

## Relatório Consolidado

A seguir serão apresentados os resultados do turismo no Brasil em 2009 e perspectivas para 2010, com base na análise dos segmentos entrevistados, cujos dados são discriminados nos seus respectivos relatórios setoriais.

Para 26% do mercado consultado, o faturamento das empresas do setor de turismo cresceu em 2009, para 49% registrou estabilidade e para 25%, declínio em relação a 2008 (saldo de 1%, configurando, de modo geral, estabilidade dos negócios). Em realidade, tal resultado pode ser até considerado satisfatório, ao considerar-se que 2008 se trata de base forte de comparação (pelo menos até o mês de setembro) e o fato de a crise financeira internacional ter atingido mais intensamente as economias de vários países ao longo de grande parte de 2009, não estando o setor turismo incólume a seus efeitos. Essa conjuntura adversa foi destacada pela Organização Mundial do Turismo (UNWTO) como o mais importante fator limitador da realização das viagens internacionais e, em menor intensidade, a incidência do vírus A (H1N1) ocorrida em diversos países.

Conforme se pode constatar na tabela a seguir, os ramos que apresentaram saldos mais elevados do faturamento em 2009 (em comparação a 2008) foram eventos (100%), feiras (80%) e operadoras de turismo (79%), ao passo que os menores saldos foram apurados nos segmentos turismo receptivo (saldo de -100%), agências de viagens (-78%) e transporte aéreo (-21%).

**Tabela 1 — Consolidado — Variação anual do faturamento por segmento de turismo (%) 2008–2009**

Segmento de Turismo	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo
<b>Consolidado</b>	<b>26</b>	<b>49</b>	<b>25</b>	<b>1</b>
Agência de Viagens	6	10	84	-78
Eventos	100	0	0	100
Feiras	90	0	10	80
Locadoras de Automóveis	11	89	0	11
Meios de Hospedagem	26	58	16	10
Operadoras	87	5	8	79
Transporte Aéreo	9	61	30	-21
Transporte Rodoviário	34	66	0	34
Turismo Receptivo	0	0	100	-100

Fontes: FGV e Mtur

- Na próxima tabela, destacam-se como mais elevadas variações médias do faturamento auferido (+1,5% no resultado consolidado de 2009, em confronto com 2008), as registradas nos ramos eventos (+30,0%) e feiras (+10,0), com destaque negativo para o declínio apurado em turismo receptivo (-29,4%);
- As mais amplas variações médias de preços (-0,4% no resultado consolidado) foram constatadas nos ramos turismo receptivo (+13,1%), meios de hospedagem (+6,2%) e transporte rodoviário (+5,6%), sendo o declínio mais significativo observado nas agências de viagens (-11%);

- Dentre as variações médias de custos (-2,4% no resultado consolidado), verificaram-se maiores aumentos nos ramos turismo receptivo (+19,7%) e feiras (+11,4%) e mais amplo decréscimo em transporte aéreo (-10,1%) – nesse caso, em virtude da redução dos preços do petróleo verificada, de modo geral, no decorrer de 2009; e
- No que tange às variações médias de postos de trabalho (+7,0% no resultado consolidado), destacam-se as apuradas positivamente nos ramos transporte aéreo (+17,9%), operadoras de turismo (+12,3%) e feiras (+8,3%) e negativamente em turismo receptivo (-24,1%).

**Tabela 2 — Consolidado — Variação Média anual dos principais indicadores por segmento de turismo (%) 2008–2009**

Segmento de Turismo	Faturamento	Preços	Custos	Postos de Trabalho
<b>Consolidado</b>	<b>1,5</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,4</b>	<b>7,0</b>
Agência de Viagens	-4,7	-11,0	-0,3	-1,6
Eventos	30,0	2,5	9,5	-1,0
Feiras	10,0	4,4	11,4	8,3
Locadoras de Automóveis	1,7	2,7	4,3	1,7
Meios de Hospedagem	2,9	6,2	-2,7	-2,7
Operadoras	2,9	-3,0	6,1	12,3
Transporte Aéreo	1,2	-4,1	-10,1	17,9
Transporte Rodoviário	2,6	5,6	5,0	-0,2
Turismo Receptivo	-29,4	13,1	19,7	-24,1

Fontes: FGV e MTur

- No princípio de fevereiro de 2010, a imagem positiva do Brasil no exterior foi o principal fator favorável à expansão do faturamento, sendo salientado por 7 dos 9 ramos componentes do setor; em segundo lugar, a atual conjuntura econômica (internacional e nacional), com citações observadas em 5 ramos; e por fim, a facilitação de acesso ao crédito pelas empresas, com destaque em 4 ramos.
- Como mais importantes razões inibidoras da ampliação nos negócios, àquela época, foram mencionadas: carga tributária elevada (apurada em 8 dos 9 ramos), escassez de mão-de-obra qualificada (4 ramos) e problemas de infraestrutura local, de acesso e transporte (4 ramos).

Os empresários de todos os segmentos são unânimes quanto à perspectiva de significativa ampliação dos negócios em 2010, acompanhando a previsão de recuperação do crescimento da economia brasileira e, em menor escala, da internacional (saldo de 91% em comparação a 2009). A tabela seguinte revela que os ramos que esperam mais elevadas ampliações do faturamento são feiras, locadoras de automóveis, operadoras de turismo, transporte aéreo e turismo receptivo (em todos, registro de saldo de +100%), sendo os menores saldos (ainda assim bastante elevados) apurados nos segmentos eventos (+42%) e agências de viagens (+54%).

**Tabela 3 — Consolidado — Previsão da Variação anual do faturamento por segmento de turismo(%) 2009–2010**

Segmento de Turismo	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo
<b>Consolidado</b>	<b>92</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>91</b>
Agência de Viagens	54	46	0	54
Eventos	71	0	29	42
Feiras	100	0	0	100
Locadoras de Automóveis	100	0	0	100
Meios de Hospedagem	91	9	0	91
Operadoras	100	0	0	100
Transporte Aéreo	100	0	0	100
Transporte Rodoviário	93	7	0	93
Turismo Receptivo	100	0	0	100

Fontes: FGV e MTur

- A tabela a seguir destaca como mais elevadas previsões de variações médias do faturamento a ser auferido em 2010 (+14,6% no resultado consolidado comparativamente a 2009), as estimadas pelos ramos transporte aéreo (+21,2%), operadoras (+18,3%) e locadoras de automóveis (+15,0); menos amplo aumento é vislumbrado por empresários do ramo eventos (+3,1%);
- Os mais elevados prognósticos de variações médias de preços (+5,5% no resultado consolidado) foram constatados nos ramos transporte aéreo (+9,2%), eventos (+7,7%) e feiras (+7,2%), sendo tênue decréscimo observado nas agências de viagens (-0,4%);
- Dentre as estimativas de variações médias de custos (+3,0% no resultado consolidado), verificaram-se perspectivas de maiores aumentos nos ramos eventos (+8,5%), turismo receptivo (+5,6%) e agências de viagens (+5,5%), sendo o menor percentual de incremento previsto pelo ramo locadoras de automóveis (+0,2%); e
- Finalmente, no que concerne às previsões de variações médias de postos de trabalho (+4,9% no resultado consolidado), destacam-se as apuradas nos ramos turismo receptivo (+11,0%) e meios de hospedagem (+7,8%), cabendo ressaltar que o menos amplo saldo de variação média percentual foi detectado no ramo de transporte rodoviário (+2,1).

