



INDICADORES
ECONÔMICOS
DO TURISMO

Desempenho do Agenciamento Turístico Nacional na Crise Econômica Brasileira

2014-2017



ESTUDOS E
PESQUISAS
REALIZADOS PELO
IPETURIS PARA O
SETOR DE
AGENCIAMENTO
TURÍSTICO

2010

- Hábitos de compra de Viagens Organizadas – Público Consumidor
- Hábitos de compra de Viagens Organizadas – Público Agentes de Viagens

2012

- Utilização das Mídias Sociais no Agenciamento Turístico
- Estudo sobre a Desoneração da Folha de Pagamento de Empresas de Agenciamento
- Expectativas da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de VERÃO 2012-2013
- Indicadores Econômicos do Agenciamento Turístico 2012

2013

- Resultados da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de VERÃO 2012-2013
- Expectativas da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de INVERNO 2013
- Resultados da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de INVERNO 2013
- Expectativas da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de VERÃO 2013-2014
- Indicadores Econômicos do Agenciamento Turístico 2013

2014

- Resultados da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de VERÃO 2013-2014
- Impactos da Copa do Mundo 2014 no Agenciamento Turístico do Brasil
- Resultados da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de INVERNO 2014
- Expectativas da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de VERÃO 2014-2015
- Indicadores Econômicos do Agenciamento Turístico Nacional 2014

2015

- Resultados da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de VERÃO 2014-2015
- Expectativas diante da Crise Econômica e as vendas na Temporada de INVERNO 2015
- Expectativas da Movimentação de Viagens Organizadas na Temporada de VERÃO 2015-2016
- Indicadores Econômicos do Agenciamento Turístico Nacional 2015

2016

- Indicadores Econômicos do Agenciamento Turístico Nacional 2016

2017

- Indicadores Econômicos do Agenciamento Turístico Nacional 2017
 - Desempenho do Agenciamento Turístico Nacional na Crise Econômica Brasileira 2014-2017
-

DIRETORIA DO IPETURIS

PRESIDENTE	Marciano Gianerini Freire
------------	---------------------------

VICE-PRESIDENTES	José Francisco de Souza Azevedo Mário Sérgio Maia Guanais William José Périco Theodor Kahanevic
------------------	--



**INDICADORES
ECONÔMICOS
DO TURISMO**

EQUIPE TÉCNICA

ANÁLISE	Glauber Eduardo Santos
---------	------------------------

COORDENAÇÃO	Mariana Pinho Nery
-------------	--------------------

PESQUISA DE CAMPO	Empresa Júnior de Lazer e Turismo da EACH – Escola de Artes, Ciências e Humanidades USP – Universidade de São Paulo
-------------------	---

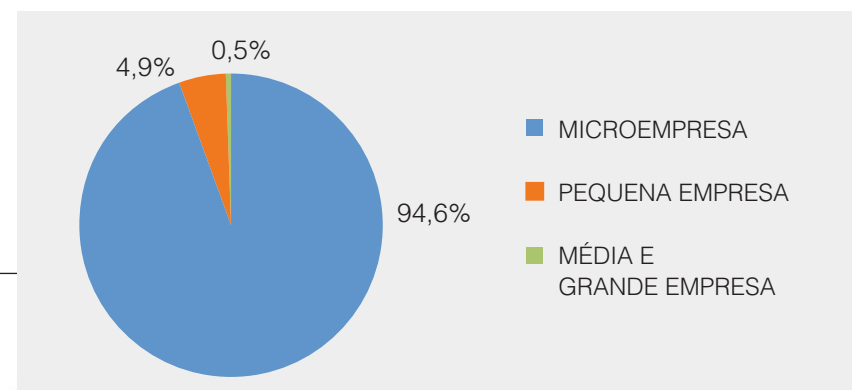
APOIO ADMINISTRATIVO	Gerson Pagliarini
----------------------	-------------------



Amostra da Pesquisa

- O universo estudado é composto por empresas de Agenciamento de Serviços Turísticos de todo o País.
- Os dados foram baseados na CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas, critérios de porte econômico do IBGE e na declaração da RAIS – Relação Anual de Informações Sociais.
- Em 2017 foram realizadas **1.913 entrevistas**, distribuídas em **231 cidades das 27 unidades da Federação**.
- As **Microempresas**, com até 9 colaboradores, são a maioria das empresas de Agenciamento Turístico no Brasil, representando **94,6%** do total.
- O erro amostral anual é de **cerca de 2,2%**.

DISTRIBUIÇÃO
DAS EMPRESAS
POR PORTE



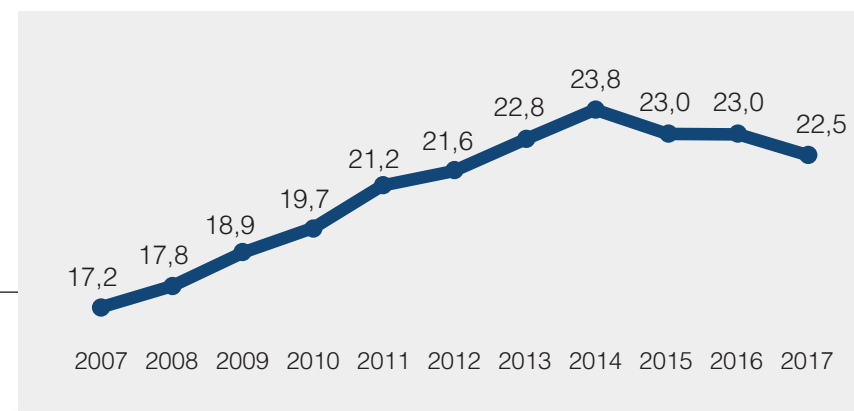
Fonte: RAIS/IBGE

Perfil do Setor

NÚMERO DE EMPRESAS

- O número de empresas do setor de Agenciamento Turístico **atingiu seu ápice em 2014**, quando havia no Brasil **23.787 empresas**.
- No período entre **2007 e 2014**, o crescimento médio **foi de 4,8%** no número de empresas de agenciamento.
- No período entre **2014 e 2017**, na média, houve uma **queda de 1,8% ao ano**, totalizando 1.260 empresas.
- Sendo que, somente no período **entre 2016 e 2017**, a queda foi de **2%**.
- As **Microempresas sentiram menos a crise econômica**. No período **entre 2014 e 2017**, na média, a **queda foi de 1,5% ao ano**, entre as empresas com até 9 colaboradores.

