

Resultados da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de Inverno 2014



www.ipeturis.org.br

EQUIPE TÉCNICA DO IPETURIS

Coordenação: **Mariana Nery**

Pesquisadores: **César Melo**
Tamiris Martins
Viviane Silva

Suporte: **Gerson Pagliarini**



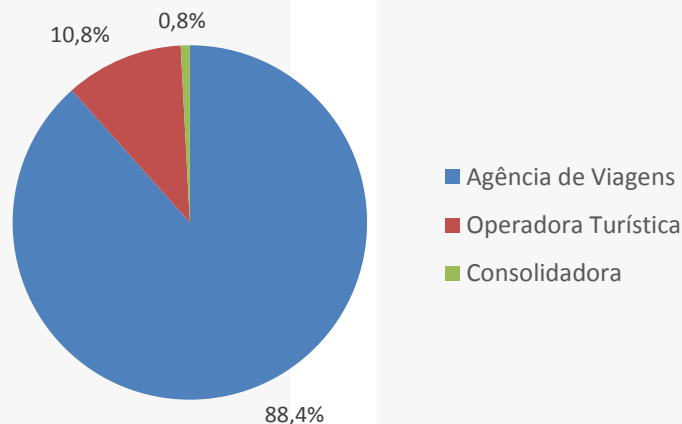
AGOSTO DE 2014

www.ipeturis.org.br

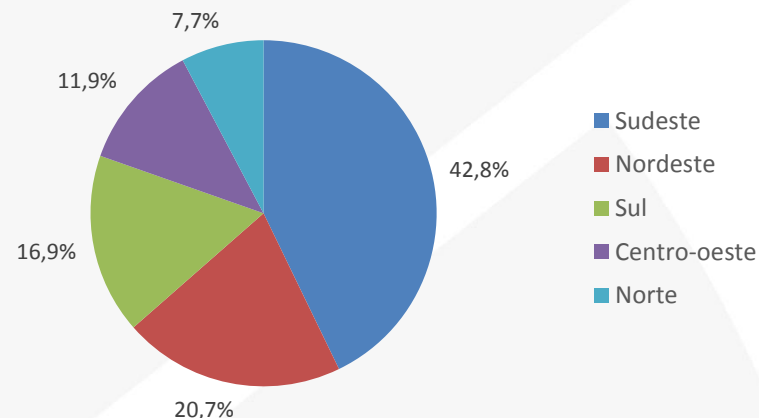
- Pesquisa realizada para medir a **movimentação de vendas de viagens organizadas**, no mercado brasileiro, na Temporada de Inverno de 2014.
- Foram consultadas **362 empresas** do setor de Agenciamento Turístico em todo o país, localizadas em **62 cidades**, de **24 Estados** e do **Distrito Federal**.
- As entrevistas foram realizadas ao final da Temporada de Inverno, entre os dias 26 a 29 de agosto de 2014.
- A amostra foi estratificada pelo segmento de atuação e localização geográfica das empresas, representando com fidelidade o mercado brasileiro de agenciamento turístico.

- As empresas consultadas majoritariamente são **Agências de Viagens (88,4%)** e **Operadoras Turísticas (10,8%)**.
- Quanto à localização, a grande maioria está presente nas regiões **Sudeste (42,8%)**, **Nordeste (20,7%)** e **Sul (16,9%)**.

Segmento de atuação das empresas



Localização das empresas - regiões



LOCALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

- Foram consultadas empresas localizadas em 24 Estados e no Distrito Federal.
- Os estados de **São Paulo** e do **Rio de Janeiro** concentram a maior parcela das empresas da amostra com **(18,0%)** e **(16,3%)**, respectivamente.
- Em seguida, destacam-se o **Distrito Federal (6,9%)** e **Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul**, todos com **(6,6%)** de representatividade na amostra.

