

# Investimentos no mercado de turismo brasileiro

**Mário Moysés**

**Secretário-Executivo do Ministério do Turismo (MTUR)  
Presidente do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur)**

AMCHAM Brasil – Novembro de 2010

## UM PAÍS DE OPORTUNIDADES

- Economia brasileira: importante centro de interesse para novos negócios e investimentos de grandes grupos nacionais e internacionais;
- América Latina criou um mercado com mais de 200 milhões de habitantes e um PIB superior a US\$ 1 trilhão, no qual o Brasil é a principal economia;
- Abertura da economia brasileira: opção por modelo de desenvolvimento que busca integração comercial e produtiva com a economia mundial;



## UM PAÍS DE OPORTUNIDADES

- Estabilidade política: democracia consolidada;
- Estabilidade econômica: segurança na programação de investimentos e perspectivas para o crescimento econômico;
- Abertura ao setor privado e participação no desenvolvimento da infra-estrutura para a produção de bens e serviços;
- Grandes investimentos em infra-estrutura (inclusive turística);
- Crescimento e mobilidade social;
- Sustentabilidade;

## INVESTIMENTOS EM HOTELARIA

Mesmo com a crise econômica mundial, os investimentos estrangeiros diretos no turismo brasileiro foram significativos nos últimos três anos. Na infraestrutura são recursos destinados a construção de novos hotéis, ampliações, reformas, retrofit, reativações e projetos de uso misto.

Destaque:

- EUA (US\$ 364 milhões);
- Países Baixos (US\$ 233 milhões);
- França (US\$ 164 milhões);
- Espanha (US\$ 157 milhões)

## OUTROS INVESTIMENTOS

A) A Trip Linhas Aéreas tem como sócio o grupo norte-americano **SkyWest**, que comprou 20% do capital por US\$ 30 milhões. A SkyWest possui frota de 442 aviões e sua operação é baseada em acordos operacionais para a distribuição de passageiros nos EUA. O grupo tem parcerias com a Delta Air Lines e United.

B) O fundo americano **Carlyle (private equity)** comprou 63,6% da CVC Brasil, a maior operadora de turismo no país, que funciona desde 1972.

- Transação envolve operadora de viagens e cruzeiros marítimos;
- Empresa: 400 lojas, 900 funcionários e 8 mil agentes;
- Webjet e GJP Hotéis e Resorts não fazem parte do negócio;
- Valores não revelados, mas fontes estimam que o fundo pagou R\$ 700 milhões. 36,4% permanecem no Brasil;
- Capital oriundo dos fundos Carlyle Partners V (dono de US\$ 13,7 bilhões) e Carlyle South America Buyout Fund I;

## OUTROS INVESTIMENTOS

- Meta da Carlyle: dobrar o tamanho da empresa até 2015 e dar suporte à expansão da CVC, que cresce 20%/ano e transportou 2 milhões de passageiros em 2009;
- Investir no modelo negócios consagrado, com foco no turista da Classe C e no turismo doméstico;

Investimentos que aproveitam a década de ouro: 40 milhões novos consumidores no mercado de turismo e forte demanda motivada pela Copa 2014 e Olimpíada de 2016.

Mercado interno está aquecido e turistas brasileiros viajam mais ao exterior. Aumentou a conectividade entre o Brasil e o exterior. No início de 2010, havia 897 voos internacionais para o Brasil. Hoje já são quase mil.

## OLHOS DO MUNDO

- Copa de 2014 e Olimpíada de 2016 despertam a curiosidade de turistas, jornalistas e investidores;
- Resultados de uma pesquisa com **1257 executivos seniores** foram apresentados na World Travel Market (WTM 2010) :
  - a) 47% enxergam **mercados emergentes** como oportunidade nos próximos cinco anos;
  - b) Para 28,6%, as economias emergentes são a única grande oportunidade;
  - c) 55% acreditam que investir nos emergentes resulta em impacto positivo nos negócios;
  - d) Apenas 9,2% estimam impacto negativo nos negócios;

## OLHOS DO MUNDO

- Potencial econômico e mercado pronto para redes hoteleiras: Marriott interessado em construir 50 hotéis no Brasil nos próximos 10 anos (parceria com a PDG Realty);
- Os empresários realmente conhecem o Brasil? No turismo, além do turista estrangeiro, é necessário olhar para o mercado doméstico
- Grupos americanos como Starwood, Hilton, Hyatt, Marriott, Intercontinental e o canadense Four Seasons descobriram a importância de conhecer melhor o mercado brasileiro;

## PLACAR DA HOTELARIA 2015

A Pesquisa Placar da Hotelaria – 2015, realizada pela consultoria HVS Brasil e o Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil faz projeções das taxas de ocupação nas 12 cidades-sede da Copa de 2014.

