



www.ipeturis.org.br

Impactos da Copa do Mundo 2014 no Agenciamento Turístico do Brasil

Julho de 2014

EQUIPE TÉCNICA DO IPETURIS

COORDENAÇÃO: Glauber Santos
SUPERVISÃO: Mariana Nery
PESQUISADORES: César Melo
Flávia Araújo
Paulo Mascara
Tamiris Martins
APOIO: Gerson Pagliarini



www.ipeturis.org.br

APRESENTAÇÃO E AMOSTRA

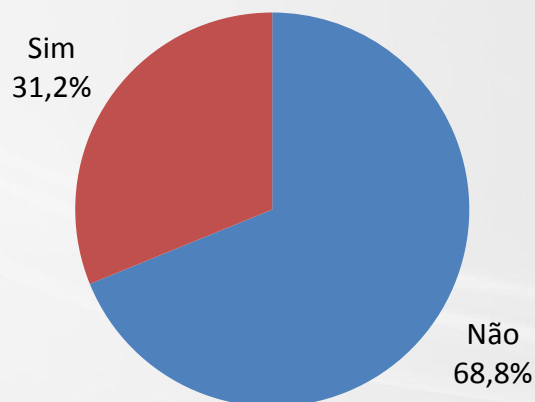


- Pesquisa realizada para mensurar os impactos da Copa do Mundo 2014 nas vendas do setor de Agenciamento Turístico no Brasil.
- Foram consultadas **369 empresas** do setor de Agenciamento Turístico em todo o país: localizadas em **64 cidades** de **24 Estados** e no **Distrito Federal**.
- As empresas consultadas foram divididas com o seguinte perfil: **320 Agências de Viagens** e **49 Operadoras Turísticas**.
- Pesquisa realizada no período entre os dias **1 a 10 de julho de 2014**.

SERVIÇOS TURÍSTICOS específicos para a Copa do Mundo

- Apenas um terço das empresas entrevistadas (**31,2%**) **comercializaram serviços** para turistas que viajaram **motivados pelo evento** Copa do Mundo 2014.
- A grande maioria das empresas consultadas (**68,8%**) informaram não terem **comercializado nenhum serviço turístico específico** para a Copa do Mundo 2014.

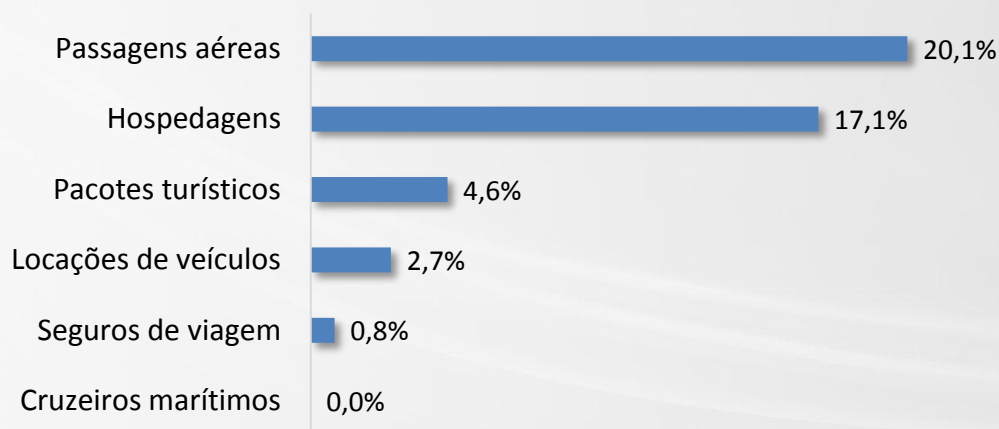
Comercialização de serviços turísticos específicos para a Copa do Mundo 2014



SERVIÇOS TURÍSTICOS específicos para a Copa do Mundo

- Foram comercializados Serviços Turísticos para viajantes que adquiriram ingressos para os jogos e para aqueles que procuravam viver o clima nas cidades sedes, participando das FanFests Fifa, exibições públicas, desfile das torcidas e assistir as partidas, fora dos estádios, com familiares e amigos.
- Entre os Serviços Turísticos específicos para a Copa 2014 mais comercializados destacaram-se as **passagens aéreas (20,1%)** e **hospedagens (17,1%)**.