Localização - estados

#	UF da sede	%
1	SP	18,0%
2	RJ	16,3%
3	DF	6,9%
4	MG	6,6%
5	PR	6,6%
6	RS	6,6%
7	BA	3,6%
8	CE	3,6%
9	PE	3,6%
10	SC	3,6%
11	ES	1,9%
12	PA	1,9%
13	AL	1,7%
14	AM	1,7%
15	GO	1,7%
16	MA	1,7%
17	MS	1,7%
18	MT	1,7%
19	PB	1,7%
20	PI	1,7%
21	RN	1,7%
22	RO	1,7%
23	SE	1,7%
24	TO	1,7%
25	AC	0,8%

LOCALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

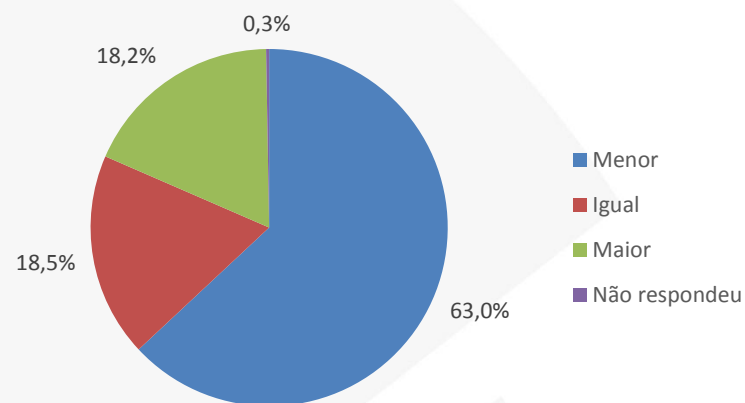
- As empresas respondentes estão localizadas em **62 cidades** de todo o país, incluindo capitais e as cidades do interior, destacadas pela sua movimentação econômica relevante.
- As cidades pesquisadas representam o mercado de Agenciamento Turístico, concentrando a maior parcela de Agências de Viagens e Operadoras Turísticas e os principais polos emissores e receptores turísticos do Brasil.
- Entre as principais cidades, destacam-se: **São Paulo (14,1%), Rio de Janeiro (13,8%), Brasília (6,6%), Belo Horizonte (5,8%), Curitiba (5,8%) e Porto Alegre (5,2%).**

Localização - cidades

#	Cidade da sede	%
1	São Paulo	14,1%
2	Rio de Janeiro	13,8%
3	Brasília	6,6%
4	Belo Horizonte	5,8%
5	Curitiba	5,8%
6	Porto Alegre	5,2%
7	Fortaleza	3,6%
8	Recife	3,6%
9	Salvador	2,8%
10	Belém	1,9%
11	Florianópolis	1,9%
12	Aracaju	1,7%
13	Cuiabá	1,7%
14	Goiânia	1,7%
15	João Pessoa	1,7%
16	Maceió	1,7%
17	Manaus	1,7%
18	Natal	1,7%
19	Palmas	1,7%
20	Porto Velho	1,7%

- A movimentação de vendas na Temporada de Inverno 2014 **foi menor para (63%)** das empresas consultadas, em comparação com a temporada do ano anterior.
- A movimentação na Temporada de Inverno foi **igual para (18,5%)** das empresas entrevistadas, enquanto para **(18,2%) foi maior**, em comparação com a Temporada de Inverno de 2013.

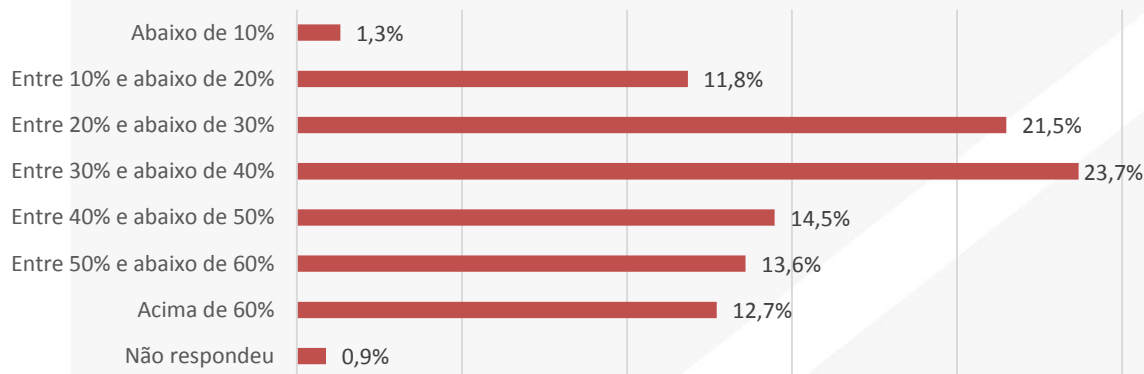
Movimentação das vendas em comparação à Temporada de Inverno anterior



MENOR MOVIMENTAÇÃO DE VENDAS

- Para uma parcela considerável das empresas **(45,2%)** que apresentaram uma menor movimentação de vendas, o movimento de viagens na Temporada de Inverno 2014, foi menor entre 20% e 40%, em comparação com a temporada anterior.
- Enquanto que para **(28,1%)** das empresas, o movimento de viagens na Temporada de Inverno 2014, foi menor entre 40% e 60%, comparado com a temporada 2013.