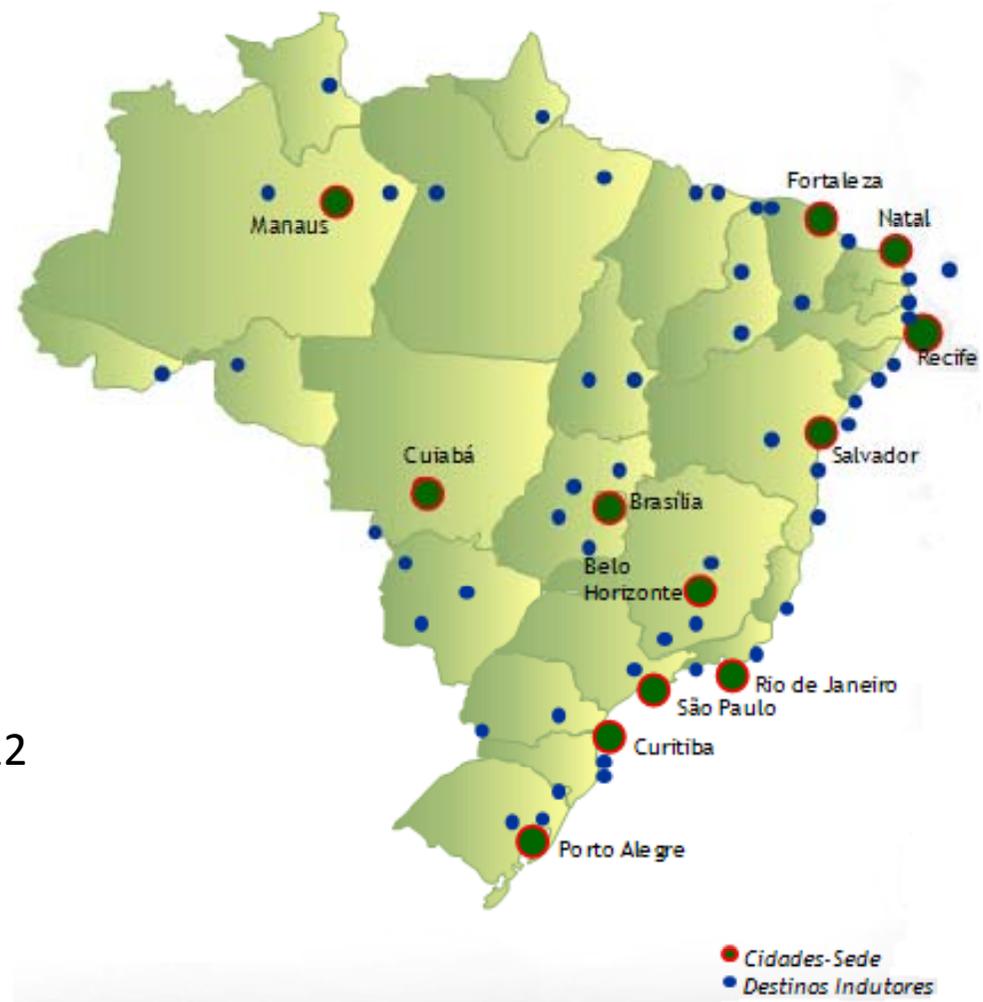
- Grande parte dos mercados brasileiros têm risco baixo de crescimento excessivo da oferta hoteleira e deve obter boas taxas de ocupação após o Mundial de 2014;
- Sustentabilidade dos empreendimentos também é decisiva (criação de linhas de crédito específicas);
- Baixo risco de crescimento excessivo relacionado à expansão reduzida da oferta decorrente de altos preços de terreno, competição com empreendimentos imobiliários residenciais e comerciais, além de diárias médias ainda em recuperação;

## PLACAR DA HOTELARIA 2015

- Com boa ocupação, hotéis devem renovar instalações;
- **Rio de Janeiro:** 19.413 unidades habitacionais (2009) e até 21.843 (2015): 2.430 quartos a mais, em projetos já definidos. Ocupação de 72% (2009) para 85% (2015);
- **São Paulo:** crescimento da ocupação de 62%, em 2009, para 84% em 2015.
- Dados positivos também para Curitiba, Porto Alegre, Brasília e Fortaleza. Cuiabá e Salvador precisam de mais atenção;

## COPA 2014

- País-continente (190 milhões de habitantes);
- Diretamente para a Copa estão previstos mais de **R\$ 20 bilhões** em investimentos
- MTur: foco em 65 destinos indutores do turismo (incluindo as 12 cidades-sede da Copa de 2014);



## EIXOS ESTRATÉGICOS

PROMOÇÃO E IMAGEM

EMBRATUR / MTUR

CAPACITAÇÃO E  
QUALIFICAÇÃO

Qualificação do Receptivo Turístico  
Trabalhadores da cadeia do turismo,  
empresários e gestores públicos

HOTELARIA

Renovação de Parque Instalado  
Ampliação de Capacidade  
Facilidades de Financiamento

INFRAESTRUTURA

Infraestrutura de Destinos Turísticos  
Acessos, sinalização, atrativos, etc.

## EXPECTATIVAS

- R\$ 47 bilhões em investimentos (infra-estrutura, turismo, consumo) e impacto na economia de R\$ 137,7 bilhões;
- Somente para o turismo, a Copa de 2014 deve gerar R\$ 9,4 bilhões;
- 600 mil visitantes estrangeiros e 3,1 milhões de brasileiros viajando pelo país durante o mundial;
- Estima-se a criação de 710 mil postos de trabalho nas atividades econômicas características do turismo

Fonte: Ministério do Esporte (estudo sobre os impactos da realização da Copa de 2014)

## ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO

Plano Operacional da Embratur: ações para fortalecer destinos e produtos de 5 segmentos:

**Sol e Praia**

**Ecoturismo e  
Aventura**

**Cultura**

**Esportes**

**Negócios e  
Eventos**

Portifólio de produtos: 269 produtos e destinos, organizados por segmentos e nichos de mercado.

## ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO

*“O Brasil te chama. Celebre a vida aqui”*

- Campanha internacional em 100 países (cerca de 400 milhões de pessoas);
- Investimento de US\$ 30 milhões até o final de 2010: TVs, jornais, revistas, catálogos, Relações Públicas, internet, painéis de aeroportos, outdoors, aplicativos e promoções;
- O filme *Sons do Brasil* promove o país no exterior e virou hit no YouTube. Considerando só quem viu o vídeo na íntegra, nos três primeiros dias de exibição, os acessos na Europa chegaram a 7 milhões.
- Hotsite “Seleção Brasileira das Cidades”: [www.brasilnetwork.tur.br/worldcup](http://www.brasilnetwork.tur.br/worldcup)
- Redes Sociais (Facebook, Twitter, Flickr, YouTube);

Fonte: Embratur

## ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO

### Casa Brasil (África do Sul)

- Promoção do Brasil durante a Copa da África do Sul: 26 dias de divulgação em Johannesburgo e repercussão na mídia internacional para um público estimado em 118 milhões de pessoas;
- Público de 20 mil visitantes de 102 países;
- 38 eventos (seminários, encontros de negócios, workshops, ações culturais);
- Ações promocionais nas ruas de Johannesburgo: 32 mil pessoas atingidas diretamente e 160 mil indiretamente;

## Evolução do Brasil no ranking da ICCA

Em 2009, o Brasil ocupou o 7º lugar entre os países que mais recebem eventos internacionais, com 293 eventos. São três anos seguidos entre os Top 10 da ICCA.

Em 2002 estávamos na 21ª posição, com 59 eventos.