EVOLUÇÃO ANUAL
DO NÚMERO
DE EMPRESAS
(MILHARES)



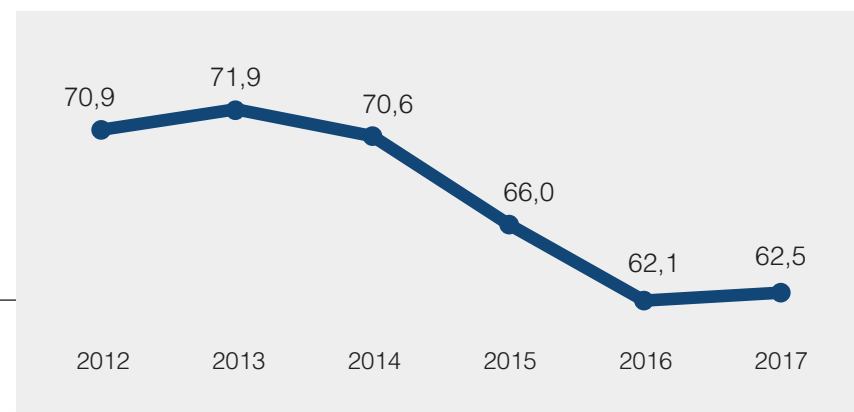
Fonte: RAIS

Perfil do Setor

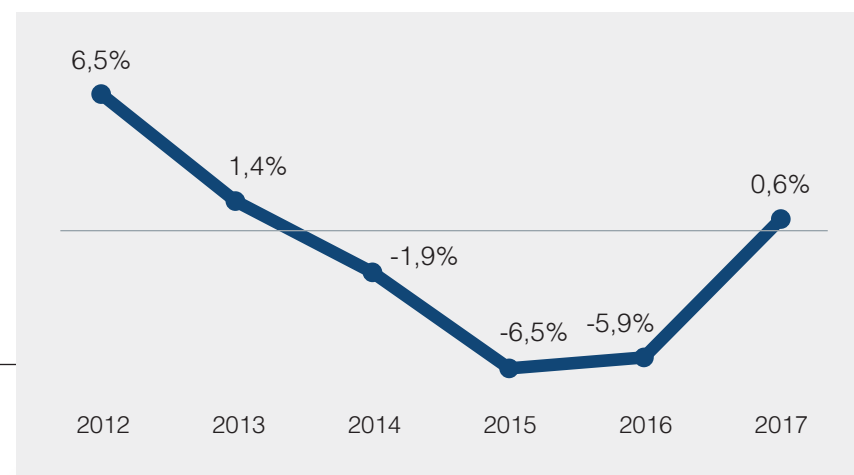
EMPREGABILIDADE ANUAL

- **Em 2017** houve um **crescimento de 0,6% dos empregos formais**, no setor de Agenciamento Turístico no País, resultando em um **aumento de 342 novos postos de trabalho**.
- Após 3 anos consecutivos de reduções nos postos de trabalho formais, em 2017 foi o primeiro ano de saldo positivo de empregos no setor.
- Este crescimento é pequeno se comparado ao acumulado de **8.672 postos de trabalho fechados no período de 2014 a 2016**.

EVOLUÇÃO ANUAL
DO NÚMERO
DE EMPREGOS
(MILHARES)



