

Pesquisa **Anual** de
Conjuntura **Econômica**
do **Turismo**

7ª Edição ■ 2011



Sensacional!

Presidenta da República Federativa do Brasil
Dilma Vana Rousseff

Ministro de Estado do Turismo
Pedro Novais Lima

Secretário Executivo
Frederico Silva da Costa

Secretária Nacional de Políticas de Turismo
Ana Isabel Mesquita de Oliveira

Diretoria de Estudos e Pesquisas
José Francisco de Salles Lopes

Gerência de Estudos e Pesquisas
Neiva Duarte

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Presidente
Carlos Ivan Simonsen Leal

Diretoria EBAPE
Flávio Carvalho de Vasconcelos

Coordenação Núcleo de Turismo
Luiz Gustavo M. Barbosa
Deborah Moraes Zouain

FICHA TÉCNICA

Coordenação da Pesquisa Anual
Leonardo Vasconcelos
Paulo Cesar Stilpen

Equipe Econômica
Ique Guimarães
Leonardo Vasconcelos
Márcia Magalhães
Paulo Cesar Stilpen

Equipe técnica

Agnes Dantas*
Ailton N. Pereira Junior
André Coelho
Camila Rezende

Carlyle Falcão
Cristiane Rezende
Erick Lacerda
Fabiola Barros
Gabriela Serpa*
Ique Guimarães*
Isabel Farias
Laura Monteiro
Leonardo Vasconcelos*
Luciana Velloso
Luciana Vianna
Marcel Levi
Márcia Magalhães*
Maria Clara Tenório
Paola Lohmann*
Paulo Cesar Stilpen
Roberto Pascarella
Thais Padinha
Thays Venturim
Vanessa Froese
Vinícius Morais*

Metodologia e Estatística
Leonardo Vasconcelos

(*) Atuaram também como pesquisadores

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Mario Henrique Simonsen/FGV

Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo / EBAPE/Núcleo de Turismo,
Ministério do Turismo. - 7.ed. - Rio de Janeiro : Fundação Getulio Vargas, 2011.
68 p.

ISSN: 2179-8362

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

CDD – 338.4791



Ministério
do Turismo



Índice

Apresentação	4
Metodologia	5
Ambiente Macroeconômico	7
Análise Econômica do Turismo	15
Resultado Consolidado	22
Relatórios Setoriais	28
Agências de Viagens	28
Locadoras de Automóveis	32
Meios de Hospedagem	36
Operadoras de Turismo	39
Organizadores de Eventos	42
Promotores de Feiras	45
Transporte Aéreo	49
Transporte Rodoviário	52
Turismo Receptivo	55
Tabelas Série Histórica	58
Realização de Investimentos - 2010 e 2011	63
Compromisso de Confidencialidade	66
Agradecimento	67

Apresentação

O atual cenário de desenvolvimento do turismo no Brasil é promissor. A consolidação da atividade turística como produto de consumo dos brasileiros e as perspectivas de ampliação do turismo receptivo no País, devido à realização de megaeventos esportivos, revelam a crescente importância desta atividade.

Neste contexto, o monitoramento do desempenho da atividade turística nacional torna-se fundamental para orientar a elaboração de estratégias, nos setores público e privado. Com o intuito de atender a esta necessidade, o Ministério do Turismo e a Fundação Getúlio Vargas apresentam a 7ª edição da Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo.

O estudo consiste no levantamento e na análise de dados a respeito da atual conjuntura econômica do turismo no País e das perspectivas de desenvolvimento da atividade. Os resultados refletem a opinião dos entrevistados em relação ao faturamento, fatores que estimulam ou limitam a expansão dos negócios, investimentos, preços, custos e postos de trabalho.

A pesquisa é realizada por meio de consulta aos executivos das 80 maiores empresas do setor de turismo, sendo pesquisados os seguintes segmentos: agências de viagens, eventos, feiras, locadoras de automóveis, meios de hospedagem, operadoras de turismo, transporte aéreo, transporte rodoviário e turismo receptivo.

O presente relatório consolida informações acerca do cenário macroeconômico e do ambiente econômico do turismo mundial e nacional. Em seguida, são apresentados o consolidado da atividade turística e as análises econômicas setoriais. Por fim, foram incluídas questões relativas à perspectiva de desenvolvimento dos negócios e investimentos a serem executados nos próximos anos, tendo em vista a realização dos megaeventos previstos para ocorrer no País.

Espera-se que este relatório sirva como subsídio para o planejamento e tomada de decisões das organizações envolvidas com o desenvolvimento da atividade turística no Brasil.

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 mo-

mento atual dos negócios, o ano imediatamente anterior e o posterior.

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

Saldo $\geq +10\%$ e $\leq +100\%$

Significa aumento da variável pesquisada

Saldo $> -10\%$ e $< +10\%$

Significa estabilidade da variável pesquisada

Saldo $\geq -100\%$ e $\leq -10\%$

Significa queda da variável pesquisada

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

As respostas obtidas junto às empresas são ponderadas para refletir o peso de cada respondente no mercado do turismo em geral e no seu segmento em particular. Para tal, são utilizadas

variáveis de categorização que permitem a ponderação de cada resposta individual e do segmento respondente.

A fim de se atingir os objetivos da pesquisa, foram empregadas técnicas de amostragem que permitem estimar o universo desejado através dos pesquisados. A amostra foi dividida em 9 estratos, representando cada setor da economia do turismo pré-selecionado. Para alocá-los, a amostra utilizou 50% da ponderação de alocação ótima de Neyman e 50% da amostragem

Proporcional, garantindo a consideração da importância econômica e do número de empresas por estrato.

A presente Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo reflete as respostas coletadas nos meses de dezembro de 2010, janeiro e fevereiro de 2011. 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.

Os números relativos à amostra deste levantamento
(em todos os segmentos) são os seguintes:

Empresas respondentes	80
Total do faturamento em 2010	R\$ 42,8 bilhões
Postos de trabalho em dez/2010	96 mil
Unidades da Federação representadas	27

Ambiente Macroeconômico

O turismo, por ser considerado um setor econômico globalizado e dinâmico, é fortemente influenciado por diversas variáveis econômicas. De acordo com a Organização Mundial do Turismo, assim como os dados mais recentes revelam que a economia mundial está saindo da mais grave recessão vista desde a 2ª Guerra Mundial, a atividade turística também mostra

sinais de recuperação, havendo evidências de incremento tanto do turismo de negócios quanto o de lazer. A continuidade do crescimento da economia mundial esperada para 2011 deverá possibilitar uma expansão da economia nacional de forma sustentável, fator fundamental para impulsionar as atividades turísticas.

Ambiente Macroeconômico Mundial

Segundo estimativas do Fundo Monetário Internacional (FMI), divulgadas em seu World Economic Outlook (WEO) de janeiro de 2011, a economia global cresceu 5,0% em 2010 (superando a previsão de aumento de 3,9% feita há um ano). Tal resultado foi influenciado pela intensa expansão econômica registrada nos países emergentes e, em menor escala, em alguns da Zona do Euro (notadamente a Alemanha), detectando-se, portanto, recuperação em “velocidades distintas”. De acordo com o FMI, diferentemente de parcela de países com economias desenvolvidas, que ainda apresentam condições financeiras vulneráveis a choques, os emergentes e os em desenvolvimento apresentaram uma recuperação mais rápida e con-

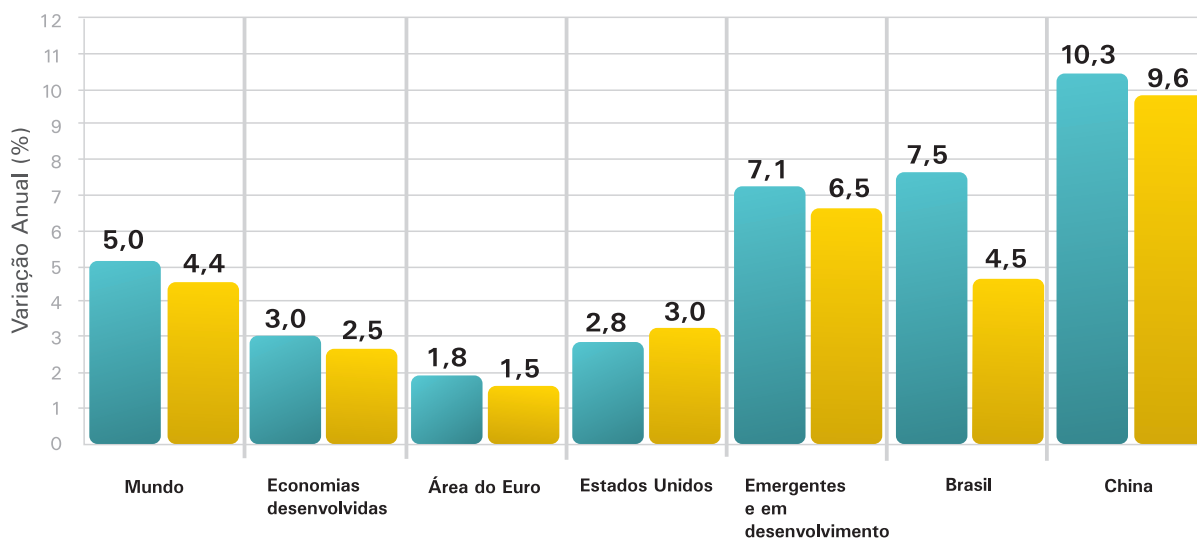
sistente, devido às políticas prudentes adotadas no início da crise mundial. Alerta, entretanto, a constatação de acentuada majoração dos preços das *commodities* em 2010, bem como o surgimento recente de pressões inflacionárias nas economias de alguns países emergentes. Para 2011, o prognóstico de crescimento da economia mundial é de 4,4%.

O FMI destacou, igualmente, que os esforços nas economias avançadas deverão recair sobre a consolidação da credibilidade fiscal, cenário que tornará mais propícias as perspectivas de crescimento em médio prazo. Além disso, a instituição salientou que, baseadas em condições monetárias favoráveis, as medidas de austeridade fiscal deverão ser complementadas pela

reforma do setor financeiro e por reformas estruturais, objetivando impulsionar o crescimento econômico e a competitividade. A preocupação dos governos das principais economias do mundo continua voltada para a utilização de instrumentos que possam estimular o crescimento econômico e a geração de emprego. Nos EUA, o Banco Central, Federal Reserve (Fed), tem utilizado a política monetária expansionista no intuito de estimular o aumento da renda e do nível de emprego.

Apesar da perspectiva de melhora nas estimativas de crescimento da economia mundial em 2010, é importante salientar que a recuperação não vem sendo registrada com a mesma intensidade nos cinco continentes – no caso da Europa, o processo de expansão foi (e deverá ser) mais lento. Cabe destacar a expansão constatada em 2010 nos países emergentes (BRIC), cujo prognóstico para 2011 continua a ser de mais elevado incremento percentual.

Gráfico 1 - Crescimento da economia mundial - Regiões e países selecionados



Fonte: FMI (Dados preliminares para 2010 e previsão para 2011)

Legenda: 2010 2011

Ambiente Macroeconômico Brasileiro

PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

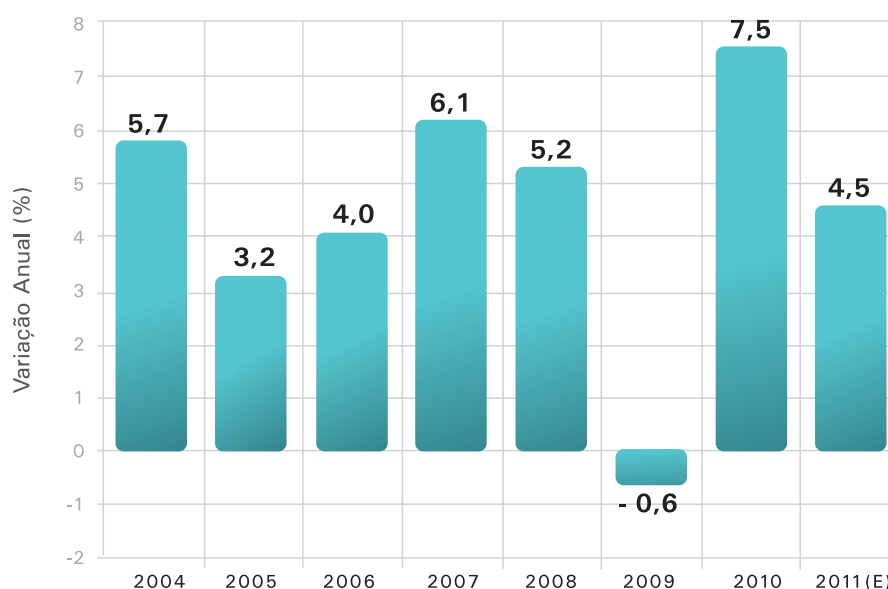
Desde o início de 2010, diversos indicadores mostravam que a economia brasileira tinha entrado numa fase de crescimento acelerado, após um curto período de retração. A rápida e forte recuperação da economia no ano pode ser percebida pelos dados mais recentes do comércio varejista e da atividade industrial, divulgados pelo IBGE. O comércio varejista do País acumulou, em 2010, um crescimento de 10,9% do volume de vendas em relação a 2009; no que concerne à receita nominal, a taxa de variação, comparados os dois anos, alcançou 14,5% (séries sem ajuste sazonal). No que diz respeito à produção industrial, descontados os efeitos sazonais, observou-se expansão de 10,5% na produção do setor secundário da economia brasileira, após ter sido detectado declínio de 7,4% no acumulado em 2009.

De acordo ainda com o Banco Central (BC), a atividade econômica nacional, em 2010, continuou a ser impulsionada fortemente pela demanda interna, com ênfase na majoração acen-

tuada dos investimentos. Tal cenário pode ser atribuído ao alto nível de confiança do empresário e aos estáveis e elevados patamares alcançados pelas taxas de utilização da capacidade instalada. O BC destaca, igualmente, que o dinamismo do consumo das famílias baseou-se não só no elevado grau de confiança, mas também nos aumentos recorrentes da massa salarial e na melhora nas condições do mercado de crédito ao longo do ano.

Segundo cálculos do IBGE, o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro alcançou 7,5% em 2010, constituindo a mais elevada taxa anual de variação registrada desde 1986 (também de 7,5%), beneficiada pela fraca base de comparação de 2009, quando foi detectado decréscimo de 0,6%. Entre 2001 e 2010, o aumento anual médio foi de 3,6%, percentual superior ao apurado na década 1991 a 2000, quando o PIB cresceu, em média, 2,6%. Estimativas do FMI apontam para majoração de 4,5% do PIB do Brasil no corrente ano.

