratações adicionais de **pessoal** em 16% do segmento em pauta, estabilidade em 80%, e diminuição em 4% (portanto, saldo de 12%, com variação média de 3,2%).

No que diz respeito aos **investimentos**, aproximadamente 3/4 do mercado de eventos consultado (74%) manifestaram intenção de investir em 2016, num montante correspondente a 12,7% do seu faturamento total. As principais **atividades/áreas contempladas a receberem investimentos** deverão ser as seguintes: adoção de novas tecnologias, marketing e promoção de vendas, e treinamento de pessoal.

ORGANIZADORAS DE EVENTOS	
PARCELA DO MERCADO QUE PRETENDE INVESTIR EM 2016, SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES	
Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Adoção de novas tecnologias	100
Marketing e promoção de vendas	77
Treinamento de pessoal	77

Fontes: FGV e MTur

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101

PROMOTORES DE FEIRAS

PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

A **média do número de feiras** realizadas pelas empresas pesquisadas desse segmento foi de 22 em 2015, sendo também de 22 a previsão para 2016. Mesmo em se tratando de amostra reunindo as maiores empresas do ramo, detectou-se a existência de significativa diminuição do faturamento.

RESULTADOS DE 2015

Nenhuma empresa consultada considerou o **desempenho da economia brasileira**, em 2015, superior ao de 2014 – o saldo das respostas (correspondente à diferença entre as assinalações de aumento e as de queda) foi de -100%, indicando percepção de evolução ainda menos favorável do que a ocorrida em 2014, quando o saldo registrado foi de -88% (comparativamente a 2013). No que diz respeito ao seu **próprio mercado de atuação**, a opinião dos empresários foi idêntica, ou seja, todos eles consideraram a performance em 2015 inferior à de 2014.

Majoração do **faturamento** em 2015 foi verificada em 16% do mercado de feiras consultado e diminuição em 84% (gerando saldo de assinalações de -68%), sendo de -20,4% a variação média obtida em relação a 2014. O principal fator mencionado que justifica a redução do faturamento, foi o momento econômico desfavorável.

TABELA 32

PROMOTORES DE FEIRAS - VARIÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	16	0	84	-68	-20,4
Preços	77	23	0	77	4,6
Custos	100	0	0	100	10,7
Quadro de Pessoal	0	77	23	-23	-6,9

Fontes: FGV e MTur

Todo o mercado entrevistado acusou elevação de **custos** (com variação média de 10,7%), 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 e segurança, entre outros). O aumento dos custos da mão de obra bem como da inflação também foram fatores bastante salientados pelos empresários. O reajuste dos preços foi detectado em 77% do mercado e a estabilidade nos demais 23%, alcançando uma margem de aumento médio de 4,6%.

A redução dos negócios em 2015 acarretou diminuição dos **postos de trabalho** para 23% do mercado e inalterabilidade para 77% (saldo de -23%, com variação média de -6,9%).

No que diz respeito ao **grau de instrução** dos funcionários das empresas pesquisadas, detectou-se que 42% possuem nível superior completo e 58%, o médio completo.

Tendo em vista o cenário econômico nacional adverso, nenhuma das empresas consultadas informou ter realizado **investimentos** ao longo de 2015.

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis à expansão dos negócios

Como **razão propícia** ao aquecimento dos negócios apontada pelas empresas promotoras de feiras é a possibilidade de ocorrência de eventual recuperação de alguns ramos do setor industrial.

Fatores desfavoráveis à expansão dos negócios

O principal **motivo limitador** do crescimento dos negócios, citados pelos empresários consultados foi o momento econômico desfavorável.

PERSPECTIVAS PARA 2016

Quanto ao desempenho da economia brasileira em 2016, todos os empresários do mercado de feiras pesquisado antevem que o mesmo será superior ao de 2015. Já em relação ao seu próprio mercado de atuação, foram computados 27% de prognósticos de ampliação e 73% de contração (saldo das previsões de -46%).

Para 39% do mercado de promotores de feiras, o faturamento a ser auferido em 2016 será maior do que o de 2015, enquanto que 61% vislumbram estabilidade (saldo de 39%, com variação média prevista de 3,1%), em virtude, principalmente, de 2016 ser um ano de eventos maiores.