Movimentação menor – faixas de queda da movimentação das vendas em comparação à Temporada anterior



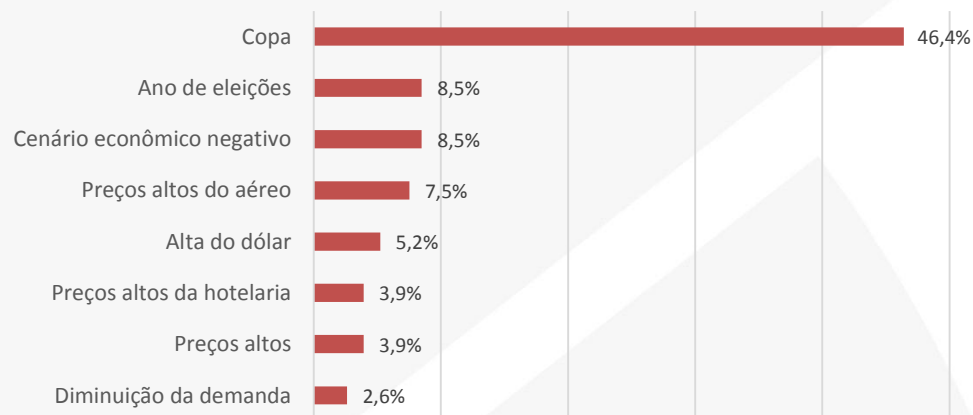
MENOR MOVIMENTAÇÃO DE VENDAS

INFLUÊNCIA NEGATIVA DA COPA DO MUNDO



- A **Copa do Mundo** no Brasil foi apontada por **(46,4%)** das empresas como a principal justificativa para um menor desempenho nesta Temporada, seguida de: **ano de eleições (8,5%)**, **o cenário econômico negativo (8,5%)** os **preços altos das passagens aéreas (7,5%)** e a **alta do dólar (5,2%)**.

Motivos para a diminuição da movimentação em comparação à Temporada anterior



MENOR MOVIMENTAÇÃO DE VENDAS

INFLUÊNCIA NEGATIVA DA COPA DO MUNDO



- Quando indagadas sobre quais os aspectos a Copa do Mundo afetou o menor movimento de vendas, as empresas indicaram a **diminuição da demanda (21,1%)**, **preços altos do aéreo (17,6%)** e para **(12,0%) os preços altos dos serviços de viagens em geral.**

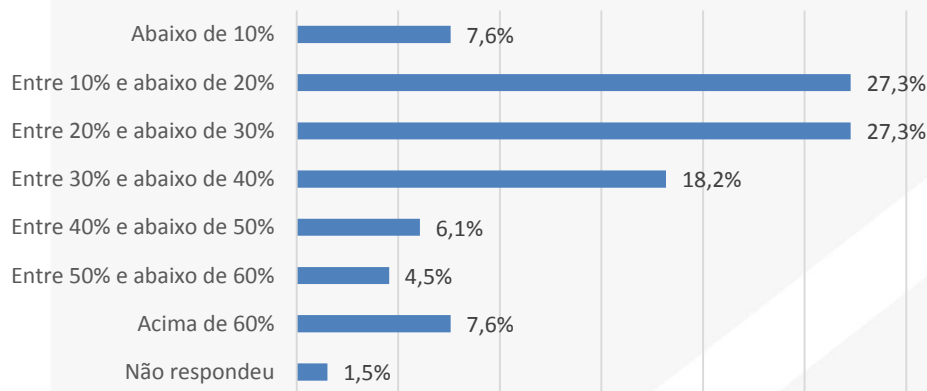
COPA – Motivos para a menor movimentação



MAIOR MOVIMENTAÇÃO DE VENDAS

- Entre as empresas que tiveram uma **maior movimentação** de vendas, a maior parcela (**54,6%**) obteve um aumento **entre 10% e 30%** em relação à Temporada de Inverno 2013.
- Reunidas as empresas que tiveram uma **maior movimentação**, foi constatado entre elas um **aumento médio de 26,8%** em relação à Temporada de Inverno de 2013.