Gráfico 2 - Crescimento do PIB Brasileiro 2004-2011



Fonte: IBGE e FMI (estimativa 2011)

TAXA DE CÂMBIO E ENTRADA DE DÓLARES NO PAÍS

Como se pode constatar no gráfico a seguir, de modo geral o dólar (comercial venda) vem apresentando, nos últimos anos, forte desvalorização em relação à moeda nacional (real). A reversão dessa tendência foi detectada a partir de meado de 2008 até o fim daquele ano. A partir do início de 2009, entretanto, a melhora nas condições financeiras internacionais e a rá-

pida recuperação e solidez da economia brasileira propiciaram o aumento da entrada de capital externo, acarretando, em consequência, a valorização da moeda nacional. Já em 2010, a taxa de câmbio apresentou menor volatilidade, com as cotações médias mensais oscilando na faixa compreendida entre R\$ 1,842/US\$ (fevereiro) e R\$ 1,686/US\$ (outubro).

Gráfico 3 - Taxa de câmbio - Dólar comercial venda - Médias mensais 2004-2010



Fonte: Banco Central

O processo de valorização da moeda nacional está relacionado à significativa entrada de dólares na economia brasileira derivada das captações de recursos no exterior por parte de empresas nacionais. Tal fato tem sido fomentado pelas altas taxas de juros praticadas no Brasil

comparativamente ao mercado internacional - em torno de 5,5% ao ano, a mais elevada taxa real do mundo.

Segundo o BC, em 2010, a entrada líquida de dólares (descontada a saída) no País totalizou US\$ 24,1 bilhões, apesar das diversas medidas

governamentais adotadas a partir de outubro de 2010 para atenuar esse fluxo - como o aumento do Imposto sobre Operações Financeiras - IOF sobre a entrada de capital estrangeiro. Esse resultado foi influenciado fortemente pelo segmento financeiro.

Do total das entradas de dólares no País, os Investimentos Estrangeiros Diretos - IED Líquidos (crédito menos débito) representaram US\$ 48,462 bilhões em 2010, montante

86,76% superior aos US\$ 25,949 bilhões registrados em 2009. O fluxo financeiro no mercado internacional ocorre em meio à “guerra cambial” levada a efeito por alguns países, no sentido de desvalorizar suas moedas e gerar condições mais favoráveis de competitividade para suas empresas. O ingresso de dólares no Brasil produz efeito contrário, valorizando o real e encarecendo as exportações.

BALANÇA COMERCIAL

Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), em 2010 as exportações brasileiras atingiram o recorde histórico de US\$ 201,916 bilhões FOB, valor aproximadamente 32,0% superior ao auferido em 2009. Por outro lado, as importações brasileiras em 2010 alcançaram também patamar recorde: US\$ 181,638 bilhões, 42,2% a mais que o referente a 2009. O aumento das com-

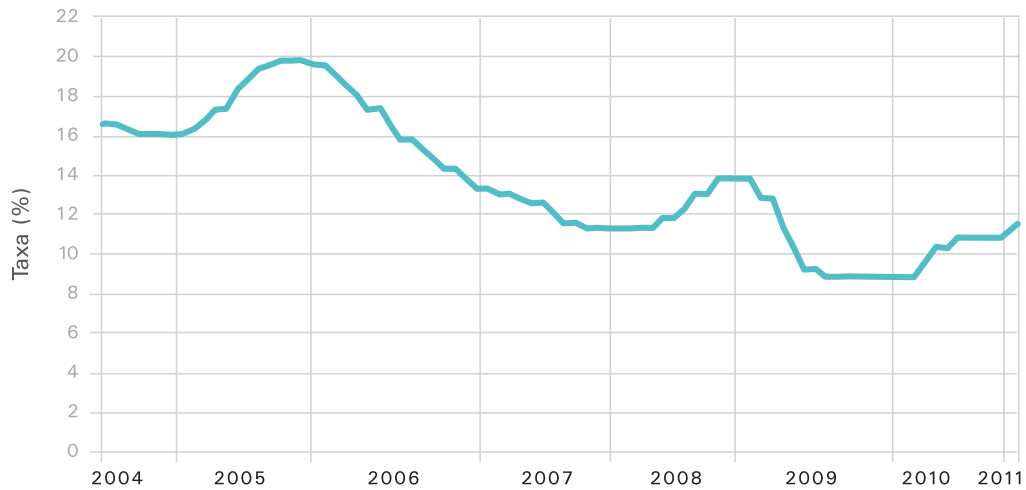
pras externas, com a continuidade do real valorizado, reflete, igualmente, a forte recuperação da economia nacional e a ampliação da renda e do emprego. Neste contexto, o saldo comercial, que era de US\$ 25,3 bilhões em 2009, reduziu para US\$ 20,3 bilhões em 2010. Com isso, a corrente de comércio, que era de US\$ 280,715 bilhões em 2009, elevou-se para US\$ 383,554 bilhões em 2010, em torno de 36,6% a mais.

TAXA DE JUROS

Com o aumento das pressões inflacionárias e com um cenário prospectivo de crescimento da economia, o Comitê de Política Monetária (Copom) decidiu, em reunião em abril, elevar a taxa Selic para 9,50%, interrompendo um período de 9 meses em que a taxa (8,75%) permaneceu no menor nível registrado na série histórica.

A tendência de alta permaneceu ao longo do ano, terminando 2010 com a taxa de 10,75% a.a. Em reunião realizada em janeiro de 2011, o Copom, avaliou que o cenário prospectivo para a inflação evoluiu desfavoravelmente e decidiu elevar a taxa Selic para 11,25% a.a., sem viés.

Gráfico 4 - Taxa de juros Selic jan/2004 - jan/2011



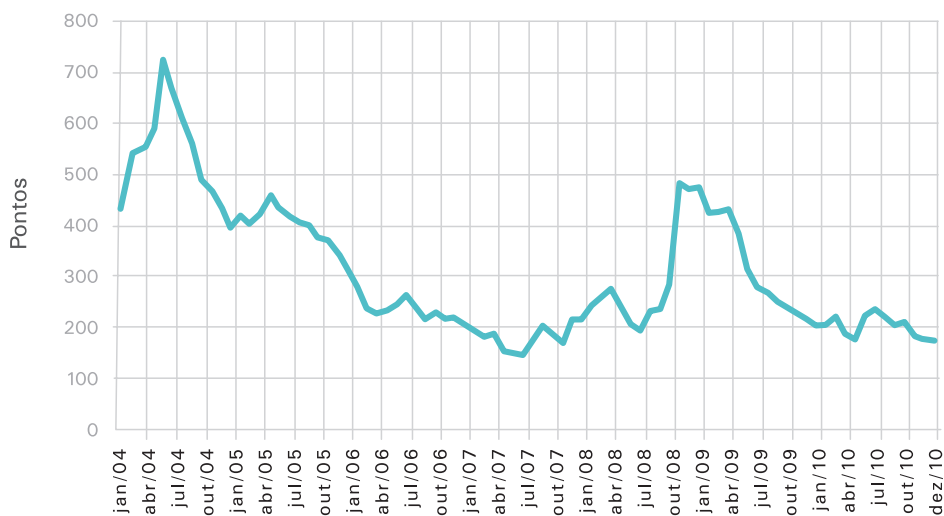
Fonte: Banco Central

RISCO-PAÍS

Calculado desde 1994, com base na cotação de uma cesta de títulos brasileiros negociados no exterior, o risco-país é um termômetro da confiança do investidor estrangeiro na capacidade de um país honrar seus pagamentos. No período entre janeiro/2004 e dezembro/2010, a média mensal mais elevada ocorreu em maio/2004 (723,16 pontos) e a mínima, em junho/2007

(147,21 pontos). No início de janeiro/2010, o risco-país era de 195 pontos e, ao final de dezembro, de 186 pontos (portanto, uma diferença de apenas 9 pontos). Ao longo de 2010, a amplitude máxima foi de 86 pontos, registrando-se o índice mais elevado (249 pontos) nos dias 30 de junho e 1 de julho, e o mais baixo (163 pontos) nos dias 7, 8 e 14 de dezembro.

Gráfico 5 - Risco-País - Médias das cotações diárias mensais jan/2004 - dez/2010



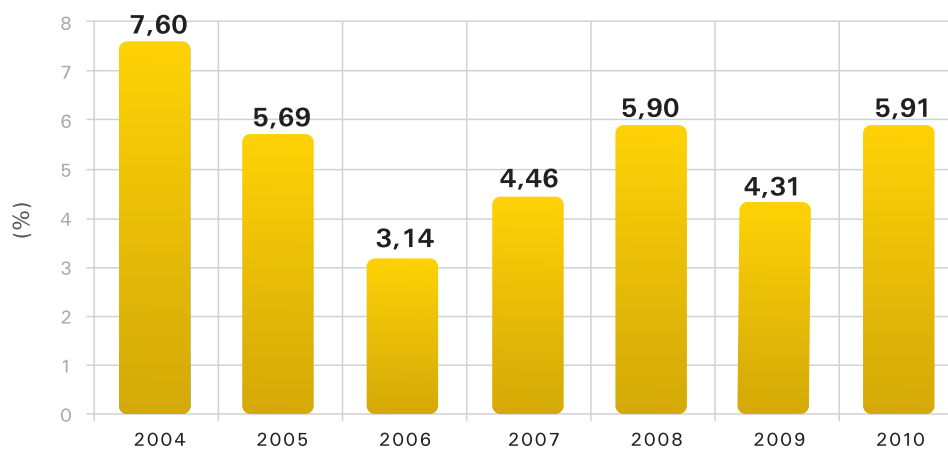
Fonte: JP Morgan

INFLAÇÃO

O Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), indicador oficial da inflação divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apresentou aumento de 5,91% em 2010, resultado 1,60 ponto percentual

superior à taxa apurada em 2009 (4,31%), praticamente se igualando à apurada em 2008 (5,90%). Portanto, situou-se acima do centro da meta para a inflação fixada pelo Banco Central em 4,50% para todo o ano de 2010.

Gráfico 6 - IPCA - Variação percentual anual 2004 - 2010



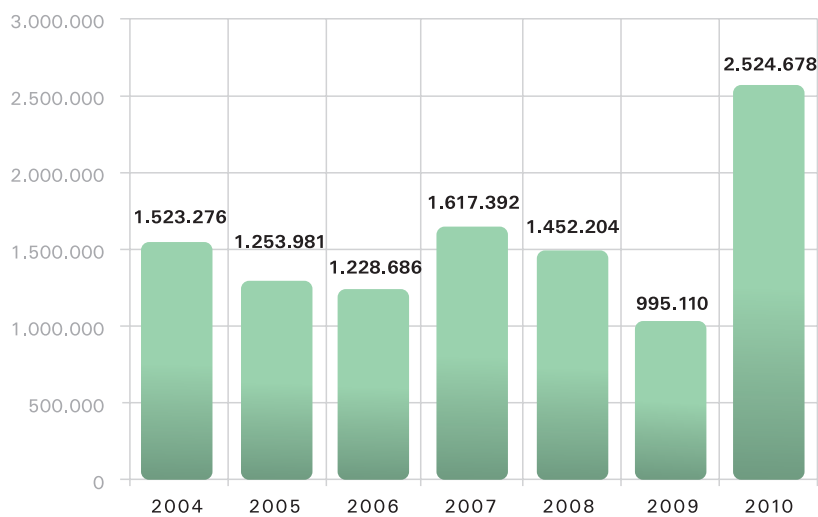
Fonte: IBGE

MERCADO DE TRABALHO

De acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), o número de admissões em 2010 totalizou 20.364.089 (25,80% a mais do que o registrado em 2009). Por outro lado, o número de desligamentos em 2010 somou 17.839.411 (17,42% a mais do que os cortes de empregos formais referentes a 2009). Assim sendo, o saldo acumulado entre admissões e desligamentos foi 2.524.678 em 2010,

superando em 153,71% o saldo apurado em 2009 (995.110). Das vagas geradas em 2010, os setores que apresentaram os melhores desempenhos foram serviços (cerca de 1 milhão), comércio (602 mil), indústria de transformação (536 mil) e construção civil (329 mil). Apesar de ser considerada fraca a base de comparação (primeira metade de 2009), tais resultados mostram a forte retomada do ritmo de crescimento da economia brasileira em 2010.

Gráfico 7 - Evolução do emprego celetista - Saldos acumulados entre admissões e desligamentos 2004 - 2010



Fonte: MTE (Caged)

A taxa de desocupação foi estimada, pelo IBGE, em 5,3% em dezembro de 2010, a menor da série histórica, iniciada em março de 2002. Em todo o ano de 2010 (média de janeiro a dezembro), tal taxa foi calculada em 6,7%, situando-se 1,4 ponto percentual abaixo da apurada em 2009 (8,1%).

O aquecimento do mercado de trabalho teve reflexo positivo no rendimento médio do trabalhador, o qual aumentou 5,9% na comparação de

dezembro de 2009 para o mesmo mês de 2010, passando de R\$ 1.430,40, para R\$ 1.515,10. Este resultado é positivo para o consumo, estimulando a demanda por viagens, mas por outro lado, significa um aumento de custo para as empresas. Quando esse aumento de custo é acompanhado pela melhora na competitividade, as empresas conseguem manter a margem de lucro, sem aumentar o preço, mas nem sempre isso é possível.

PETRÓLEO

Depois de uma queda nas cotações do petróleo em 2008, atingindo o valor de US\$ 40,00, em 2010 houve a consolidação do processo de recuperação, iniciada em meados de 2009. O preço do barril do tipo Brent, que iniciou o ano de 2010 cotado a US\$ 76,17 fechou o ano em

US\$ 91,45. O aumento no preço do petróleo tem reflexos negativos sobre os resultados das empresas aéreas, que têm entre os principais custos operacionais, o QAV (querosene para aviação), derivado do produto.

Análise Econômica do Turismo

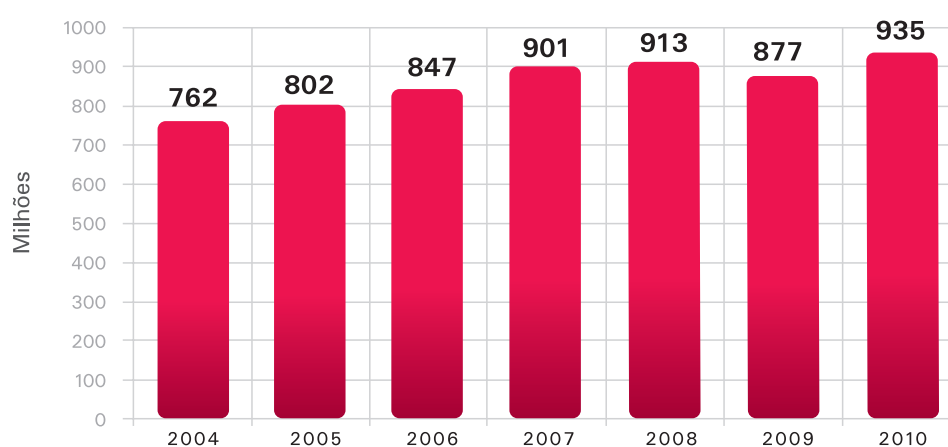
Efeitos da Crise Financeira sobre o Turismo Internacional

EVOLUÇÃO RECENTE E EXPECTATIVAS PARA O SETOR

De acordo com estimativas da Organização Mundial do Turismo (UNWTO), divulgadas em janeiro do corrente ano, após um declínio de cerca de 4,0% em 2009 em relação a 2008, as chegadas internacionais de turistas aumentaram significativamente em 2010 (para 935 milhões). Este aumento representa uma expan-

são de aproximadamente 6,7%. Cabe destacar que tal resultado deveu-se basicamente à melhora das condições econômicas em todo o mundo, propiciando a rápida recuperação do turismo internacional, compensando (em parte) as perdas recentes.