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	39	61	0	39	3,1
Preços	16	84	0	16	0,8
Custos	27	73	0	27	3,2
Quadro de Pessoal	0	16	84	-84	-13,8

Fontes: FGV e MTur

Menos de 1/3 do mercado pesquisado (exatamente 27%) antevê elevação de custos em 2016, sendo que parcela ponderável de respondentes acredita na estabilidade (73% de assinalações, gerando saldo de 27%, com variação média estimada de 3,2%). Por outro lado, o aumento médio esperado de **preços** é de 0,8%. A perspectiva de que os negócios, em geral, deverão aumentar em 2016 não constitui motivo suficiente para estimular o mercado de feiras a continuar contratando novos funcionários (saldo de -84%, com variação média prevista de -13,8%).

Nenhuma empresa do mercado de feiras pesquisado manifestou o propósito de realizar **investimentos** em 2016.

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101



TRANSPORTE AÉREO

PERFIL DAS EMPRESAS AÉREAS

As empresas brasileiras pesquisadas operam voos regulares nacionais, internacionais, regionais e também *charters*. No que diz respeito ao perfil de passageiros, a demanda do mercado de transporte aéreo brasileiro é segmentada em, aproximadamente, 55% referentes ao mercado corporativo e 45% relativos à viagem a lazer. O número de passageiros transportados em 2015 totalizou 139.693.000. No que concerne à segmentação do mercado, 94% corresponde ao nacional, enquanto que 6%, ao internacional.

RESULTADOS DE 2015

Nenhuma empresa do mercado de transporte aéreo considerou o **desempenho da economia brasileira**, em 2015, superior ao de 2014. Em relação ao **seu próprio mercado de atuação**, todas elas também julgaram ter sido a performance, em 2015, inferior à de 2014.

O mercado de transporte aéreo pesquisado que registrou majoração do **faturamento**, em 2015, alcançou 20%, enquanto que em 80% constatou-se decréscimo – o saldo das respostas (representado pela diferença entre as assinalações de aumento e as de queda) foi de -60%, tendo sido apurada variação média de -7,5% em relação a 2014. Os seguintes fatores propícios a diminuição do faturamento foram destacados: o alto preço do querosene de aviação, o ambiente econômico brasileiro desafiador e a diminuição do preço devido a demanda.

TABELA 34

TRANSPORTE AÉREO - VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES
SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	20	0	80	-60	-7,5
Preços	0	0	100	-100	-8,2
Custos	72	0	28	44	15,1
Quadro de Pessoal	0	66	34	-34	-1,3

Fontes: FGV e MTur

No que concerne aos **custos**, 72% do mercado registraram elevação em 2015 (comparativamente a 2014), enquanto que 28% acusaram declínio – o saldo de respostas foi, portanto, de 44%, com variação média de 15,1%. As principais razões para a elevação de custos foram a majoração da inflação e dos gastos com mão de obra (dissídio), o câmbio desfavorável (alta da cotação do dólar estadunidense), e das despesas com fraudes (cartão de crédito).

Por outro lado, detectou-se, em 2015, generalizadamente, redução de **preços** praticados pelas empresas de transporte aéreo, resultando num saldo de -100%, com variação de -8,2% em contraste com 2014.

Quanto ao **nível de emprego**, 2/3 do mercado consultado mantiveram inalterado o quadro de funcionários em 2015, enquanto que 1/3 realizou dispensas de pessoal (logo, saldo de -34%, com variação média de -1,3% em relação a 2014).

Quanto ao **grau de instrução dos funcionários** das empresas consultadas, detectou-se que 34% possuem nível superior completo, 38%, o médio completo, e 28%, o fundamental completo.

Todo o mercado de transporte aéreo pesquisado realizou **investimentos** em 2015, sendo de 7,2% o percentual de recursos destinados a essa finalidade, em relação ao faturamento global. As **áreas/atividades que foram beneficiadas prioritariamente pelos investimentos** realizados pelas empresas desse segmento em 2015 foram as seguintes: ampliação e/ou reforma da frota, e adoção de novas tecnologias.