VARIAÇÃO ANUAL
DO NÚMERO DE
EMPREGOS

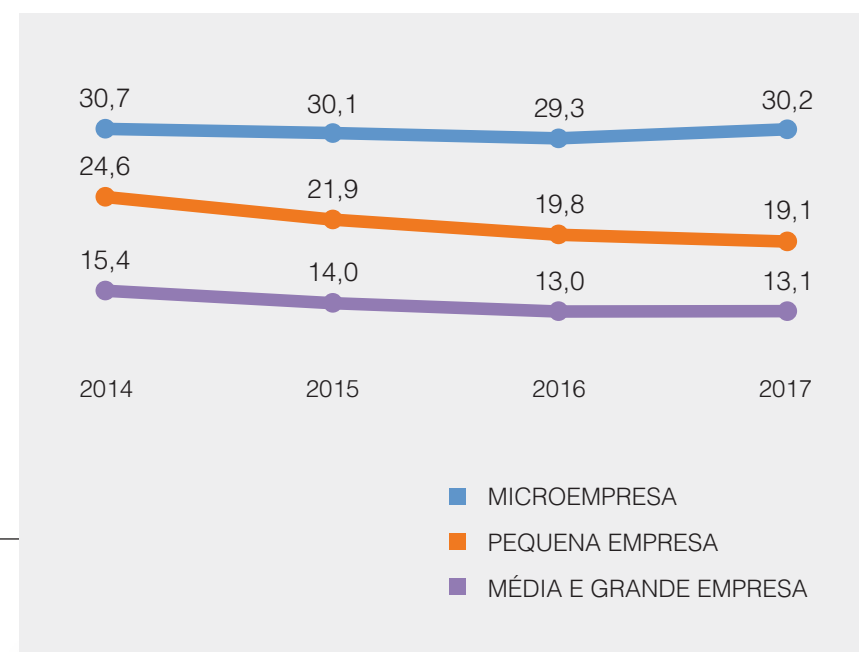


Perfil do Setor

EMPREGABILIDADE POR PORTE EMPRESARIAL

- Em 2017, as **Microempresas** de Agenciamento Turístico (até 9 colaboradores) tiveram **aumento de 3,2% nas contratações**, totalizando **941 empregados a mais**.
- Mesmo com esse crescimento, o número de colaboradores **em 2017 ainda é menor que em 2014**.
- As **Médias e Grandes empresas** (acima de 50 colaboradores) tiveram um pequeno crescimento, **total de 121 empregados**, mas permanecem **com 2,3 mil empregados a menos que em 2014**.
- As **Pequenas empresas** (10 a 49 colaboradores) foram as que mais fecharam postos de trabalho em 2017, **com 720 demissões, atingindo 5,5 mil empregados a menos que em 2014**.

EVOLUÇÃO ANUAL DOS EMPREGOS POR PORTE EMPRESARIAL (EM MILHARES)

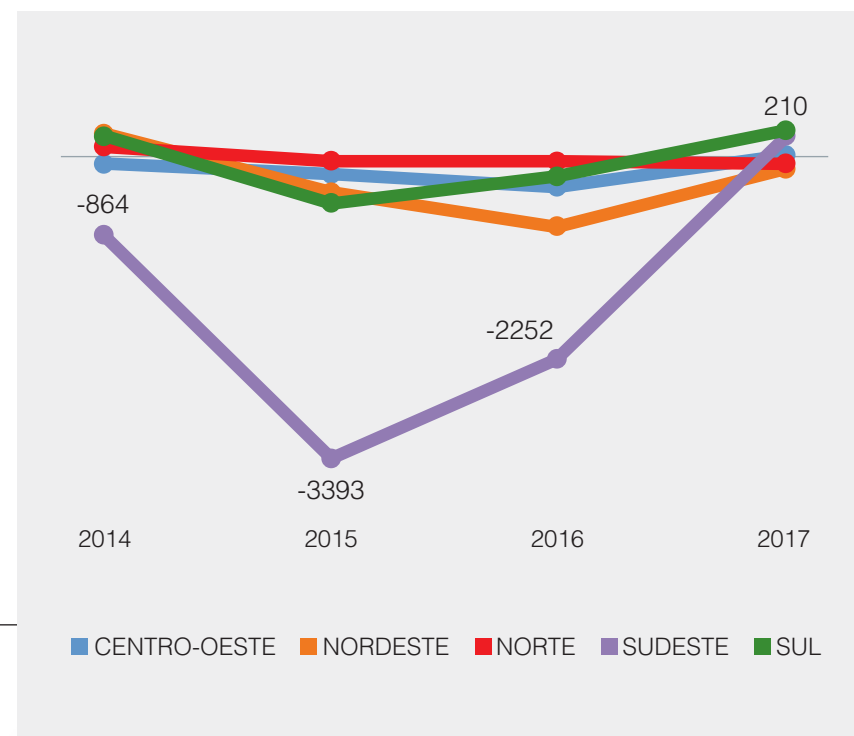


Perfil do Setor

EMPREGABILIDADE POR REGIÃO

- As regiões **Sul** e **Sudeste** foram as únicas que tiveram **crescimento significativo de contratações em 2017**.
- No **Sudeste**, o crescimento foi de **210 novos postos de trabalho em 2017**. Entretanto, este volume é pequeno se comparado às **6.509 demissões ocorridas entre 2014 e 2016**.
- Apesar da redução no ritmo das demissões, **2017 foi um ano negativo para as regiões Nordeste e Norte**.

EVOLUÇÃO ANUAL
DOS EMPREGOS
POR REGIÃO
(EM MILHARES)