Movimentação maior – faixas de aumento da movimentação das vendas em comparação à Temporada anterior

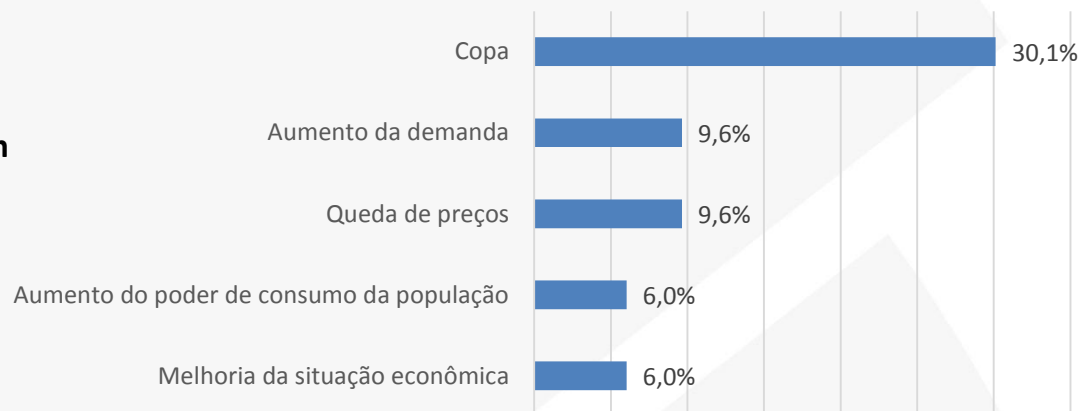


MAIOR MOVIMENTAÇÃO DE VENDAS

INFLUÊNCIA POSITIVA DA COPA DO MUNDO

- Entre as justificativas para o aumento de vendas, a **Copa do Mundo** foi a mais citada pelos entrevistados (**30,1%**), seguida do **aumento da demanda (9,6%)** e a **queda geral de preços dos serviços (9,6%)** após a Copa do Mundo.