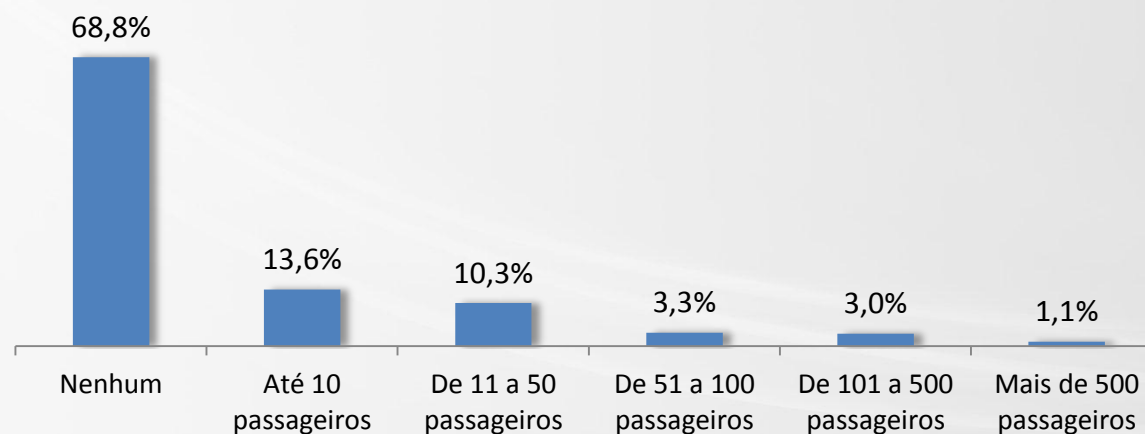
Serviços Turísticos comercializados especificamente para a Copa do Mundo 2014



SERVIÇOS TURÍSTICOS específicos para a Copa do Mundo

- Entre as empresas entrevistadas que venderam serviços específicos para a Copa do Mundo 2014 o **número médio de turistas atendidos foi 24.**
- A grande maioria dos respondentes (**68,8%**) **não atendeu nenhum turista** para o evento Copa do Mundo.
- (**13,6%**) **venderam para até 10 viajantes**, enquanto que (**10,3%**) **atenderam de 11 a 50** e uma parcela mínima das empresas (**1,1%**) **atendeu mais de 500 turistas.**

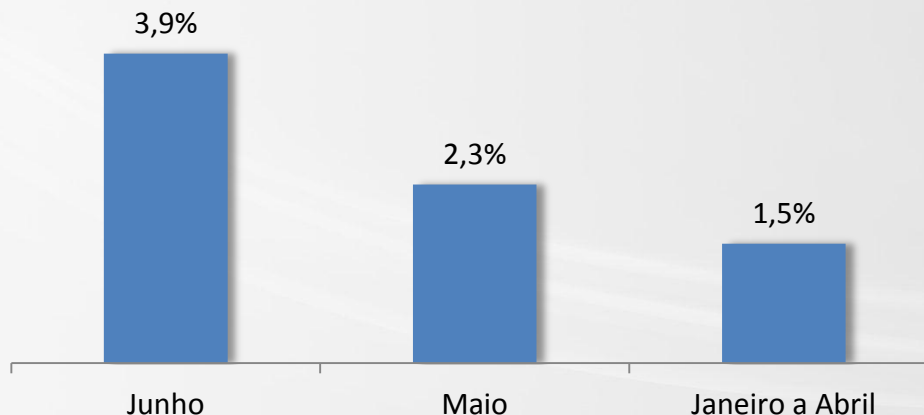
Número de passageiros atendidos especificamente para a Copa do Mundo



SERVIÇOS TURÍSTICOS específicos para a Copa do Mundo

- Constatou-se que a comercialização de serviços turísticos específicos para a Copa 2014 foi muito reduzida em todos os períodos consultados.
- Para as empresas entrevistadas o mês de **junho de 2014 com (3,9%)** foi o período com **maior representatividade** nas vendas para o evento. É possível notar que essas vendas são crescentes nos meses mais próximos da realização do evento.