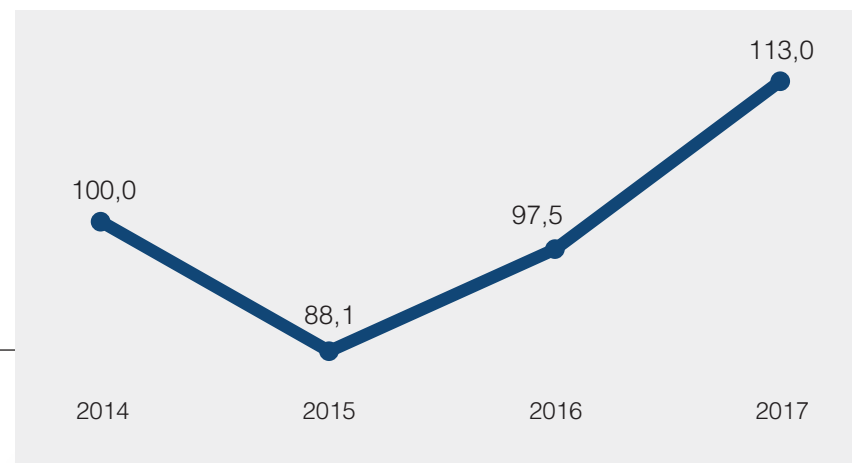
Fonte: CAGED

Volume de Vendas

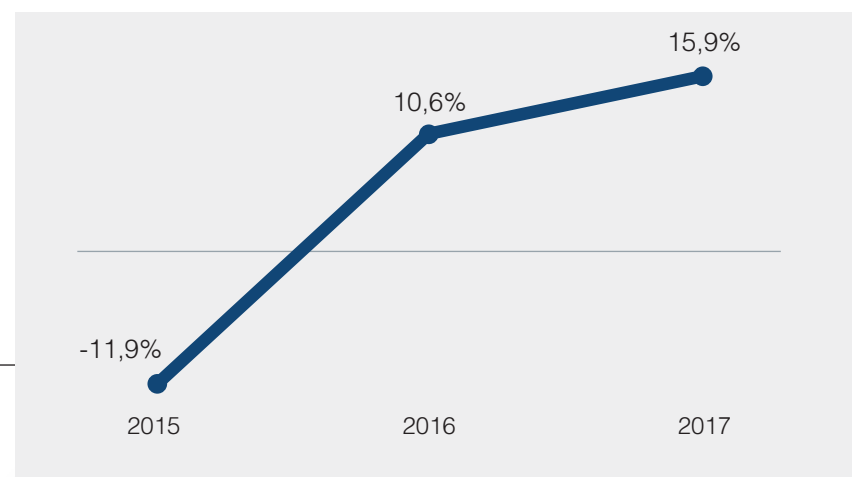
VARIAÇÃO ANUAL DO VOLUME DE VENDAS

- **Em 2017 houve um aumento de 15,9%**, no volume total de vendas das empresas de Agenciamento Turístico, **em comparação com o ano anterior.**
- **Em 2016 houve um aumento de 10,6%** em comparação com o ano anterior, **acumulando dois anos de crescimento**, no setor, **após a redução de 11,9% em 2015.**

VOLUMES DE VENDAS (ÍNDICE)



VARIAÇÃO ANUAL DE VENDAS, EM COMPARAÇÃO COM O ANO ANTERIOR

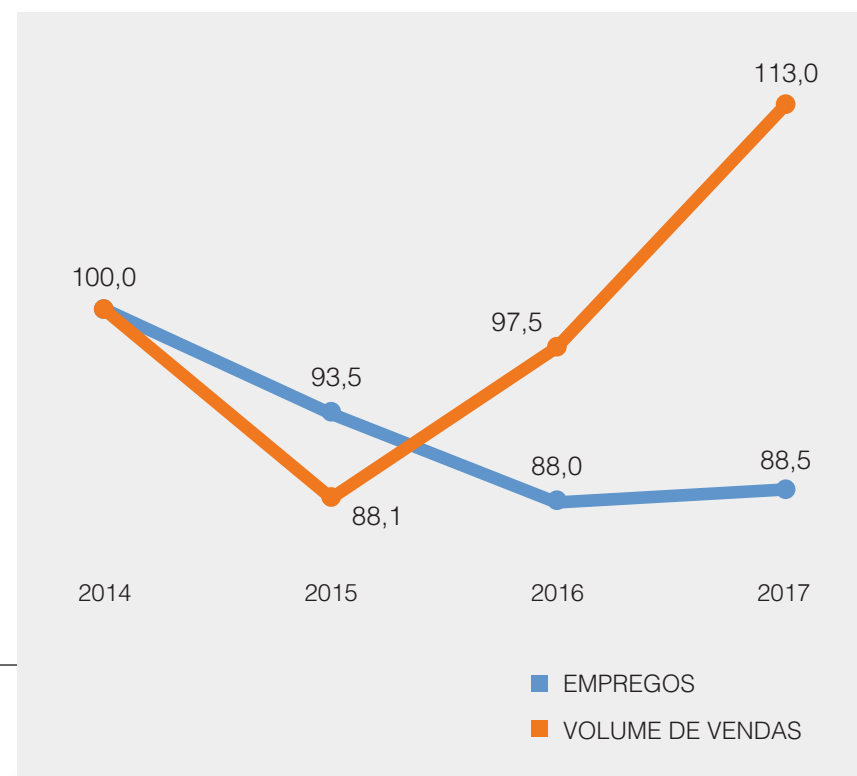


Volume de Vendas

COMPARAÇÃO DE VOLUME DE VENDAS E EMPREGOS

- Apesar do crescimento de vendas no setor de Agenciamento Turístico no período entre 2015 e 2017, nota-se que a **empregabilidade ainda tem baixo desempenho de recuperação.**
- **Em 2017, as vagas de emprego aumentaram 0,6%**, enquanto as **vendas tiveram crescimento de 15,9%**, na comparação com o ano anterior.

COMPARAÇÃO ENTRE EMPREGOS E VOLUME DE VENDAS (ÍNDICE)