Gráfico 8 - Mundo - Chegadas internacionais de turistas 2004 - 2010

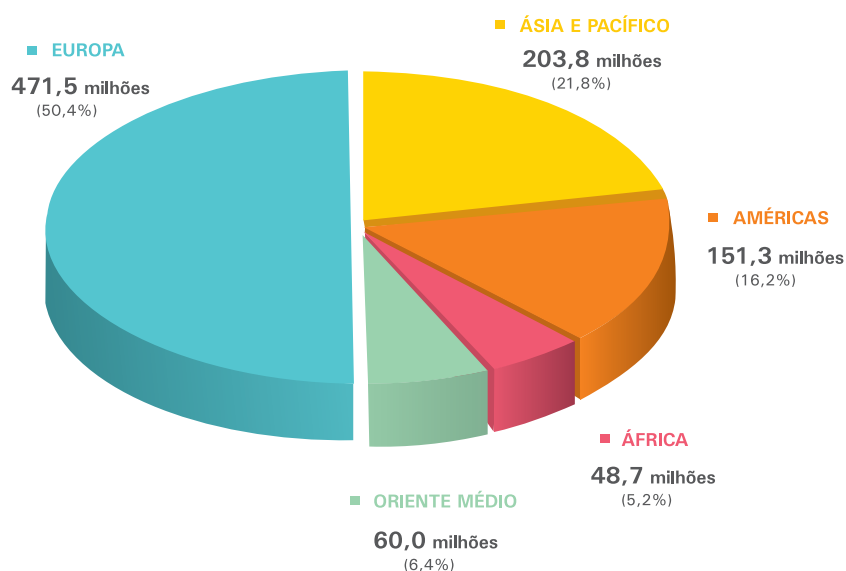


Fonte: UNWTO

Ressalte-se, contudo, que o desempenho foi desigual, prognosticando-se que os países de economias emergentes apresentaram aumento percentual mais elevado do que as economias desenvolvidas (8,2% e 5,3%, respectivamente). Segundo a UNWTO, o desafio atual é consolidar tal crescimento nos próximos anos, em virtude de ainda persistir o clima de incerteza quanto à evolução do ambiente econômico global.

Quando avaliadas as chegadas internacionais ocorridas em 2010, é possível estimar cenários quanto à distribuição segundo grandes regiões, como é possível verificar no gráfico a seguir. Os dados da UNWTO dão conta que o continente europeu representa pouco mais da metade das chegadas de turistas em todo o mundo e mais do que o triplo dos desembarques apurados nas três Américas.

Gráfico 9 - Mundo - Chegadas internacionais de turistas segundo grandes regiões - 2010



Fonte: UNWTO

É importante destacar que a lista da UNWTO revelou que a China superou, pela primeira vez, a Espanha como destino turístico (56 milhões de viajantes). Neste novo cenário, o país asiático passou à terceira posição no *ranking*, atrás da França e dos Estados Unidos, levando

a Espanha à quarta colocação (53 milhões de viajantes). Entretanto, no que diz respeito à receita, a Espanha permanece na segunda posição do *ranking* divulgado, atrás apenas dos Estados Unidos.

Em termos globais, as previsões da UNWTO são de que os desembarques internacionais voltem a crescer em 2011 (entre 4% e 5%), embora menos amplamente do que em 2010. Na Euro-

pa, o incremento esperado é de 2% a 4%; na Ásia e Pacífico, de 7% a 9%; nas Américas, de 4% a 6%; na África, de 4% a 7%; e no Oriente Médio, de 7% a 10%.

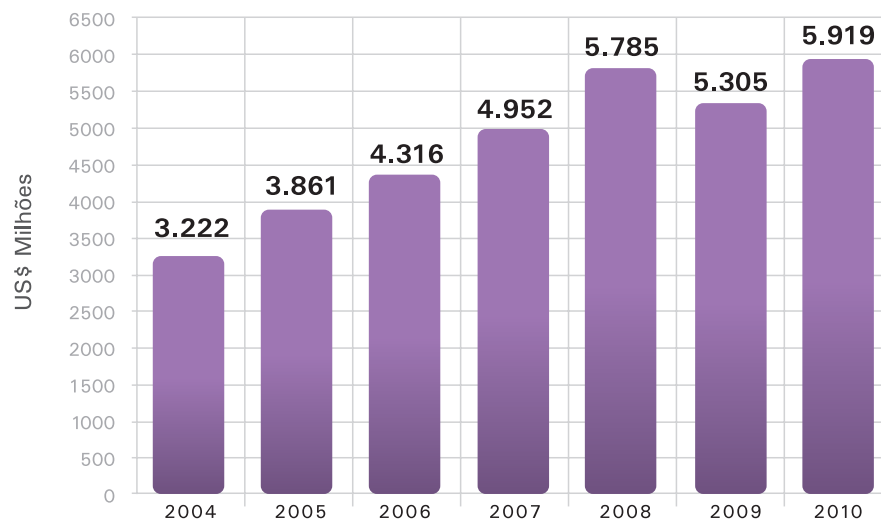
TURISMO NO BRASIL

Turismo Internacional no País

Segundo dados do Banco Central, a corrente cambial turística (receita mais despesa) cresceu 37,88%: de US\$ 16,203 bilhões, em 2009, para US\$ 22,341 bilhões, em 2010. No que se refere à receita cambial, os gastos de turistas

estrangeiros em visita ao Brasil, em 2010, somaram US\$ 5,919 bilhões, o mais elevado resultado da série histórica do BC, representando um crescimento na entrada de divisas de 11,58% em relação a 2009.

Gráfico 10 - Brasil - Receita cambial turística anual 2004 - 2010



Fonte: Banco Central

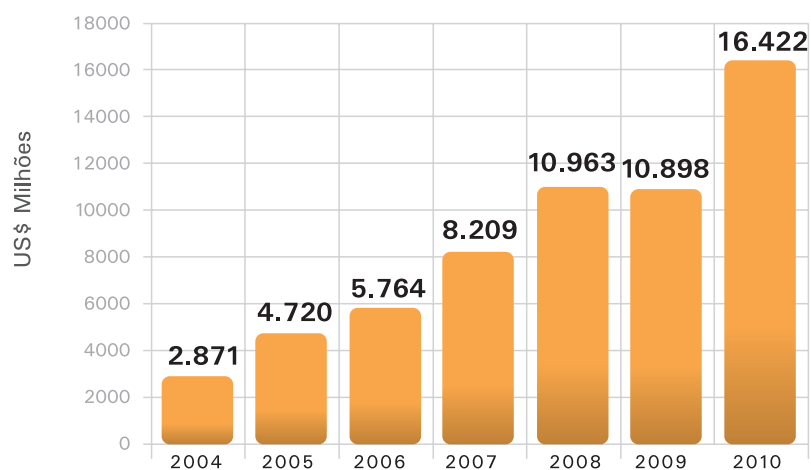
Por outro lado, a despesa cambial turística atingiu US\$ 16,422 bilhões em 2010, registrando expansão de 50,68% em relação a 2009, esta-

belecendo, igualmente, recorde histórico da respectiva série. Efetivamente, ao longo de 2010, as despesas cambiais sempre se mantiveram

acima de US\$ 1 bilhão ao mês. As mesmas se expandiram ainda mais a partir de julho (atingindo US\$ 1,726 bilhão em dezembro último), reflexo direto da desvalorização do dólar. A queda

nas cotações da moeda americana, por sinal, tem sido um dos fatores que estimulam, consideravelmente há meses, a realização de viagens e de compras no exterior.

Gráfico 11 - Brasil - Despesa cambial turística anual 2004 - 2010

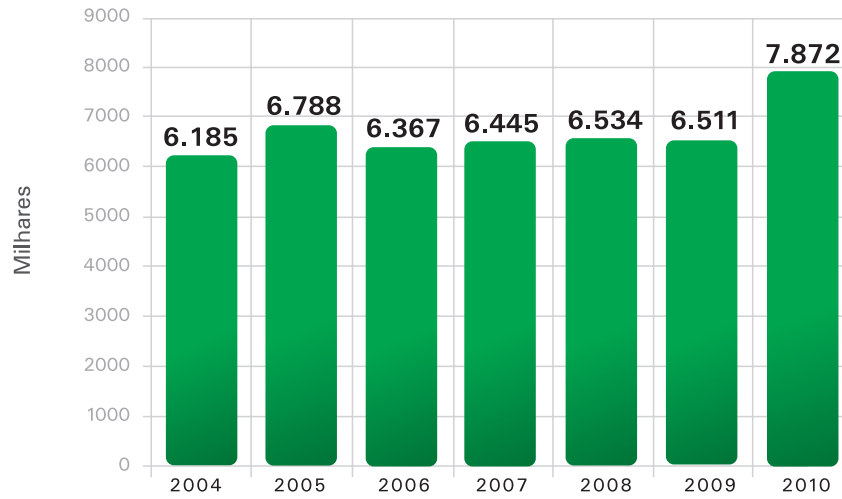


Fonte: Banco Central

Dados divulgados pela Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (Infraero), referentes a desembarques internacionais (os quais incluem brasileiros retornando do exterior), mostram que chegaram ao País em 2010, 7.871.802 passageiros, o que equivale a um aumento de

20,90% em relação a 2009. Do total referente a 2010, 7.606.607 passageiros desembarcaram em voos regulares (+20,62% do que em 2009) e 265.195 em voos não regulares, fretados (+29,69%).

Gráfico 12 - Brasil - Desembarque anual de passageiros em voos internacionais 2004 - 2010



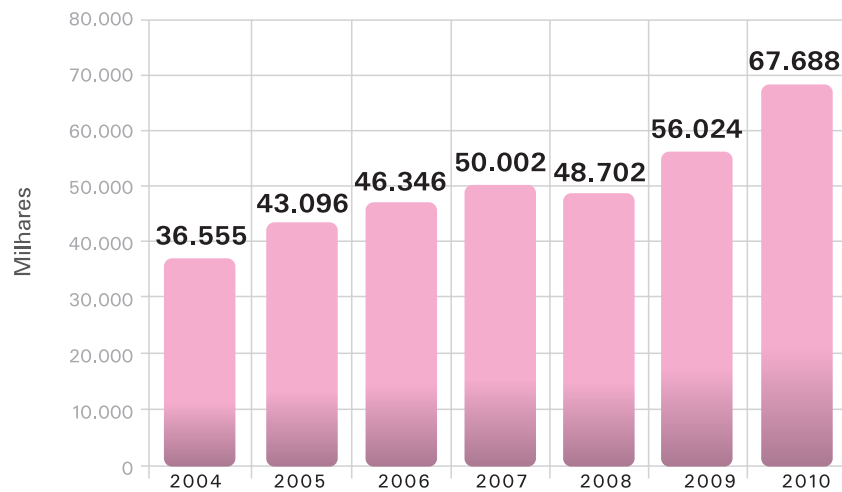
Fonte: Infraero

Turismo Nacional

Em 2010, o total de desembarques em voos nacionais nos aeroportos do País (67.688.090 passageiros) registrou crescimento de 20,82% em comparação com 2009, sendo 65.392.926

em voos domésticos regulares (+21,29%) e 2.295.164 em voos não regulares (+8,87%). Tais resultados também representaram nível recorde da série histórica.

Gráfico 13 - Brasil - Desembarque anual de passageiros em voos nacionais 2004 - 2010



Fonte: Infraero

Em complemento aos indicadores do fluxo interno aéreo, o Índice ABCR mede o fluxo de veículos nas estradas pedagiadas, sendo produzido pela Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias (ABCR). A série, com ajuste sazonal, apurou que em 2010, comparativamente a 2009, houve aumento do fluxo total de veículos

nessas estradas, sendo que 6,8% correspondem ao crescimento do fluxo de veículos leves. O gráfico a seguir discrimina a evolução do fluxo total de veículos em rodovias pedagiadas desde 1999 (número índice = 100), observando-se sensível expansão a partir de 2003.

Gráfico 14 - Brasil - Evolução mensal do fluxo de veículos em rodovias pedagiadas 2004 - 2010



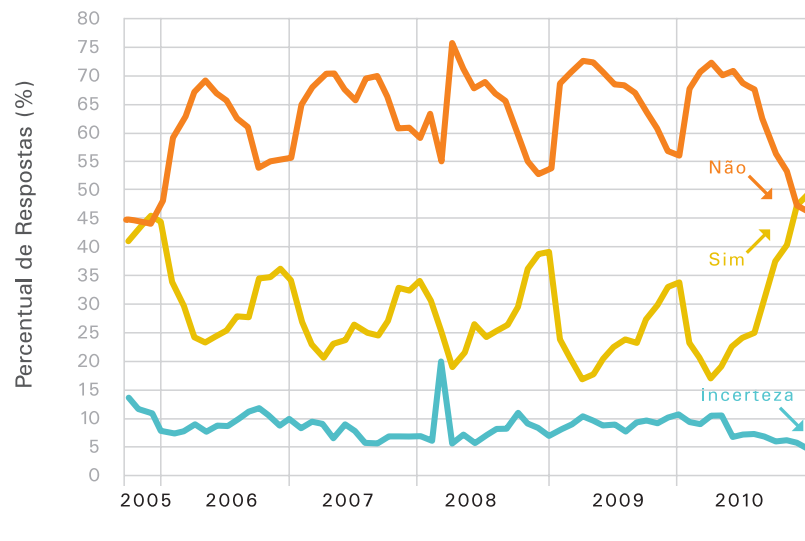
Fonte: ABCR

Intenção de Viagem

Um ambiente positivo para o turismo nacional pode ser observado nas intenções das famílias brasileiras de consumir serviços relacionados ao turismo. A partir de março de 2010 verificou-se o crescimento contínuo das intenções positivas de viagem, alcançando em dezembro o maior índice da série (49,2%) desde a implantação da Sondagem de Expectativas do Consumidor (se-

tembro de 2005). Cabe ressaltar que o percentual de intenções positivas de viagem no mês de dezembro de 2010 foi - pela segunda vez em toda a série histórica - maior que o daqueles que não tem intenção de viajar (46%). Tal fato evidencia a ampliação do consumo das viagens pelas famílias brasileiras.