## ECOTURISMO E AVENTURA

- Pesquisa da Embratur (2010): compreender o perfil do turista norte-americano que consome ecoturismo e aventura;
- O turista quer experimentar a natureza, mas não abre mão de conforto e infraestrutura;
- Viagens de 8 a 10 dias, em grupo e com gastos individuais entre US\$ 820 e US\$ 1200;
- Internet fundamenta boa parte do planejamento das viagens (importância de investir em mídias e redes sociais, como Facebook, Twitter, Flickr e YouTube);
- Brasil é referência com normatização; práticas sustentáveis; segurança e consumo consciente;

# MAPA DA AVENTURA NO BRASIL

Manaus  
Alta  
Floresta  
Ilha do  
Marajó  
Santarém

Pantanal norte  
Pantanal sul

Aparados da Serra



Bonito  
Chapada dos  
Guimarães  
Chapada dos  
Veadeiros  
Lençóis  
Maranhenses  
Jalapão

Chapada Diamantina  
Jericóacoara  
Delta do Parnaíba

Estrada Real  
Itacaré  
Foz do Iguaçu  
Fernando de  
Noronha  
Maraú  
Rio de Janeiro  
Angra dos Reis

Paraty  
Ilha Grande  
Praia do  
Rosa  
Florianópolis  
Ubatuba  
Ilhabela  
Parana's  
Coast

## HOTELARIA - BNDES

### **OBJETIVO:**

Adequar o parque hoteleiro nas cidades-sede e nos destinos indutores, estimulando a ampliação de crédito para ampliação e reforma do parque hoteleiro, com sustentabilidade ambiental.

### **Cidades beneficiadas: Todas**

Criação de linha de financiamento para reforma e ampliação da rede hoteleira

### **Diferencial:** A questão ambiental

- Eficiência Energética – Procel edifica Etiqueta “A”;
- Gestão sustentável – Sistema de Gestão para sustentabilidade dos Meios de Hospedagem (NBR 15.401);

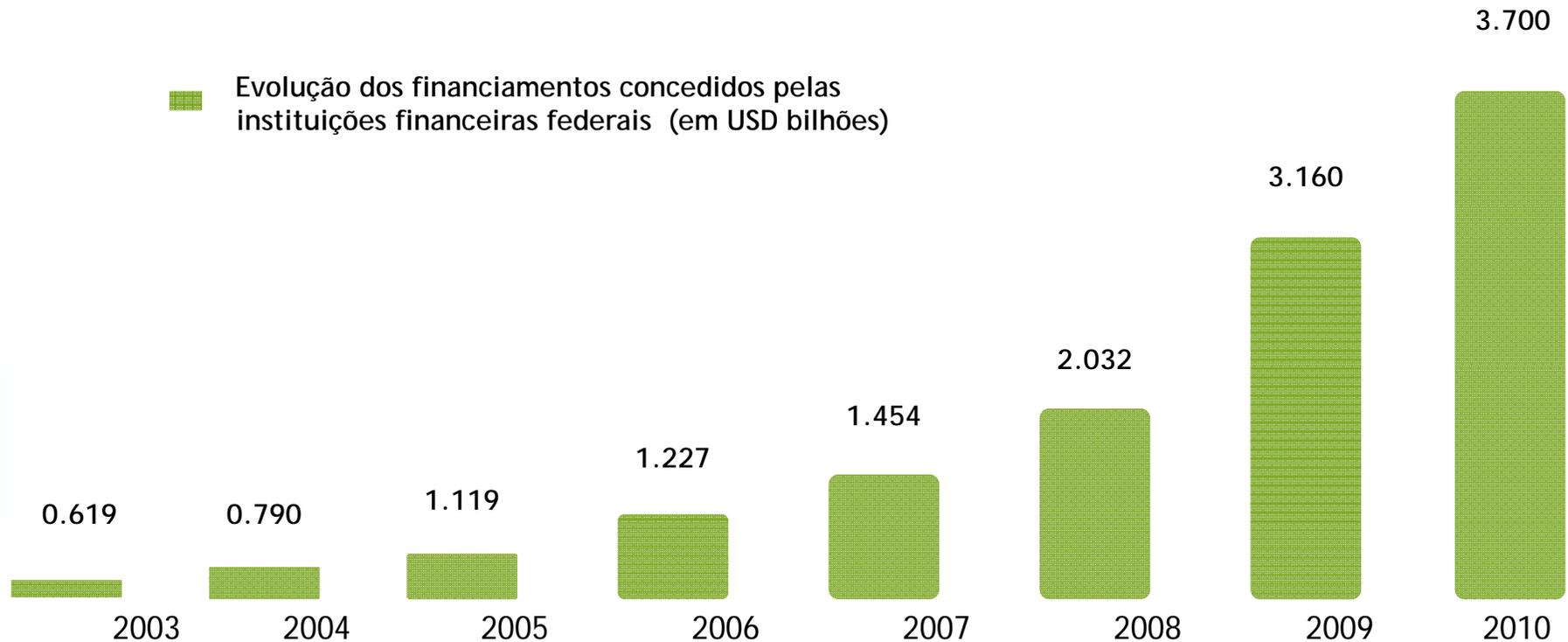
## HOTELARIA – FUNDOS CONSTITUCIONAIS

Aumento da dotação destinada ao turismo na programação de aplicação dos Fundos, para construção, ampliação e reforma de meios de hospedagem.

- Ampliação do prazo de pagamento nas operações com meios de hospedagem para até 20 anos;
- Bancos: BNB, BASA, BB;
- Valor disponível (2010): R\$ 780 milhões;

## CRÉDITO

Recursos dos bancos federais impulsionam o setor turístico: A oferta de crédito ao setor tem sido contínua e crescente. Desde 2003, o aumento foi de 400%



## INFRAESTRUTURA

- Infra-estrutura turística é a prioridade do Ministério do Turismo;
- US\$ 3,4 bilhões investidos em 7 anos;
- US\$ 29,8 milhões (2003) para US\$ 979 milhões (2009): cresceu 33X;
- PRODETUR: experiência bem-sucedida no Nordeste ampliada para todo o país. US\$ 1,8 bilhão para infraestrutura turística;

## INVESTIMENTOS do MTur EM INFRAESTRUTURA

Os investimentos em infraestrutura passaram de cerca de **US\$ 30 milhões**, em 2003, para quase **US\$ 970 milhões**, em 2009.