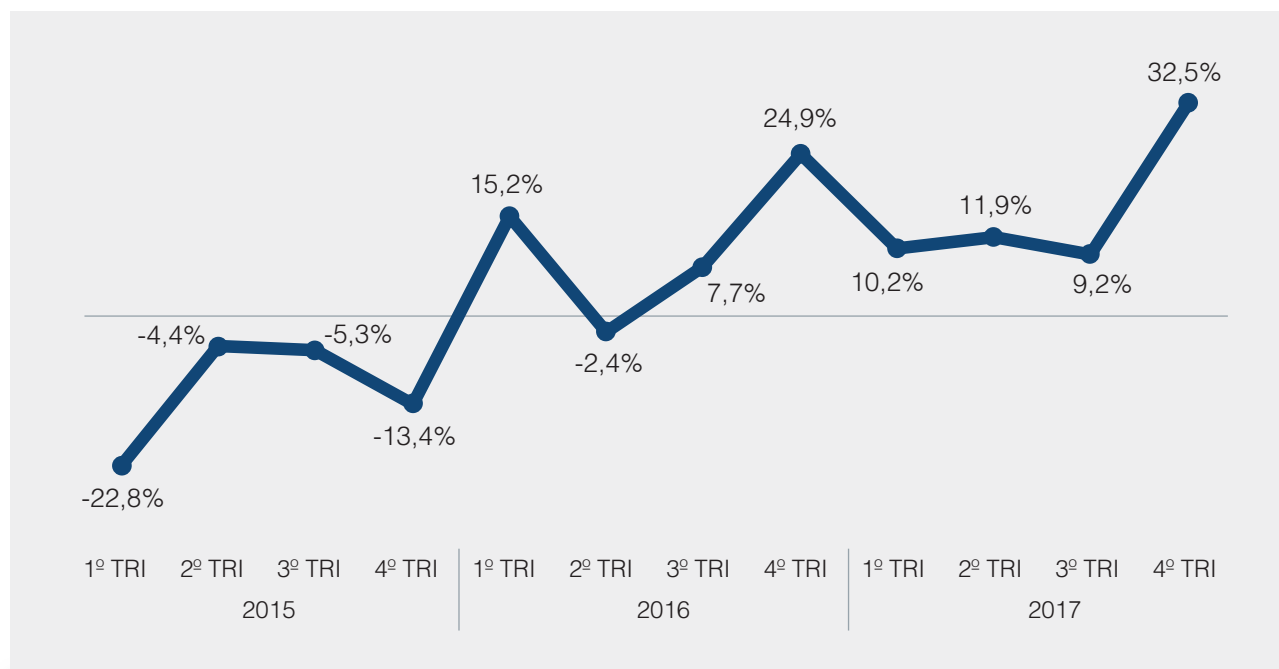
Fonte: CAGED/IPETURIS

Volume de Vendas

VARIAÇÃO TRIMESTRAL DO VOLUME DE VENDAS

- Todos os trimestres de 2017 tiveram **crescimento de volume de vendas**, na comparação com os mesmos períodos de 2016.
- O quarto trimestre de 2017 apresentou a **maior variação de vendas** entre os períodos consultados, com **32,5% de crescimento** em relação ao mesmo trimestre de 2016.
- Os **últimos trimestres dos anos de 2016 e 2017** apresentaram os **maiores aumentos no volume de vendas**.

VARIAÇÃO DAS VENDAS POR TRIMESTRE, EM COMPARAÇÃO COM O MESMO TRIMESTRE DO ANO ANTERIOR



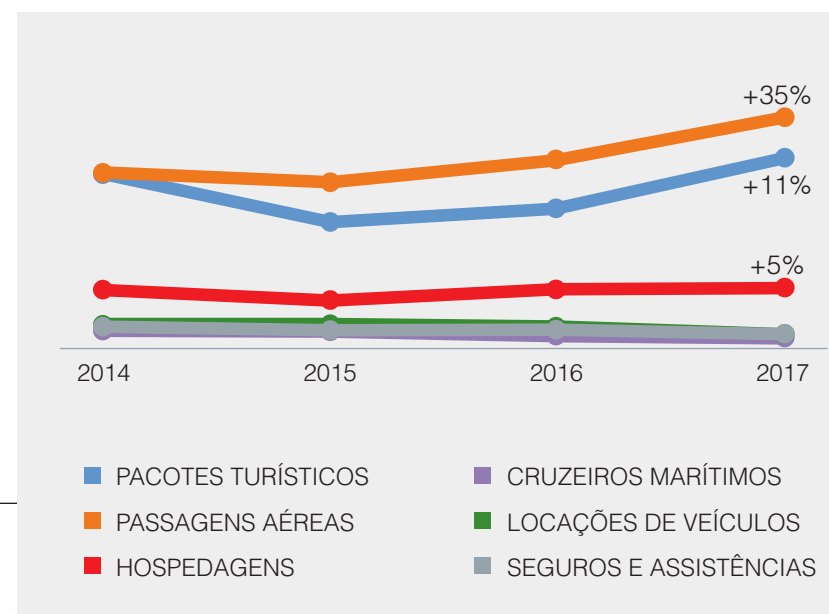
Fonte: IPETURIS

Volume de Vendas

POR TIPO DE SERVIÇO TURÍSTICO COMERCIALIZADO

- As vendas de **Passagens Aéreas** **tiveram crescimento de 35% em 2017**, na comparação com 2014, apresentando recuperação após queda em 2015.
- Os **Pacotes Turísticos** apresentaram **aumento de 11% nas vendas em 2017**, em comparação com 2014, após dois anos de quedas consecutivas.
- As vendas de **Hospedagens** **cresceram 5% em 2017**, na comparação com 2014, após queda em 2015.
- As vendas dos demais serviços turísticos apresentaram queda no período entre 2014 e 2017. **Em especial os Cruzeiros Marítimos, que tiveram uma redução de 43% em 2017**, na comparação com 2014.