Gráfico 15 - Brasil - Sondagem de expectativas do consumidor intenção de viagem - set.2005 - dez.2010



Fontes: FGV e MTur

Resultado Consolidado

A seguir serão apresentados os resultados do turismo no Brasil em 2010 e perspectivas para 2011, com base na análise dos segmentos en-

trevistados, cujos dados são pormenorizados nos seus respectivos relatórios setoriais.

Resultados de 2010

O faturamento das empresas do setor de turismo como um todo, em 2010, cresceu para 97% do mercado consultado, enquanto que para somente 3% foi detectada estabilidade em relação a 2009. Em realidade, tal evolução é considerada bastante satisfatória, mesmo se considerando 2009 como uma base fraca de comparação. A majoração do faturamento deveu-se, em grande parte, à expansão da demanda, pautada no aquecimento do mercado corporativo e na consolidação do consumo de viagens pela classe C. Esse crescimento também proporcionou o lançamento de novos produtos (tais como pacotes para lugares anteriormente pouco frequentados por brasileiros e realização de feiras destinadas a outros segmentos da economia) e a expansão dos já existentes (locação de automóvel e maior frequência de voos). Cabe ressaltar que a desvalorização cambial impactou positivamente alguns segmentos (operadoras

de turismo, agências de viagens e transporte aéreo) pela ampliação das vendas de destinos internacionais; contudo foi desfavorável à entrada de estrangeiros no País, pois encareceu o custo das viagens.

Conforme se pode constatar na tabela a seguir, os segmentos que apresentaram saldos mais elevados do faturamento em 2010 (em confronto com 2009) foram meios de hospedagem (100%), transporte aéreo (100%), transporte rodoviário (100%), agências de viagens (99%) e promotores de feiras (99%), ao passo que os menores saldos foram apurados nos segmentos turismo receptivo (saldo de 5%, configurando estabilidade da receita comparativamente a 2009) e organizadoras de eventos (36%). Portanto, trata-se de resultado bastante favorável para o setor de turismo, com 6 segmentos (entre 9) registrando saldos de respostas superiores a 90%.

Tabela 1 - Consolidado - Comportamento do faturamento 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Segmento de turismo	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo
Consolidado	97	3	0	96
Agências de Viagens	99	1	0	99
Locadoras de Automóveis	77	23	0	77
Meios de Hospedagem	100	0	0	100
Operadoras de Turismo	92	7	1	91
Organizadoras de Eventos	54	28	18	36
Promotores de Feiras	99	1	0	99
Transporte Aéreo	100	0	0	100
Transporte Rodoviário	100	0	0	100
Turismo Receptivo	23	58	19	5

Fontes: FGV e MTur

Na próxima tabela, destacam-se como mais elevadas variações médias do faturamento auferido (+22,2% no resultado consolidado de 2010, em confronto com 2009), as registradas nos segmentos agências de viagens (+33,2%), locadoras de automóveis (+25,6%) e operadoras de turismo (+24,6%), com destaque negativo para o declínio apurado em turismo receptivo (-1,7%).

As mais amplas variações médias de pre-

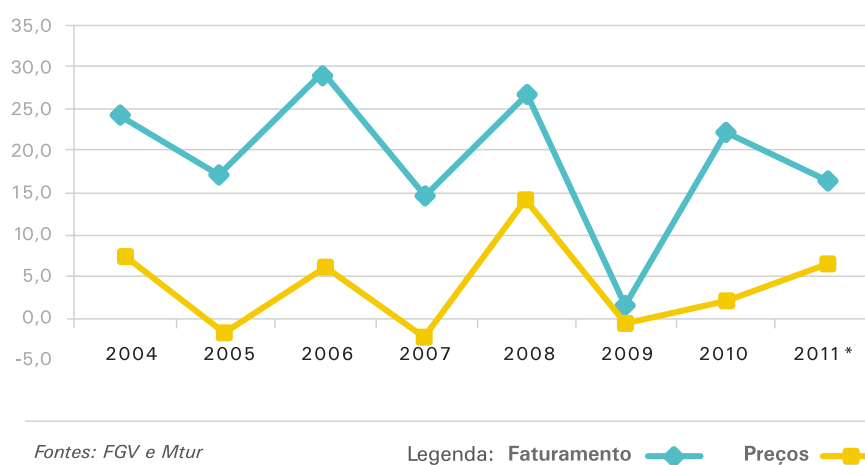
ços (+2,0% no resultado consolidado) foram constatadas nos segmentos turismo receptivo (+13,7%) e meios de hospedagem (+10,7%) - ressaltar-se tal incremento deveu-se, de modo geral, ao repasse dos custos aos preços, os quais se situaram em nível acima da inflação anual (5,9%), mensurado pelo IBGE através do IPCA. Declínio da variação média de preços foi observado em transporte aéreo (-4,2%) e agências de viagens (-0,3%).

Tabela 2 - Consolidado - Variação média anual dos principais indicadores por segmento de turismo(%) 2009-2010

Segmento de turismo	Faturamento	Preços	Custos	Quadro de pessoal
Consolidado	22,2	2,0	10,2	12,5
Agências de Viagens	33,2	-0,3	7,9	16,2
Locadoras de Automóveis	25,6	6,0	24,0	3,3
Meios de Hospedagem	19,8	10,7	8,9	5,5
Operadoras de Turismo	24,6	0,0	3,7	23,1
Organizadoras de Eventos	10,1	0,7	4,4	4,4
Promotores de Feiras	11,2	6,4	9,0	12,9
Transporte Aéreo	23,6	-4,2	11,3	17,0
Transporte Rodoviário	12,1	1,9	7,5	5,6
Turismo Receptivo	-1,7	13,7	18,2	-2,9

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 16 - Variação média do faturamento e preços 2004 - 2010 e previsão para 2011 (%)



Entre as variações médias de custos (+ 10,2% no resultado consolidado do setor de turismo), verificaram-se maiores aumentos nos segmentos locadoras de automóveis (+ 24,0%) e turismo receptivo (+ 18,2%), não sendo constatado decréscimo em nenhum ramo - o menor incremento percentual (+ 3,7%) foi apurado em operadoras de turismo.

No que tange às variações médias de postos de trabalho (+ 12,5% no resultado consolidado), destacam-se as registradas positivamente nos segmentos operadoras de turismo (+ 23,1%), transporte aéreo (+ 17,0%), agências de viagens (+ 16,2%) e promotores de feiras (+ 12,9%), e negativamente em turismo receptivo (-2,9%).

Perspectivas para 2011

Os empresários de todos os segmentos são unânimes quanto à perspectiva de significativa ampliação dos negócios em 2011, acompanhando os prognósticos de nova expansão da economia brasileira e, em menor escala, da internacional (saldo de 99% em comparação a 2010). A seguir são especificadas expectativas dos empresários do setor de turismo em relação à evolução da economia em geral e a seus próprios negócios, em particular:

- Continuidade das políticas de governo e crescimento econômico;
- Aumento dos investimentos estrangeiros no Brasil;
- Exposição do País na mídia internacional e nacional, em razão da futura realização de megaeventos;
- Expansão da oferta turística, a fim de atender à demanda crescente;
- Construção de novos hotéis, reforma ou ampliação dos já existentes, objetivando não somente o aumento significativo da oferta de unidades habitacionais, mas também proporcionar maior conforto e melhor atendimento aos hóspedes;

- Ampliação da capacidade de atendimento das agências de viagens, mediante a implantação de ferramentas tecnológicas, atendendo inclusive a novas Unidades da Federação;
- Expansão da rede de vendas das operadoras de turismo;
- Lançamento de novas feiras em médias cidades, expectativa de abertura de novas linhas – concessão federal, associação de locadoras de automóveis brasileiras aos mecanismos de reserva internacionais - como Internet e GDS (Sistema Global de Distribuição);
- Majoração geral do faturamento, preços, custos e quadro de pessoal.

A tabela seguinte revela que os ramos que esperam mais elevadas ampliações do faturamento são agências de viagens, locadoras de automóveis, meios de hospedagem, promotores de feiras, transporte aéreo e transporte rodoviário (em todos eles, o registro de saldos referentes às previsões atinge +100%), sendo os menores saldos (ainda assim bastante elevados) apurados nos segmentos organizadoras de eventos (+40%) e turismo receptivo (+78%).

Tabela 3 - Consolidado - Previsão do comportamento e variação média do faturamento 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Consolidado	99	1	0	99	16,5
Agências de Viagens	100	0	0	100	22,5
Locadoras de Automóveis	100	0	0	100	18,1
Meios de Hospedagem	100	0	0	100	10,0
Operadoras de Turismo	96	4	0	96	16,0
Organizadoras de Eventos	40	60	0	40	6,3
Promotores de Feiras	100	0	0	100	15,0
Transporte Aéreo	100	0	0	100	20,0
Transporte Rodoviário	100	0	0	100	11,9
Turismo Receptivo	80	18	2	78	25,2

Fontes: FGV e MTur

A tabela a seguir destaca como mais elevadas previsões de variações médias do faturamento a ser auferido em 2011 (+16,5% no resultado consolidado do setor de turismo, comparativamente a 2010), as estimadas pelos segmentos turismo receptivo (+25,6%), agências de viagens (+22,5%), transporte aéreo (20,0%) e locadoras de automóveis (+18,1%); menos amplo aumento é vislumbrado por empresários do segmento organizadoras de eventos (+6,3%).

Os mais elevados prognósticos de variações médias de preços (+6,5% no resultado consolidado) foram constatados nos segmentos turismo receptivo (+10,2%), meios de hospedagem (+9,3%) e operadoras de turismo (+7,8%), sendo o menor percentual de estimativas de reajuste de preços detectado nas agências de viagens (+3,5%) e em transporte rodoviário (+4,2%).

Tabela 4 - Consolidado - Previsão da variação média anual dos principais indicadores por segmento de turismo (%) 2010-2011

Segmento de turismo	Faturamento	Preços	Custos	Quadro de pessoal
Consolidado	16,5	6,5	9,0	8,6
Agências de Viagens	22,5	3,5	8,6	17,4
Locadoras de Automóveis	18,1	6,9	20,6	8,0
Meios de Hospedagem	10,0	9,3	7,2	6,7
Operadoras de Turismo	16,0	7,8	8,2	21,1
Organizadoras de Eventos	6,3	5,5	8,1	6,4
Promotores de Feiras	15,0	6,7	6,4	3,4
Transporte Aéreo	20,0	5,4	9,4	6,0
Transporte Rodoviário	11,9	4,2	4,4	2,2
Turismo Receptivo	25,6	10,2	15,1	6,7

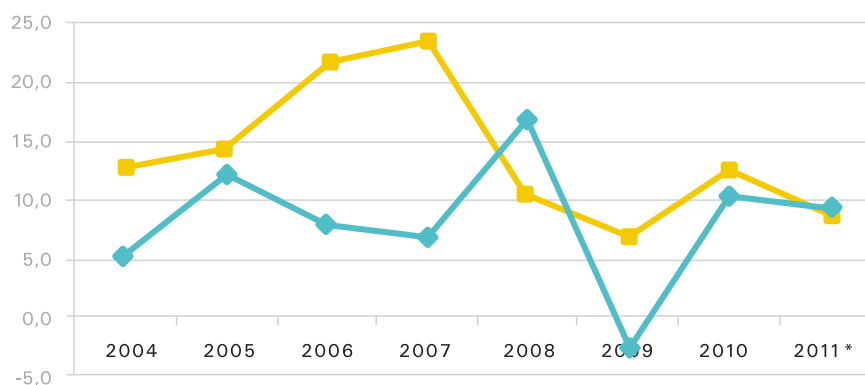
Fontes: FGV e MTur

Entre as estimativas de variações médias de custos (+9,0% no resultado consolidado), verificaram-se perspectivas de maiores aumentos nos ramos locadoras de automóveis (+20,6%), turismo receptivo (+15,1%) e transporte aéreo (+9,4%), sendo o menor percentual de incremento previsto pelo ramo transporte rodoviário (+4,4%).

Finalmente, no que concerne às previsões de va-

riações médias de postos de trabalho (+8,6% no resultado consolidado), destacam-se as apuradas nos segmentos operadoras de turismo (+21,1%) e agências de viagens (+17,4%), sendo os mais baixos saldos referentes aos prognósticos de variação média, registrados nos segmentos transporte rodoviário (+2,2%) e promotores de feiras (+3,4%).

Gráfico 17 - Variação média do custo e postos de trabalho 2004 - 2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e Mtur

Notas*: Previsão

Legenda: Custos —◆— Quadro de pessoal —■—

Relatórios Setoriais

Agências de Viagens

As empresas entrevistadas durante a PACET apresentam diferentes focos de atuação. A grande maioria atua no mercado corporativo¹, seguido por consolidadoras² e as agências varejistas³. Das empresas pesquisadas, 80% são geridas por brasileiros, enquanto que 20% são administradas por redes internacionais. No que se refere à segmentação do mercado, a

procura por destinos nacionais representa atualmente 64% das vendas realizadas pelas agências pesquisadas, enquanto 36% correspondem à demanda por destinos internacionais, propulsionada sobretudo, em 2010, pelo crescimento da economia brasileira e pela valorização do real frente ao dólar norte-americano.

RESULTADOS DE 2010

Para a quase totalidade do mercado pesquisado (99%), o segmento de agências de viagens registrou maior faturamento em 2010, em razão principalmente da ampliação do mercado corporativo, em virtude da recuperação da economia brasileira e do aumento do consumo de viagens pela classe C. Além do já mencionado câmbio desvalorizado, também contribuíram para esse resultado a maior oferta de serviços a preços mais acessíveis e com maior facilidade de pagamento, a captação de novos clientes, o aumen-

to do número de viagens corporativas e a ampliação da capacidade de atendimento - através do uso de ferramentas *online* - possibilitando elevação da receita das empresas. Outro aspecto que merece destaque é o crescimento da participação das empresas varejistas com sistema de atendimento *online*.

Quando questionadas a respeito do comportamento dos preços em 2010, as empresas não demonstraram uniformidade de opiniões. Para 39% do mercado houve aumento; para 24%,

¹ *Atendem a solicitações de viagens requisitadas por empresas, enquadrando-se no segmento turismo de negócios.*

² *Trabalham exclusivamente na consolidação de serviços junto às transportadoras aéreas, repassando bilhetes à outras agências.*

³ *Atuam diretamente com o consumidor final com foco no turismo de lazer.*

estabilidade; e para 37%, decréscimo. De modo geral, configurou-se inalterabilidade em relação a 2009 - as empresas que informaram aumento de preços citaram a ocorrência de reajuste de preço de alguns serviços - como diárias em hotéis e passagens aéreas - após um ano de queda dos preços. Por outro lado, detectou-se incremento de custos (com variação média de 7,9%), os quais foram, portanto, repassados apenas parcialmente aos preços praticados por algumas empresas.