**Tabela 4 — Consolidado — Previsão da Variação Média anual dos principais indicadores por segmento de turismo(%) 2009–2010**

Segmento de Turismo	Faturamento	Preços	Custos	Postos de Trabalho
<b>Consolidado</b>	<b>14,6</b>	<b>5,5</b>	<b>3,0</b>	<b>4,9</b>
Agência de Viagens	10,2	-0,4	5,5	4,9
Eventos	3,1	7,7	8,5	6,8
Feiras	11,1	7,2	3,1	3,2
Locadoras de Automóveis	15,0	0,1	0,2	6,3
Meios de Hospedagem	7,6	4,0	4,2	7,8
Operadoras	18,3	5,1	4,4	5,5
Transporte Aéreo	21,2	9,2	1,7	3,2
Transporte Rodoviário	7,9	5,3	2,0	2,1
Turismo Receptivo	17,9	5,5	5,6	11,0

Fontes: FGV e MTur

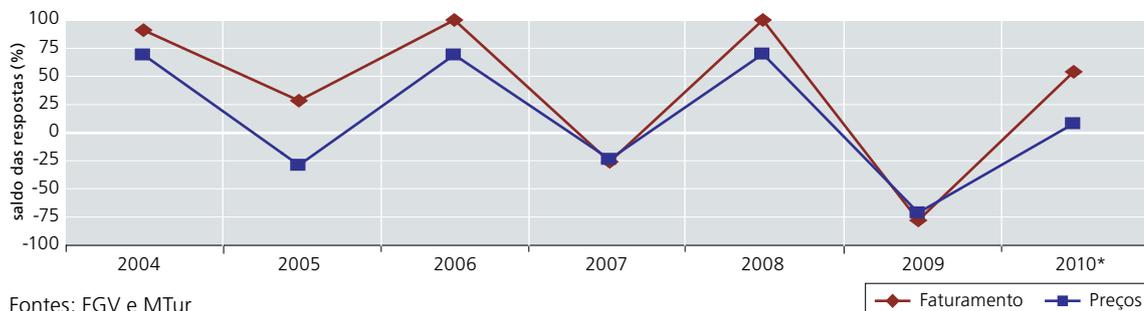
## Agências de Viagens

### RETROSPECTIVA DE 2009

Na avaliação de 67% do mercado, o desempenho da economia brasileira, em 2009, foi inferior ao de 2008, enquanto para 28% apresentou estabilidade e para 5%, expansão (saldo de respostas de -62%), devido, em grande parte, aos efeitos causados pela crise financeira internacional, reduzindo o crescimento do PIB nacional. No que concerne especificamente ao mercado de agências de viagens, verificou-se, pela mesma razão, evolução insatisfatória em 2009 (saldo de -79%), aliada à incidência do vírus A (H1N1) em diversos países, desestimulando intenções de viagem.

O faturamento auferido em 2009 foi menor do que o de 2008 para 84% do mercado e maior para apenas 6% (saldo de -78%), em virtude principalmente do registro de forte redução das vendas de pacotes de viagens a empresas (vendas corporativas) e da guerra tarifária mantida entre companhias aéreas (acarretando redução do preço de passagens e, conseqüentemente, da receita das agências, que ganham por comissão sobre as vendas). Por outro lado, o aumento da oferta de assentos pelas companhias aéreas em voos nacionais e do número de usuários de internet incentivaram a realização de viagens em 2009. Efetivamente, a diminuição dos preços foi sentida em mais de 2/3 do mercado (precisamente em 72%), ao passo que somente 1% indicou majoração (portanto, saldo de -71%), repercutindo negativamente no nível de emprego do setor (8% de assinalações de aumento em relação a 2008 e 46% de queda, correspondendo a um saldo de -38%).

**Gráfico 1 — Agências de Viagens — Faturamento e Preços**  
Obs. em 2004/2009 e Prev. pl 2010 — Saldo das Respostas



Fontes: FGV e MTur

Quanto aos custos, detectou-se estabilidade em 2009, com 27% de indicações de crescimento em contraste com 2008, 46% de estabilidade e 27% de diminuição (saldo nulo). Se por um lado, os reajustes salariais e a majoração da carga tributária e das tarifas de comunicação acarretaram a elevação dos custos, por outro, o corte de vagas de trabalho, a terceirização de serviços, e a maior produtividade em função da utilização de novas tecnologias favoreceram a diminuição dos custos.

**Tabela 5 — Agência de Viagens — Variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2008–2009**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	6	10	84	-78	-4,7
Preços	1	27	72	-71	-11,0
Custos	27	46	27	0	-0,3
Quadro de Pessoal	8	46	46	-38	-1,6

Fontes: FGV e MTur

Todas as empresas consultadas informaram ter realizado investimentos em 2009, cabendo salientar que o montante aplicado em relação ao faturamento do setor somou 7,0%. Do total investido, 49% foram destinados a tecnologia e sistemas de informação, 32% a aquisição de materiais e equipamentos, 9% a treinamento de pessoal, 7% ao melhoramento da infraestrutura das instalações e 3% a marketing e promoção de vendas.

### MOMENTO ATUAL (FEVEREIRO DE 2010)

No princípio de 2010, os fatores que mais inibem o incremento dos negócios, segundo a opinião dos empresários, são a elevada carga tributária, a redução da oferta de assentos pelas companhias aéreas em voos internacionais, a volatilidade da taxa de câmbio e a escassez de pessoal qualificado. Contrariamente, a imagem positiva do País no exterior, a maior demanda por cruzeiros marítimos, e a entrada de novas companhias aéreas no mercado são apontadas como fatores capazes de promover a majoração do faturamento do setor.