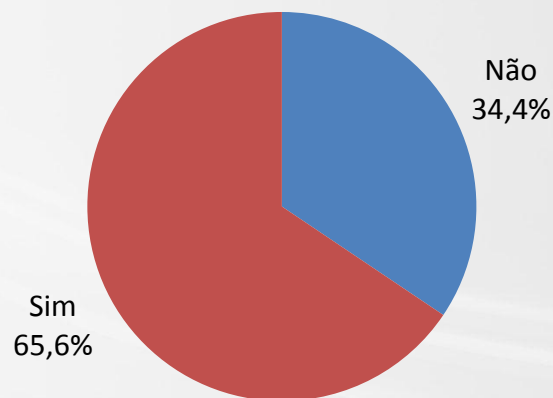
Participação percentual da Copa do Mundo no total de vendas da empresa



SERVIÇOS TURÍSTICOS não relacionados à Copa do Mundo

- Para **grande parcela das empresas (65,6%)** a realização da Copa do Mundo no Brasil **impactou negativamente** nas vendas de serviços turísticos não relacionados ao evento.
- Enquanto que para cerca de **um terço das empresas (34,4%)** a realização do evento **não impactou nas suas vendas**.

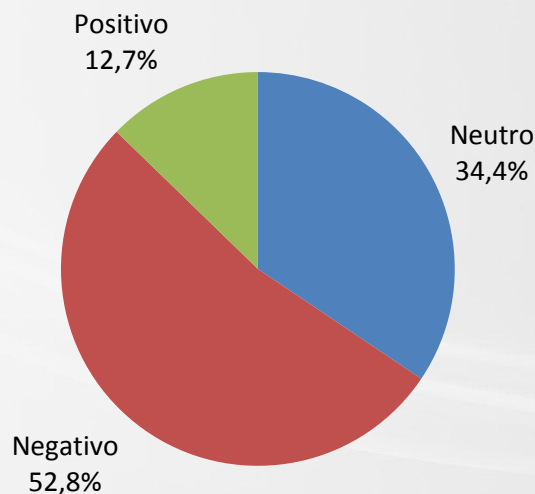
Impacto da Copa do Mundo em serviços turísticos não relacionados ao evento



SERVIÇOS TURÍSTICOS não relacionados à Copa do Mundo

- Para **(52,8%)** das empresas entrevistadas a realização da Copa do Mundo 2014 foi um cenário ruim para as vendas de serviços turísticos não relacionados ao evento e o **saldo final foi negativo**.
- Para apenas **(12,7%)** das empresas entrevistadas o **saldo final do evento foi positivo**.

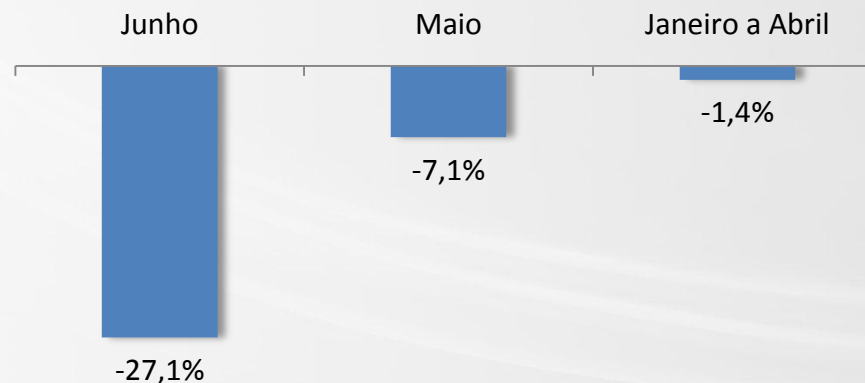
Saldo da Copa do Mundo para as vendas das empresas



SERVIÇOS TURÍSTICOS não relacionados à Copa do Mundo

- Para as empresas o mês de **junho de 2014** foi o período com impacto mais negativo, com redução de **(27,1%)**, na comercialização de **serviços turísticos não relacionados à Copa do Mundo**.