Cabe ressaltar que os custos com a mão-de-obra foram os que mais pesaram nesse aumento. Efetivamente, a ampliação da oferta de empregos em outros segmentos de atividade e

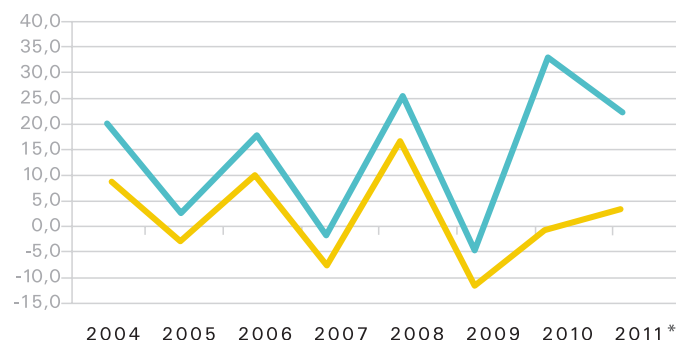
a carência de mão-de-obra especializada vêm ocasionando aumento da faixa salarial daqueles já empregados no segmento. Além disso, o dissídio salarial e os maiores custos com tecnologias e comunicação também pressionaram a elevação dos custos. No que tange ao quadro de funcionários, apurou-se ampliação no mercado em pauta (com variação média de 16,2%), comparativamente a 2009. Ressalta-se que o amplo crescimento do faturamento e quadro de pessoal, verificado no segmento de agências de viagens, foi fortemente influenciado por uma parcela do mercado que pretende investir em expansão nas vendas.

Tabela 5 - Agências de Viagens - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	99	1	0	99	33,2
Preços	39	24	37	2	-0,3
Custos	53	47	0	53	7,9
Quadro de Pessoal	78	22	0	78	16,2

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 18 - Agências de Viagens - Variação média do faturamento e preço 2004-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e MTur
Nota*: Previsão

Legenda: Faturamento — Preços —

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

Entre os fatores considerados favoráveis à expansão dos negócios das empresas do segmento agências de viagens foram destacados a conjuntura econômica mundial (e, particularmente, a nacional), a entrada de novos clientes no mercado e a ampliação da oferta de voos, o crescimento da procura por destinos internacionais e da demanda corporativa.

Contrariamente, o preço das diárias nos meios de hospedagem e dos demais custos dos servi-

ços comercializados pelas agências no Brasil é hoje considerado o principal fator desfavorável à expansão ainda mais ampla do segmento. No que concerne à atual taxa de câmbio, as opiniões encontram-se divididas, uma vez que, se por um lado o dólar desvalorizado estimula as viagens de brasileiros para o exterior, por outro reduz a atração de turistas estrangeiros.

PERSPECTIVAS PARA 2011

Todos os empresários consultados esperam mais um ano de bons negócios, em função principalmente da manutenção do crescimento econômico, da retomada das viagens corporativas e da promoção e divulgação do destino Brasil no exterior. Os megaeventos a serem sediados no País acabam por contribuir para o reforço da imagem do Brasil, apostam as empresas consultadas. Além disso, os investimentos em tec-

nologia programados para 2011 e a prospecção de clientes (inclusive em novos nichos de mercado) deverão proporcionar maior faturamento às agências de viagens. O cenário não difere substancialmente em relação à evolução das variáveis em 2010: perspectiva de realização de novas contratações de pessoal e majoração de custos, os quais deverão ser repassados parcialmente aos preços praticados pelas empresas.

Tabela 6 - *Agências de Viagens* - Previsão do comportamento e da variação média dos principais indicadores 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	22,5
Preços	58	31	11	47	3,5
Custos	99	0	1	98	8,6
Quadro de Pessoal	89	11	0	89	17,4

Fontes: FGV e MTur

Locadoras de Automóveis

As empresas participantes da pesquisa dividem as locações, de maneira geral, entre terceirização de serviços, ramo corporativo (turismo de negócios) e turismo de lazer. As grandes empresas têm capilaridade nacional, estando presentes em quase todas as Unidades da Federação, com mais de 100 lojas cada uma. Vale ressaltar

que empresas de grande porte do segmento (as quais não são em grande número) atuam em fatia importante do mercado, estando presentes nas maiores cidades brasileiras, enquanto localidades menores contam com serviços prestados por muitas locadoras locais.

RESULTADOS DE 2010

Tal segmento apresentou, em 2010, evolução bastante satisfatória, comparativamente a 2009, com grande parcela do mercado (77%) registrando aumento no faturamento e outros 23%, estabilidade. Neste cenário, apurou-se elevação média de 25,6% dos ganhos sobre o ano imediatamente anterior.

Segundo os empresários do segmento em pauta, a expansão do mercado de locadoras é explicada, em grande parte, por sua consolidação na área de locação e de varejo. Significativa parcela dos novos consumidores da classe C contribuiu para a elevação da demanda por carros classe B, com ar condicionado, na linha varejo. A crise financeira internacional não chegou a afetar consideravelmente os negócios do segmento, cujo mercado vem crescendo à base de dois dígitos percentuais desde 2008. Cabe destacar que o mercado de locação de automóveis era mais explorado pelos viajantes de modo geral como uma necessidade. Entretanto, atualmente

os turistas passaram a enxergar a ação de locar um veículo também como uma comodidade, praticidade para o dia-a-dia, destaca o empresário. Tal mudança representa um novo valor agregado para a população de classe C, a qual tem demandado produtos mais sofisticados e com maior tíquete médio (preço cobrado pelos serviços).

Outras razões que contribuíram para um aumento do faturamento destas empresas foram a melhor gestão dos negócios e um conhecimento maior das oportunidades existentes no mercado - em especial no segmento corporate, ou seja, com locação inferior a 30 dias. Além disso, ampliou-se o número de franqueados na linha varejo. No entanto, alguns fatores afetaram a rentabilidade das empresas, entre eles a redução (entre 12 de dezembro de 2009 e 31 de março de 2010) do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) quando da aquisição de veículos novos pela população em geral. Como

consequência desse cenário, os preços dos veículos usados, vendidos pelas locadoras de automóveis, sofreram grande redução.

As empresas, em sua maioria, procuraram praticar preços mais elevados em 2010, devido à oferta de veículos mais sofisticados tecnologicamente (dotados de GPS e direção hidráulica). Vale salientar que a renovação de frota é constante, uma necessidade inerente ao negócio, atrelada à busca de maior vantagem competitiva. Entretanto, todas as empresas pesquisadas informaram que o incremento de custos ocorreu em magnitude superior à elevação de preços cobrados aos clientes (variações médias

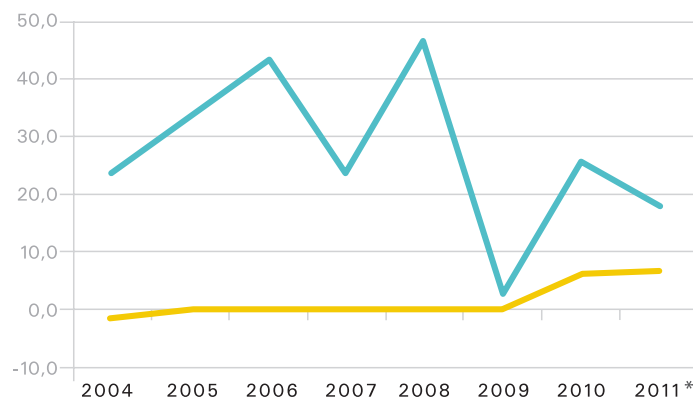
anuais de 24,0% e 6,0%, respectivamente). Apenas parte desses aumentos pôde ser repassada aos preços finais, relataram os entrevistados. Uma das componentes que mais pesou nos custos foi a da mão-de-obra, não só devido aos reajustes salariais, mas também às novas contratações adicionais e respectivos encargos - variação média de 3,3% em relação a 2009. A renegociação de contratos de aluguel estabelecidos com a Infraero (guichês de empresas locadoras de automóveis mantidos em diversos aeroportos do País) e a depreciação dos veículos (maior do que a esperada) também influenciaram sobremaneira o aumento de custos.

Tabela 7 - Locadoras de Automóveis - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	77	23	0	77	25,6
Preços	77	23	0	77	6,0
Custos	100	0	0	100	24,0
Quadro de Pessoal	77	0	23	54	3,3

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 19 - Locadoras de automóveis - Variação média do faturamento e preço 2004-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e MTur

Legenda: Faturamento — Preços —

Nota*: Previsão

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

Até o passado recente, o principal fator favorável à expansão dos negócios tinha sido a facilidade de acesso ao crédito por parte das empresas, haja vista a redução do custo do dinheiro. Com o recente cenário de concentração bancária, as linhas de crédito tornaram-se mais restritas e, atualmente, a evolução dos juros tem apresentado tendência de aumento, o que afeta

principalmente as atividades das locadoras de menor porte. Se por um lado a conjuntura econômica mundial se mostra menos favorável, no momento em que brasileiros têm trocado destinos nacionais por internacionais e locando menos carros, por outro, o ambiente dos negócios nacional tem se mostrado bastante satisfatório, com a economia permanecendo aquecida.

PERSPECTIVAS PARA 2011

Constatou-se unanimidade dos empresários em relação à perspectiva do desempenho referente ao corrente ano, pois todos eles preveem aumento das quatro variáveis da pesquisa, comparativamente a 2010, com as variações médias discriminadas a seguir: faturamento (+18,1%), preços (+6,9%), custos (+20,6%) e quadro de pessoal (+8,0%) – ou seja, anteveem mais um ano de aquecimento dos negócios, como o registrado no ano passado.

Para 2011 também vislumbra-se crescimento da taxa de utilização (período de locação do veículo), além do aumento de aluguéis de carros tanto ao público final e quanto ao segmento corporate. Da mesma forma é possível prever a ampliação do segmento de replacement, o qual atende a seguradoras e a oficinas, dispo-

nibilizando um carro reserva ao cliente. Deverão também beneficiar o segmento em 2011 a consolidação ainda maior das grandes redes do País e a associação de locadoras de automóveis brasileiras aos mecanismos de reserva internacionais - como internet e GDS (Sistema Global de Distribuição). Tais apostas darão mais visibilidade as locadoras ao estreitar os contatos com os agentes de reservas e clientes (pessoas físicas) em todo o Brasil, América Latina e Europa. Devido ao fato de o Brasil estar crescendo fora dos grandes centros, como alvo de obras de grande porte - como a construção de represas e hidrelétricas, por exemplo - é esperada uma elevação da demanda de automóveis pelo mercado corporativo. Por fim, espera-se maior faturamento com o turismo de lazer, e median-

te a manutenção de acordo a ser firmado com operadoras e agências de viagens para a divulgação dos serviços de locadoras.

As despesas serão influenciadas em 2011, entre outros quesitos, pela renovação já mencionada de contratos de aluguel e pelos custos de

reajustes salariais e encargos e contratação adicional de pessoal. A aquisição de pessoal, aliás, só não será mais ampla em virtude de o setor já estar em processo de treinamento de pessoal, visando maior eficiência e otimização da atual prestação de serviços.

Tabela 8 - Locadoras de Automóveis - Previsão do comportamento e da variação média dos principais indicadores 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	18,1
Preços	100	0	0	100	6,9
Custos	100	0	0	100	20,6
Quadro de Pessoal	100	0	0	100	8,0

Fontes: FGV e MTur

Meios de Hospedagem

A maior parte das empresas pesquisadas é administrada por redes nacionais. Os tipos de empreendimentos geridos são majoritariamente hotéis, seguido de *flats* e *resorts*. Uma parcela menor do mercado também administra pousa-

das. Verifica-se, entre as empresas consultadas, grande variação do número de empreendimentos e unidades habitacionais administrados, assim como do montante do faturamento auferido e do total de postos de trabalho gerados.

RESULTADOS DE 2010

Após um ano de instabilidade econômica mundial, verificou-se majoração do faturamento, em 2010, na totalidade do mercado de meios de hospedagem pesquisado. Entre os fatores destacados como motivadores dessa expansão estão a retomada do crescimento do mercado corporativo, o fortalecimento do mercado interno e a facilidade de acesso ao crédito pelo cliente. Outro destaque fica por conta da reversão das condições antes desfavoráveis ao segmento no período da crise econômica. Cabe ressaltar que a oferta de novos hotéis não tem acompanhado, de modo geral, o crescimento da demanda. Nesta mesma linha de aspectos positivos detectou-se que, em 2010, houve retomada da diária média e das taxas de ocupação após o período de crise internacional.

O crescimento da demanda de negócios e de lazer, a realização de maior número de eventos

em hotéis e a elevação dos preços (que cresceram, em média, 10,7%) foram também fatores responsáveis pela evolução favorável da receita dos meios de hospedagem. Tais fatores, dentre outros, provocaram em média, receita 19,8% maior do que a de 2009.

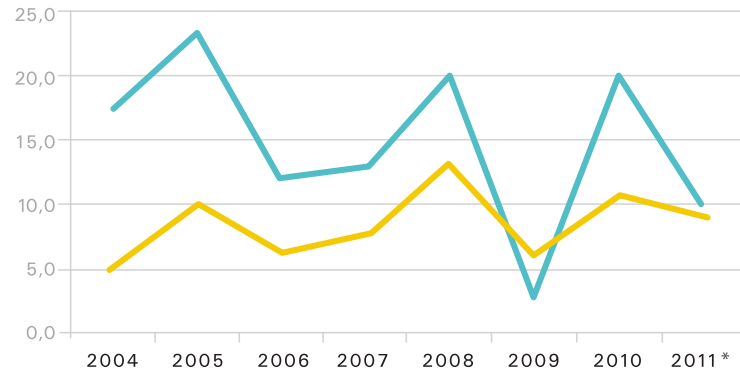
O aumento dos custos com pessoal ocorreu em razão do dissídio salarial e das medidas para retenção da mão-de-obra (como aumento dos salários). Tais custos, por sua vez, foram repassados aos preços cobrados pelo segmento meios de hospedagem, segundo relatos do empresariado. Outro fator que motivou o incremento dos custos (8,9%, em média) foi a ponderável elevação dos preços dos insumos em 2010, principalmente os de alimentação. Ante a evolução bastante satisfatória dos negócios, o segmento em pauta ampliou o quadro de funcionários - em média, 5,5%.

Tabela 9 - Meios de Hospedagem - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	19,8
Preços	100	0	0	100	10,7
Custos	100	0	0	100	8,9
Quadro de Pessoal	94	6	0	94	5,5

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 20 - Meios de Hospedagem - Variação média do faturamento e preço 2004-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e MTur

Legenda: Faturamento — Preços —

Nota*: Previsão

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

No início do corrente ano, os principais fatores considerados favoráveis ao aquecimento dos negócios pelos empresários do segmento meios de hospedagem são a boa imagem do País no exterior no âmbito econômico (a qual vem atraindo crescentes investimentos), a mais ampla divulgação do Brasil internacionalmente (em razão dos megaeventos esportivos) e o aumento do poder de compra dos consumidores.