TABELA 35

TRANSPORTE AÉREO
PARCELA DO MERCADO QUE REALIZOU INVESTIMENTOS EM 2015,
SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES:

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Ampliação e/ou reforma da frota	68
Adoção de novas tecnologias	40

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis ao desenvolvimento dos negócios

A busca de alternativas para superar o momento econômico desfavorável através do aumento da demanda é apontado como principal **fator motivador do crescimento dos negócios**.

Fatores limitadores do crescimento

A queda da demanda corporativa, o aumento de custos operacionais e a alta do dólar frente ao real são os principais **fatores citados como entraves à expansão do segmento**.

PERSPECTIVAS PARA 2016

O mercado de transporte aéreo que antevê que a **economia brasileira**, em 2016, deverá apresentar evolução equivalente à de 2015 soma 23%, enquanto que os prognósticos de desempenho menos satisfatório totalizam 77% (portanto, saldo de -77%). As perspectivas referentes ao seu **próprio mercado de atuação** são totalmente desfavoráveis (100% de assinalações de contração comparativamente a 2015). A maior parcela das empresas consultadas antevê majoração de **preços** (saldo de 84%, com variação média de 10,2%) e, em menor escala, de **custos** (saldo de 21%, com variação média de 5,8%).

TABELA 36

TRANSPORTE AÉREO - VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS PRINCIPAIS INDICADORES
SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	0	37	63	-63	-7,1
Preços	92	0	8	84	10,2
Custos	49	23	28	21	5,8
Quadro de Pessoal	0	20	80	-80	-3,3

Fontes: FGV e MTur

Pessimismo em relação à evolução dos **negócios** em 2016 é registrado em 63% do mercado em pauta, enquanto estabilidade, em 37%, gerando um saldo de -63%, com variação prevista de -7,1%, fato este que deve induzir as empresas de transporte aéreo a diminuírem a oferta de assentos e a reduzirem o **quadro de funcionários** (saldo de -80%, com variação de -3,3%).

Pouco mais da metade do mercado de transporte aéreo consultado (precisamente 52%) manifestaram intenção de investir em 2016, sendo de 3,0% do faturamento global o montante de recursos previstos para esse fim. A programação de **investimentos** segundo a **área/atividade a ser beneficiada** será a de adoção de novas tecnologias.

TRANSPORTE AÉREO PARCELA DO MERCADO QUE PRETENDE INVESTIR EM 2016, SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES	
Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Adoção de novas tecnologias	100

Fontes: FGV e MTur

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101

TRANSPORTE RODOVIÁRIO

PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Cada uma das empresas pesquisadas possuía, em média, 1.254 ônibus em 2015, sendo prevista uma diminuição para 1.121 veículos em média para 2016. O número médio de linhas regulares era de 204 em 2015, sendo esperada uma pequena variação desse total para 2016 (206 em média). Os principais motivos das viagens realizadas em 2015 foram motivados por negócios e trabalho (51%), lazer e visita a amigos enquanto que o deslocamento o representou 38% do total, e 11% por outros motivos (como estudo, saúde e compras). Em 2015, as empresas consultadas transportaram, em média, 12.964.412 passageiros em linhas regulares e a previsão para 2016 é de um percentual pequeno de queda, passando para 12.912.417 passageiros em linhas regulares.

RESULTADOS DE 2015

Quanto ao **desempenho da economia brasileira** em 2015, a totalidade do mercado julgou-o inferior ao de 2014 - o saldo das respostas (representado pela diferença entre as assinalações de aumento e as de queda) foi, portanto, de -100%, o qual corresponde à percepção de piora, assim como ocorreu em todos os demais segmentos do setor de turismo. No que diz respeito ao **seu próprio mercado de atuação**, os empresários do segmento de transporte rodoviário, em geral, consideraram ter sido o desempenho, em 2015, bem menos satisfatório do que o verificado em 2014 (saldo de -71%).