VARIAÇÃO DE VENDAS
2014-2017 POR
TIPO DE SERVIÇO
TURÍSTICO



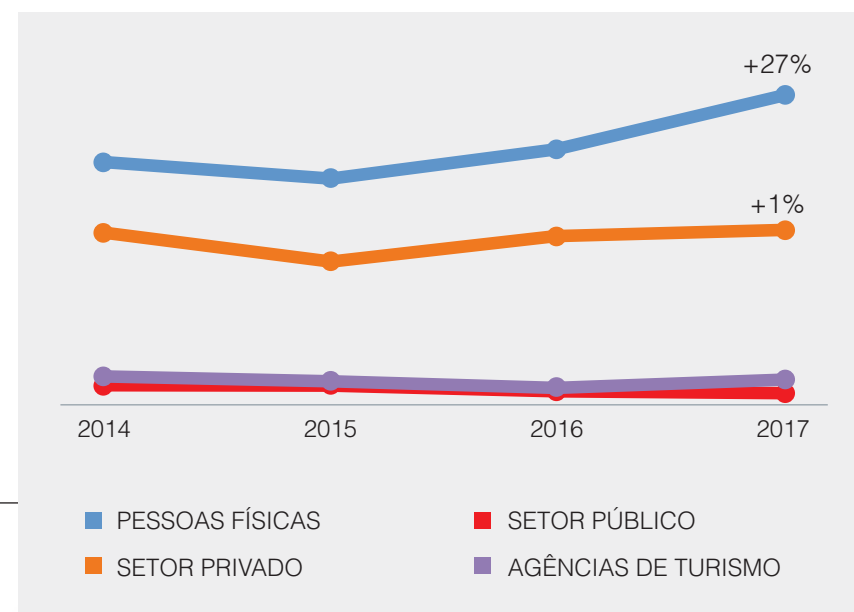
Fonte: IPETURIS

Volume de Vendas

POR PERFIL DE CLIENTES ATENDIDOS

- **Em 2017 as vendas para Pessoas Físicas aumentaram 27%**, em comparação com 2014, mostrando recuperação da queda sofrida em 2015.
- As vendas ao **Setor Privado se mantiveram estáveis em 2017**, após queda em 2015.
- As vendas para o **Setor Público e as Agências de Viagens diminuíram em 2017** na comparação com 2014. A redução foi mais acentuada para o Setor Público, com vendas 38% inferiores em 2017 em relação a 2014.

VARIAÇÃO DE VENDAS
2014-2017 POR
PERFIL DE CLIENTES



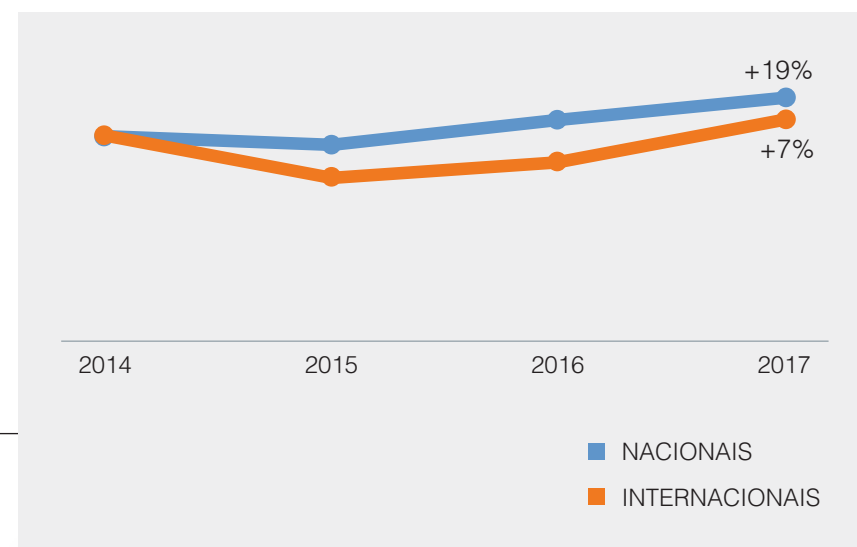
Fonte: IPETURIS

Volume de Vendas

POR DESTINOS COMERCIALIZADOS

- As vendas dos destinos **Nacionais** foram maiores do que os destinos **Internacionais** durante todo o período dos estudos, entre 2014 e 2017.
- As vendas de **viagens Nacionais** apresentaram crescimento de **19% em 2017**, em comparação com 2014.
- As vendas de **viagens Internacionais** cresceram **7% em 2017**, em relação a 2014, se recuperando da queda em 2015

VARIAÇÃO DE VENDAS 2014-2017 POR DESTINOS COMERCIALIZADOS



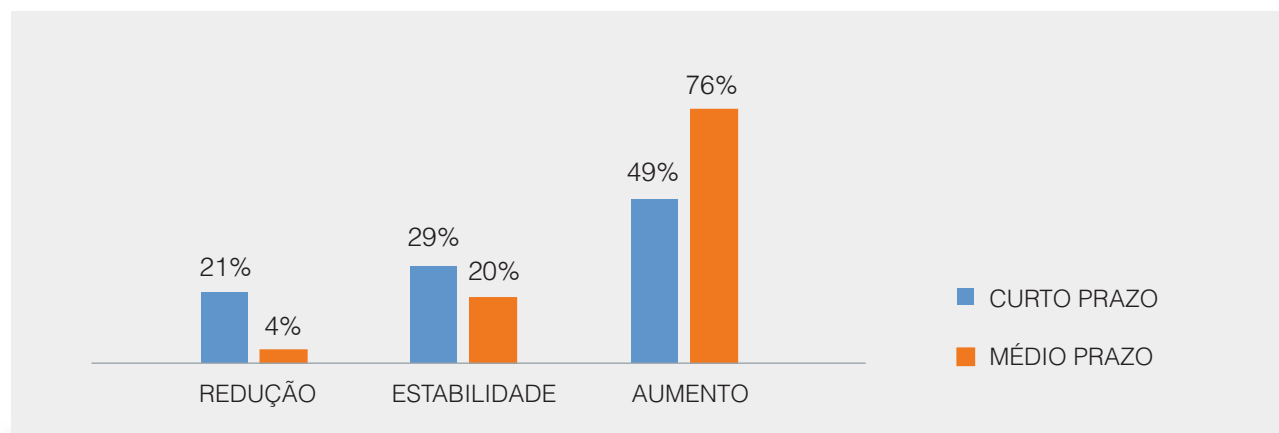
Fonte: IPETURIS

Perspectivas

EXPECTATIVAS DE VENDAS

- As empresas de Agenciamento Turístico estão otimistas em relação às vendas futuras: **49% acreditam que elas aumentarão no curto prazo**, em até 3 meses.
- Já no médio prazo, entre 3 e 6 meses, a **estimativa é ainda maior: 76% das empresas têm expectativa de melhora nas vendas.**