### PERSPECTIVA PARA 2010

Pouco mais da metade do mercado de agências de viagens (precisamente 54%) acredita que o faturamento deverá se expandir em 2010, enquanto que o restante (46%) antevê estabilidade em relação a 2009, revelando otimismo do setor quanto à evolução dos negócios, em virtude da perspectiva de reaquecimento da economia brasileira, aumento da demanda de viagens (tanto a lazer quanto a negócios) e melhor posicionamento do País no mercado global. O arrefecimento das expectativas de expansão da receita é atribuído basicamente à possível continuidade da guerra tarifária mantida entre as companhias aéreas. Tal fato deverá estimular a absorção adicional de pessoal: 27% de prognósticos de aumento, 73% de estabilidade e nenhuma de redução do total de funcionários.

A perspectiva, para 2010, é a de que os custos deverão aumentar em 4/5 do mercado e manterem-se inalterados em 1/5 (saldo de 80%), e a de que os preços manter-se-ão estáveis (saldo de 8%), ou seja, as agências de viagens deverão absorver tal majoração.

**Tabela 6 — Agência de Viagens — Previsão da variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2009–2010**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	54	46	0	54	10,2
Preços	54	0	46	8	-0,4
Custos	80	20	0	80	5,5
Quadro de Pessoal	27	73	0	27	4,9

Fontes: FGV e Mtur

Pouco mais da metade do mercado (precisamente 54%) manifestou intenção de investir em 2010, um percentual correspondente a 4,6% do faturamento total. Os recursos deverão ser alocados principalmente em tecnologia e sistemas de informação (57%), treinamento de mão-de-obra (17%), melhoria da infraestrutura das instalações (13%), marketing e promoção de vendas (9%) e outras finalidades (1,0%).

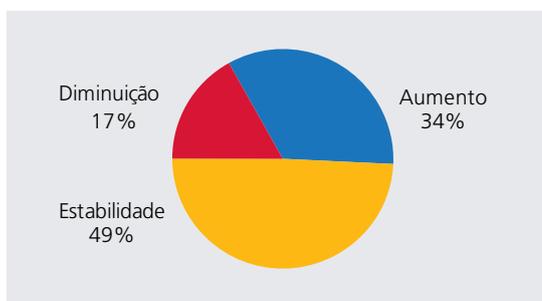
## Eventos

### RETROSPECTIVA DE 2009

Apesar da crise econômica internacional, que induziu a maioria dos empresários consultados a indicar redução do crescimento da economia brasileira em 2009, o mercado de eventos apresentou resultados favoráveis.

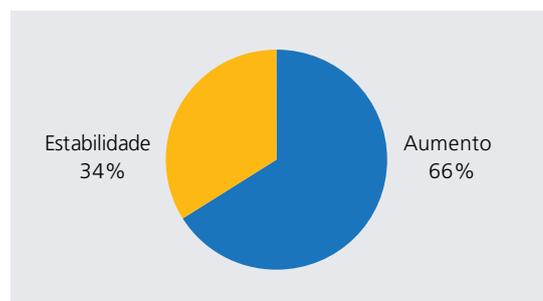
Constatou-se majoração do faturamento para a totalidade do mercado consultado. Este aumento foi atribuído principalmente a imagem positiva do País no exterior no segmento de eventos, o que favoreceu a captação de eventos internacionais de grande porte. Outros fatores que contribuíram para o crescimento do montante auferido pelas empresas consultadas foram a captação de novos clientes (e consequente aumento do número de eventos realizados) e, em menor escala, o aumento dos preços praticados (34% de assinalações de aumento, 49% de estabilidade e 17% de redução, gerando saldo de 17%).

**Gráfico 2 — Eventos  
Preços 2009–2008**



Fontes: FGV e MTur

**Gráfico 3 — Eventos  
Custos 2009–2008**



Fontes: FGV e MTur

A maior parcela do mercado ainda indicou ínfimo declínio do nível de emprego em 2009 comparado a 2008: 90% de assinalações de estabilidade, contra 10% de redução (portanto, saldo de -10%). No que concerne aos custos operacionais verificou-se, neste período, aumento em 66% do mercado consultado e estabilidade em 34% (logo, saldo de 66%). Tal fato ocorreu principalmente em razão dos reajustes salariais e da elevação dos custos fixos. Além disso, também foi mencionado o aumento dos preços dos locais de realização dos eventos situados em hotéis.

**Tabela 7 — Eventos — Variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2008–2009**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	100	0	0	100	30,0
Preços	34	49	17	17	2,5
Custos	66	34	0	66	9,5
Quadro de Pessoal	0	90	10	-10	-1,0

Fontes: FGV e MTur

Os investimentos em 2009 corresponderam a aproximadamente 11,2% do faturamento total das empresas, sendo que 78% dos entrevistados afirmaram que foram realizados investimentos ao longo do último ano. Estes recursos foram aplicados majoritariamente na aquisição de materiais e equipamentos (60%) e em tecnologia e sistemas de informação (40%).

## MOMENTO ATUAL (FEVEREIRO DE 2010)

No início de 2010, o mercado de eventos identificou como fatores favoráveis a expansão de seus negócios, a imagem do Brasil no exterior no segmento de eventos, o que aliado à facilidade de crédito no mercado favorece a maior disponibilidade de contratantes. A regulamentação do segmento também foi considerada um fator positivo, pois exige que atuem no ramo somente as empresas organizadoras de eventos; contudo a fiscalização insuficiente foi citada como um aspecto desfavorável. Também foram apontados como entraves à ampliação dos negócios: carga tributária elevada, escassez de mão-de-obra qualificada e pouca oferta de locais para a realização eventos de grande porte.

## PERSPECTIVA PARA 2010

Em 2010, a maior parcela do mercado prevê majoração do faturamento, 71% de indicações de crescimento, contra 29% de diminuição (saldo de respostas de 42%). Segundo os empresários, este resultado será reflexo da imagem positiva do país no exterior no segmento, que acarretará no aumento da demanda de eventos internacionais e dos megaeventos previstos para ocorrer no Brasil nos próximos anos. As previsões quanto ao quadro de pessoal também são otimistas: 34% de assinalações de crescimento, e 66% de estabilidade. No que concerne aos preços e custos, os prognósticos são de ampliação (saldo de 51%, em ambos os casos).

**Tabela 8 — Eventos — Previsão da variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2009–2010**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	71	0	29	42	3,1
Preços	51	49	0	51	7,7
Custos	51	49	0	51	8,5
Quadro de Pessoal	34	66	0	34	6,8

Fontes: FGV e MTur

A totalidade do mercado pesquisado pretende investir cerca de 12,7% do faturamento previsto para 2010. Desse total de investimentos, 39% serão destinados a tecnologia, 35% a aquisição de materiais e equipamentos, 16% a marketing e promoção de vendas, 5% a treinamento de pessoal e 5% a outras áreas.