Detectou-se ampliação do **faturamento** em 2015, comparativamente a 2014, em 29% do mercado de transporte rodoviário e diminuição em 71% (saldo de -42%, com variação média registrada de -7,4%). Na avaliação dos empresários consultados, a majoração do preço do combustível, as elevações dos índices de inflação aliados com o momento econômico desfavorável contribuíram decisivamente para a redução do faturamento.

TABELA 38

TRANSPORTE RODOVIÁRIO - VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	29	0	71	-42	-7,4
Preços	100	0	0	100	5,2
Custos	41	0	59	-18	-0,8
Quadro de Pessoal	0	29	71	-71	-2,6

Fontes: FGV e MTur

Verificou-se, em 2015, majoração de **preços** em todo o mercado de transporte rodoviário, gerando variação média de 5,2%, em contraste com 2014. Por outro lado, apurou-se aumento de custos em 41% do mercado e redução em 59% - logo, computou-se saldo de -18%, sendo a variação média de -0,8% - cabe ressaltar que se trata do único segmento a acusar a ocorrência de diminuição de custos no decorrer de 2015.

A retração dos negócios em 2015 induziu 71% do mercado a realizar dispensas de **mão de obra**, enquanto que 29% mantiveram inalterado o quadro de pessoal (saldo de -71%, com variação média de -2,6%).

Com relação ao **grau de instrução** dos funcionários das empresas pesquisadas, detectou-se que 7% possuem nível superior completo, 60% o médio completo e 33%, o fundamental completo.

Atingiu 29% a fatia do mercado de transporte rodoviário que realizou **investimentos** ao longo de 2015, sendo de 2,5% o percentual do montante investido em relação ao faturamento global do ramo. Do total do valor investido foram disponibilizados recursos para as seguintes **atividades**: aumento e/ou renovação da frota, ampliação ou reforma das instalações, e compra de materiais e equipamentos.

TABELA 39

TRANSPORTE RODOVIÁRIO
PARCELA DO MERCADO QUE REALIZOU INVESTIMENTOS EM 2015,
SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES:

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Ampliação e/ou renovação da frota	100
Ampliação e/ou renovação das instalações	100
Compra de materiais e equipamentos	100

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis à expansão dos negócios

A majoração dos preços do transporte aéreo, o aumento da venda de passagens online e o aumento das viagens para destinos nacionais foram os **fatores citados como favoráveis ao desenvolvimento dos negócios**.

Principais entraves à expansão dos negócios

O momento desfavorável da economia é majoritariamente o **fator inibidor do desenvolvimento dos negócios** mencionado pelos empresários. Acrescente-se o prejuízo ainda causado pela atuação de transportes ilegais (apesar da maior fiscalização por parte da ANTT).

PERSPECTIVAS PARA 2016

Nenhuma empresa consultada prognostica que o **desempenho da economia brasileira**, em 2016, será melhor do que o constatado em 2015, enquanto que para 5% será equivalente, e para 95%, pior (logo, saldo de -95%). Cabe destacar que os empresários em geral também não vislumbram evolução bastante favorável em relação **ao seu próprio mercado de atuação**, predominando estimativas de retração em relação a 2015 (saldo de -17%).

A fatia do mercado de transporte rodoviário que antevê elevação do **faturamento** em 2016 totaliza 83% e a que prognostica diminuição comparativamente a 2015 soma 17% (saldo de 66%, sendo a variação média prevista de 6,6%). As expectativas de majoração do faturamento são justificadas, principalmente, pelos reajustes tarifários a serem concedidos pelos órgãos reguladores.

TABELA 40

TRANSPORTE RODOVIÁRIO - VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2016/2015

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	83	0	17	66	6,6
Preços	71	29	0	71	4,6
Custos	100	0	0	100	10,1
Quadro de Pessoal	0	88	12	-12	-0,7

Fontes: FGV e MTur

Segundo a opinião de todas as empresas entrevistadas, prevê-se que os **custos** deverão sofrer aumento em 2016 (com variação média estimada em 10,1%). Os **preços** praticados pelas companhias de transporte rodoviário deverão subir para 71% do mercado consultado e manter-se inalterados para 29%, acarretando um saldo de 71%, com variação média prevista de 4,6%. A grande maioria das empresas desse segmento (88% do mercado) não tem planos de absorção de **pessoal** em 2016, sendo que a parcela restante do mercado prognostica a ocorrência de demissões (saldo de -12%, com variação prevista de -0,7%).