EXPECTATIVAS DE VENDAS NO CURTO E MÉDIO PRAZO

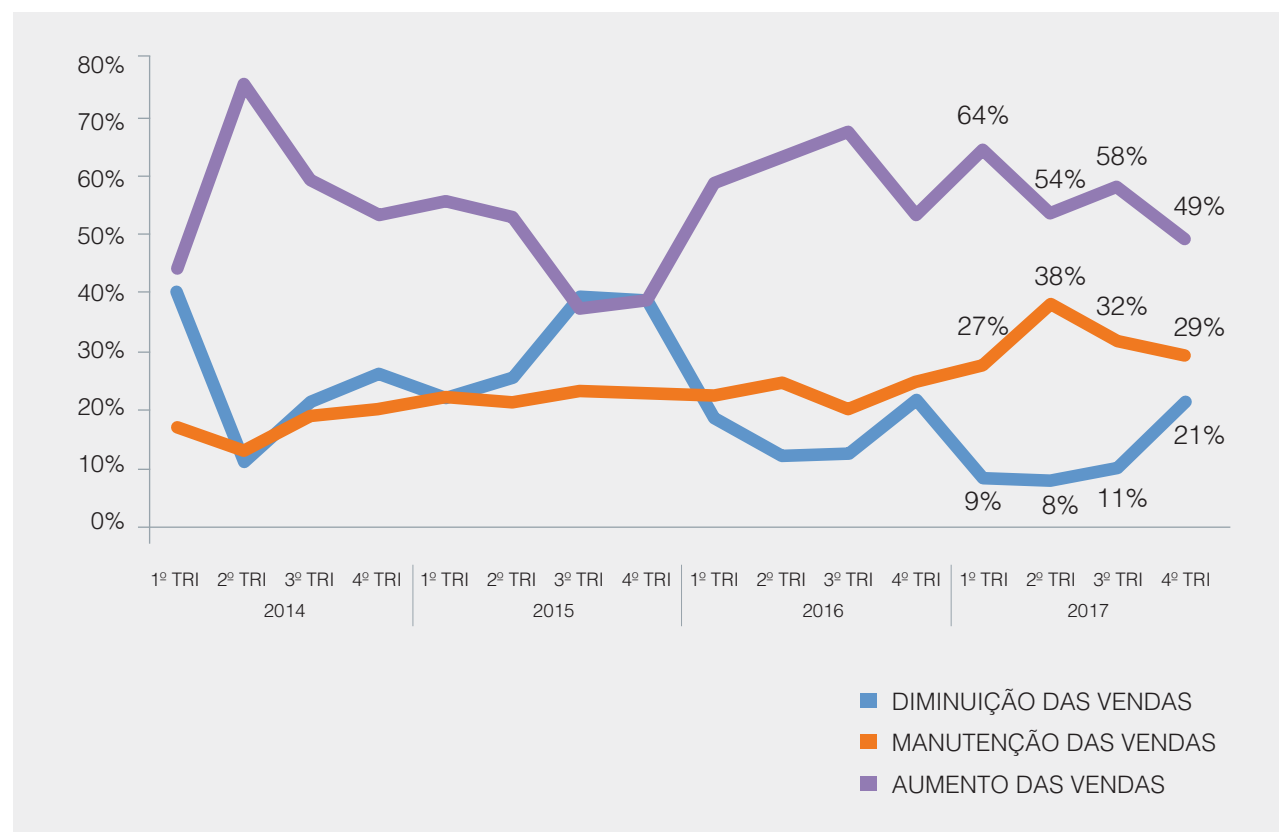


Perspectivas

EXPECTATIVAS DAS EMPRESAS NO CURTO PRAZO

- **No curto prazo, as expectativas positivas de vendas diminuíram ao longo de 2017:** na comparação entre o primeiro e o último trimestre do ano, o percentual de otimistas caiu 15%.
- **As expectativas negativas no curto prazo aumentaram 12%** entre o primeiro e último trimestre de 2017.
- As **expectativas de manutenção permaneceram estáveis ao longo do ano**, com pequeno aumento no segundo trimestre.