Motivos para o aumento da movimentação em comparação à Temporada anterior



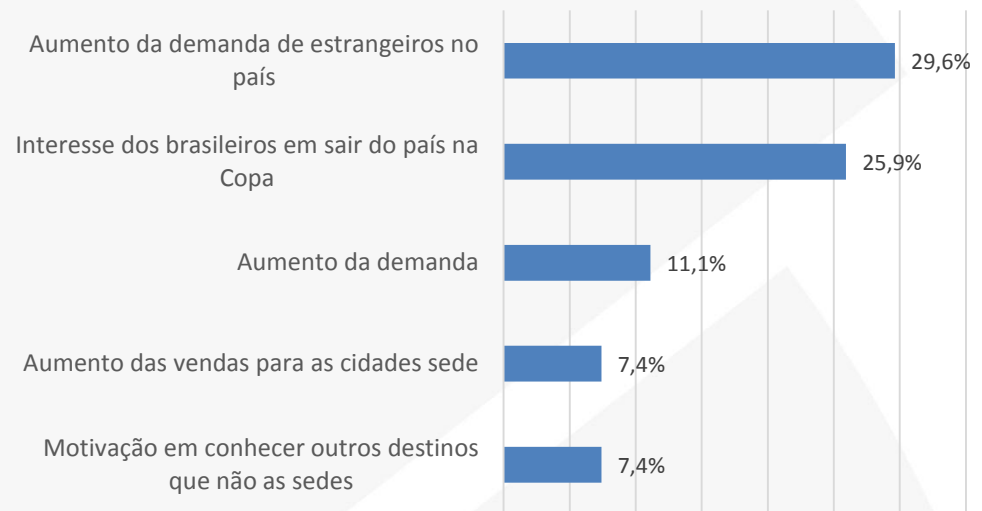
MAIOR MOVIMENTAÇÃO DE VENDAS

INFLUÊNCIA POSITIVA DA COPA DO MUNDO



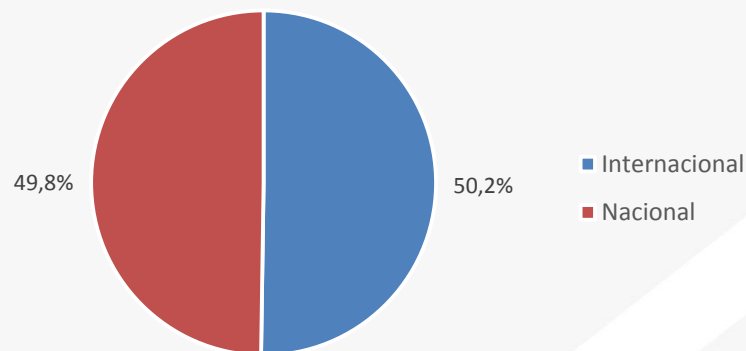
- Para as empresas que indicaram a **Copa do Mundo** como motivadora do aumento das vendas, as justificativas foram o **aumento da demanda pelos estrangeiros no país (29,6%)** e o **interesse do brasileiro em sair do país no período (25,9%)**.

COPA – Motivos para o aumento da movimentação



- As empresas consultadas indicaram um relativo **equilíbrio da preferência** dos viajantes entre os **destinos internacionais (50,2%)** e **nacionais (49,8%)** na Temporada de Inverno 2014, com pequena preferência para os destinos internacionais.

Distribuição entre tipos de destino



- Entre os destinos nacionais espontaneamente citados pelos entrevistados como os mais procurados na Temporada de Inverno 2014, destaque para: **Fortaleza (15,3%), Rio de Janeiro (12,1%), São Paulo (11,5%), Natal (7,9%) e Gramado (7,3%)**.
- Fortaleza e Natal tiveram como grande motivação o atrativo **sol e praia**, enquanto para o Rio de Janeiro a motivação foram **negócios e sol e praia** e, para São Paulo, **negócios e compras**. Já o **clima frio** foi a grande motivação para os destinos com ambiente de inverno, destacando-se **Gramado e as Serras Gaúchas**.

Destinos nacionais com maiores vendas

#	DESTINOS NACIONAIS	%
1	Fortaleza	15,3%
2	Rio de Janeiro	12,1%
3	São Paulo	11,5%
4	Natal	7,9%
5	Gramado	7,3%
6	Salvador	6,2%
7	Brasília	4,2%
8	Porto Seguro	4,0%
9	Maceió	3,9%
10	Belo Horizonte	2,6%
11	Foz do Iguaçu	2,2%
12	Recife	2,2%
13	Porto de Galinhas (Ipojuca)	1,8%
14	Serras Gaúchas	1,6%
15	Porto Alegre	1,3%
16	Caldas Novas	0,9%
17	João Pessoa	0,8%
18	Florianópolis	0,7%
19	Campos do Jordão	0,6%
20	Distrito Federal	0,6%
21	Manaus	0,6%
22	Balneário Camboriú	0,5%

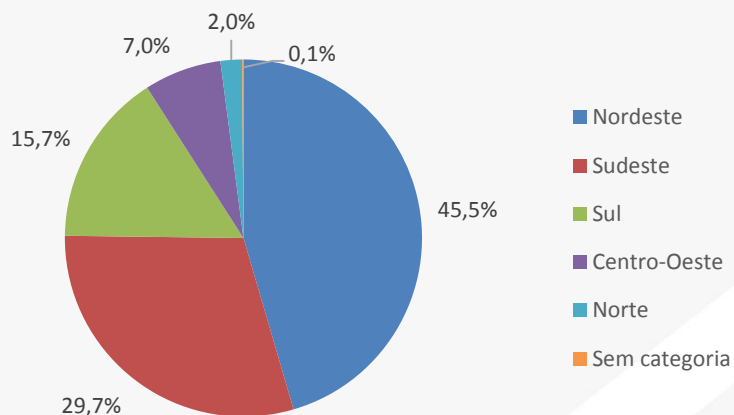
- Entre os **Estados** onde estão localizados os destinos de maior movimentação, destaque para: **Ceará (15,8%), Rio de Janeiro (13,4%), São Paulo (12,7%), Bahia (11,3%) e Rio Grande do Sul (11,1%).**

Estados nacionais com maiores vendas

#	UF - DESTINOS NACIONAIS	%
1	CE	15,8%
2	RJ	13,4%
3	SP	12,7%
4	BA	11,3%
5	RS	11,1%
6	RN	7,9%
7	DF	4,8%
8	PE	4,7%
9	AL	4,0%
10	MG	3,2%
11	PR	2,6%
12	SC	2,0%
13	GO	1,4%
14	PB	0,9%
15	AM	0,6%
16	TO	0,6%
17	MA	0,5%

- O **Nordeste com (45,5%)** das preferências, é o grande destaque entre as regiões em que se localizam os destinos nacionais mais procurados pelos turistas, seguido pelas regiões **Sudeste (29,7%)** e **Sul (15,7%)**.