Este último item, inclusive, favorece em ampla escala o aquecimento do mercado doméstico para o setor. Por outro lado, a desvalorização do dólar norte-americano (fator que inibe as viagens de estrangeiros para o Brasil), a burocracia administrativa e a escassez de mão-de-obra qualificada são destacados como entraves a um aumento ainda mais significativo do faturamento.

PERSPECTIVAS PARA 2011

A totalidade dos empresários consultados acredita na manutenção do crescimento do mercado de meios de hospedagem em 2011. A estabilidade econômica e a exposição midiática do Brasil (devido à proximidade da realização dos megaeventos esportivos) favorecerão o aumento dos investimentos estrangeiros no País, do fluxo de turistas e das taxas de ocupação hoteleira.

A previsão de elevação do faturamento em 2011 é de 10,0% (em média). Esta projeção é atribuída, em grande parte, à expansão da oferta -

construção de novas Unidades Habitacionais e aquisição de novos empreendimentos - e à atual situação de crescente demanda. O aumento da procura, entretanto, deverá ocasionar a elevação dos preços do mercado (incremento de 9,3 %, em média), em percentual pouco superior à elevação estimada dos custos (7,2%, em média). A se confirmar esse quadro, deverão ser registradas novas contratações de pessoal pelo mercado em pauta (com variação média de 6,7% sobre 2010), ações que geram um ciclo natural de aquecimento do setor.

Tabela 10 - Meios de Hospedagem - Previsão do comportamento e da variação média dos principais indicadores 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	10,0
Preços	100	0	0	100	9,3
Custos	100	0	0	100	7,2
Quadro de Pessoal	85	15	0	85	6,7

Fontes: FGV e MTur

Operadoras de Turismo

As empresas operadoras de turismo, participantes da pesquisa, possuem públicos-alvos diferenciados. Por um lado, grande parte delas tem como foco o “consumo de massa”, ou seja, atendem a padrões de consumo massificados com uma cartela de produtos e serviços acessível à generalidade da população; incorporou-se, nesse caso, significativa parcela da classe C ao consumo de viagens. Por outro lado, há empresas que realizam viagens mais customizadas e em grupos menores, detentoras de um portfólio de clientes majoritariamente pertencentes às classes A e B.

RESULTADOS DE 2010

Após um ano (2009) bastante desfavorável para o segmento de operadoras de turismo, fortemente impactado pela crise mundial, constatou-se aquecimento dos negócios para as empresas em geral. Tal cenário é atribuído fundamentalmente à demanda reprimida, à recuperação econômica do País - com aumento dos níveis de renda e dos postos de trabalho, além da maior estabilidade do emprego -, e à ampla disponibilidade de crédito com prazos dilatados. Além desses fatores, a valorização do real em relação ao dólar norte-americano - estimulando viagens e realização de compras no exterior - e o barateamento de preços de hospedagens no

exterior pelo acirramento da concorrência entre destinos também contribuíram para o aquecimento dos negócios neste segmento. Houve crescimento para 92% do mercado de operadoras em 2010, com variação média de +24,6%, comparativamente a 2009. Para a maioria das operadoras, esta majoração é justificada não só pelo incremento do número de clientes e da frequência das viagens, mas também pela diversificação da oferta de produtos no mercado (Qatar, Turquia e Israel, por exemplo), pela ampliação de voos para destinos tradicionais (como os Estados Unidos) e, em muitos casos, em razão do aumento do número

Quando à segmentação do mercado sob a ótica da oferta, verificou-se aumento no número de destinos internacionais comercializados pelas operadoras de turismo em 2010, comparativamente a 2009. No que se refere à segmentação de mercado sob a ótica da demanda, verificou-se um aumento da procura por destinos internacionais - de 29%, em 2009, para 35%, em 2010. Ressalta-se ainda que a demanda por cruzeiros marítimos em 2010 representou cerca de 8% da demanda total do mercado de operadoras.

exterior pelo acirramento da concorrência entre destinos também contribuíram para o aquecimento dos negócios neste segmento. Houve crescimento para 92% do mercado de operadoras em 2010, com variação média de +24,6%, comparativamente a 2009. Para a maioria das operadoras, esta majoração é justificada não só pelo incremento do número de clientes e da frequência das viagens, mas também pela diversificação da oferta de produtos no mercado (Qatar, Turquia e Israel, por exemplo), pela ampliação de voos para destinos tradicionais (como os Estados Unidos) e, em muitos casos, em razão do aumento do número

de postos de venda. No que concerne ao aumento da demanda por destinos internacionais, ressalta-se ainda a ampliação da demanda por viagens de estudos e intercâmbio.

Os preços mantiveram-se estáveis na maior parcela do mercado. Por outro lado, a elevação de custos (+ 3,7%, em média, em relação a 2009) em 30% do mercado de operadoras não foi repassado aos preços. Os custos mais elevados

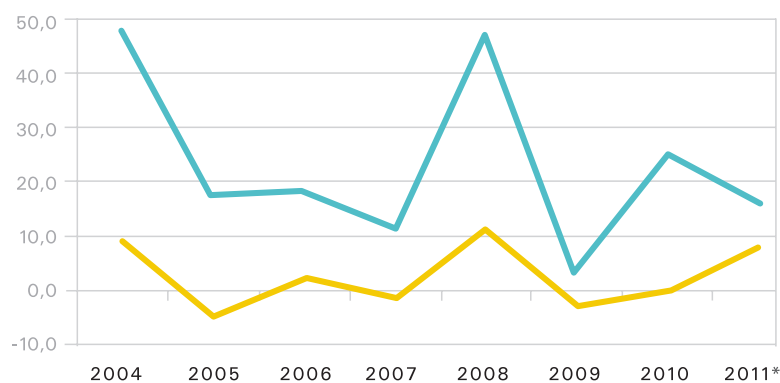
foram justificados, principalmente, pela expansão do quadro de funcionários, dos salários e dos respectivos encargos. Cabe destacar que nenhuma empresa pesquisada informou a ocorrência de dispensas de pessoal em 2010 – em realidade, 98% do mercado contrataram mão-de-obra adicional, sendo de + 23,1% a variação média sobre 2009.

Tabela 11 - Operadoras de Turismo - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	92	7	1	91	24,6
Preços	10	80	10	0	0,0
Custos	30	70	0	30	3,7
Quadro de Pessoal	98	2	0	98	23,1

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 21 - Operadoras de Turismo - Variação média do faturamento e preço 2004-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e MTur
Nota*: Previsão

Legenda: Faturamento — Preços —

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

Na opinião dos operadores entrevistados, o cenário de 2010 não sofreu grandes alterações e os seus efeitos benéficos para o segmento de operadoras ainda se fazem sentir no princípio

de 2011. Em consequência, as empresas como um todo se ressentem de escassez de pessoal qualificado e de oferta insuficiente de assentos em voos nacionais e em voos internacionais.

PERSPECTIVAS PARA 2011

Caso perdurem essas condições favoráveis para 2011, deverão se confirmar as expectativas de nova ampliação do faturamento no ano: 96% antevêem maiores ganhos e 4%, estabilidade. Aqueles que apostam na estabilidade em 2011 avaliam que o crescimento do mercado foi suficientemente ponderável em 2010. Vale salientar que diversas operadoras pretendem obter mais resultados com a expansão da rede de vendas, por meio da abertura de novas filiais ou com a implantação de novo sistema de reservas - como novas ferramentas de compras *online*. Além disso, a continuidade do aumento

do consumo de viagens pelos brasileiros é outro fator considerado favorável para a ampliação do mercado.

Após um ano de estabilidade de preços, os prognósticos são de que deva haver reajuste (em média, em 7,8%) no corrente ano, a fim de compensar a estimada majoração de custos (+8,2%, em média). O aumento dos custos, em grande parte, ter-se-á justificado pela intenção de contratar novos funcionários - 94% do mercado (variação média de +21,1% sobre 2010).

Tabela 12 - Operadoras de Turismo - Previsão do comportamento e da variação média dos principais indicadores 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	96	4	0	96	16,0
Preços	94	6	0	94	7,8
Custos	99	1	0	99	8,2
Quadro de Pessoal	94	6	0	94	21,1

Fontes: FGV e MTur

Organizadores de Eventos

Detectou-se, entre as empresas do setor de eventos consultadas, que a maior parcela delas tem como foco a realização de congressos técnicos. A média dos eventos realizados em 2010, por empresa, foi de 25, sendo que destes, aproximadamente 80% do público corres-

ponderam a participantes nacionais e 20% a internacionais. A média de funcionários fixos, por empresa, foi de 9 em 2010, sendo que o número de funcionários temporários variou conforme a quantidade de eventos realizados ao longo do ano.

RESULTADOS DE 2010

Apesar de comprovada, a evolução favorável dos negócios em 2010 não foi tão ampla quanto a apurada nos demais segmentos. Para 54% dos entrevistados houve incremento dos negócios, para 28%, estabilidade, e para 18%, declínio, o que corresponde a um saldo de 36% - sendo o aumento médio de 10,1 % em relação a 2009. Contribuíram para a elevação da receita o aumento nos preços praticados e o maior número de eventos realizados em 2010, especialmente os de pequeno porte. Os empresários que não identificaram alteração em seu faturamento atribuíram tal fato à estabilidade política e econômica, aliada à manutenção do portfólio de clientes e dos tipos de eventos realizados. Entretanto, para a parcela do mercado que registrou redução no faturamento, o decréscimo foi justificado pela entrada de novas empresas

no mercado, inclusive internacionais, ocasionando o acirramento da competitividade.

No que concerne aos preços, observou-se incremento em 40% do mercado, estabilidade em 35% e redução em 25%, originando um saldo de respostas de 15% (com variação média de somente 0,7%). Pelo menos 52% do mercado registraram custos mais altos, enquanto para 48% este quesito manteve-se inalterado (aumento médio de 4,4% comparativamente a 2009). Percebe-se ainda que grande parte do aumento dos custos foi absorvida pelas empresas como um todo, ou seja, não foi repassada aos preços finais. Tal crescimento deveu-se basicamente aos gastos com mão-de-obra (reajustes salariais, encargos e realização de novas contratações de pessoal) e com a aquisição de materiais e equipamentos para a realização dos

eventos. Os insumos para este segmento, inclusive, foram indicados como os que sofreram o mais significativo reajuste em 2010.

Quanto ao nível de emprego, houve absorção adicional de pessoal por parte de 52% do mercado, contra estabilidade para 20% e redução

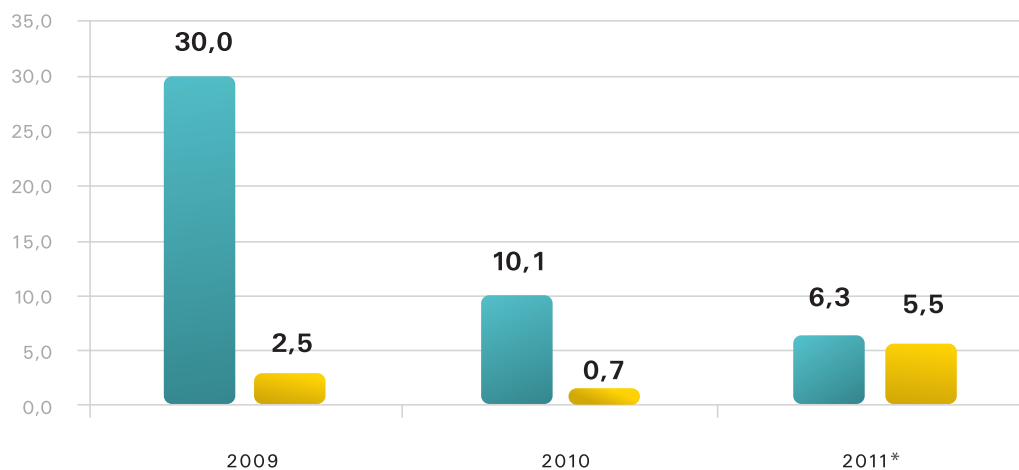
para 28% do segmento - gerando saldo de 24% e representando aumento médio do quadro de funcionários fixos de 4,4%. Este cenário é o resultado da aposta das empresas na possibilidade de que o mercado de eventos se mantivesse (e continue se mantendo) aquecido.

Tabela 13 - Organizadores de Eventos - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	54	28	18	36	10,1
Preços	40	35	25	15	0,7
Custos	52	48	0	52	4,4
Quadro de Pessoal	52	20	28	24	4,4

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 22 - Organizadores de Eventos - Variação média do faturamento e preço 2004-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

Legenda: Faturamento (barra azul) Preços (barra amarela)

(1) Até o ano de 2008 os segmentos feiras e eventos eram considerados como parte de um mesmo segmento, sendo que a maior parte do faturamento correspondia ao setor de feiras.

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

As cidades brasileiras ainda carecem de espaços suficientes para a realização de eventos. Além disso, falta linha especial de crédito para as promotoras de eventos e o segmento ressenete-se de mão-de-obra qualificada para

contratação imediata, aspectos citados como os mais importantes entraves ao incremento ainda maior dos negócios na área de eventos no princípio de 2011.

PERSPECTIVAS PARA 2011

O cenário de expectativas para 2011 não difere significativamente do desempenho ocorrido em 2010. A maior parte das empresas aposta na ampliação estimada do quadro de funcionários, induzida pela perspectiva de majoração do fa-

turamento; Entretanto, vislumbra-se elevação dos custos em proporção mais elevada do que a dos preços. Os prognósticos para 2011 são discriminados na tabela a seguir:

Tabela 14 - Organizadores de Eventos - Previsão do comportamento e da variação média dos principais indicadores 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	40	60	0	40	6,3
Preços	65	35	0	65	5,5
Custos	100	0	0	100	8,1
Quadro de Pessoal	46	54	0	46	6,4

Fontes: FGV e MTur

Promotores de Feiras

A maior parte das empresas do segmento é gerida por brasileiros e realizam feiras em todo o território nacional, sendo que parte delas está expandindo os negócios para outros países da América do Sul. Detectou-se um aumento tanto da faixa de faturamento anual em 2010 quanto do quadro de funcionários fixos, cenário positivo em se tratando de amostra que reúne as maiores empresas do segmento. Pode-se ressaltar ainda que, além de manter o quadro de funcionários fixos, os promotores de feiras se valem da subcontratação de serviços de empresas terceirizadas – parceiros na execução de serviços como limpeza e segurança, por exemplo.