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total
29,8	94,0	234,6	384,9	718,02	971,2	979,06	<b>3.412,5</b>

## PORTO MARAVILHA

- Desde 2009 começou a revitalização, operação e manutenção da Região do Porto do Rio de Janeiro. O projeto prevê nova infraestrutura, com ampliação de espaços de lazer, cultura, gastronomia e entretenimento;
- Haverá muitas oportunidades de investimento privado no setor imobiliário (hotéis, residências e escritórios);
- **Valor máximo estimado do investimento: US\$ 4,6 bilhões;**



## QUALIFICAÇÃO

- Cerca de 7 milhões de brasileiros são empregados em atividades relacionadas à indústria do turismo;
- O Ministério do Turismo desenvolve ações de qualificação em parceria com os governos regionais e entidades do setor privado;
- Bem Receber Copa e Olá, Turista!: cursos de idiomas e profissionalizantes;

*Investimentos realizados pelo MTUR em Qualificação Profissional 2004-2009*

2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total
5,12	14,03	17,6	38,31	22,9	42,8	<b>140,8</b>

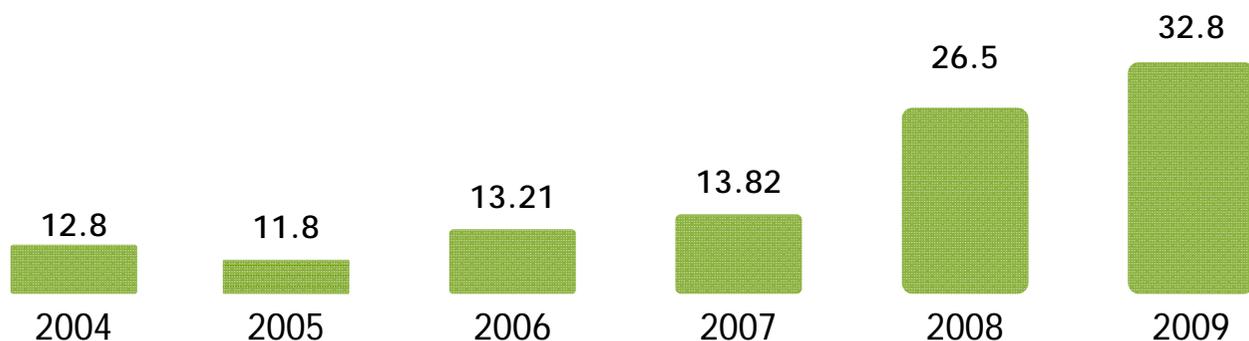
USD milhões



## PROMOÇÃO DOMÉSTICA

- De 2004 a 2009, o Ministério do Turismo investiu US\$ 110 milhões na promoção interna;
- Investimentos no mercado doméstico foram decisivos para enfrentar a crise internacional;
- A retração do mercado internacional foi compensada pelo aquecimento do mercado doméstico;

*Investimento em Promoção para o Mercado Nacional: 2004 – 2009 (US\$ mi)*



*Fonte: Siafi*

## CENÁRIO DE OTIMISMO

Dados do Ministério do Turismo de 2008/2009:

- Chegada de turistas ao Brasil: 5,1 milhões (2008) e 4,8 milhões (2009);

**Até 2020: 11 milhões de visitantes estrangeiros e US\$ 17,6 bilhões em divisas estrangeiras;**

- Desembarques internacionais: 6,5 milhões (2008) e 6,5 milhões (2009);

**2010: até setembro (5,8 milhões)**

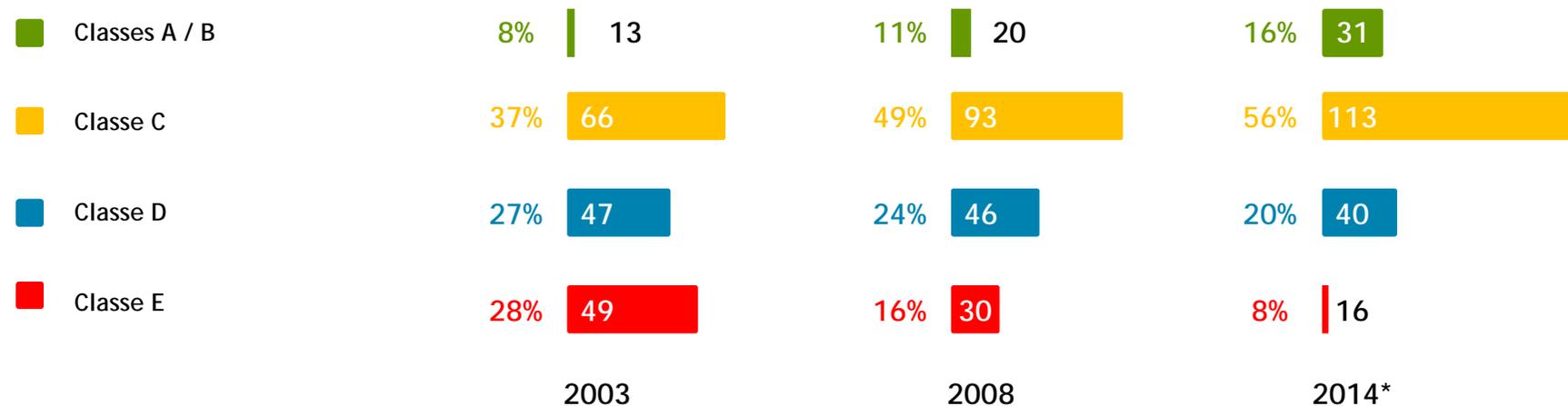
- Receita cambial (US\$): 5,7 bilhões (2008) e 5,3 bilhões (2009);

**2010: até setembro (US\$ 4,3 bilhões). 10% de crescimento sobre 2009**

## MOBILIDADE SOCIAL

- Em 2010, a classe C já reúne 103 milhões de brasileiros;
- Desde 2002, cerca de 25 milhões de pessoas ascenderam ao meio da pirâmide social;
- Empresas desenvolvem produtos para as classes emergentes, inclusive no setor de viagens

Evolução das Classes Econômicas  
(% da população e milhões de Indivíduos)