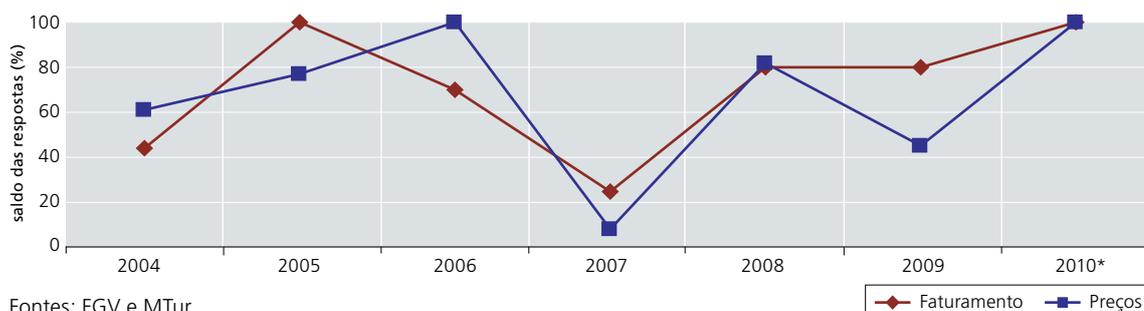
## Feiras

### RETROSPECTIVA DE 2009

Mesmo ante ao cenário de crise econômica internacional, o mercado de feiras indicou estabilidade da economia brasileira em 2009 comparativamente a 2008.

A estabilidade do cenário econômico possibilitou a ampliação faturamento em 2009 no contraste com 2008: 90% de assinalações de aumento, contra 10% de redução. O aumento do consumo das classes C e D, que possibilitou o crescimento das feiras em número de participantes, o desenvolvimento de novas feiras, os investimentos realizados em marketing e o crescimento das vendas proveniente de espaço até então não comercializado, foram os fatores mencionados como responsáveis pela majoração do montante auferido. A parcela do mercado que indicou redução, justificou a queda com base no corte das verbas de promoção em função da crise. Além disso, verificou-se elevação também dos preços praticados na comparação entre iguais períodos (saldo de 45%).

**Gráfico 4 — Feiras — Faturamento e Preços**  
Obs. em 2004/2009 e Prev. p/ 2010 — Saldo das Respostas



Fontes: FGV e MTur

De modo geral, o mercado de feiras apontou crescimento do número de empregados no ano de 2009 (comparado a 2008): 85% de assinalações de aumento, 10% de estabilidade e 5% de redução. As contratações adicionais e o reajuste salarial foram alguns dos fatores que contribuíram para elevação dos custos de operação (saldo de 92%). Ademais, o aumento dos preços dos locais para realização das feiras e dos custos de energia também influenciaram neste resultado.

**Tabela 9 — Feiras - Variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2008–2009**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	90	0	10	80	10,0
Preços	70	5	25	45	4,4
Custos	96	0	4	92	11,4
Quadro de Pessoal	85	10	5	80	8,3

Fontes: FGV e MTur

Os investimentos em 2009 no mercado de feiras totalizaram cerca de 9,1% do faturamento auferido, sendo que 70% do mercado afirmaram ter investido ao longo do ano. Os principais investimentos realizados foram nas áreas de tecnologia (42%), marketing e promoção de vendas (23%), infraestrutura das instalações da empresa (12%), treinamento de pessoal (12%), aquisição de novos equipamentos (9%) e outras áreas (2%).

## MOMENTO ATUAL (FEVEREIRO DE 2010)

Os mais relevantes fatores favoráveis a expansão dos negócios no início de 2010 foram: a imagem do país no exterior, em especial, após a captação dos megaeventos previstos para ocorrer no país nos próximos anos e a disponibilidade de contratantes no ramo de feiras. Dentre os aspectos desfavoráveis ao crescimento do mercado destacam-se: carga tributária elevada, pouca oferta de espaços para a realização de feiras e pouca infraestrutura dos espaços existentes.

## PERSPECTIVA PARA 2010

Em 2010, a totalidade do mercado prevê crescimento do faturamento e dos preços. A expectativa de crescimento do montante auferido deverá ocorrer em razão do aquecimento econômico, do aumento da demanda (tendo em vista a realização das feiras previstas para ocorrer em 2009 e que foram postergadas para 2010 devido à crise) e da atuação em outras unidades da federação e em outros ramos do segmento de feiras. Os prognósticos no que se refere ao quadro de pessoal também são otimistas: 57% de assinalações de crescimento, e 43% de estabilidade. Tal aumento deverá impactar os custos operacionais que, segundo 53% do mercado sofrerão aumento em 2010, os outros 47% acreditam na estabilidade de custos.

**Tabela 10 — Feiras — Previsão da variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2009–2010**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	100	0	0	100	11,1
Preços	100	0	0	100	7,2
Custos	53	47	0	53	3,1
Quadro de Pessoal	57	43	0	57	3,2

Fontes: FGV e Mtur

No que tange a programação de investimentos para 2010, 93% do mercado afirmaram que irão investir 8,0% do faturamento. O mercado prevê aplicação de 29% do total de investimentos na realização de novas feiras, 23% em treinamento, 20% em tecnologia, 8% em marketing e promoção de vendas, 6% na aquisição de materiais e equipamentos e 14% em outras áreas.

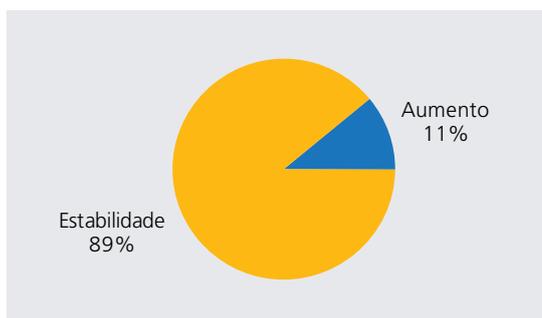
## Locadoras de Automóveis

### RETROSPECTIVA DE 2009

A maior parcela dos empresários consultados considerou que o desempenho da economia brasileira em 2009 foi inferior ao de 2008 devido, em grande parte, à crise financeira internacional. Entretanto, ressaltaram a confiança na solidez dos fundamentos da economia nacional, menos exposta às turbulências externas.