Regiões brasileiras com maiores vendas



- Os 5 **destinos internacionais** mais citados espontaneamente pelos entrevistados foram: **Orlando (15,7%), Miami (13,4%), Paris (11,0%), Nova York (10,3%) e Buenos Aires (6,9%)**.
- Os Estados Unidos foram o grande destaque entre os destinos internacionais, tendo como motivos os **parques temáticos em Orlando e compras em Miami e Nova York**. Na Europa o destaque foi **Paris**, pelos **atrativos culturais** e ser um **destino consolidado**, na América do Sul, **Buenos Aires** pelo **preço mais acessível**.

Destinos internacionais com maiores vendas

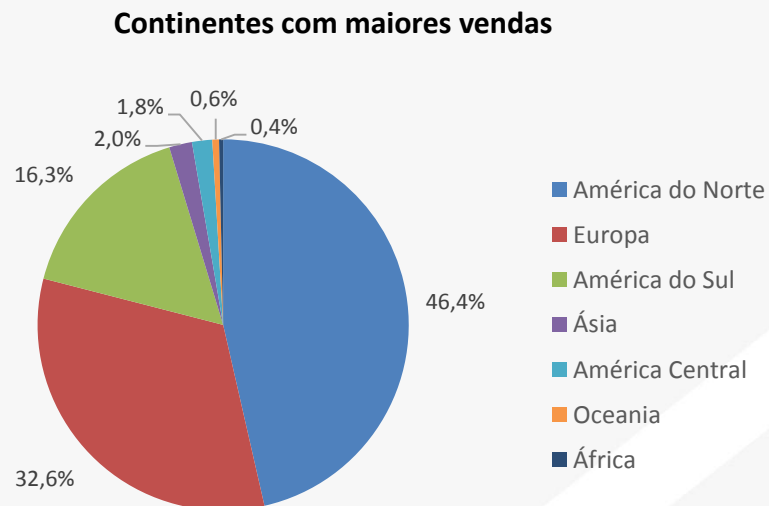
#	DESTINOS INTERNACIONAIS	%
1	Orlando	15,7%
2	Miami	13,4%
3	Paris	11,0%
4	Nova York	10,3%
5	Buenos Aires	6,9%
6	Santiago	4,9%
7	Lisboa	4,2%
8	Londres	3,2%
9	Roma	3,2%
10	Cancun	2,5%
11	Bariloche	1,9%
12	Itália	1,6%
13	Madri	1,6%
14	Las Vegas	1,5%

- Quando analisados os **países** de localização dos destinos citados espontaneamente, novamente destaca-se a maior preferência dos viajantes pelos **Estados Unidos (42,9%)**.
- Em seguida, figuram a **França (11,5%)**, a **Argentina (9,1%)**, **Itália (5,6%)** e **Portugal (5,4%)**.

Países com maiores vendas

#	Países - DESTINOS INTERNACIONAIS	%
1	EUA	42,9%
2	França	11,5%
3	Argentina	9,1%
4	Itália	5,6%
5	Portugal	5,4%
6	Chile	5,2%
7	Inglaterra	3,2%
8	Espanha	3,0%
9	México	2,7%
10	Alemanha	1,1%
11	República Dominicana	1,1%
12	Canadá	0,8%
13	Uruguai	0,8%
14	Holanda	0,7%
15	Peru	0,7%

- A **América do Norte** é onde localizam-se os destinos internacionais mais citados pelos entrevistados (**46,4%**), seguida pela **Europa** (**32,6%**) e **América do Sul** (**16,3%**).



Av. Dr. Vieira de Carvalho, 115 – 10º andar
Vila Buarque - São Paulo-SP - Brasil
Cep: 01210-010
Telefone: +55 11 - 3334 0444
ipeturis@ipeturis.org.br



www.ipeturis.org.br