Fonte: IBGE, FGV e LCA

Elaboração: Ministério da Fazenda

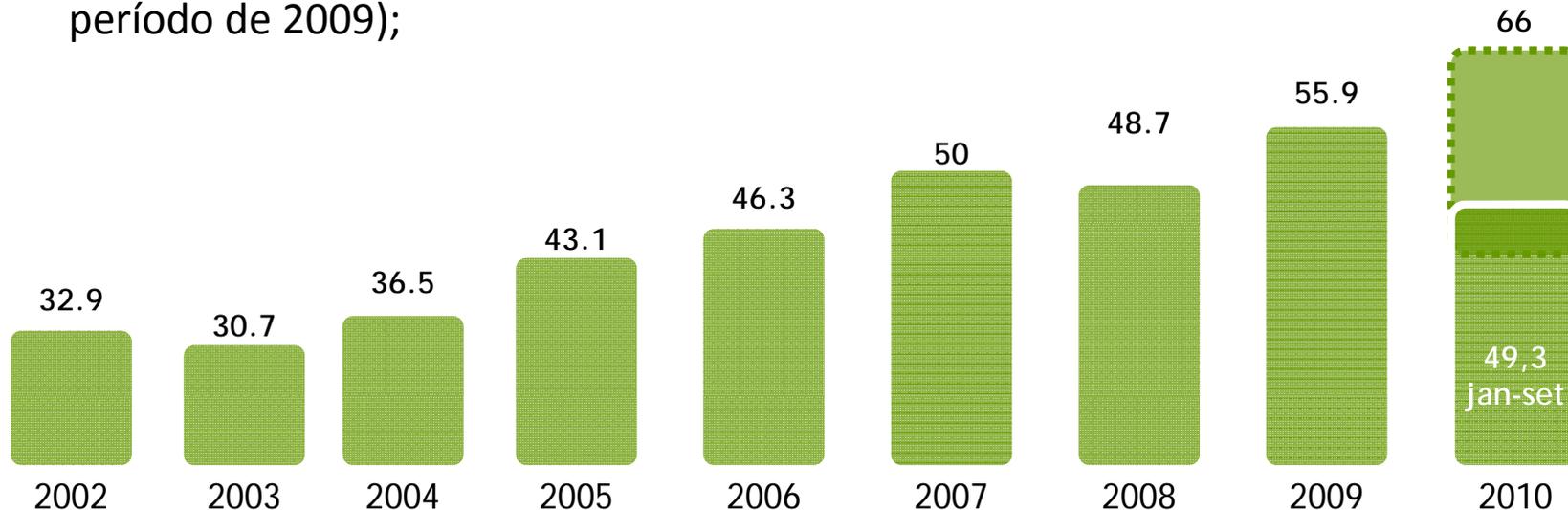
## CLASSES C / D

- Em 2009, 58,8% dos brasileiros que vivem nas 11 regiões metropolitanas viajaram ao menos uma vez nos últimos dois anos. Em 2007, essa parcela era de 32%;
- Estima-se que, em dois anos, a população de menor renda deverá responder por mais da metade dos viajantes;
- Entre as razões, além do aumento de renda, estão a redução média de 34% nos preços das passagens aéreas nos últimos dez anos, a possibilidade de pagamento num prazo cada vez maior e a criação de produtos específicos para as classes C e D;



## DESEMBARQUES DOMÉSTICOS

- Nunca se viajou tanto no Brasil;
- Em 2009, mesmo com a crise internacional, o Brasil registrou recordes históricos;
- Os desembarques domésticos de janeiro a setembro de 2010 já somam 49,2 milhões e são novo recorde da série histórica (variação de 23% em relação ao mesmo período de 2009);



Fonte: Infraero/MTur

## VOOS

- Ministério do Turismo e Embratur trabalham para ampliar frequências de voos e diversificar os aeroportos de entrada;
- Brasília já recebe voos da TAP, DELTA, LAN e AMERICAN AIRLINES diários para o Brasil;

## ESTADOS UNIDOS

## VOOS

Origem	Destino	Freqüências Semanais	Companhia Aérea
ATLANTA (ATL)	RIO DE JANEIRO Galeão (GIG)	7	Delta Air Lines
	BRÁSILIA (BSB)	4	Delta Air Lines
	MANAUS (MAO)	4	Delta Air Lines
	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	7	Delta Air Lines
CHARLOTTE (CLT)	RIO DE JANEIRO Galeão (GIG)	7	Usair
CHICAGO (ORD)	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	7	United Airlines
DALLAS (DFW)	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	7	American Airlines
DETROIT (DTW)	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	2	Delta Air Lines
HOUSTON (IAH)	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	7	Continental Airlines
	RIO DE JANEIRO Galeão (GIG)	7	Continental Airlines
LOS ANGELES (LAX)	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	3	Korean
MIAMI (MIA)*	BELO HORIZONTE Confins (CNF)	3	American Airlines
	MANAUS (MAO)	7	TAM
	RIO DE JANEIRO Galeão (GIG)	7	American Airlines
		7	TAM
	SALVADOR (SSA)	7	American Airlines
	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	21	American Airlines
NOVA IORQUE (JFK)		14	TAM
	RIO DE JANEIRO Galeão (GIG)	4	TAM
		7	American Airlines
	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	7	Delta Air Lines
	14	TAM	
NOVA IORQUE (EWR)	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	7	Continental Airlines
ORLANDO (COM)	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	7	TAM
WASHINGTON (IAD)	SÃO PAULO Guarulhos (GRU)	7	United Airlines
TOTAL		181 freqüências semanais	