RESULTADOS DE 2010

A quase totalidade das empresas declarou ter registrado um maior faturamento em 2010, comparativamente a 2009. Isso se deve fundamentalmente ao aumento do número de feiras realizadas, ao crescimento da demanda de expositores e de participantes, à expansão da realização de feiras em novos setores de atividades e em novas cidades, à ampliação do espaço físico de realização das feiras, ao mercado interno aquecido ao longo de todo o ano e aos sólidos fundamentos da economia brasileira. Além disso, a boa imagem do País no exterior tem estimulado a procura por parte dos expositores internacionais para a realização de feiras

Constatou-se que há entre as empresas entrevistadas uma grande diversidade em relação ao número de feiras realizadas ao longo do ano. Enquanto muitas empresas concentram suas atividades em apenas uma feira, outras possuem calendário mais amplo. O mesmo ocorre com relação aos espaços destinados à realização das feiras, os quais diferem proporcionalmente ao número de feiras realizadas e à magnitude de sua importância. É relevante também destacar que expositores e participantes internacionais se fazem presentes na realização da maior parcela de feiras no País, embora o público e os contratantes sejam predominantemente nacionais.

no Brasil. Destacou-se ainda o fortalecimento de consumo da classe C pelos mais diversos tipos de produtos e serviços. Tal fato evidencia a necessidade de os produtores reforçarem a presença no mercado interno através da exposição em feiras – entende-se que a presença em feiras e eventos de negócios ajuda a solidificar a marca, a ampliar os contatos e a viabilizar novos negócios e parcerias.

A majoração do faturamento das empresas respondentes em 2010 foi, em média, 11,2% superior ao apurado em 2009, revelando uma ampliação na demanda do segmento, o que ocasionou elevação dos custos (+9,0%). Vale

salientar que os custos totais desse ramo são compostos pelos custos fixos; pelos custos relacionados aos serviços necessários à execução das atividades, como energia elétrica e serviços terceirizados (limpeza, segurança e coleta de lixo); pelos preços dos espaços para realização das feiras, pela ampliação do quadro de funcionários fixos (constatada, na presente pesquisa, em quase 90% do mercado) e seus respectivos salários.

Tabela 15 - Promotores de Feiras - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	99	1	0	99	11,2
Preços	100	0	0	100	6,4
Custos	96	0	4	92	9,0
Quadro de Pessoal	89	11	1	88	12,9

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 23 - Promotores de Feiras - Variação média do faturamento e preço 2004-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

Legenda: Faturamento — Preços —

(1) Até o ano de 2008 os segmentos feiras e eventos eram considerados como parte de um mesmo segmento, sendo que a maior parte do faturamento correspondia ao setor de feiras.

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

O bom momento econômico nacional e a imagem econômica do País no exterior estão entre os fatores conjunturais que têm sido favoráveis à expansão dos negócios, relatam as empresas. O entendimento é de que as economias avançadas ainda sofrem os efeitos da crise mundial, favorecendo um direcionamento de negócios para os países emergentes. Além disso, os megaeventos previstos para o País têm favorecido as empresas, gerando um crescimento das feiras no setor de construção civil e um aumento da disponibilidade de contratantes.

PERSPECTIVAS PARA 2011

Após a consolidação dos negócios em grandes cidades brasileiras, as empresas estão expandindo seu campo de atuação para cidades médias e até para outros países sul-americanos. As perspectivas para 2011 são, mais uma vez, de um ano bastante favorável para o segmento em pauta, que espera uma ampliação no faturamento de 15,0%, mantendo um ritmo mais acelerado do que em 2010. As perspectivas de crescimento do mercado para o ano de 2011 baseiam-se na continuidade das políticas econômicas de governo, que permitirão a manutenção do mercado econômico aquecido e o aumento dos investimentos estrangeiros no País. Além disso, o atual ritmo de crescimento dos diversos setores da economia estimula a busca

Entre os fatores negativos, destacam-se a oferta de espaços destinados a eventos, classificada como insatisfatória por muitas empresas, e a escassez de mão-de-obra qualificada. Tal atividade ainda requer especialização adequada dos profissionais, sendo necessário, consequentemente, que o treinamento de pessoal seja realizado pelas próprias empresas. Diversos empresários também se ressentem da infraestrutura deficiente dos pavilhões em geral, bem como reclamam contra o exercício da atividade por empresas informais.

por exposição das marcas, ampliando a demanda do segmento.

Todas as empresas pesquisadas manifestaram propósito de aumentar seus preços, de forma a compensar a majoração estimada de custos (variações médias de 6,7% e 6,4%, respectivamente). A expectativa de 2/3 do mercado de feiras é de ocorrência de contratação adicional de funcionários (em torno de 3,4%), enquanto os demais (1/3) deverão manter o quadro de pessoal nos níveis atuais. Em virtude dos prognósticos de aquecimento dos negócios, antevê-se que o número de contratações de terceiros também deverá aumentar em 2011 (estimativa de 6%).

Tabela 16 - Promotores de Feiras - Previsão do comportamento e da variação média dos principais indicadores 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	15,0
Preços	100	0	0	100	6,7
Custos	76	24	0	76	6,4
Quadro de Pessoal	65	35	0	65	3,4

Fontes: FGV e MTur

Transporte Aéreo

As empresas brasileiras entrevistadas operam voos internacionais, nacionais e regionais. A demanda do mercado de transporte aéreo brasileiro é segmentada em cerca de 2/3 do mercado corporativo e em 1/3 referente a outros motivos (em especial lazer). No ano de 2010, o número de desembarques nacionais, registrados pela Infraero, foi de 11 milhões de desembarques a mais que em 2009, totalizando 67.688.090 passageiros, o que representou um

crescimento de 20,82%. A taxa de ocupação dos voos domésticos foi superior em 3p.p. à de 2009, alcançando 68,8%. Verificou-se também incremento do número de desembarques internacionais (de 6.510.953, em 2009, para 7.871.802, em 2010); contudo, cabe ressaltar que as empresas brasileiras respondem por somente parcela do mercado internacional de viagens no País.

RESULTADOS DE 2010

Dados preliminares do segmento transporte aéreo revelam majoração do faturamento em todo o mercado pesquisado em 2010, registrando variação média de 23,6% em relação a 2009. Entre os mais importantes fatores apontados como responsáveis por esta evolução destacam-se: aquecimento da economia; aumento das demandas doméstica e internacional de passageiros (inclusive com universalização dos serviços para atender ao consumo de viagens por parte da classe C); aumento da renda disponível da população em geral; ampliação de oferta; prestação de serviços em novas localidades; e esforço promocional realizado pela maioria das empresas pesquisadas.

Os preços praticados pelo segmento em pauta sofreram um reajuste médio de - 4,2% em 2010 comparativamente a 2009. Entre os fatores que possibilitaram essa redução, destacam-se a maior procura por passagens aéreas voltadas para o turismo de lazer (aumentando, conse-

quentemente, as vendas de assentos com tarifas programadas), e o fim do comissionamento aos agentes de viagem.

A ampliação dos custos em 11,3% (variação média do mercado) deve-se ao aumento das operações, ao preço dos combustíveis e aos reajustes salariais. Cabe destacar que os preços do petróleo (tipo WTI) sofreram elevação em 28,3% na comparação das médias de 2009 e 2010.

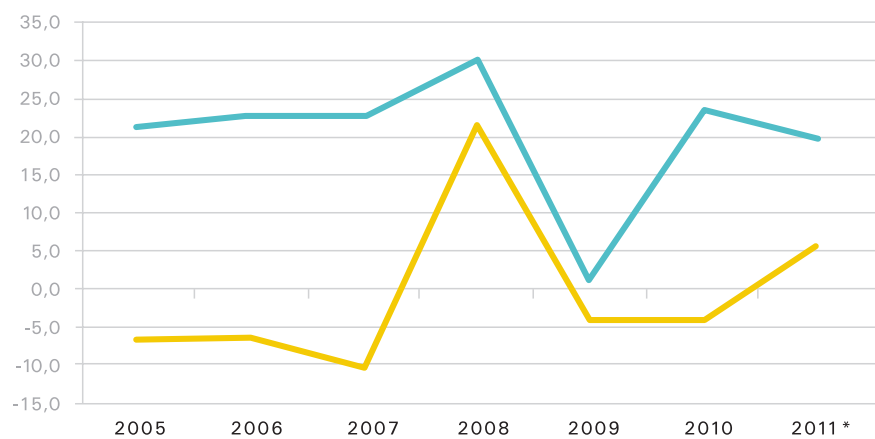
Quanto ao nível de emprego, todas as empresas pesquisadas afirmaram ter absorvido mão-de-obra adicional em 2010, gerando um aumento médio do quadro de funcionários fixos de 17,0% em relação a 2009, principalmente pelo aumento das operações das empresas pesquisadas. Além disso, houve incremento da massa salarial, além de reajustes e encargos, iniciativa embasada na aposta de que o mercado em pauta se manterá aquecido.

Tabela 17 - Transporte Aéreo - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	23,6
Preços	3	38	59	- 56	- 4,2
Custos	95	5	0	95	11,3
Quadro de Pessoal	100	0	0	100	17,0

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 24 - Transporte Aéreo - Variação média do faturamento e preço 2004-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e Mtur
Notas*: Previsão

Legenda: Faturamento — Preços —

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

Dentre os fatores favoráveis ao desenvolvimento dos negócios no momento de realização da pesquisa destacam-se: a imagem do Brasil no exterior, a demanda doméstica, a recuperação econômica global e a atual taxa de câmbio.

Por outro lado, a maior dificuldade enfrentada pelas empresas aéreas, segundo os entrevista-

dos, é a escassez de mão-de-obra qualificada, sendo a situação dos pilotos ainda mais grave, pois os mesmos vêm recebendo propostas salariais bastante vantajosas de companhias aéreas estrangeiras. Outro fator considerado limitador é a crescente taxa de juros, que afeta as taxas variáveis das dívidas das empresas.

PERSPECTIVAS PARA 2011

A totalidade do mercado aposta em uma nova expansão do faturamento ao longo de 2011, em virtude da expectativa de elevação da demanda por passagens em voos domésticos, pelo mercado corporativo e com a continuação de novos viajantes provenientes da classe C, e internacionais por viagens, sendo essa última fortemente estimulada pelo comportamento da taxa de câmbio. Além disso, antevê-se ainda uma maior oferta de aeronaves, um possível reajuste de preços e uma maior receita a ser obtida por passageiro quilômetros pagos transportados (*yield*). Caso tais prognósticos venham a

se confirmar no decorrer de 2011, o segmento continuará a realizar novas contratações de pessoal - o aumento médio previsto é de 6,0% comparativamente a 2010. Cabe salientar que 97% do mercado creem na elevação dos custos em 2011, cenário cuja magnitude será traçada com base na evolução dos preços internacionais do petróleo, que vem sendo afetada pelos acontecimentos no Norte da África e no Oriente Médio, além de outros fatores tais como o aumento dos custos de operação, uma vez que a expectativa do mercado é de ampliação da oferta de voos.

Tabela 18 - Transporte Aéreo - Previsão do comportamento e da variação anual do desempenho dos principais indicadores 2010/2011 (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	20,0
Preços	93	3	4	89	5,4
Custos	97	3	0	97	9,4
Quadro de Pessoal	67	33	0	67	6,0

Fontes: FGV e MTur

Transporte Rodoviário

As sedes das empresas pesquisadas não estão concentradas no eixo Rio - São Paulo, situando-se nos mais diversos estados brasileiros. Cada uma das empresas possuía, aproximadamente, 600 veículos em 2010, sendo previsto um aumento de cerca de 4% na frota em 2011. Dos veículos que estão em circulação, 80% possuem ar condicionado, sendo 35% ônibus executivos. A idade média da frota é de 4,2 anos. A principal razão das viagens realizadas em 2010 foi

a negócios e trabalho (59%), enquanto que o deslocamento motivado por lazer e visita a amigos representou 31% do total, e 10%, por outros motivos - como estudo, saúde e compras. Em 2010, as empresas entrevistadas transportaram, em média, 6.273.095 passageiros em linhas regulares, e 48.000 em linhas fretadas. A taxa de ocupação dos veículos em linhas regulares foi, em média, de 60%.

RESULTADOS DE 2010

Detectou-se, em 2010, ampliação do mercado em pauta devido ao aquecimento da economia, exigindo maior volume de deslocamento por motivo de negócios, à incorporação de parcela da classe C ao consumo de viagens (motivada pelo crescimento da renda) e à ampliação das facilidades de crédito disponíveis no mercado. No que concerne ao faturamento, a totalidade das empresas informou ter registrado maiores receitas em relação a 2009 (variação média de +12,1%). Tal avanço foi atribuído não somente ao reajuste de tarifas, mas também à concessão de novas linhas de transporte rodoviário. Vale salientar que o faturamento poderia ser até maior, segundo as empresas entrevistadas, uma vez que o aumento de custos registrado

em todas as empresas pesquisadas (um aumento médio de 7,5%) foi repassado apenas parcialmente (por 60% do mercado) aos preços praticados e, ainda assim, em percentual menor: +1,9%. No entanto, cabe destacar que os limites de preço das passagens são fixados pela Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT). Observou-se um incremento de custos tanto de mão-de-obra, referentes a salários e encargos, quanto de serviços, como os de telecomunicações e informática.

O aquecimento dos negócios ao longo de todo o ano de 2010 induziu cerca de 2/3 do mercado de transporte rodoviário a realizar novas contratações de funcionários, enquanto que aproximadamente 1/3 manteve estável o nível

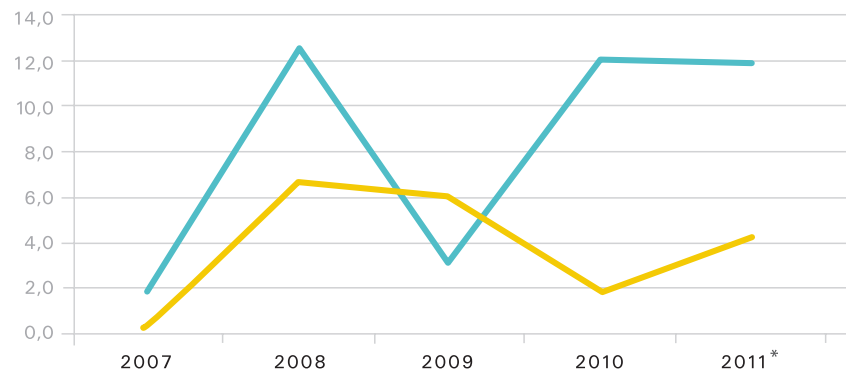
de emprego. Nenhuma empresa pesquisada relatou demissões, uma decisão que gerou um aumento médio de 5,6% do quadro de pessoal, comparativamente a 2009.

Tabela 19 - Transporte Rodoviário - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	12,1
Preços	60	40	0	60	1,9
Custos	100	0	0	100	7,5
Quadro de Pessoal	63	37	0	63	5,6

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 25 - Transporte Rodoviário - Variação média do faturamento e preço 2007-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e MTur
Nota*: Previsão

Legenda: Faturamento — Preços —

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

O bom momento econômico nacional e a perspectiva de concessão de novas linhas estão entre os fatores conjunturais favoráveis à expansão dos negócios, segundo as empresas pesquisadas. Por outro lado, entre os fatores negativos destacam-se a redução nos preços

das passagens pelas empresas aéreas (conquistando, cada vez mais, fatias do mercado de transporte de turistas) e as más condições de conservação das rodovias em diversos recantos do País.