A quase totalidade do mercado de transporte rodoviário (exatamente 95%) manifestou a intenção de realizar **investimentos** em 2016, sendo de 25,0% do faturamento total desse ramo o percentual de recursos a serem destinados com essa finalidade, para aplicação na seguinte **área/atividade**: ampliação e/ou renovação da frota.

TRANSPORTE RODOVIÁRIO	
PARCELA DO MERCADO QUE PRETENDE INVESTIR EM 2016, SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES	
Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Ampliação e/ou renovação da frota	100

Fontes: FGV e MTur

05 ▶

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens	55
Locadoras de Automóveis	61
Meios de Hospedagem	67
Operadoras de Turismo	73
Organizadoras de Eventos	79
Promotores de Feiras	85
Transporte Aéreo	89
Transporte Rodoviário	95
Turismo Receptivo	101



TURISMO RECEPTIVO

PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Os mais importantes mercados atendidos pelas empresas de receptivo são os seguintes: Europa Ocidental (83% de indicações, principalmente Inglaterra, Alemanha e Espanha), seguido do norte-americano (65%) e dos países sul americanos (52%), entre outros. Dentre os destinos internacionais mais citados (por mais da metade do mercado pesquisado) como principal concorrente do Brasil é o Caribe, alguns outros destinos também foram lembrados, como por exemplo países do Leste Europeu e da própria América do Sul.

RESULTADOS DE 2015

Todas as empresas do mercado de receptivo pesquisadas consideraram o **desempenho da economia brasileira**, em 2015, inferior ao de 2014 – consequentemente, o saldo de respostas (representado pela diferença entre as assinalações de aumento e as de queda) foi de -100%. No que concerne ao **seu próprio mercado de atuação**, 40% informaram majoração em 2015 (comparativamente a 2014), 9% inalterabilidade e 51%, redução (saldo de -11%, o qual corresponde a uma tênue piora).

Detectou-se majoração do **faturamento**, em 2015, em 32% do mercado de turismo receptivo, estabilidade em 9%, e diminuição e 59% – o saldo de respostas foi de -27%, em contraste com 2014, sendo a variação média obtida do faturamento de -9,3%. Os **fatores que mais contribuíram para a retração do faturamento** foram: instabilidade econômica do país, a valorização do dólar frente ao real, não teve um efeito imediato, visto que nos seis primeiros meses de 2015 o produto brasileiro ainda continuava caro.

TABELA 42

TURISMO RECEPTIVO - VARIAÇÃO MÉDIA OBTIDA DOS PRINCIPAIS INDICADORES
SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2015/2014

Indicadores	Comportamento				Variação Obtida (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	32	9	59	-27	-9,3
Preços	22	10	68	-46	-12,8
Custos	90	10	0	90	16,8
Quadro de Pessoal	0	66	34	-34	-9,4

Fontes: FGV e MTur

A elevação de **custos** (informada por 90% do mercado), com variação média de 16,8% em 2015, foi repassada, apenas em parte, aos **preços** praticados pelo segmento em pauta (a queda de preços foi verificada em 68% do mercado, em relação a 2014, elevação em 22%, e estabilidade em 10% (resultando um saldo de -46%, com variação média de -12,8%). Entre os **principais fatores que contribuíram para a majoração dos custos** foram citados: o aumento dos custos fixos das empresas (tais como aluguel, telefonia, energia elétrica e combustíveis) e da mão de obra (guias turísticos, reajustes salariais e dissídio).

Quanto ao **nível de emprego**, detectou-se redução do quadro de funcionários, em 2015, para 34% do mercado, e inalterabilidade para 66% (saldo de -34%, com variação de -9,4% em confronto com 2014).

No que tange ao grau de instrução dos funcionários das empresas consultadas, observou-se que 61% possuem nível superior completo, 22% o médio completo e 17%, o fundamental completo.