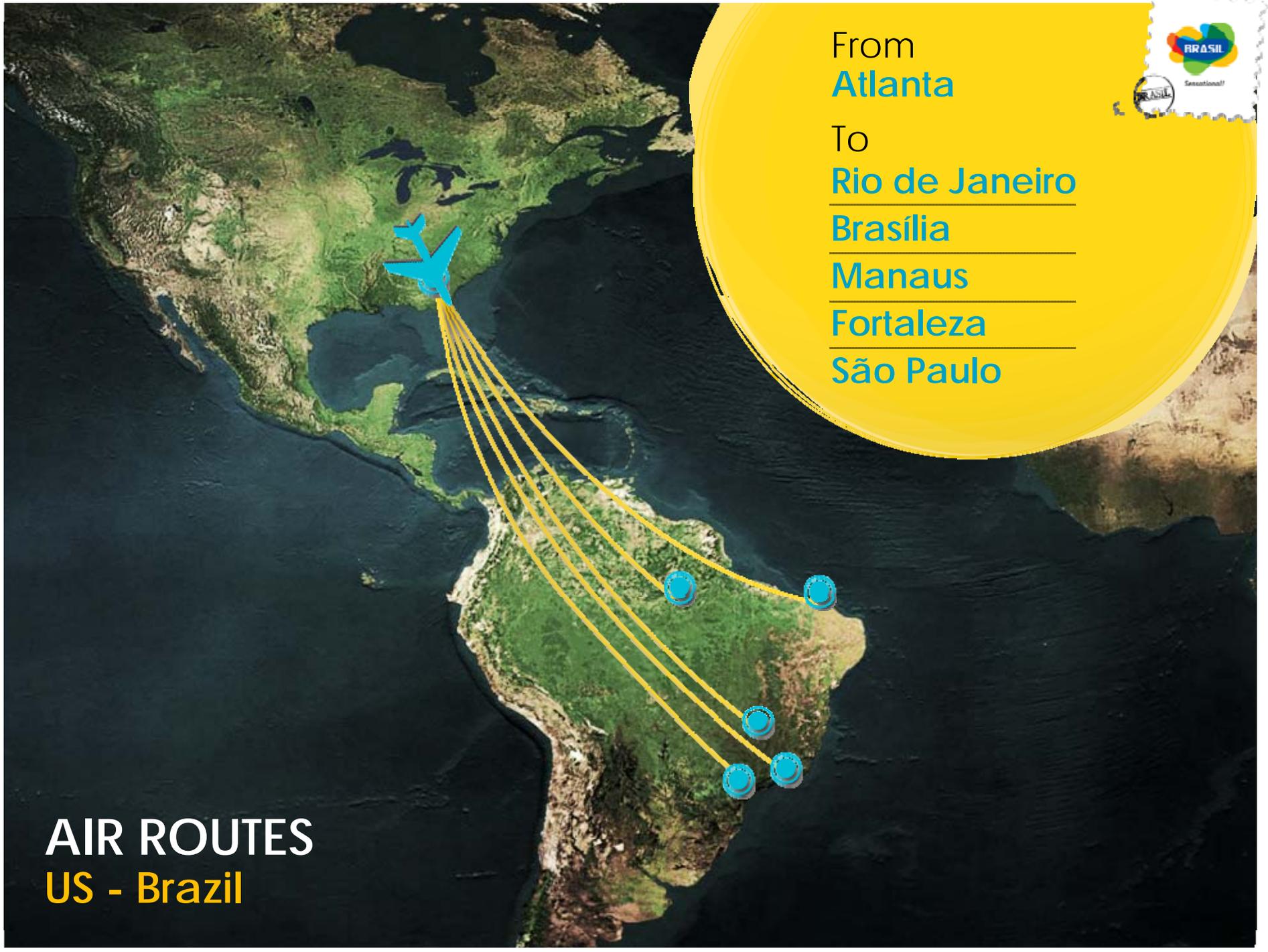
\*Atualização: de Miami para Brasília, 4 voos da American Airlines