PERSPECTIVAS PARA 2011

A estimativa do mercado em foco é a de que 2011 não deverá registrar grandes alterações no cenário atual. As apostas são de que se constate nova elevação do faturamento (em média, em 11,9%), de que os aumentos de preços e de custos ocorram em quase igual proporção (+4,2% e +4,4%, respectivamente) e de que

ocorra absorção adicional de pessoal (+2,2%, em média) em comparação com 2010. As empresas mantêm a expectativa de que, em 2011, o governo federal abra novas linhas de transporte rodoviário e que a expansão do consumo de viagens permaneça em ritmo acelerado nas empresas e na classe C.

Tabela 20 - Transporte Rodoviário - Previsão do comportamento e da variação média dos principais indicadores 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	100	0	0	100	11,9
Preços	100	0	0	100	4,2
Custos	100	0	0	100	4,4
Quadro de Pessoal	41	59	0	41	2,2

Fontes: FGV e MTur

Turismo Receptivo

O perfil das empresas entrevistadas apresenta grandes variações tanto no que concerne à faixa de faturamento quanto ao número de funcionários. O mercado de turismo receptivo vem ficando cada vez mais restrito, em razão do fechamento das empresas que não conseguiram se recuperar dos efeitos da crise de 2009 e da formação de parcerias comerciais entre as empresas atualmente no mercado.

As empresas de receptivo pesquisadas atendem

majoritariamente ao público internacional, apesar da constatação de expansão, por algumas delas, do atendimento aos turistas nacionais. O principal mercado atendido pelas empresas do setor de receptivo é o norte-americano, seguido do europeu, sinalizaram as empresas questionadas. Segundo os empresários, entre os destinos mais procurados pelos turistas no Brasil, destacam-se a cidade do Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Salvador e Manaus.

RESULTADOS DE 2010

Detectou-se estabilidade do faturamento em 2010, comparativamente a 2009, após um período de queda do faturamento, em virtude, principalmente, da crise econômica mundial. Os efeitos de tal crise foram fortemente sentidos na alta temporada de novembro de 2009 a março de 2010, e ainda se fazem sentir nos países emissores, inibindo a expansão mais ampla da demanda. Outro entrave importante tem sido a desvalorização do dólar frente ao real, fator que torna o destino Brasil caro para os turistas estrangeiros e reduz a receita por passageiro. São também citados como fatores limitadores ao aquecimento dos negócios a qualidade insatisfatória dos serviços (ainda inferior aos padrões internacionais) e o crescimento das vendas pela internet. Por fim, os empresários do segmento em foco mencionaram a Copa do Mundo de Futebol 2010, na África do Sul, como um fa-

tor que restringiu bastante a demanda no mês de julho, especialmente do mercado argentino, época em que muitos turistas deixaram de viajar para o Brasil em razão da realização desse megaevento.

No que envolve custos, é importante destacar que a desvalorização do dólar impactou diretamente na majoração dessa variável, uma vez que os serviços são comercializados em dólar. Por outro lado, o aumento dos custos da mão-de-obra decorreu do reajuste salarial dos funcionários, mas também do fato de terem sido criadas novas oportunidades de emprego em outros setores, geradas pelo crescimento da economia brasileira. Os custos foram também pressionados pela elevação dos preços dos derivados de petróleo (tais como pneus), impacto sentido mais fortemente pelas empresas detentoras de frotas próprias. Os empresários mencionaram,

igualmente, que a pressão do mercado interno e da demanda nacional, bem como o aquecimento econômico do mercado corporativo vêm elevando os preços dos serviços comercializados - em especial, os custos hoteleiros. Ressalte-se que a majoração de custos, verificada em 2010 na maior parcela do mercado (saldo das respostas de 75%, com variação média de

+ 18,2%), foi repassada tanto quanto possível aos preços finais (saldo de 71%, com variação média de 13,7%).

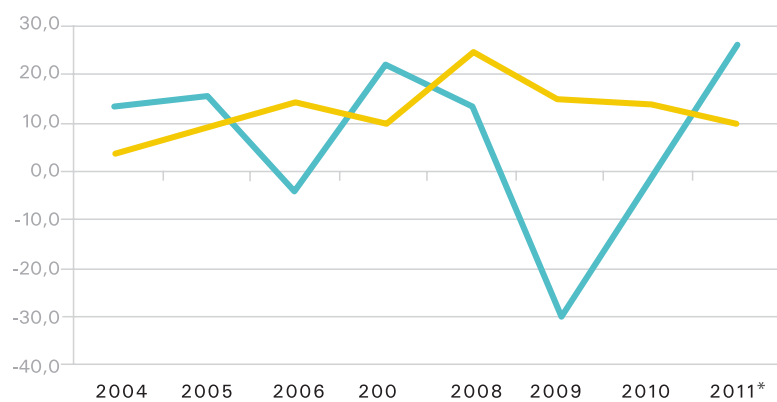
Quase a metade do mercado de turismo receptivo (precisamente 49%) contratou mão-de-obra adicional em 2010, 32% mantiveram inalterado o quadro de pessoal e 19% realizaram dispensas.

Tabela 21 - Turismo Receptivo - Comportamento e variação média obtida dos principais indicadores 2009/2010, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação obtida
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	23	58	19	4	-1,9
Preços	76	19	5	71	13,7
Custos	81	13	6	75	18,2
Quadro de Pessoal	49	32	19	30	-3,0

Fontes: FGV e MTur

Gráfico 26 - Turismo Receptivo - Variação média do faturamento e preço 2004-2010 e previsão para 2011 (%)



Fontes: FGV e MTur
Nota*: Previsão

Legenda: Faturamento — Preços —

MOMENTO ATUAL (JANEIRO DE 2011)

O trabalho de divulgação do País no exterior é considerado, atualmente, um dos aspectos mais favoráveis à expansão dos negócios. Já a distância do Brasil em relação aos principais centros emissores internacionais, o preço do

destino Brasil no exterior e os problemas sociais (tais como insegurança) são fatores apontados como importantes entraves a um aumento mais representativo do faturamento.

PERSPECTIVAS PARA 2011

Os prognósticos para o corrente ano são positivos: 80% do mercado vislumbra aumento do faturamento (com variação média de 25,2%) após dois anos de queda e estabilidade dos negócios. A divulgação do País no exterior, em razão dos megaeventos esportivos, tem ocasionado o aumento da demanda de agências internacionais pelo destino – a esse respeito, as empresas consultadas estão também focadas na expansão da procura durante o pré e o pós-evento. Algumas das empresas entrevistadas manifestaram, inclusive, intenção de ampliar a

carteira de clientes e das viagens de incentivo para o Brasil durante a própria realização dos megaeventos.

Todos os empresários do segmento turismo receptivo estimam elevação dos custos ao longo de 2011. Pelo menos parte desta elevação, no entanto, deverá ser repassada aos preços. Tendo em vista a perspectiva de que os negócios manter-se-ão aquecidos, dois terços dos consultados deverão absorver mão-de-obra adicional, enquanto que a terça parte restante pretende manter inalterado o quadro de funcionários.

Tabela 22 - Turismo Receptivo - Previsão do comportamento e da variação média dos principais indicadores 2010/2011, segundo os empresários do segmento (%)

Indicadores	Comportamento				Variação prevista
	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	
Faturamento	80	18	2	78	25,2
Preços	88	13	0	88	10,2
Custos	100	0	0	100	15,1
Quadro de Pessoal	67	33	0	67	9,9

Fontes: FGV e MTur

Tabelas Série Histórica

TABELA 23

Agências de Viagens

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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	53,0	2	-0,3	53	7,9	78	26,1
2011*	100	22,5	47	3,5	98	8,6	89	17,4

Fontes: FGV e MTur
Nota*: Previsão

TABELA 24

Locadoras de Automóveis

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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	2,0	89	0,0	100	4,0	11	2,0
2010	77	25,6	77	6,0	100	24,0	54	3,3
2011*	100	18,1	100	6,9	100	20,6	100	8,0

Fontes: FGV e MTur
Nota*: Previsão

TABELA 25

Meios de Hospedagem

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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	10	100	9,3	100	7,2	85	6,7

Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

TABELA 26

Operadoras de Turismo

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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	10	100	9,3	100	7,2	85	6,7

Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

TABELA 27

Organizadores de Eventos

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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*	40	6,3	65	5,5	100	8,1	46	6,4

Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

1) Até o ano de 2008 os segmentos feiras e eventos eram considerados como parte do mesmo segmento, sendo que a maior parte do faturamento correspondia ao setor de feiras.

TABELA 28

Promotores de Feiras

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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*	99	11,2	100	6,4	92	9	88	12,9

Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

1) Até o ano de 2008 os segmentos feiras e eventos eram considerados como parte do mesmo segmento, sendo que a maior parte do faturamento correspondia ao setor de feiras.

TABELA 29

Transporte Aéreo

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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	22,5	-89	-5,1	95	11,3	100	17,6
2011*	100	17,9	89	5,4	97	9,4	100	8,9

Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

TABELA 30

Transporte Rodoviário

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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*	100	11,9	100	4,2	100	4,4	41	2,2

Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

Tabela 31 - Turismo Receptivo

DESEMPENHO DOS PRINCIPAIS INDICADORES

Observações 2004-2010 e previsão para 2011 (%)

Anos	Faturamento		Preços		Custos		Quadro de pessoal	
	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*	78	25,2	88	10,2	100	15,1	67	9,9

Fontes: FGV e MTur

Nota*: Previsão

Realização de Investimentos - 2010 e 2011

Tabela 32

Realização de Investimentos e Proporção dos Investimentos em relação ao faturamento (%) em 2010

Segmento de turismo	Realização de investimento		Percentual do faturamento investido
	Sim	Não	
Agências de Viagens	100	0	2,0
Eventos	100	0	3,8
Feiras	87,6	12,4	6,2
Hotelaria	100	0	8,2
Locadoras de Automóveis	100	0	28,4
Operadoras	100	0	8,0
Transporte Aéreo	100	0	25,3
Transporte Rodoviário	100	0	10,3
Turismo Receptivo	85,2	14,8	8,0

Fontes: FGV e MTur

TABELA 33

Resultado percentual dos investimentos realizados por segmento de turismo (%) em 2010

Áreas de investimento	Segmentos de turismo								
	Agência	Eventos	Feiras	Hotelaria	Locadoras de Automóveis	Operadoras	Transporte Aéreo	Transporte Rodoviário	Turismo Receptivo
Infraestrutura do produto Ampliação e/ou renovação da frota	-	-	-	26,8	41,9	5,0	63,9	86,8	-
Aquisição de novos estabelecimentos	-	-	-	15,6	-	-	-	-	-
Infraestrutura das Instalações	12,1	-	-	-	-	-	14,8	5,8	-
Marketing e Promoção de Vendas	6,6	28,9	30,0	29,2	-	29,0	1,7	-	32,0
Novos pontos de venda	-	-	-	-	21,0	-	-	-	-
Tecnologia	52,0	35,3	10,0	9,0	31,2	24,0	14,4	-	58,0
Treinamento	12,9	7,0	35,0	13,4	5,9	15,0	1,2	-	3,0
Aquisição de Materiais e equipamentos	8,3	28,8	15,0	-	-	-	-	5,6	-
Outros	8,1	-	10,0	6,0	-	27,0	4,0	1,8	7,0

Fontes: FGV e MTur

Nota: - Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento

TABELA 34

Previsão de realização de Investimentos e Proporção dos Investimentos em relação ao faturamento (%) em 2011

Segmento de turismo	Realização de investimento		Percentual do faturamento a ser investido
	Sim	Não	
Agências de Viagens	100	0	6,0
Eventos	71,9	28,1	8,2
Feiras	88,6	11,4	9,3
Hotelaria	100	0	11,8
Locadoras de Automóveis	100	0	30,8
Operadoras	95,7	4,3	8,5
Transporte Aéreo	100	0	21,2
Transporte Rodoviário	100	0	14,1
Turismo Receptivo	97,7	2,3	8,0

Fontes: FGV e MTur

TABELA 35

Resultado percentual da programação de investimentos por segmento de turismo (%) em 2011

Áreas de investimento	Segmentos de turismo								
	Agência	Eventos	Feiras	Hotelaria	Locadoras de Automóveis	Operadoras	Transporte Aéreo	Transporte Rodoviário	Turismo Receptivo
Ampliação e/ou renovação da frota	-	-	-	-	41,9	5,4	71,9	92,5	13,6
Infraestrutura das instalações	22,2	-	-	14,9	-	-	2,3	3,0	-
Construção de novos estabelecimentos	-	-	-	45,7	-	-	-	-	-
Marketing e Promoção de Vendas	7,2	45,0	33,0	1,8	-	33,7	1,8	-	51,0
Abertura de novas filiais	-	-	-	-	45,2	28,0	-	-	-
Aquisição de Materiais e equipamentos	-	24,0	26,6	-	-	-	-	3,9	-
Tecnologia	57,7	7,1	13,8	34,3	12,5	16,7	18,7	-	26,6
Treinamento	12,9	10,9	9,2	1,5	0,4	16,2	1,2	-	2,9
Outros	-	13,0	17,4	1,8	-	-	4,2	0,6	5,8

Fontes: FGV e MTur

Nota: - Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento

Compromisso de Confidencialidade

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

A pesquisa publicada não revela qualquer informação individualizada fornecida pelos respondentes, uma vez que as análises são realizadas

com base em números agregados.

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

Agradecimento

A Fundação Getúlio Vargas e o Ministério do Turismo expressam seu agradecimento aos participantes da 7ª edição da Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo (PACET) por disponibilizarem tempo e atenção, fornecendo informações essenciais para a elaboração deste relatório.

O planejamento da atividade turística requer um conjunto de informações de alta confiabilidade, que orientem a elaboração de estratégias e políticas direcionadas ao desenvolvimento do turismo. O atual cenário de expansão do turismo nacional, a perspectiva de realização de megaeventos esportivos previstos para ocorrer no País nos próximos anos e a consequente expectativa de crescimento do turismo receptivo são quesitos que justificam a importância da apuração de dados que possibilitem o monitoramento dessa atividade.

O estudo, realizado anualmente desde 2004,

procede a um levantamento do desempenho das principais variáveis do setor e busca qualificá-las, de forma a facilitar a compreensão da conjuntura econômica do turismo no Brasil. Além disso, o estudo objetiva retratar as perspectivas de desenvolvimento dos negócios para o próximo ano, com base na opinião dos empresários da cada segmento pesquisado.

Posto isso, a participação dos representantes destas empresas na pesquisa e a decorrente construção de análises macroeconômicas e qualitativas sobre cada segmento torna-se elemento fundamental deste processo.

Graças a esta parceria, construída e fortalecida nos últimos anos, a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo tem avançado no desafio de elevar o nível de compreensão sobre a evolução do turismo nacional, gerando estatísticas confiáveis, úteis para a tomada de decisão dos setores públicos e privados.



**Ministério
do Turismo**



www.turismo.gov.br/dadosefatos