Investimentos foram realizados, em 2015, por quase metade do mercado de turismo receptivo (precisamente 47%), correspondentes a 5,6% do faturamento global. As **atividades/áreas beneficiadas majoritariamente pelos investimentos** foram as seguintes: marketing e promoção de vendas, e adoção de novas tecnologias.

TABELA 43

TURISMO RECEPTIVO
PARCELA DO MERCADO QUE REALIZOU INVESTIMENTOS EM 2015,
SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES:

Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Marketing e promoção de vendas	70
Adoção de novas tecnologias	49

Fontes: FGV e MTur

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2016)

Fatores favoráveis à expansão dos negócios

O principal **fator favorável a expansão** é a valorização do dólar estadunidense frente ao real, uma vez que torna a viagem para o Brasil mais barata para os norte-americanos (um dos principais mercados emissores de turistas para o nosso país). A exposição do país devido aos jogos Olímpicos de 2016 também foi lembrado pelos empresários consultados.

Fatores limitadores do crescimento

O momento econômico desfavorável, a escassez de mão de obra especializada e os problemas inerentes à infraestrutura como um todo foram destacados como **fatores limitadores à expansão dos negócios**.

PERSPECTIVAS PARA 2016

O percentual de empresas de turismo receptivo que acreditam que o **desempenho da economia brasileira**, em 2016, será inferior ao de 2015, alcança 89%, enquanto que para 11% será equivalente (saldo de -89%). Em relação ao **seu próprio mercado de atuação**, a situação é diversa, imperando o otimismo (saldo das respostas de 26%).

No que concerne à evolução do **faturamento** estimado para 2016, 50% do mercado vislumbram expansão dos negócios, 8% anteveem inalterabilidade e 42%, diminuição em relação a 2015 (saldo de 8%, com prognóstico de variação média de 8,3%). As previsões de majoração do faturamento são baseadas, principalmente, na maior visibilidade do País no exterior em consequência dos Jogos Olímpicos e aumento da demanda de turistas para o destino Brasil.

TABELA 44

TURISMO RECEPTIVO - VARIAÇÃO MÉDIA PREVISTA DOS PRINCIPAIS INDICADORES SEGUNDO OS EMPRESÁRIOS DO SEGMENTO - 2016/2015

Indicadores	Comportamento				Variação Prevista (%)
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	50	8	42	8	8,3
Preços	40	17	43	-3	-1,6
Custos	91	9	0	91	15,2
Quadro de Pessoal	52	31	17	35	2,1

Fontes: FGV e MTur

Ainda que predominem estimativas de estabilidade do mercado ao longo de 2016, 52% dele manifestaram intenção de efetuar contratações adicionais de **peçoal**, enquanto que 31% prognosticam ocorrência de estabilidade e 17% preveem redução do nível de emprego (saldo de 35%, sendo a variação esperada de 2,1%). Cabe salientar que maior parcela do mercado antevê elevação de **custos** em 2016 (saldo de 91%, com variação média estimada de 15,2%), a qual deverá ser (apenas parcialmente) repassada aos **preços** finais (40% do mercado acreditam em sua majoração, 17% em estabilidade e 43%, em diminuição, resultando num saldo de -3%, com variação média prognosticada de -1,6%).

No que diz respeito aos **investimentos**, 74% do mercado pesquisado manifestaram intenção de investir 5,3% do seu faturamento global em 2016. As **áreas/atividades que deverão ser beneficiadas prioritariamente pelos investimentos** a serem realizados pelas empresas desse segmento em 2016 são as seguintes: marketing e promoção de vendas, adoção de novas tecnologias, e treinamento de pessoal.