From  
**Atlanta**

- To
- Rio de Janeiro
  - Brasília
  - Manaus
  - Fortaleza
  - São Paulo



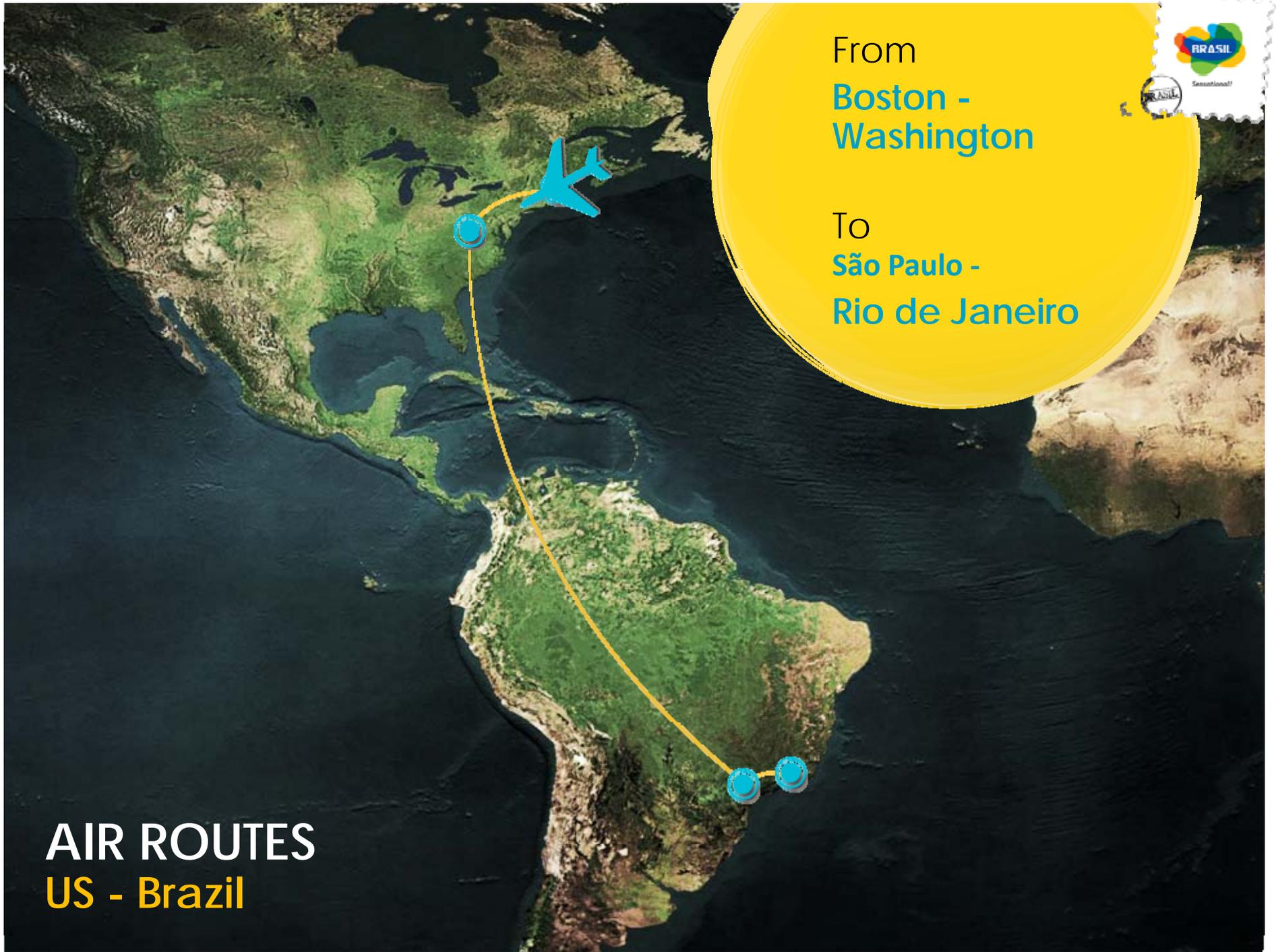
**AIR ROUTES**  
**US - Brazil**



From  
Boston -  
Washington

To  
São Paulo -  
Rio de Janeiro

**AIR ROUTES**  
**US - Brazil**





From	To
Charlotte	Rio de Janeiro
Chicago	São Paulo
Dallas	São Paulo
Houston	Rio de Janeiro
	São Paulo