EXPECTATIVAS DE VENDAS NO CURTO PRAZO

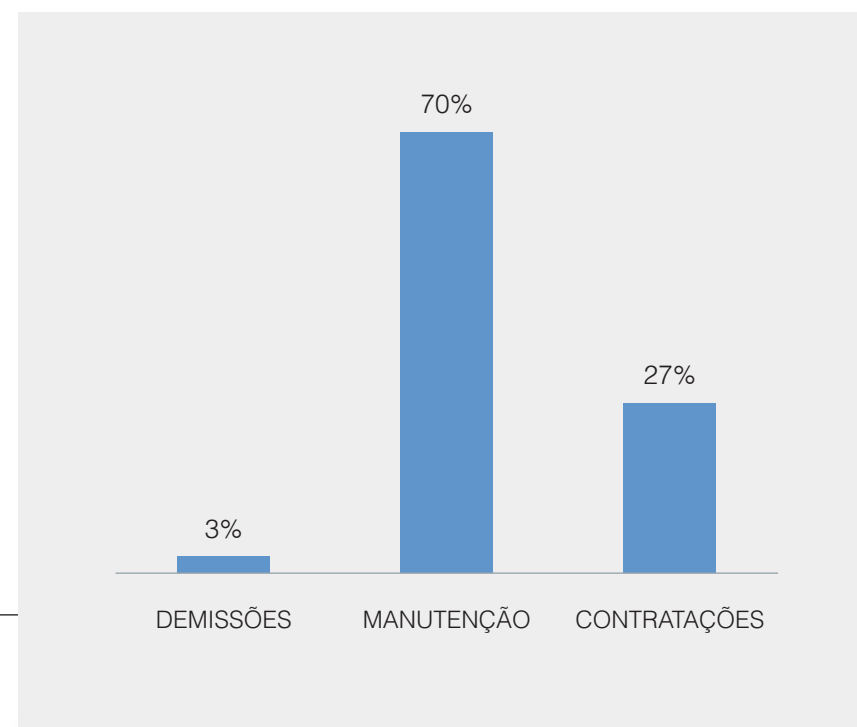


Perspectivas

EXPECTATIVAS DE CONTRATAÇÕES E DEMISSÕES

- Apesar das expectativas positivas de vendas, a **grande maioria (70%)** das empresas de Agenciamento Turístico **não pretende fazer novas contratações** e esperam manter o número atual de colaboradores.
- As empresas que pretendem fazer **contratações (27%) têm parcela bem maior** que as empresas que planejam fazer **demissões (3%)**.

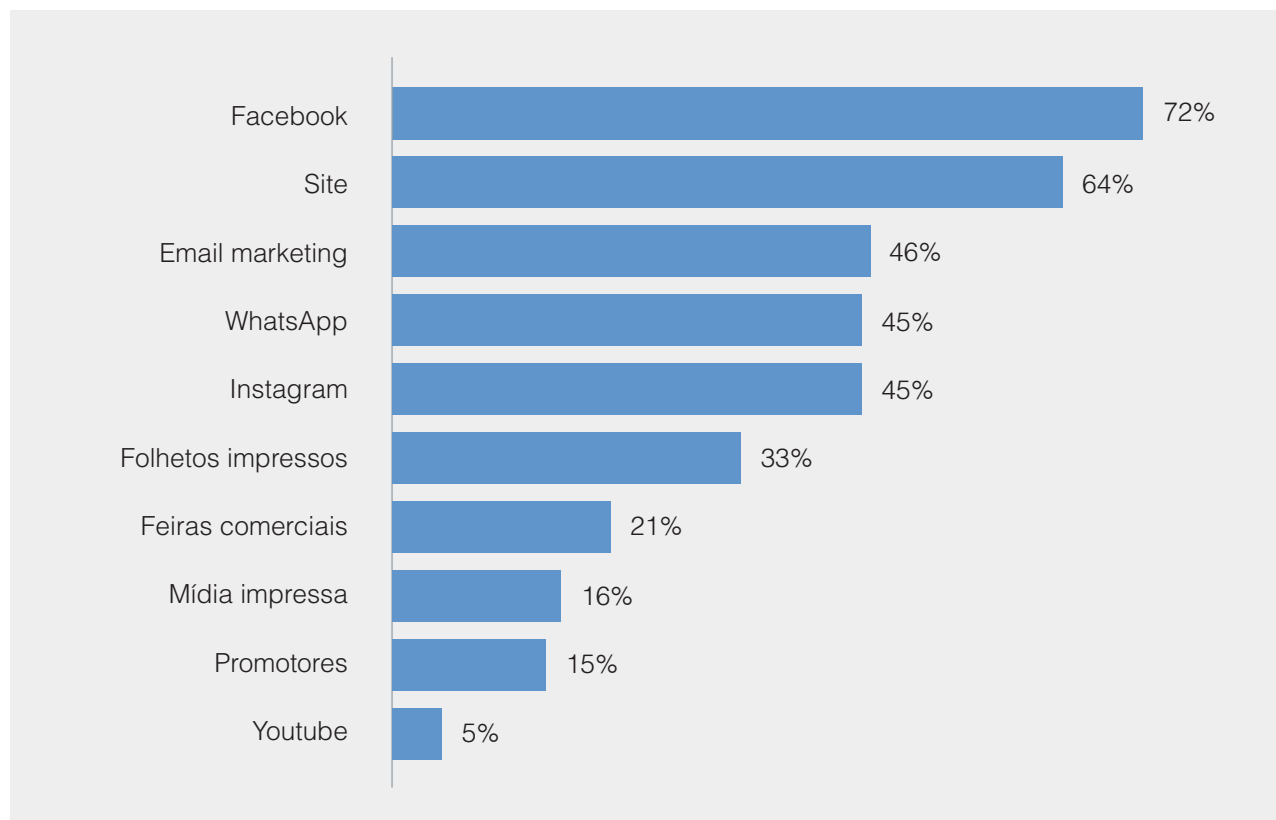
EXPECTATIVAS DE CONTRATAÇÕES E DEMISSÕES



Fonte: IPETURIS

Meios de Divulgação

- Quando perguntadas sobre divulgação, o canal mais indicado pelas empresas de Agenciamento Turístico foram as **redes sociais, sendo o Facebook (72%) o mais utilizado.**
- Seguido pelo **site da empresa (64%), email marketing (46%), WhatsApp (45%) e Instagram (45%).**
- Sendo o **YouTube o meio menos indicado (5%)** pelas empresas, entre as redes sociais.
- Os **meios tradicionais foram os menos indicados**, como os folhetos impressos, feiras comerciais, mídias impressas e promotores de vendas.





Av. Dr. Vieira de Carvalho, 115 - 10º andar - cj. 102
República - São Paulo - SP - Brasil - CEP 01210-010
ipeturis@ipeturis.org.br - Tel.: 11 3334-0444