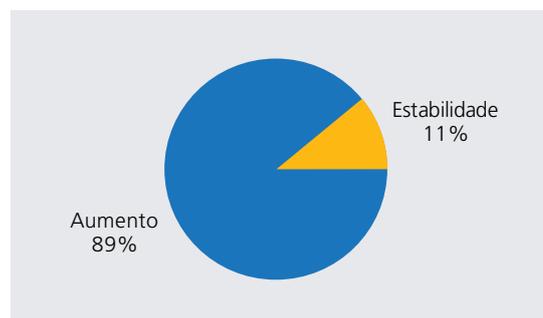
Ao invés da ampla majoração do faturamento antevista para 2009, constatou-se tênue elevação comparativamente a 2008: 11% do mercado de locadoras registraram incremento, enquanto que 89% detectaram estabilidade. Este aumento foi resultante, em grande parte, da expansão do turismo doméstico, beneficiado pela elevação do rendimento médio dos trabalhadores brasileiros, estimulando a realização de viagens pelo País. Além disso, foi mencionado o fato de empresas de outros ramos de atividade optar pela locação de carros, ao invés de comprá-los (em função da crise), e também os benefícios advindos da nova forma de comercialização (eliminação da intermediação dos negócios). Em sentido inverso, alguns fatos inibiram a expansão da receita do setor, tais como a diminuição do ritmo de crescimento do PIB e a depreciação do valor dos carros já existentes nas locadoras (devido à redução do IPI para a aquisição de veículos novos, decresceu o valor de venda dos antigos).

**Gráfico 5 — Locadoras de Automóveis  
Faturamento 2009–2008**



Fontes: FGV e MTur

**Gráfico 6 — Locadoras de Automóveis  
Preço 2009–2008**



Fontes: FGV e MTur

Para a totalidade da amostra pesquisada, a majoração dos custos operacionais em 2009 (em confronto com 2008) ocorreu, principalmente, em função do aumento dos valores do IPVA e dos seguros dos automóveis, assim como do custo de manutenção da frota de veículos antigos. Os preços praticados apresentaram, igualmente, crescimento em 2009, embora menos amplo que o dos custos (89% de assinalações de elevação e 11% de inalterabilidade em relação a 2008), revelando que tal segmento absorveu parte da elevação dos custos operacionais, num mercado onde a concorrência é acirrada. Cabe ressaltar que, mesmo ante uma conjuntura econômica mundial desfavorável em 2009, apurou-se ligeiro aumento do nível de emprego nesse ramo (saldo das respostas de 11%).

Em 2009, o setor investiu elevados 89,1% do faturamento auferido. Ressalte-se a estratégia adotada pelo setor de ampliar e/ou renovar a frota de automóveis (com esse propósito, as locadoras destinaram 98% do total investido, sendo os restantes 2% aplicados na instalação de novos pontos de venda).

**Tabela 11 — Locadoras de Automóveis – Variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2008–2009**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo
Faturamento	11	89	0	11
Preços	89	11	0	89
Custos	100	0	0	100
Postos de Trabalho	11	89	0	11

Fontes: FGV e Mtur

**MOMENTO ATUAL (FEVEREIRO DE 2010)**

A conjuntura econômica internacional desfavorável, a redução do crescimento do PIB brasileiro, a deficiente infraestrutura aeroportuária (falta de espaço adequado nos aeroportos para que as locadoras atendam seus clientes) e as más condições das estradas públicas são ressaltadas como os mais importantes entraves à expansão dos negócios no começo de 2010. Por outro lado, o nível atual da demanda (bastante aquecida), o fácil acesso ao crédito por parte das empresas e as boas condições das rodovias privatizadas favorecem a elevação do faturamento do setor.

**PERSPECTIVA PARA 2010**

As previsões unânimes para 2010 são de que a economia brasileira retomará o ritmo de crescimento verificado antes da eclosão da crise internacional, otimismo que se reflete em todo o mercado de locadoras de automóveis pesquisado, favorecendo a majoração do faturamento e a contratação de mão-de-obra adicional. Além disso, o maior acesso das classes de renda C e D ao mercado de locadoras de automóveis, a diminuição da utilização de serviços de outras empresas (terceirização) e a abertura de novas lojas deverão contribuir para a elevação da receita do setor. A perspectiva do mercado para 2010 é de manutenção dos preços. No que concerne aos custos, haverá declínio em comparação a 2009 para 88% do mercado de locadoras.

Os respondentes informaram o propósito de investir, em 2010, 24,1% do faturamento previsto para o ano. Desse total, 90,4% do investimento deverão ser destinados à ampliação e/ou renovação da frota de veículos, 4,7% à instalação de novos pontos de venda, 4,4% a tecnologia e sistemas de informação, 0,3% a reforma das instalações e 0,2% a treinamento de pessoal.

**Tabela 12 — Locadora de Automóveis – Previsão da variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2009–2010**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo
Faturamento	100	0	0	100
Preços	1	99	0	1
Custos	1	11	88	-87
Postos de Trabalho	100	0	0	100

Fontes: FGV e MTur

## Meios de Hospedagem

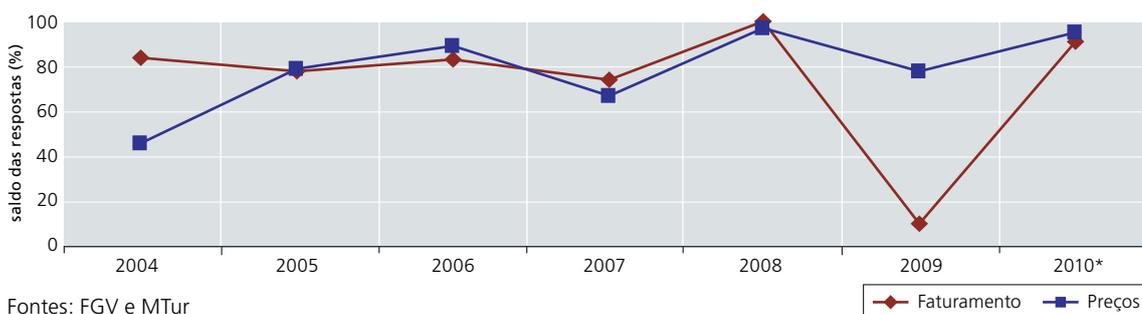
### RETROSPECTIVA DE 2009

De acordo com 63% do mercado de meios de hospedagem, a economia brasileira apresentou, em 2009, desempenho inferior ao de 2008, enquanto que para 10%, foi superior (saldo de -53%). Acompanhando esta tendência de redução do crescimento da economia, o mercado brasileiro de hotelaria registrou contração para 60% dos responsáveis pelo faturamento e expansão para 19% (saldo de -41%). Influenciaram positivamente o mercado o aumento da demanda doméstica por destinos nacionais e do número de eventos e congressos realizados em 2009; e negativamente, a crise financeira internacional, a incidência do vírus da gripe A (H1N1) em alguns países, a diminuição da demanda de turistas estrangeiros e a redução da taxa de ocupação hoteleira.