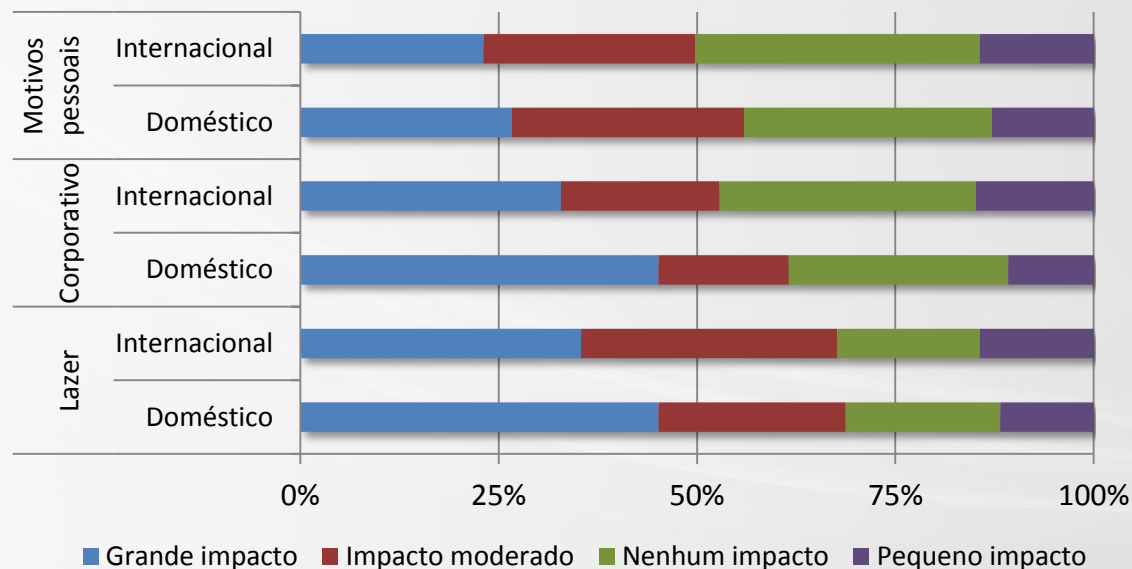
Impacto da Copa do Mundo nas vendas não relacionadas ao evento



SERVIÇOS TURÍSTICOS não relacionados à Copa do Mundo

- De maneira geral a realização da Copa do Mundo 2014 no Brasil provocou **grande impacto na comercialização em todos os segmentos do mercado de agenciamento turístico.**
- Sendo o segmento **corporativo doméstico o mais fortemente abalado (44%)**, seguido do **lazer doméstico (41%)**.
- As **viagens domésticas por motivações pessoais**, também sofreram impactos, porém menores, na ordem de **31%**.

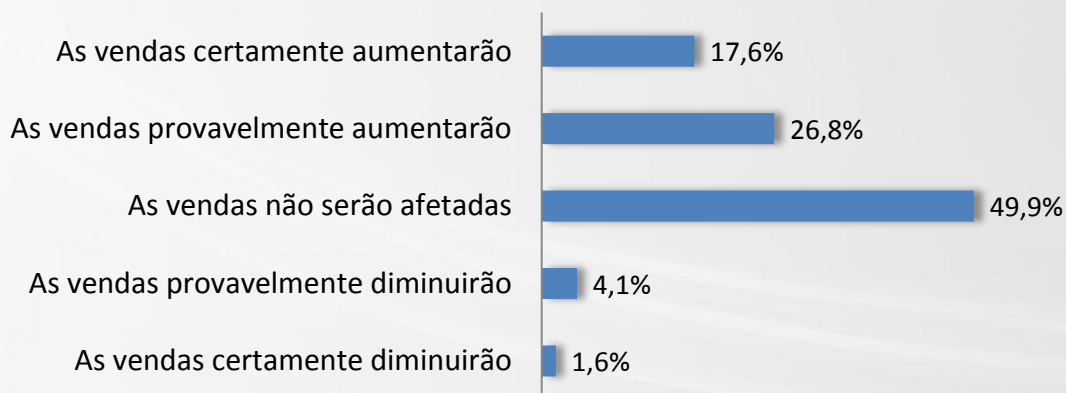
Impacto da Copa do Mundo nos segmentos turísticos



IMPACTO NAS VENDAS FUTURAS

- A grande **maioria (49,9%)** das empresas respondentes acreditam que a realização da Copa do Mundo no Brasil **não afetará as suas vendas futuras**.
- As **perspectivas futuras são positivas para (44,4%)** das empresas: para **(26,8%) provavelmente**, e para **(17,6%) certamente**, as suas vendas futuras aumentarão.
- Para uma parcela pequena das empresas **(5,7%)** o panorama **de queda nas vendas futuras** foi sinalizado: para **(4,1%) provavelmente**, e para **(1,6%) certamente**, as vendas futuras diminuirão.

Impacto da Copa do Mundo nas perspectivas de vendas futuras





www.ipeturis.org.br

Av. Dr. Vieira de Carvalho, 115 – 10º andar – Vila Buarque

São Paulo, SP – Brasil – CEP: 01210-010

Telefone: +55 11 3334-0444 / Fax: +55 11 3331-6115

ipeturis@ipeturis.org.br