TURISMO RECEPTIVO	
PARCELA DO MERCADO QUE PRETENDE INVESTIR EM 2016, SEGUNDO PRINCIPAIS ÁREAS/ATIVIDADES	
Áreas de Investimento	Distribuição (%)
Adoção de novas tecnologias	56
Marketing e promoção de vendas	44
Treinamento de pessoal	43

Fontes: FGV e MTur

06 ▶

Anexos

Tabelas Séries Históricas	107
Realização de Investimentos 2015 2016	115
Compromisso de Confidencialidade	117
Agradecimento	117

TABELAS

SÉRIES HISTÓRICAS



CONSOLIDADO

TABELA 46

VARIAÇÃO MÉDIA DO CONSOLIDADO DOS SEGMENTOS DE TURISMO 2004 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016

Anos	Faturamento	Preços	Custos	Postos de Trabalho
	Variação Média	Variação Média	Variação Média	Variação Média
2004	24,1	7,4	5,4	12,9
2005	17,3	-1,8	11,7	14,3
2006	29,3	6,0	7,9	21,6
2007	14,8	-2,2	7,0	23,5
2008	26,7	13,9	16,6	10,3
2009	1,5	-0,4	-2,4	7,0
2010	21,8	1,6	10,2	12,7
2011	18,3	7,0	9,9	14,3
2012	12,9	9,7	12,4	3,7
2013	8,8	5,4	6,9	0,2
2014	7,5	2,3	6,9	2,6
2015	-4,2	-2,1	12,2	-3,6
2016*	0,4	6,1	7,7	-1,5

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão



AGÊNCIAS DE VIAGENS

TABELA 47

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES
OBSERVAÇÃO 2004 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	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	9,12	86	10,5
2013	88	13,5	87	8,6	94	9,0	-20	-1,5
2014	-15	-1,1	26	1,5	37	4,7	-11	-2,0
2015	-46	-5,0	-25	-9,9	82	12,3	-91	-9,6
2016*	6	2,5	29	3,1	87	8,1	-16	-2,3

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão



LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS

TABELA 48

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES
OBSERVAÇÃO 2004 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	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	2,0	89	3,0	100	4,0	11,2	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	90	5,0	89	2,0	96	12,1	-93	-4,7
2014	86	8,4	88	2,6	100	13,5	93	1,9
2015	21	2,1	-31	-0,6	70	5,9	66	3,6
2016*	98	9,6	99	3,0	82	4,5	81	16,2

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão



MEIOS DE HOSPEDAGEM

TABELA 49

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES
OBSERVAÇÃO 2004 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação 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	56	6,1	72	5,3	76	6,5	45	4,0
2014	92	14,7	96	9,2	92	9,6	34	3,2
2015	10	1,7	30	2,7	94	14,6	-20	-2,7
2016*	54	5,0	80	6,6	88	9,7	-11	-1,4

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão



OPERADORAS DE TURISMO

TABELA 50

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES
OBSERVAÇÃO 2004 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação 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	51	6,8	70	5,9	96	7,3	3	0,1
2014	58	4,9	70	4,5	94	8,0	26	3,4
2015	20	-1,1	-15	7,6	54	11,0	-100	-12,6
2016*	45	0,8	0	-0,8	80	10,8	-24	-3,6

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão



ORGANIZADORAS DE EVENTOS

TABELA 51

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES OBSERVAÇÃO 2009 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	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	76	9,6	46	8,6	96	11,4	39	5,4
2014	2	30,5	25	1,9	66	9,0	68	40,8
2015	-66	-17,9	33	4,2	28	5,0	-3	-4,3
2016*	-27	-4,0	31	3,7	17	0,2	12	3,2

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão

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



PROMOTORES DE FEIRAS

TABELA 52

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES OBSERVAÇÃO 2004 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	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	74	13,8	51	3,3	100	10,9	23	-0,4
2014	16	13,1	29	1,9	38	3,4	59	3,8
2015	-68	-20,4	77	4,6	100	10,7	-23	-6,9
2016*	39	3,1	16	0,8	27	3,2	-84	-13,8

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão

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



TRANSPORTE AÉREO

TABELA 53

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES
OBSERVAÇÃO 2005 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação 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	12,9	100	6,0	100	17,8	22	-0,1
2013	55	10,9	10	5,3	10	4,4	-66	-2,1
2014	16	5,5	-22	-4,1	16	4,4	19	3,0
2015	-60	-7,5	-100	-8,2	44	15,1	-34	-1,3
2016*	-63	-7,1	84	10,2	21	5,8	-80	-3,3