Verificou-se tênue majoração do faturamento dos meios de hospedagem em 2009, comparativamente a 2008: 26% de assinalações de aumento, 58% de estabilidade e 16% de diminuição (saldo de 10%). Por um lado, a abertura ou reabertura de meios de hospedagem, o aumento da oferta de assentos pelas companhias aéreas, a majoração dos preços praticados e a queda da ocupação hoteleira. A constatação de decréscimo de custos em 59% do mercado e aumento em 27% (saldo de -32%), extremamente benéfica para o setor, foi atribuída pelos empresários à redução da folha salarial, renegociação de contratos, racionalização de processos (melhor utilização dos recursos existentes, aumentando a produtividade) e otimização de custos operacionais (mais eficiente gerenciamento de custos, com maior controle de despesas), pressionando a elevação dos custos a majoração do preço de energia elétrica e os reajustes salariais. Além disso, detectou-se elevação de preços em pouco mais de 4/5 do mercado (precisamente em 83%) e redução em apenas 5% (acarretando saldo de 78%). Mesmo diante da evolução favorável dos negócios (elevação do faturamento e dos preços cobrados, e diminuição dos custos), observou-se redução do nível de emprego em 2009, comparativamente a 2008 (saldo de -36%).

#### Gráfico 7 — Meios de Hospedagem — Faturamento e Preços

Obs. em 2004/2009 e Prev. p/ 2010 — Saldo das Respostas



A maior parcela do mercado consultado (85%) informou ter realizado investimentos em 2009, cabendo ressaltar que o montante aplicado em relação ao faturamento do setor somou 9,0%. Do total investido, 68,8% foram destinados a ampliação e reforma das instalações, 18,3% a marketing e promoção de vendas, 4,2% a compra de materiais e equipamentos, 4,0% a aquisição de novos estabelecimentos, 2,8% a treinamento de pessoal e 1,9% a tecnologia e sistemas de informação.

**Tabela 13 — Meios de Hospedagem — Variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2008–2009**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	26	58	16	10	2,9
Preços	83	12	5	78	6,2
Custos	27	14	59	-32	-2,7
Postos de Trabalho	27	10	63	-36	-2,7

Fontes: FGV e Mtur

**MOMENTO ATUAL (FEVEREIRO DE 2010)**

No início de 2010, os fatores que mais limitam a expansão dos negócios são a elevada carga tributária, entraves referentes à legislação (regulamentação), taxa de câmbio desfavorável (desestimulando a vinda de turistas estrangeiros), sensação de insegurança em alguns destinos turísticos, escassez de investimentos locais e infraestrutura deficiente (acesso e transporte). Em contraposição, a conjuntura econômica internacional mais favorável, o nível aquecido da demanda doméstica, o maior número de realização de eventos e a imagem positiva do País no exterior beneficiam o faturamento do setor.

**PERSPECTIVA PARA 2010**

A quase totalidade do mercado (94%) prevê expansão da economia brasileira em 2010, sendo que somente 6% estimam decréscimo (saldo de 88%). No que diz respeito a seu mercado de atuação, 89% prognosticam incremento e 2%, declínio (saldo de 87%).

Constata-se otimismo generalizado dos empresários com relação à evolução prevista dos negócios em 2010: 91% antevêem majoração do faturamento e 9%, inalterabilidade em confronto com 2009, devido ao lançamento de novos empreendimentos, ao investimento maciço em marketing, e à perspectiva de reaquecimento da economia brasileira, do aumento da demanda de viagens (tanto a lazer quanto a negócios), da elevação da taxa de ocupação hoteleira e da realização de megaeventos no País. Cabe destacar que, com menor influência na receita esperada, expectativas de algum arrefecimento da expansão do faturamento são atribuídas à previsão de menor vinda de turistas estrangeiros ao País e à tendência de que significativa parcela de turistas brasileiros opte viajar para o exterior, em virtude da atual taxa de câmbio. Tal fato deverá estimular o significativo aumento do número de contratação de pessoal: 90% de previsões de aumento, 10% de estabilidade e nenhuma de diminuição do quadro de funcionários. A perspectiva, para 2010, é a de que tanto os preços quanto os custos deverão aumentar em 2010 (saldos das respostas de 95% e 85%, respectivamente).

Os respondentes informaram o propósito de investir, em 2010, 13,1% da receita bruta previsto para o ano. Desse total, 37,2% do investimento deverão ser destinados à construção de novos estabelecimentos, 21,6% a melhoria da infraestrutura das instalações, 17,9% a campanhas de marketing e promoção de vendas, 13,6% a tecnologia e sistemas de informação, 6,0% a treinamento de pessoal e 3,7% a outras finalidades.

**Tabela 14 — Meios de Hospedagem — Previsão da variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2009–2010**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	91	9	0	91	7,6
Preços	95	5	0	95	4,0
Custos	85	15	0	85	4,2
Postos de Trabalho	90	10	0	90	7,8

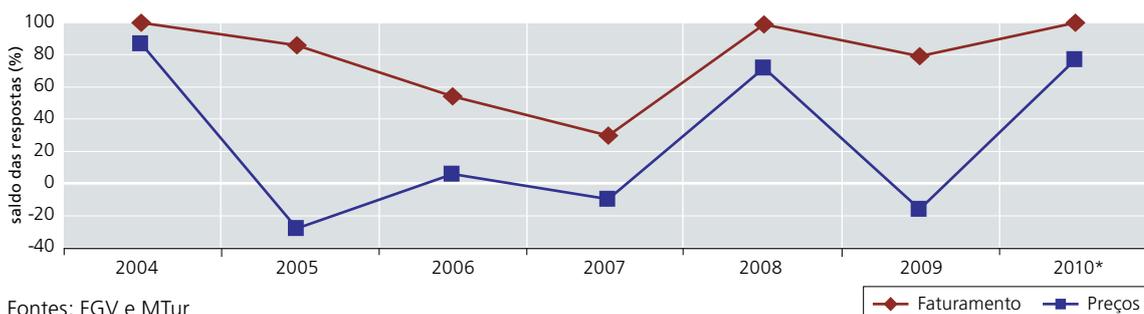
Fontes: FGV e Mtur

## Operadoras de Turismo

### RETROSPECTIVA DE 2009

A grande maioria do mercado (88%) considerou o desempenho da economia brasileira, em 2009, melhor do que o de 2008, o mesmo acontecendo em relação ao mercado de operadoras (85% de assinalações de expansão). Contribuíram, principalmente, para a majoração do faturamento em 2009 (87% de assinalações de elevação contra 8% de queda, resultando num saldo de 79%) a estabilidade econômica brasileira ante a crise financeira internacional e a taxa de câmbio (o real apreciado favoreceu as viagens de brasileiros ao exterior). Foram citados também o maior acesso da população às viagens organizadas (com destaque para o maior volume de clientes das classes econômicas C e D, com maior opção de viagens pelo País), a facilidade de acesso ao crédito, a redução de preços de pacotes turísticos e a abertura de novos pontos de venda. Como fatores arrefecedores das atividades foram mencionados a preocupação de contenção de gastos por parte de clientes em potencial (devido à própria crise) e a incerteza de viajar para vários países devido à incidência do vírus da gripe A (H1N1), conforme destacado pela Organização Mundial do Turismo (UNWTO).

**Gráfico 8 — Operadoras de Turismo — Faturamento e Preços**  
Obs. em 2004/2009 e Prev. p/ 2010 — Saldo das Respostas



Fontes: FGV e MTur

De forma geral, a conjuntura foi considerada benéfica para as atividades do setor, induzindo os empresários em geral a ampliarem o número de funcionários (81% de indicações de aumento contra apenas 4% de declínio, o que corresponde a um saldo favorável de 77%). No que tange aos custos operacionais, verificou-se majoração na maior parcela do mercado, em virtude, basicamente, não só à contratação adicional de pessoal, mas também à concessão de reajustes salariais e à majoração das tarifas de comunicação. Quanto aos preços, constatou-se decréscimo em 2009, comparativamente a 2008, como já destacado, apurando-se 4% de indicações de majoração, 76% de estabilidade e 20% de redução, o que corresponde a um saldo de -16%.

**Tabela 15 — Operadoras — Variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2008–2009**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	87	5	8	79	2,9
Preços	4	76	20	-16	-3,0
Custos	88	12	0	88	6,1
Quadro de Pessoal	81	15	4	77	12,3

Fontes: FGV e MTur

Todas as empresas consultadas informaram ter realizado investimentos em 2009, ressaltando-se, entretanto, que o montante aplicado em relação ao faturamento do setor somou 5,0%. Do total investido, 38% foram destinados a tecnologia e sistemas de informação, 34% a marketing e promoção de vendas, 14% a treinamento de pessoal, 1% ao melhoramento da infraestrutura das instalações e 13,0% a outros propósitos.

### MOMENTO ATUAL (FEVEREIRO DE 2010)

No começo de 2010, os mais relevantes fatores limitadores da expansão dos negócios são carga tributária elevada, problemas relativos à regulamentação de acesso à entrada de turistas no País, infraestrutura deficiente de acesso (aeroportuária, portuária e rodoviária), sensação de insegurança em relação a alguns destinos turísticos e escassez de pessoal qualificado. Dentre os aspectos favoráveis, destacam-se a conjuntura econômica nacional, a taxa de câmbio (favorecendo a aquisição de pacotes internacionais), o incremento (igualmente) das viagens nacionais, a facilidade de acesso ao crédito pelos clientes e a imagem positiva do País no exterior.

### PERSPECTIVA PARA 2010

As previsões do mercado de operadoras em geral (91% dele) para 2010 são de que a economia brasileira voltará a crescer significativamente em 2010. Mais uma vez predomina, entre os empresários pesquisados (saldo das respostas de 100%), otimismo quanto à evolução do faturamento. No que concerne a preços e custos, antevê-se, também, incremento no mercado de operadoras de turismo (saldos de 77% e 80%, respectivamente). Os prognósticos otimistas de desempenho do setor em 2010 deverá certamente induzir empresários a ampliarem o quadro de pessoal (97% do mercado consultado).

**Tabela 16 — Operadoras — Previsão da variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2009–2010**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	100	0	0	100	18,3
Preços	77	23	0	77	5,1
Custos	80	20	0	80	4,4
Quadro de Pessoal	97	3	0	97	5,5

Fontes: FGV e MTur

O montante a ser destinado a investimentos em 2010 corresponde a 5,7% do faturamento bruto do ramo, devendo ser alocados principalmente na instalação de novos pontos de venda (64%), tecnologia e sistemas de informação (18%), marketing e promoção de vendas (9%), treinamento de mão-de-obra (6%), ampliação e/ou renovação da frota de veículos (2%) e a outras finalidades (1%).

## Transporte Rodoviário

### RETROSPECTIVA DE 2009

Para 58% dos empresários de transporte rodoviário entrevistados, a economia brasileira melhorou em 2009, em relação a 2008, enquanto 35% responderam estabilidade. No que concerne ao faturamento, houve majoração para 34% das empresas desse segmento, enquanto 66% apresentaram estabilidade na comparação de 2009 e 2008. O reajuste tarifário e o aumento na demanda em linhas do interior do país justificam a parcela de aumento, enquanto o equilíbrio entre preço e demanda num período de crise econômica internacional foi o fator apresentado para os empresários que acusaram estabilidade. Os preços praticados pelas empresas de transporte rodoviário tiveram uma variação média de 5,6%, com a totalidade do mercado aumentando os preços.

**Gráfico 9 — Transporte Rodoviário — Faturamento e Preços**  
Obs. em 2004|2009 e Prev. p/ 2010 — Saldo das Respostas



Fontes: FGV e MTur

O encarecimento dos preços dos pneus e do diesel, além da elevada carga tributária, principalmente dos encargos trabalhistas, foram os principais responsáveis pelo aumento dos custos para 93% do mercado de transporte rodoviário. Quanto ao número de funcionários nesse ramo, houve estabilidade em comparação a 2008 (66% de estabilidade, 16% de aumento e 18% de redução).

**Tabela 17 — Transporte Rodoviário — Variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2008–2009**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	34	66	0	34	2,6
Preços	100	0	0	100	5,6
Custos	93	0	7	86	5,0
Postos de Trabalho	16	66	18	-2	-0,2

Fontes: FGV e Mtur

As empresas consultadas investiram, em média, 15,4% do faturamento, durante o ano de 2009. A maior parte desses investimentos, 77,9%, direcionou-se a renovação da frota, enquanto o restante foi para aquisição de novas linhas (11,7%), infraestrutura das instalações (8,0%), tecnologia (1,7%) e outros (0,7%).

## MOMENTO ATUAL (FEVEREIRO DE 2010)

No início do ano de 2010, os principais fatores de expansão para o crescimento do mercado rodoviário conjuntura econômica internacional, condições de segurança nas viagens, licitação de novas linhas para exploração, melhoria de infraestrutura das estradas e extensão da malha rodoviária. Da mesma forma, foram citados fatores desfavoráveis a expansão: carga tributária elevada, priorização do transporte aéreo em detrimento ao rodoviário e legislação e regulamentação.

## PERSPECTIVA PARA 2010

A totalidade do mercado de transporte rodoviário prevê que a economia brasileira em 2010 apresentará resultados melhores que no ano de 2009. Acompanhando esse resultado, o faturamento de 93% das empresas deve aumentar na mesma comparação, devido a recuperação econômica, às eleições e ao aumento da demanda, em destaque as linhas de fretamento corporativo. Outro fator que favorecerá o montante faturado é a elevação dos preços praticados, previsto em 5,3% de majoração.

No que tange aos custos, 59% do empresários prevêem que os custos permanecerão os mesmos de 2009, enquanto 49% acredita em aumento. O segmento de transporte rodoviário deverá aumentar o número de funcionários (75% acusou aumento e 25% estabilidade).

**Tabela 18 — Transporte Rodoviário — Previsão da variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2009–2010**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	93	7	0	93	7,9
Preços	100	0	0	100	5,3
Custos	41	59	0	41	2,0
Postos de Trabalho	75	25	0	75	2,1

Fontes: FGV e Mtur

O montante a ser destinado a investimentos em 2010 corresponde a 14,0% do faturamento bruto do segmento, devendo ser alocados de maneira semelhante ao investido no ano de 2009: renovação da frota (77,2%), aquisição de novas linhas (11,7%), infraestrutura das instalações (8,7%), tecnologia (1,7%) e outros (0,7%).

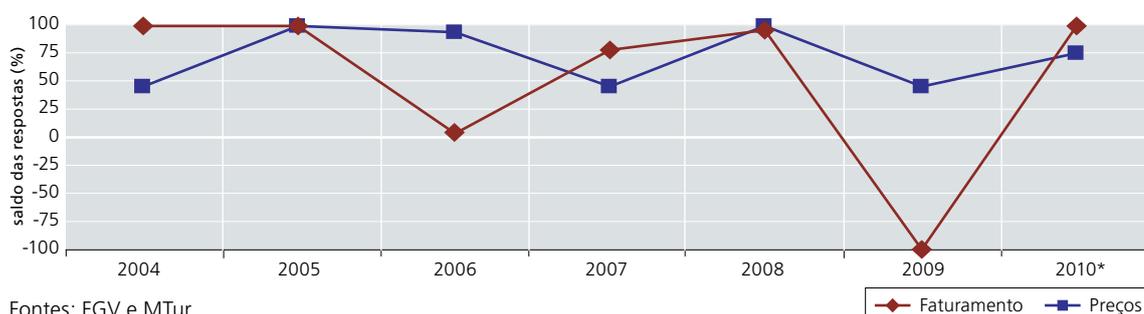
## Turismo Receptivo

### RETROSPECTIVA DE 2009

Confirmaram-se, de modo geral, as previsões empresariais de que desempenho da economia brasileira, no ano de 2009, seria impactado pela crise financeira internacional, apresentando, conseqüentemente, performance menos satisfatória do que em 2008 (base forte de comparação até, pelo menos, meados daquele ano). No que concerne ao mercado de receptivo consultado, todos os empresários apontaram contração — tal fato foi verificado, principalmente, em função da crise mundial e da incidência do vírus da gripe A (H1N1).

O faturamento do setor apresentou ampla queda em 2009 (saldo de respostas de -100%) em virtude não só aos fatores já citados, mas também à menor vinda de turistas estrangeiros (valorização do real em relação ao dólar). No que diz respeito aos custos operacionais em 2009, todos empresários pesquisados apontaram majoração tanto dos custos fixos quanto dos operacionais em 2009, comparativamente a 2008. Apesar desse aumento de custos ocorrido em 2009, verificou-se que o mesmo não foi integralmente repassado aos preços cobrados (61% de assinalações de crescimento contra 15% de queda, gerando saldo de 46%). Tal situação adversa induziu empresários a reduzirem significativamente o quadro de pessoal em 2009 (saldo de -88%).

**Gráfico 10 — Turismo Receptivo — Faturamento e Preços**  
Obs. em 2004/2009 e Prev. p/ 2010 — Saldo das Respostas



Fontes: FGV e MTur

A maior parcela do mercado consultado (65%) informou ter realizado investimentos em 2009, cabendo ressaltar que o montante aplicado em relação ao faturamento do setor somou 10,0%. Do total investido, 70,0% foram destinados a marketing e promoção de vendas, e 30,0% a tecnologia e sistemas de informação.

**Tabela 19 — Turismo Receptivo — Variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2008–2009**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	0	0	100	-100	-29,4
Preços	61	24	15	46	13,1
Custos	100	0	0	100	19,7
Postos de Trabalho	0	12	88	-88	-24,1

Fontes: FGV e Mtur

## MOMENTO ATUAL (FEVEREIRO DE 2010)

No começo de 2010, os fatores que mais inibem a expansão dos negócios são ainda a conjuntura econômica mundial, a elevada carga tributária, entraves referentes à legislação (regulamentação), taxa de câmbio desfavorável (desestimulando a vinda de turistas estrangeiros), oferta insuficiente de assentos nos voos internacionais e restrição de acesso ao crédito pelas empresas do setor. Por outro lado, o maior número de realização de eventos e a imagem positiva do País no exterior beneficiam o faturamento do setor.

## PERSPECTIVA PARA 2010

Metade do mercado de operadoras de receptivo prevê expansão da economia brasileira em 2010, enquanto que metade antevê estabilidade comparativamente a 2009.

Após o setor ter atravessado um ano de dificuldades, as perspectivas para 2010 são auspiciosas. No que concerne ao faturamento, todos os empresários consultados estimam incremento em relação a 2009; em virtude da perspectiva de reaquecimento da economia brasileira (e, em menor escala, da mundial), da imagem positiva do País no exterior, dos investimentos a serem realizados pelo governo (em função dos megaeventos programados) e da captação de novos negócios (principalmente no mercado asiático). Essas condições favoráveis muito provavelmente deverão estimular a realização de novas contratações de pessoal (saldo de 61%). No que tange aos custos e aos preços, as perspectivas são também de ampliação (saldos de 100% e 76%, respectivamente).

**Tabela 20 — Turismo Receptivo — Previsão da variação anual do desempenho dos principais indicadores (%) 2009–2010**

Indicadores	Aumento	Estabilidade	Diminuição	Saldo	Variação Média
Faturamento	100	0	0	100	17,9
Preços	76	24	0	76	5,5
Custos	100	0	0	100	5,6
Postos de Trabalho	61	39	0	61	11,0

Fontes: FGV e Mtur

A parcela do mercado que manifestou o propósito de investir em 2010 totalizou 65%, devendo o montante dos recursos em relação ao faturamento somar 10%, os quais serão destinados a campanhas de marketing e promoção de vendas (72%) e a tecnologia e sistemas de informação (28%).