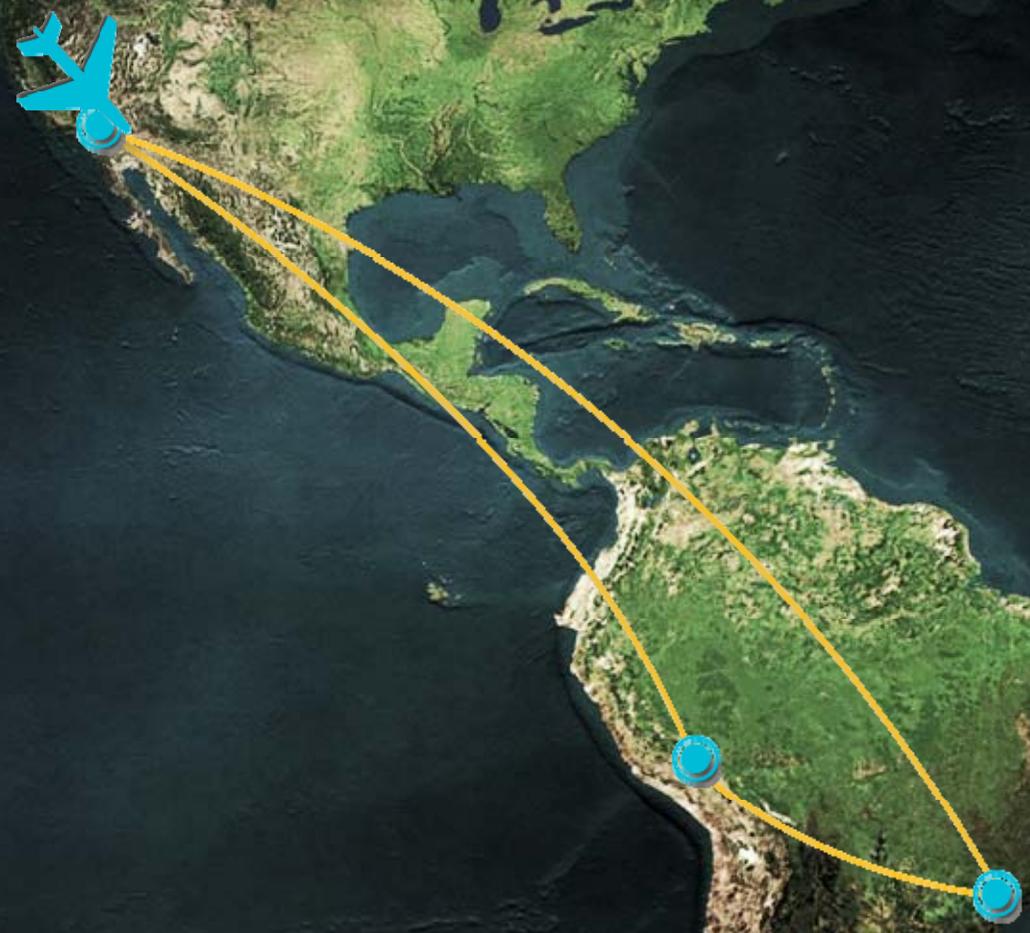


# AIR ROUTES

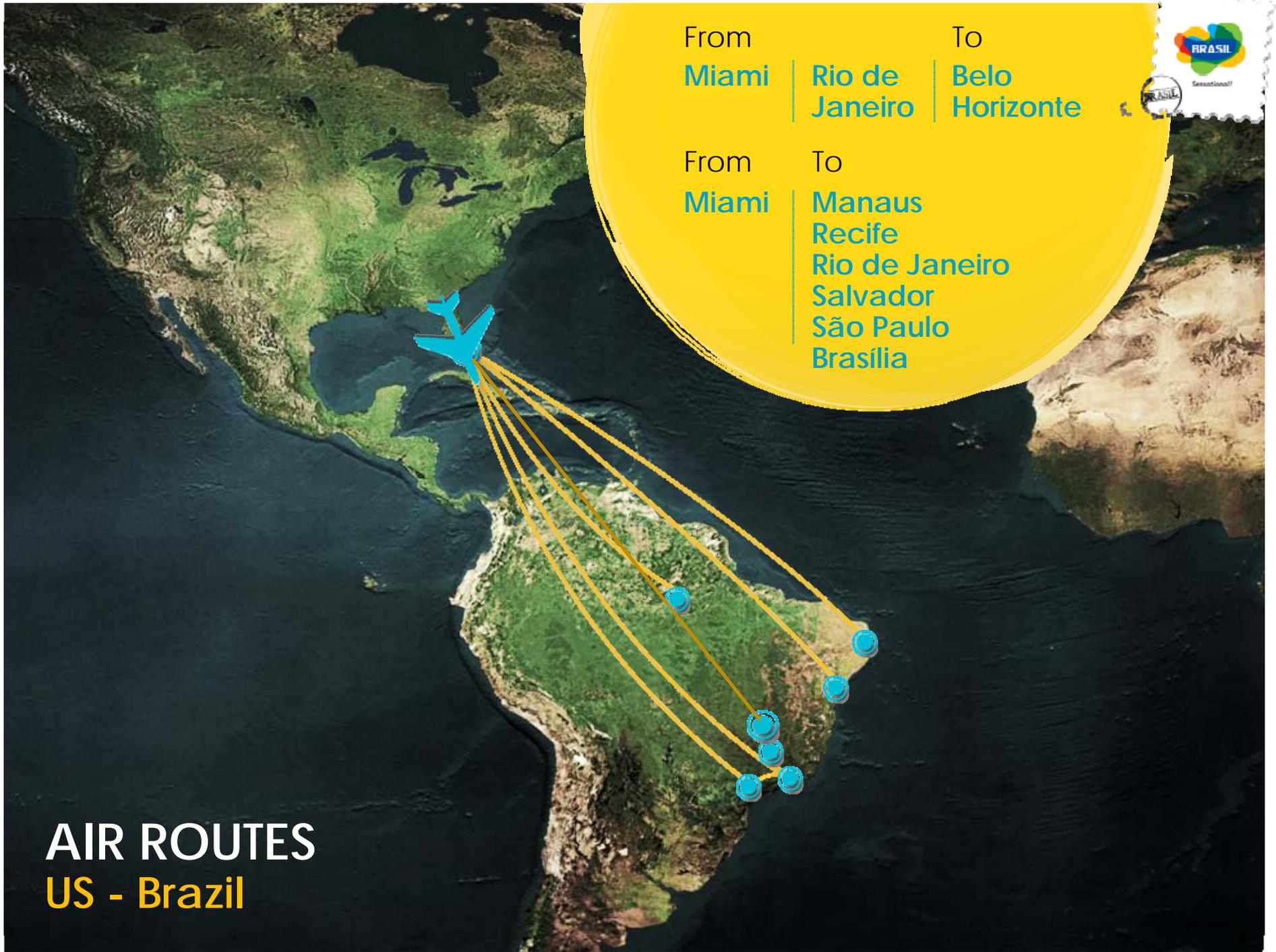
## US - Brazil



From  
Los Angeles  
To  
São Paulo



**AIR ROUTES**  
**US - Brazil**



From		To
Miami	Rio de Janeiro	Belo Horizonte

From	To
Miami	Manaus
	Recife
	Rio de Janeiro
	Salvador
	São Paulo
	Brasília

# AIR ROUTES

## US - Brazil

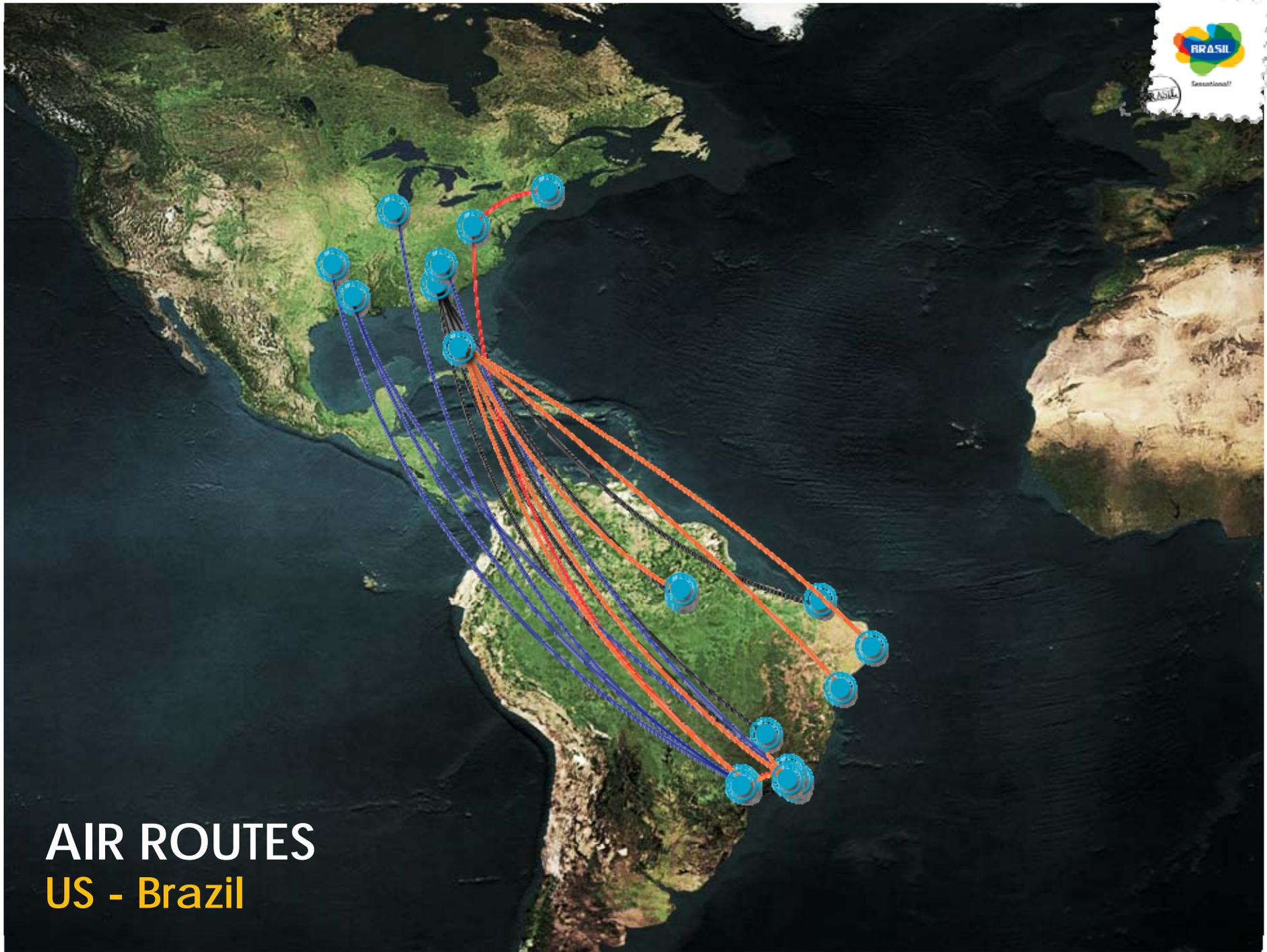


From  
New York  
Orlando

To  
Rio de Janeiro  
São Paulo  
São Paulo

**AIR ROUTES**  
**US - Brazil**





**AIR ROUTES**  
**US - Brazil**



Ministério  
do Turismo