Fontes: FGV e MTur



TRANSPORTE RODOVIÁRIO

TABELA 54

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES
OBSERVAÇÃO 2007 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação 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	57	6,3	69	5,1	83	9,0	43	4,6
2014	77	5,4	100	6,9	100	6,8	49	1,5
2015	-42	-7,4	100	5,2	-18	-0,8	-71	-2,6
2016*	66	6,6	71	4,6	100	10,1	-12	-0,7

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão



TURISMO RECEPTIVO

TABELA 55 DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES
OBSERVAÇÃO 2004 A 2015 E PREVISÃO PARA 2016 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Postos de Trabalho	
	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	Saldo de Respostas	Variação Média	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	9	0,5	71	6,7	63	8,2	39	3,5
2014	-14	1,2	94	13,3	100	14,3	51	5,6
2015	-27	-9,3	-46	-12,8	90	16,8	-34	-9,4
2016*	8	8,3	-3	-1,6	91	15,2	35	2,1

Fontes: FGV e MTur

Nota: (*) Previsão

06 ▶

Anexos

Tabelas Séries Históricas	107
Realização de Investimentos 2015 2016	115
Compromisso de Confidencialidade	117
Agradecimento	117

REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS 2015 | 2016

TABELA 56
REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS E PROPORÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO (%) - 2015

Segmento de Turismo	Realização de Investimento		Percentual do Faturamento Investido
	Sim	Não	
Agência de Viagens	90	10	7,5
Locadoras de Automóveis	99	1	17,2
Meios de Hospedagem	88	12	6,6
Operadoras de Turismo	91	9	2,8
Organizadoras de Eventos	90	10	10,6
Promotores de Feiras	0	100	...
Transporte Aéreo	100	0	7,2
Transporte Rodoviário	29	71	2,5
Turismo Receptivo	47	53	5,6

Fontes: FGV e MTur

Nota: (...) Dados numéricos não disponíveis

TABELA 57
REALIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS E PROPORÇÃO DOS INVESTIMENTOS EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO (%) - PREVISÃO PARA 2016

Segmento de Turismo	Realização de Investimento		Percentual do Faturamento Investido
	Sim	Não	
Agência de Viagens	84	16	3,5
Locadoras de Automóveis	99	1	12,9
Meios de Hospedagem	75	25	4,9
Operadoras de Turismo	91	9	1,9
Organizadoras de Eventos	74	26	12,7
Promotores de Feiras	60	40	1,5
Transporte Aéreo	52	48	3,0
Transporte Rodoviário	95	5	25,0
Turismo Receptivo	74	26	5,3

Fontes: FGV e MTur

06 ▶

Anexos

Tabelas Séries Históricas	107
Realização de Investimentos 2015 2016	115
Compromisso de Confidencialidade	117
Agradecimento	117



COMPROMISSO DE CONFIDENCIALIDADE

A Fundação Getulio Vargas se compromete a não divulgar qualquer dado fornecido pelos empresários. As informações prestadas aos técnicos da FGV foram utilizadas somente para o propósito de atividades relacionadas à presente pesquisa e não serão distribuídas, reveladas ou divulgadas a terceiros.

Cabe destacar, igualmente, que a pesquisa publicada não revela qualquer informação individualizada fornecida pelos respondentes, uma vez que as análises são realizadas com base em números agregados. A FGV garante que nenhuma pessoa estranha à equipe de pesquisadores poderá ter acesso aos dados e que se preservará a confidencialidade das informações.



AGRADECIMENTO

O Ministério do Turismo e a Fundação Getulio Vargas expressam seu agradecimento aos executivos participantes da Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo, pela disponibilização, além de seu tempo e atenção, dos dados e informações adicionais necessários à elaboração e ao sucesso da PACET.

As respostas à sondagem viabilizam este valioso estudo, colaborando, efetivamente, no sentido de elevar o nível de compreensão sobre a evolução do turismo nacional, por meio da geração de estatísticas confiáveis.



www.fgv.br

www.turismo.gov.br/dadosefatos

Ministério do
Turismo

 **FGV PROJETOS**

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA