

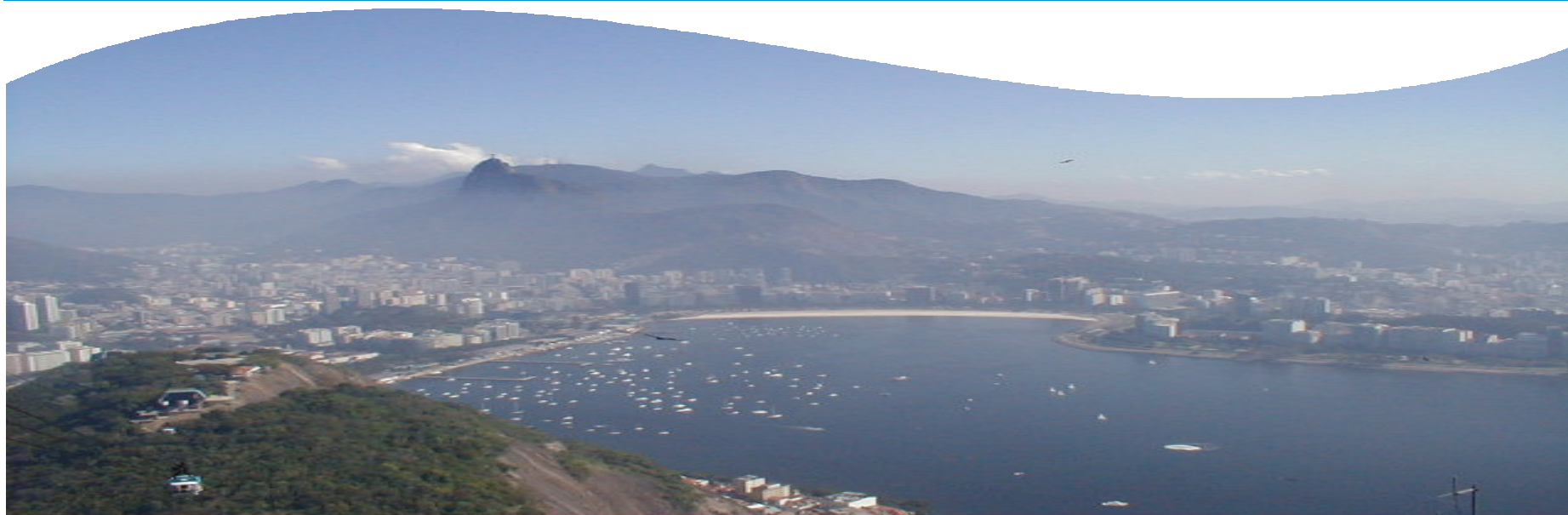
# Dossier de Mercado

---

## Brasil

Outubro 2011

---



### Sumário

1. IMPRESSÃO DIGITAL	3
Dados Políticos	3
Dados Geográficos	4
Dados Demográficos	4
2. AVALIAÇÃO DA SITUAÇÃO ECONÓMICA	5
3. CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO EMISSOR	7
Evolução dos Fluxos	7
Perfil e Comportamento da Procura	11
4. ANÁLISE DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	15
Transporte Aéreo	15
Operação Turística	19
Mercado Online	21
5. COMPORTAMENTO DO MERCADO PARA PORTUGAL	24
Dimensão do Mercado	24
Perfil e Comportamento da Procura	29
Investimentos Turísticos	30
Operação Turística	31
6. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	37
7. ANÁLISE SWOT	39
Forças/Fraquezas	39
Oportunidades/Ameaças	40

### 1. IMPRESSÃO DIGITAL



FONTE: IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Outubro 2011

### Dados Políticos

**Designação oficial:** República Federal do Brasil

**Chefe de Estado e Primeiro-Ministro:** Presidente Dilma Rousseff, desde 31 Outubro 2010 (próximas eleições em Outubro de 2014)

**Governo:** Nomeado pelo Presidente

**Poder Legislativo:** Congresso Nacional constituído por Senado Federal (81 membros – 3 elementos de cada estado e distrito federal, eleitos por um período de 8 anos) e Câmara dos Deputados (513 membros – eleitos por representação proporcional, por um período de 4 anos).

**Principais Partidos:** Partido dos Trabalhadores (PT), Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Democratas (DEM), Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB)

**Estrutura Administrativa:** 26 estados e 1 distrito federal

**Unidade Monetária:** Real (BRL)

**Idioma Oficial:** Português

## Brasil

### Dados Geográficos

**Localização:** Leste da América do Sul

**Superfície:** 8.514.877 km<sup>2</sup> (5º país em extensão territorial)

**Fronteira Terrestre:** 16.885 km, com a Argentina, Bolívia, Colômbia, Guiana Francesa, Guiana, Paraguai, Peru, Suriname, Uruguai e Venezuela

**Capital:** Brasília

### Dados Demográficos

**População:** 203,4 milhões habitantes (2011)

**Densidade Populacional:** 239 hab./ km<sup>2</sup> (2011)

**Esperança Média de Vida:** 73 anos (2011)

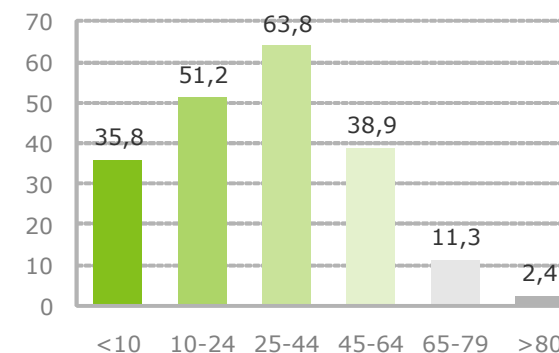
No conjunto da população (203,4 milhões de habitantes, em 2011), as duas faixas etárias mais numerosas são as dos 25 aos 44 anos (quota 31,4%) e dos 10 aos 24 anos (quota 25,2%).

### População - evolução e projecção

Anos	Número (milhares)	Δ	
		%	Abs.
1950	53.443		
1980	123.020	130,2	69.577
1990	151.170	22,9	28.150
2000	176.320	16,6	25.150
2005	188.993	7,2	12.673
2010 p	201.103	6,4	12.110
2015 p	212.346	5,6	11.243
2020 p	222.608	4,8	10.262
2020 p	231.887	4,2	9.279

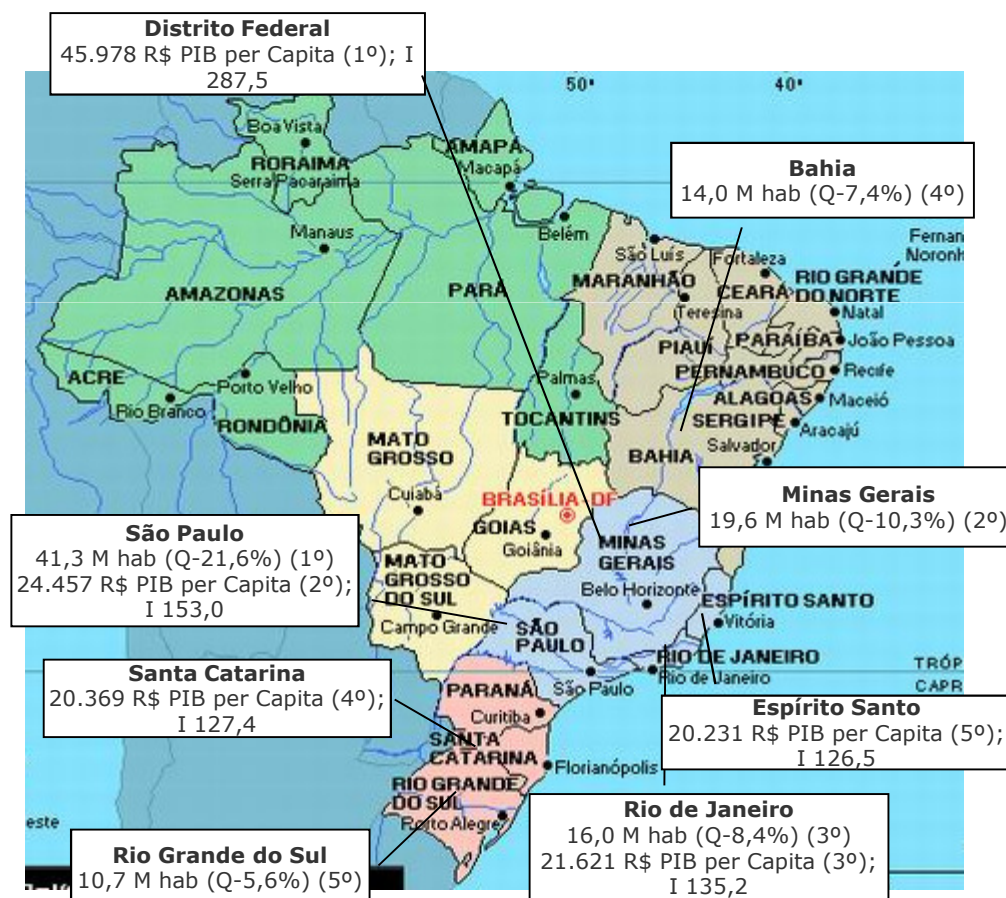
FONTE: US Census Bureau, Setembro 2011

### População por Grupos Etários - nº, milhões [2011]



FONTE: US Census Bureau, Setembro 2011

## 2. AVALIAÇÃO DA SITUAÇÃO ECONÓMICA



No Brasil são de destacar as suas proporções continentais, sendo o 5º maior país do mundo em extensão, com 8.514.876 km<sup>2</sup> e 6º país do mundo em população.

O Sudeste brasileiro compreende os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo e Minas Gerais e é a região mais rica do Brasil. Os seus 80,4 milhões de habitantes recenseados perfazem 42,2% da população total e produzem 55,3% do PIB nacional. A região do Sudeste tem também importantes recursos turísticos, sendo o Rio de Janeiro o principal destino do país, e São Paulo um importante destino de Turismo de Negócios na América Latina.

A região Sul, a que pertencem os Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, concentra 14,3% (27,3 milhões de habitantes) do total da população e contribui em 16,4% para o PIB nacional, posicionando-se como a 2ª região mais importante neste indicador.

Com uma população que representa cerca de 50% do total do Mercosul e 35% da América Latina, o Brasil apresenta um PIB per capita substancialmente superior ao do bloco Mercosul e um pouco acima da média do conjunto dos países da América Latina, onde é apenas ultrapassado pelo México e Chile.

## Brasil



O Brasil é considerado actualmente a 1ª economia da América Latina e ocupa o 6º lugar no ranking das maiores economias mundiais.

No conjunto de 2010, o PIB cresceu 7,5%, a um ritmo superior à média mundial (3,9%), logo atrás da China e Índia, impulsionado pela forte procura interna e investimento estrangeiro, através da melhoria do rendimento disponível das famílias.

### Principais Indicadores Macroeconómicos

Indicadores	Unidade	2007	2008	2009	2010 (e)	2011 (p)	2012 (p)	2013 (p)	2014 (p)
<b>População</b>	Milhões	184,5	186,5	188,6	190,8	192,8	194,7	196,5	198,2
<b>PIB pm</b>	10 <sup>9</sup> USD	1.366,3	1.652,6	1.594,5	2.087,9	2.550,9	2.747,0	2.886,8	3.085,2
<b>PIB per capita</b>	USD	7.410	8.860	8.450	10.950	13.230	14.110	14.690	15.560
<b>Crescimento real do PIB (pc)</b>	Δ %	6,1	5,2	-0,7	7,5	3,6	3,8	4,7	5,0
<b>Consumo privado (pc)</b>	Δ %	6,1	5,7	4,2	7,0	4,6	4,4	5,1	4,9
<b>Consumo público (pc)</b>	Δ %	5,1	3,1	3,9	3,3	3,0	3,3	4,2	4,5
<b>Formação bruta de capital fixo (pc)</b>	Δ %	13,8	13,6	-10,4	22,0	7,0	7,5	8,5	9,0
<b>Taxa de desemprego</b>	%	9,3	7,9	8,1	6,7	5,3	5,4	5,3	5,3
<b>Taxa de inflação</b>	%	3,6	5,7	4,9	5,0	6,5	5,1	4,8	4,7
<b>Dívida pública</b>	% do PIB	30,7	24,0	26,3	24,9	23,4	23,2	22,8	22,4
<b>Saldo do sector público</b>	% do PIB	-2,3	-0,9	-3,1	-2,1	-2,1	-2,1	-1,9	-1,7
<b>Balança corrente</b>	10 <sup>9</sup> USD	1,6	-28,2	-24,3	-47,4	-63,5	-84,7	-117,0	-121,2
<b>Taxa de câmbio</b>	1R=xUS\$	1,95	1,83	2,00	1,76	1,60	1,64	1,71	1,77

(e) estimativa; (p) previsão

FONTE: EIU, Setembro 2011

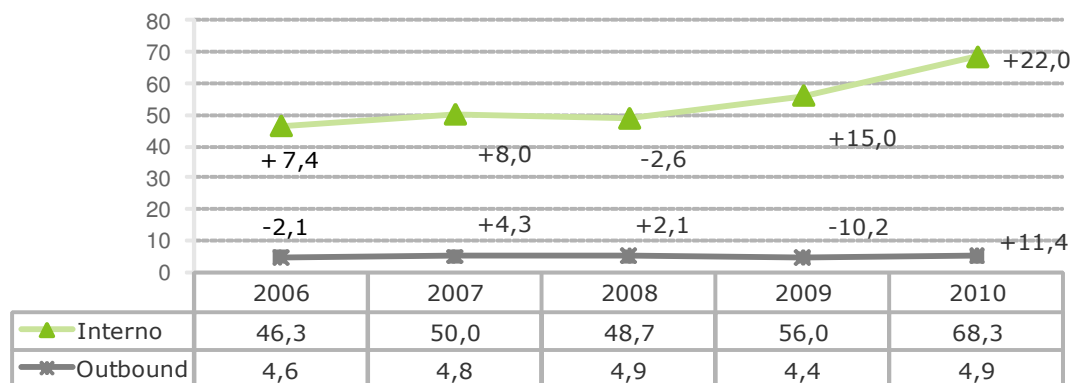
### 3. CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO EMISSOR

#### Evolução dos Fluxos

O Brasil posicionou-se em 37º lugar no *ranking* mundial de mercados emissores de turistas (0,5% da quota mundial), com 4,9 milhões de saídas, em 2010, o que correspondeu a um acréscimo de 11,4% face a 2009.

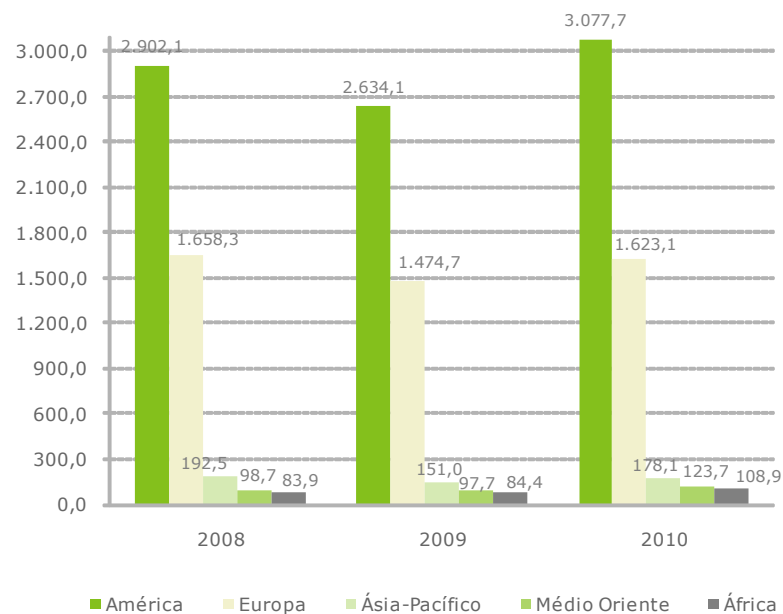
Avaliada a dimensão do mercado interno vs mercado de *outbound*, constata-se uma forte representatividade do primeiro – 68,3 milhões contra 4,9 milhões, respectivamente, em 2010. No período 2003-2010, o mercado interno registou um crescimento médio anual de 10,2% ao ano vs. 1,6% apresentado pelo mercado de *outbound*.

Fluxos turísticos - milhões de pessoas;  $\Delta$  %



FONTE: EUROMONITOR INTERNATIONAL

Principais destinos mundiais por macro-região - milhares



FONTE: EUROMONITOR INTERNATIONAL

Em 2010, o Brasil foi responsável por cerca de 4,9 milhões de chegadas de turistas aos diversos destinos mundiais, em consequência da boa performance económica, valorização do real e aumento do poder de compra do consumidor brasileiro. América, com 2,9 milhões de chegadas detém uma quota de 58,9% da procura global do mercado de outbound, e a Europa acolheu 1,6 milhões de turistas (quota 32,8%).

Principais países de destino TOP 10 - milhares

Destino	2010	Δ % 10/08	Posição	Δ p.p.	Quota 10/08
EUA	974,7	11,6	1º		3,8
Argentina	891,3	15,5	2º		4,5
França	417,4	5,2	3º		0,8
<b>Portugal</b>	<b>361,8</b>	<b>3,9</b>	<b>4º</b>		<b>0,5</b>
Itália	354,3	16,8	5º		1,9
Uruguai	312,9	1,3	6º		0,1
Espanha	291,6	-0,4	7º		-0,1
Chile	241,7	11,2	8º		0,9
Reino Unido	201,4	3,0	9º		0,2
Alemanha	199,9	1,0	10º		0,1

FONTE: EUROMONITOR INTERNATIONAL

Nesse ano, os EUA são o principal destino do mercado, com uma quota de 19,7%, seguido da Argentina e França, com quotas de 18,0% e 8,4%, respectivamente. Portugal figura no 4º lugar com 362 mil turistas brasileiros e uma quota de 7,3% e registou um crescimento médio anual (3,9%), desde 2008. A Itália foi o país onde se verificou a taxa de crescimento média anual mais elevada (16,8%), após 2008.

## Brasil

**Gastos em outbound - milhões US\$;  $\Delta$  %**

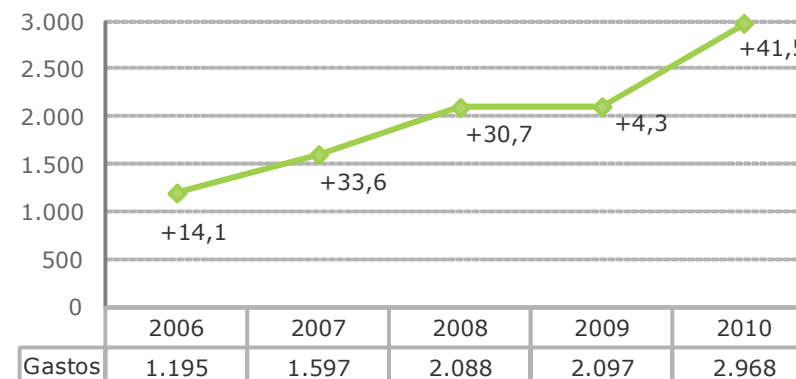


FONTE: Euromonitor International; World Tourism Organization (UNWTO)

Aferido pelos gastos turísticos, o mercado brasileiro ocupou a 18ª posição mundial (quota 1,3%), totalizando cerca de 16,4 mil milhões USD.

O Brasil apresentou uma tendência de crescimento a nível dos gastos em viagens de outbound, com excepção do ano de 2009 (decorrente da tendência dos consumidores em realizar menos viagens para o exterior em resultado da crise económica internacional), acompanhando a evolução do poder de compra aliado à consolidação do desenvolvimento económico do país. Em 2010, a valorização do real face ao dólar e euro favoreceu o aumento de gastos no exterior.

**Gasto médio por viagem de outbound - US\$;  $\Delta$  %**



FONTE: World Travel Monitor Company 2011

À semelhança da evolução dos gastos turísticos, o gasto médio por viagem para o exterior apresenta uma tendência de crescimento no período em referência. Em 2010, o mercado brasileiro gastou, em média, 2.968 USD por viagem. As previsões apontam para o aumento dos gastos, em 2011, em contra-ciclo com a conjuntura económica internacional.

O gasto médio diário dos turistas brasileiros no estrangeiro registou igualmente uma tendência de crescimento. Em 2010 o mercado brasileiro gastou, em média diária, 195,6 USD por turista.

### Top 10 dos países de destino e Portugal em gastos de outbound - milhões R\$

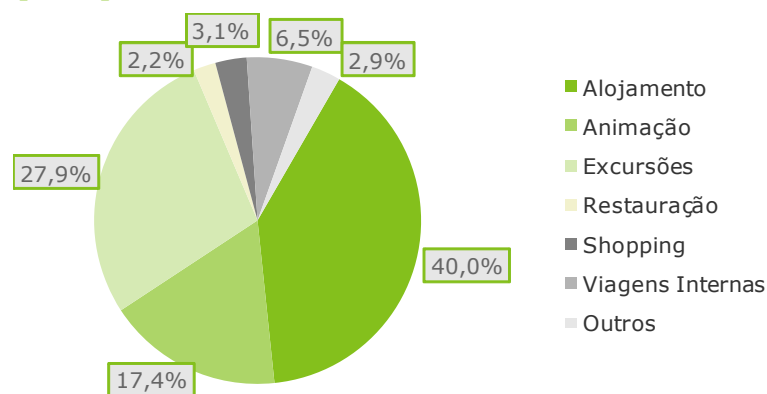
Destino	2010	Δ % 10/08	Posição	Δ p.p. 10/08	Quota 10/08
EUA	6.453,6	3,4	1	0,2	
Argentina	1.158,3	2,0	2	-0,1	
França	862,5	3,6	3	0,0	
<b>Portugal</b>	<b>846,5</b>	<b>5,5</b>	<b>4</b>	<b>0,2</b>	
Itália	778,1	5,2	5	0,1	
Alemanha	679,1	4,4	6	0,1	
Reino Unido	481,4	6,8	7	0,2	
Uruguai	476,0	6,2	8	0,1	
Chile	441,6	-0,1	9	-0,1	
Espanha	440,1	4,6	16	0,1	

FONTE: EUROMONITOR INTERNATIONAL

Em 2010, os EUA concentraram 30,2% dos gastos turísticos realizados no exterior pelos turistas provenientes do mercado emissor brasileiro, em particular Orlando e Nova Iorque, sobretudo como destino de compras e parques temáticos para famílias. Segue-se a Argentina com quota de 5,4% beneficiando da proximidade geográfica e riqueza cultural.

Cerca de 4,0% do total dos gastos do mercado no exterior foram efectuados em Portugal (vice líder europeu logo atrás da França), posicionando-se em 4º lugar e registando um crescimento médio anual de 5,5%, no período de 2008-2010.

### Gastos em outbound por sector - quota das vendas [2010]



FONTE: EUROMONITOR INTERNATIONAL

Nesse ano, os gastos dos turistas brasileiros nos principais destinos incidem, em maior grau, no Alojamento (40,0% do total dos gastos), representatividade que tem vindo a decrescer face a 2008. Num 2º nível de gastos segue-se as Excursões e a Animação, com quota de 27,9% e 17,4%, respectivamente, com tendência crescente nos últimos anos.

As Viagens Internas também apresentam uma quota relevante (6,5%), reveladora de uma certa mobilidade do turista brasileiro no país de destino, valor que tem vindo a ganhar representatividade comparativamente a 2008.

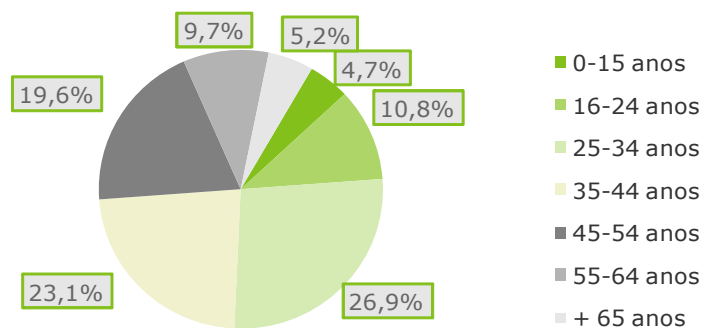
## Brasil

### Perfil e comportamento da procura

A faixa etária com maior representatividade na geração de turistas é a dos 25-34 anos (26,9% do total de turistas para o estrangeiro), logo seguida da faixa dos 35-44 anos (23,1%) e que tendem a ter maior rendimento disponível e mais apetência para viajar.

Os turistas brasileiros na faixa dos 55-64 anos, e mais de 65 anos, representam 14,9% dos fluxos para o exterior, quota que tende a aumentar no futuro.

#### População com férias no exterior por grupo etário - quota [2010]



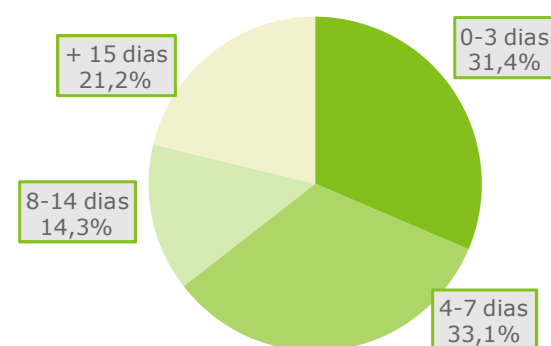
FONTE: EUROMONITOR INTERNATIONAL

A estadia média dos turistas do Brasil em destinos internacionais é, em 31,4% dos casos, até 3 dias, valor representativo da importância das férias de curta duração ou de viagens de fim de semana.

De salientar, ainda, a forte representatividade da estadia média de 4 a 14 dias, com 47,4%, dos quais as estadas 4 a 7 dias prevalecem (33,1%).

Em 2010, os turistas brasileiros permaneceram no estrangeiro, em média 15,4 dias.

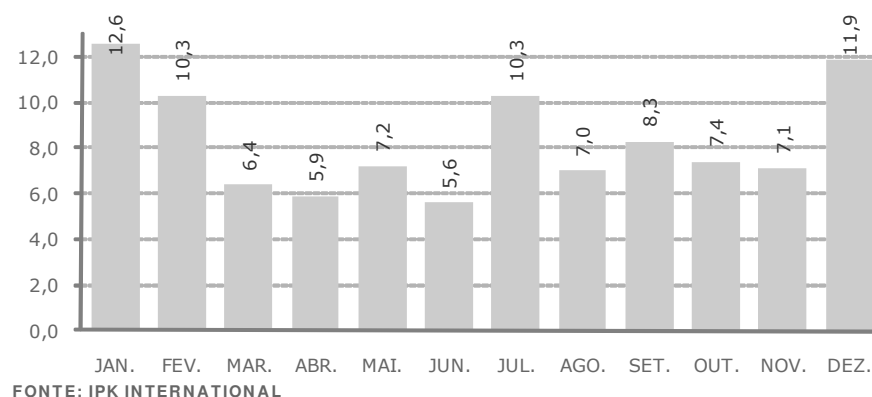
#### Duração da viagem de outbound - quota [2010]



FONTE: IPK INTERNATIONAL

## Brasil

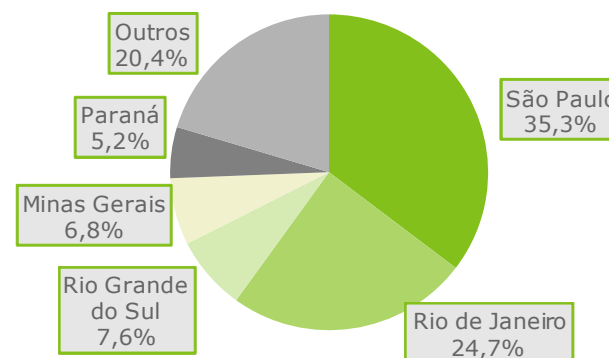
### Sazonalidade dos turistas de outbound - quota [2010]



Uma grande parte dos brasileiros (48,3%) mantém o hábito de tirar férias na época alta, nos meses mais quentes do ano (Janeiro, Fevereiro, Março, Novembro e Dezembro), com destaque para Janeiro (12,6% das viagens de *outbound*), facto ligado ao período de férias escolares. A época média (de Julho a Setembro) totaliza 25,6% do conjunto das viagens e a época baixa concentra os restantes 26,1%.

Em relação aos fluxos para a Europa, estes valores diferem, com a época alta a apresentar uma quota mais baixa (41,6%), em contraste com a época média (27,1%) e a época baixa (31,3%).

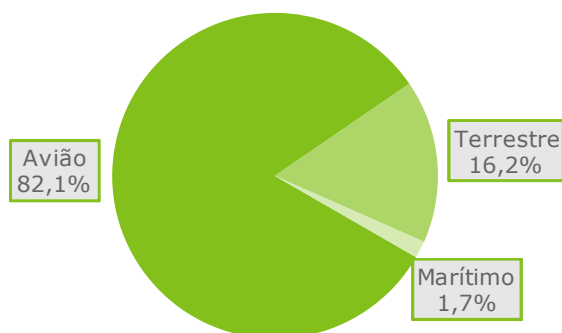
### Principais estados emissores de outbound - quota das viagens [2010]



São Paulo é a maior região emissora de turistas para os destinos internacionais, concentrando 35,3% do total de viagens realizadas no ano de 2010 (região que detém o maior poder de compra e o maior contributo para o PIB brasileiro). Segue-se o Rio de Janeiro, também com grande representatividade (24,7% da geração global de turistas).

O Rio Grande do Sul (capital Porto Alegre) aparece no 3º lugar (7,6%), seguido de Minas Gerais (capital Belo Horizonte) com quota 6,8% e Paraná (Curitiba) com 5,2%. Na rubrica Outros, destaque para os Estados de Pernambuco (quota 4,8%), Bahia (4,1%) e Santa Catarina (2,6%).

**Modo de viajar para o exterior - quota das viagens [2010]**

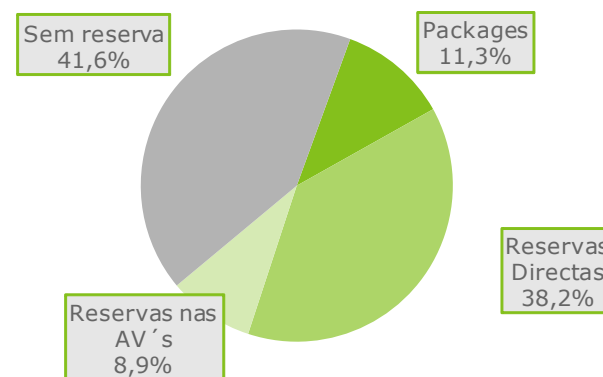


FONTE: EUROMONITOR INTERNATIONAL

Dada a dimensão e especificidade deste mercado, cerca de 82,1% dos turistas utilizaram o avião como principal meio de transporte nas suas deslocações para o exterior, em 2010. Comparativamente a 2009, regista-se um aumento do transporte aéreo, em resultado da abertura de novas rotas por parte de companhias aéreas nacionais e internacionais.

A opção de viajar por via terrestre representa 16,2% do total de viagens protagonizadas pelos turistas do Brasil para o estrangeiro (países fronteiriços), dos quais o recurso a viaturas próprias representou 68,7%, Autocarro (22,5%) e Comboio (8,8%). Os Cruzeiros registam uma quota de 1,7%.

**Organização das viagens de outbound - quota [2010]**



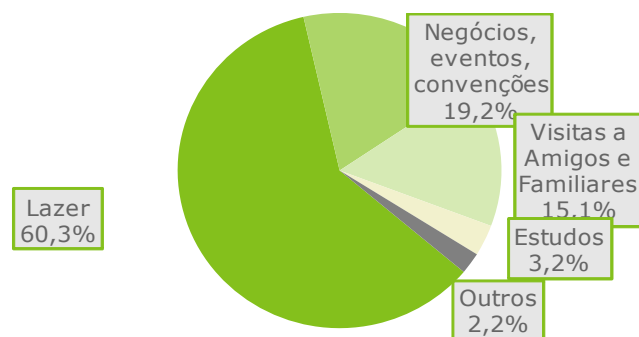
FONTE: IPK INTERNATIONAL

Uma pesquisa do IPK revela que, em 2010, a maioria das viagens ao estrangeiro foi realizada com recurso a reservas prévias, representando cerca 58,4% do total das viagens para o exterior, enquanto que a opção de não efectuar qualquer tipo de reserva totalizou 41,6% das viagens.

As reservas directas junto da hotelaria, companhias aéreas, rent car, etc., totalizaram 38,2%, enquanto cerca de 20,2% foram feitas recorrendo a profissionais especializados na intermediação (11,3% através de packages turísticos e 8,9% com reserva através de agências).

## Brasil

### Motivação da procura para o exterior - quota das viagens [2010]



FONTE:EUROMONITOR INTERNATIONAL

### Tipo de alojamento utilizado no exterior

Alojamento	Quota % das viagens em 2010
Hotelaria Global	63,7
Casa de amigos e familiares	20,3
Casa alugada	5,2
Casa própria	3,9
Cruzeiros	2,3
Camping	2,1
Pousada da Juventude	1,1
Outros	1,4

FONTE: IPK INTERNATIONAL

O *Euromonitor* aferiu que o Lazer (com destaque para o Touring Cultural, seguido do Turismo Urbano e Sol e Mar) constitui a principal motivação dos turistas brasileiros, representando 75,4% do total de viagens ao exterior (inclui Lazer e Visitas a Amigos e Familiares).

Os negócios, onde para além da componente de individuais se inclui a motivação *Meeting & Incentives*, são responsáveis por cerca de 19,2% do total das viagens dos brasileiros ao estrangeiro, com tendência para aumentar. Por sua vez, a realização de Estudos no exterior centralizou 3,2% do total.

A hotelaria foi o principal meio de alojamento utilizado pelos brasileiros nas suas viagens de *outbound*, com uma quota de 63,7%, d.q. 43,4% dizem respeito a Hotéis de 4 e 5 estrelas, o que traduz o alto poder de compra do turista brasileiro.

Observa-se uma tendência de crescimento do alojamento extra-hoteleiro em sintonia com a tendência mundial.

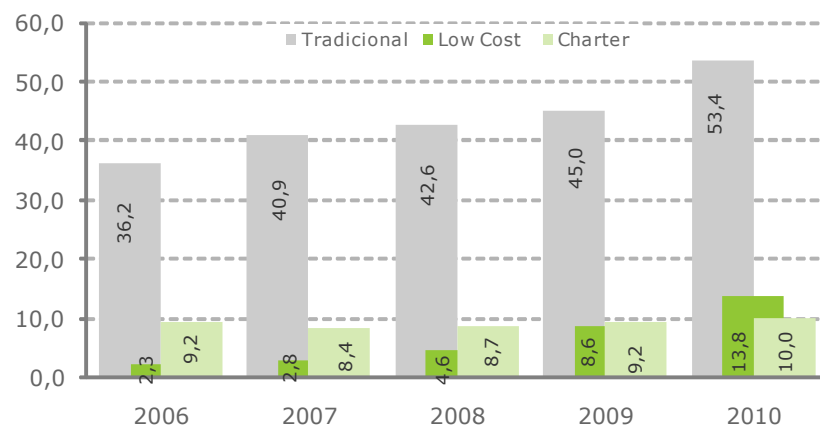
O recurso a Casas de Familiares e Amigos foi registado em 20,3% das viagens emissoras com tendência crescente assim como a utilização de Casa Alugada (particulares e agências) que representou 5,2% do total das viagens.

### 4. ANÁLISE DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

#### Transporte Aéreo

Entre 2006 e 2010, os fluxos de passageiros operados por via aérea, com origem e destino no mercado brasileiro, cresceram a uma média de 55,9% ao ano na tipologia dos voos *low cost*, v.s. (+10,2%) nos voos tradicionais e (+2,0%) nos voos *charter*. Observou-se um atraso na proliferação de voos *low cost* face à Europa e EUA, mas após 2006 registo para o aparecimento das companhias aéreas *low cost* - Webjet, Azul, Oceanair, Trip - com forte presença no mercado interno e em menor escala nos adjacentes.

#### Evolução do transporte aéreo - milhões de passageiros



FONTE: INFRAERO

Em 2010, os voos regulares representaram 87,1% do total de viagens aéreas realizadas com origem e destino no Brasil. Os 12,9% de voos charter demonstram o peso das viagens organizadas com a motivação Lazer.

Nesse ano, 17,9% dos passageiros transportados foram operados por voos *low cost*, face aos 4,9% registados em 2006, ou seja no período em análise observa-se um ganho de quota (+13,0 p.p.). Em contraste registo para a diminuição de quota dos voos tradicionais (-6,6 p.p.) e *charters* (-6,4 p.p.), respectivamente .

#### Evolução do transporte aéreo - Quota de mercado %



FONTE: INFRAERO

## Brasil

### Principais companhias aéreas Brasileiras - nº total de passageiros

Companhias aéreas brasileiras	Tráfego Doméstico e Internacional	
	Nº Passageiros (milhares)	Quota 2010 (%)
<b>Tam Linhas Aéreas</b>	32.561,5	42,2
<b>Gol/VRG Linhas Aéreas</b>	30.129,3	39,0
<b>Webjet</b>	4.346,0	5,6
<b>Azul</b>	3.674,4	4,8
<b>Trip</b>	2.719,0	3,5
<b>Avianca</b>	2.273,8	2,9

TOP 10 Companhias Aéreas Nacionais e Internacionais	Tráfego Internacional origem e destino-Brasil	
	Nº Passageiros (milhares)	Quota 2010 (%)
<b>TAM</b>	3.801,2	25,0
<b>GOL</b>	1.543,1	10,2
<b>TAP</b>	1.458,2	9,6
<b>American Airlines</b>	1.057,2	7,0
<b>Air France</b>	666,1	4,4
<b>Delta Airlines</b>	504,8	3,3
<b>Iberia</b>	492,6	3,2
<b>Aerolineas Argentina</b>	466,8	3,1
<b>Continental Airlines</b>	353,6	2,3
<b>LUFTHANSA</b>	310,6	2,0

Avaliadas as companhias aéreas brasileiras, constata-se que as 2 companhias aéreas TAM e Gol dominam o mercado. A TAM destaca-se como a principal companhia do mercado, com uma quota de 40,1% do total dos voos domésticos e uma quota de 69,5% do total dos voos internacionais, totalizando uma quota global de 42,2%.

A GOL ocupa o 2º lugar, com quota significativa nas viagens domésticas (39,7%) e relevante nas viagens internacionais (30,0%).

Analisando o TOP 10 de Companhias aéreas nacionais e internacionais com origem e destino ao mercado brasileiro, a TAM e a GOL, surgem como as principais companhias aéreas do mercado, transportando a TAM cerca de 3,8 milhões de passageiros, com quotas representativas na América do Norte (26,9% dos fluxos totais), para a América do Sul (41,9%) e para a Europa (31,0%) e a Gol com 1,5 milhões de passageiros com forte presença na América do Sul (quota 96,7%).

A TAP (líder europeia) totaliza uma quota global de 9,6%, transportando cerca de 1,5 milhões de passageiros com origem e destino no Brasil, mais do dobro dos passageiros transportados pela Air France e do triplo da Iberia.

## Brasil

### Top 10 das Companhias Aéreas - número total de passageiros de outbound (milhares)

Companhias Aéreas Nacionais e Internacionais	2010	Quota %
<b>TAM</b>	1.892,4	24,9
<b>GOL/VRG Linhas Aereas</b>	788,2	10,4
<b>TAP Air Portugal</b>	732,6	9,6
<b>American Airlines</b>	532,9	7,0
<b>Air France</b>	336,0	5,0
<b>Delta Airlines</b>	249,9	4,4
<b>Iberia</b>	248,9	4,2
<b>Aerolineas Argentina</b>	230,8	3,4
<b>Continental Airlines</b>	177,7	3,2
<b>LUFTHANSA</b>	153,5	3,0

FONTE: Anuário do Transporte Aéreo 2010 - ANAC

A América do Sul concentra 35,5% dos fluxos de passageiros de *outbound* via Brasil, operados por via aérea, dos quais a TAM a GOL e Aerolíneas Argentina concentram quotas de 29,4%, 27,9% e 8,5%, respectivamente. Dos cerca de 22,1% de fluxos dirigidos para os EUA, as companhias American Delta e Continental Airlines, são responsáveis por 56,9% do total tráfego aéreo para o respectivo mercado.

A Europa canaliza 32,9% do tráfego internacional de passageiros com origem no mercado brasileiro, com relevo para a TAP que regista quota de 29,2%, seguido da TAM (23,3%), Air France (13,4%) e Iberia (9,9%).

### Top 10 dos países de destino - número total de passageiros de outbound (milhares)

Países	2010	Quota %
<b>EUA</b>	1.685,9	22,2
<b>Argentina</b>	1.411,2	18,5
<b>Portugal</b>	732,7	9,6
<b>França</b>	522,5	6,9
<b>Chile</b>	380,2	5,0
<b>Espanha</b>	344,5	4,5
<b>Alemanha</b>	307,1	4,0
<b>Uruguai</b>	222,0	2,9
<b>Itália</b>	202,3	2,7
<b>Reino Unido</b>	193,3	2,5

FONTE: Departamento de Aviação Civil - DAC

Em 2010, os EUA surgem como o principal destino turístico do Brasil, concentrando 22,2% dos fluxos de passageiros de voos internacionais gerados pelo mercado (1,7 milhões de passageiros transportados por via aérea). Segue-se a Argentina que captou 1,4 milhões de passageiros correspondente a 18,5% do total, ambos os destinos tem vindo a reforçar a sua posição como mercado destino dos turistas brasileiros.

Num 2º nível aparecem Portugal e a França, que ocupam a 3ª e 4ª posição, com quota global de 9,6% e 6,9%, respectivamente, com ganho de quota nos últimos anos.

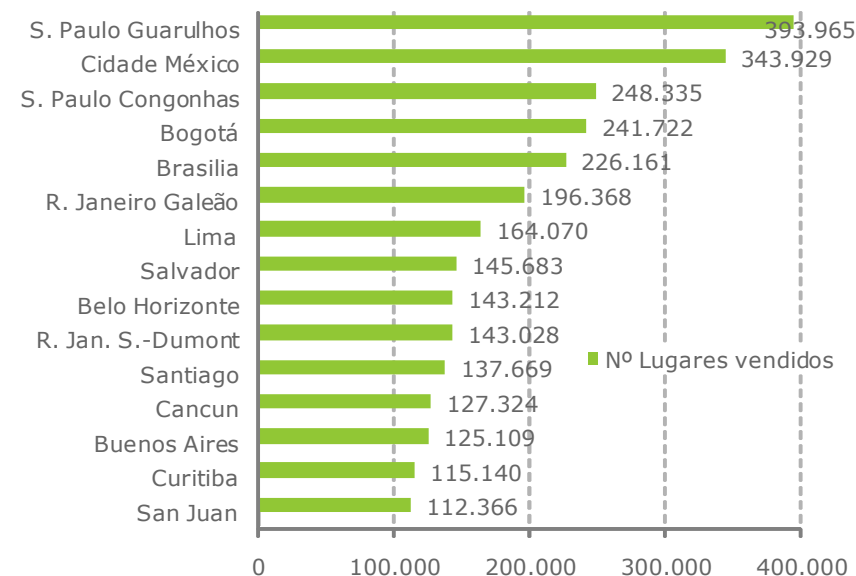
### Top 10 dos Aeroportos - número total de passageiros (milhares)

Aeroporto Internacional	2010	Quota %
<b>São Paulo Guarulhos</b>	26.849,2	17,3
<b>São Paulo Congonhas</b>	18.250,3	11,7
<b>Brasília</b>	14.347,1	9,2
<b>Rio Janeiro Galeão</b>	12.337,9	7,9
<b>Rio Janeiro Santos-Dumont</b>	7.822,8	5,0
<b>Salvador</b>	7.696,3	5,0
<b>Confins (Belo Horizonte)</b>	7.261,1	4,7
<b>Porto Alegre</b>	6.676,2	4,3
<b>Recife</b>	5.959,0	3,8
<b>Curitiba</b>	5.774,6	3,7

FONTE: INFRAERO - Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária

Existem 67 aeroportos no mercado brasileiro. O Aeroporto de Guarulhos (São Paulo) continua a ser o maior aeroporto do Brasil, com 26,8 milhões de passageiros transportados em 2010 (17,3% do total). O 2º maior aeroporto Congonhas, também sediado em São Paulo, processou 18,3 milhões de passageiros (quota 11,7%). Seguem-se os aeroportos de Brasília (capital) e o do Galeão (Rio de Janeiro), que operam 14,3 e 12,3 milhões de passageiros/ano, respectivamente.

### Top 15 Aeroportos na América Latina- [Julho 2011] - Lugares vendidos semanais



FONTE: OAG Max Online

Aferida em termos de capacidade de lugares vendidos semanais, tendo como base 497 aeroportos existentes na América Latina, a importância do mercado brasileiro é evidente, posicionando 7 aeroportos nos 10 principais aeroportos da América Latina, com os aeroportos da Cidade do México, Bogotá (Colômbia) e Lima (Peru) a surgirem no TOP 10 dos maiores aeroportos existentes na América Latina.

### Brasil

#### Operação Turística

A Associação Brasileira dos Operadores de Turismo (BRAZTOA) conta com 86 membros, congregando as maiores empresas do sector turístico, segmento com uma facturação de R\$ 7,6 mil milhões em 2010 (+22% face ao ano anterior), transportando 4.796.000 passageiros durante o ano.

O maior operador turístico brasileiro é o CVC (único consórcio no sector do turismo), maior operadora da América Latina (respondendo por 60% dos pacotes turísticos comercializados no Brasil) e 8º no ranking mundial, têm mais de 500 lojas e apoio ao agente de viagens, representada em 25 estados brasileiros e no Uruguai (Montevidéu), Argentina (Buenos Aires e Bariloche), Chile (Santiago) e França (Paris), movimentando 1,5 milhões de passageiros anualmente, além de trazer mais de 25 mil turistas estrangeiros para o Brasil.

São ainda de destacar outros operadores turísticos importantes a nível das viagens para a Europa, tais como ADV Viagens e Turismo, Queensberry Viagens e Turismo, Soft Travel, TAM Viagens, New Age, Agaxtur e Flot Operadora.

#### Principais Operadores no Mercado

Operadores Turísticos			
Abreuteur	Freeway	New Age	Turnet
ADV Viagens	GSA	New Line	Visão
Aerop	Incomum Turismo	Nice Via Apia	Visual
Agaxtur	Interamerican	Polvani Tours	Voetur
AIT Operadora	Intercontinental	Pomptur	Yes Travel
Ambiental	Interep	Princess Travel	4 Agents
Ancoradouro	Intermundi	Queensberry	
Bancorbrás	Interpoint	Raidho	
Brasil Assistência	Intravel	RCA	
Brazilian Assist	JVS	Royal Caribbean	
Calcos	Landscape	RXT Travel	
CI Central	Litoral Verde	Sanchat Tour	
CLM Operadora	Lusanova Tours	Scan-Suisse	
Costa Cruzeiros	Luxtravel	Século XXI	
CVC Viagens	Maktour	Shangri-lá	
Del Bianco	Mark Travel	Socaltur	
Designer Tours	Marsans Viagens	Soft Travel	
Discover The	Master	Stella Barros	
Doubleem	MGM Operadora	STB	
Eden Tours	Mercatur	Sun Crowne	
E-HTL Reservas	MK Travel	TAM Viagens	
Expedition	MMT Gapnet	Tia Augusta	
Fenix	Monark	Trade Tours	
Firstar	MSC Cruzeiros	Travel Ace	
Flot	Nascimento	Tourlines	
Flytour	Navegantes	Tristar	
Francatur	Nett Voyages	TT Operadora	

FONTE: BRAZTOA

### Brasil

Agências de Viagens	Nº de agências	Quota %
<b>Rio de Janeiro</b>	726	19,5
<b>São Paulo</b>	656	17,6
<b>Minas Gerais</b>	306	8,2
<b>Bahia</b>	297	8,0
<b>Paraná</b>	229	6,1
<b>Pernambuco</b>	165	4,4
<b>Rio Grande do Sul</b>	151	4,0
<b>Santa Catarina</b>	124	3,3
<b>Espírito Santo</b>	112	3,0
<b>Ceará</b>	105	2,8
<b>Distrito Federal</b>	91	2,4
<b>Mato Grosso</b>	84	2,3
<b>Rio Grande do Norte</b>	80	2,1
<b>Pará</b>	79	2,1
<b>Amazonas</b>	68	1,8
<b>Paraíba</b>	66	1,8
<b>Goiás</b>	63	1,7
<b>Mato Grosso do Sul</b>	51	1,4
<b>Sergipe</b>	45	1,2
<b>Maranhão</b>	45	1,2
<b>Rondônia</b>	43	1,2
<b>Alagoas</b>	41	1,1
<b>Piauí</b>	35	0,9
<b>Amapá</b>	24	0,6
<b>Roraima</b>	16	0,4
<b>Tocantins</b>	14	0,4
<b>Acre</b>	13	0,3
<b>Total</b>	<b>3.729</b>	<b>100</b>

FONTE: ABAV

Em 2010, o mercado brasileiro contava com cerca de 10.972 agências de viagens, das quais 3729 integrando a ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagens.

Criada em 1953, no Rio de Janeiro, com apenas 14 agências de viagens, A ABAV constitui actualmente uma das principais “forças” reconhecidas do sector do turismo do Brasil, em que as agências suas associadas são responsáveis por cerca de 80% da facturação do mercado, incluindo emissão de passagens aéreas, reservas de hospedagens, transporte turístico terrestre, rent a car, operação de pacotes, cruzeiros marítimos, entre outros.

A maioria destas agências encontra-se sediada nos Estados do Rio de Janeiro (19,5%), São Paulo (17,6%), Minas Gerais (8,2%) e Bahia (8,0%). Os produtos e serviços mais comercializados pelas Agências são a venda de passagens aéreas, tanto nacionais (82,4%) quanto as internacionais (79,5%).

As Agências de Viagens on line têm vindo a ganhar peso no mercado, com destaque: Submarino Viagens, Decolar.com, Rumbo, Viajanet, Rapid 10, Last minute, Americanas Viagens, Desconto Hotel, Virtual Turismo, Virtual Agência Turismo, Clubtour, Shoptime Viagens e Online Turismo.

## Brasil

### Mercado Online

Segundo a Internet World Stats, existem 76 milhões de utilizadores da Internet no Brasil (representando 37,4% da população), em Junho de 2011, perspectivando-se cerca de 92 milhões para o ano de 2013.

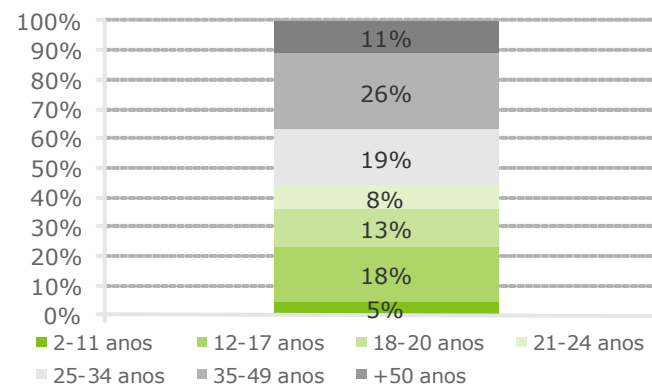
A faixa etária dos 35-49 anos é a que concentra o maior número de utilizadores, seguida da faixa etária dos 25-34 anos e a dos 12-17 anos, totalizando, no seu conjunto cerca de 63% dos utilizadores.

No mercado brasileiro, apenas as recomendações de familiares e amigos superam a Internet como meio de informação.

A Internet constitui, assim, o segundo meio de informação de viagens mais utilizado pelo turista brasileiro, suplantando, inclusivamente, a televisão, as agências de viagens e os jornais.

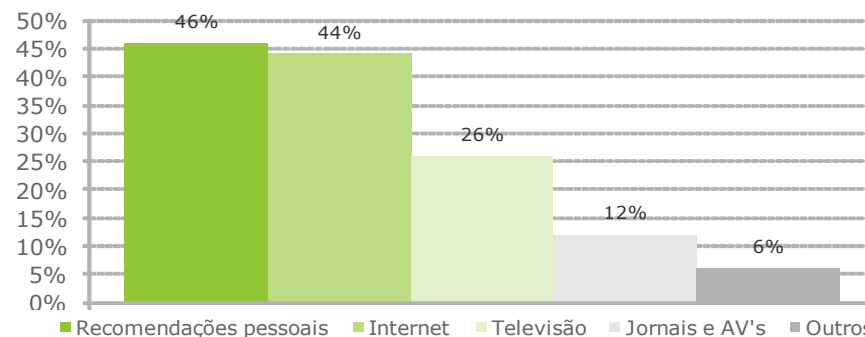
O mercado *on-line* continua a ser um sector em evidente expansão, com um papel cada vez mais importante no planeamento e na pesquisa dos destinos de férias.

### Utilização da Internet - quota da população por grupo etário [2010]



FONTE: eMerketer

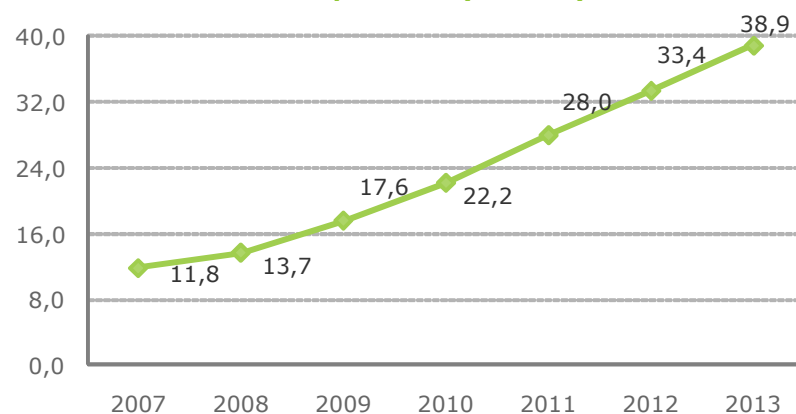
### Decisões das viagens para o exterior [2010]



FONTE: eMerketer

## Brasil

### E-commerce - Nº de compradores (milhões)



FONTE: eMarketer

Em termos de compradores, o mercado *on line* brasileiro registrará um crescimento sustentado, passando de 11,8 milhões de compradores, em 2007, para 38,9 milhões, em 2013.

O turista brasileiro já começa a adquirir hábitos de utilização da Internet como canal para operações comerciais. O mercado *on-line* continua a ser um sector em evidente expansão, com um papel cada vez mais importante no planeamento e na pesquisa dos destinos de férias.

### TOP 10 Operadores Turísticos / Agências de Viagens on line [2010]

Operadores no mercado alemão	Quota %	Portais
Submarino Viagens	40%	submarinoviagens.com.br
Decolar	35%	decolar.com.br
Priceline	6%	Priceline/Booking
Expedia	6%	Expedia/Hotels.com
Malapronta	4%	malapronta.com.br/
Viajanet	4%	passagensaereas.viajanet.com.br
Rapi10	2%	rapi10.com.br/
Travelcity	1%	travelcity.com.br
Outros	2%	Weg.de

FONTE: PhoCusWright

### Top websites Agência no Brasil: (Fonte:Experian Hitwise)

1. Decolar (www.decolar.com): 24,32%
2. viajanet (www.viajanet.com.br): 16,14%
3. Hotel Urbano (www.hotelurbano.com.br): 12,38%

### Destinos de topo e websites Alojamento no Brasil:

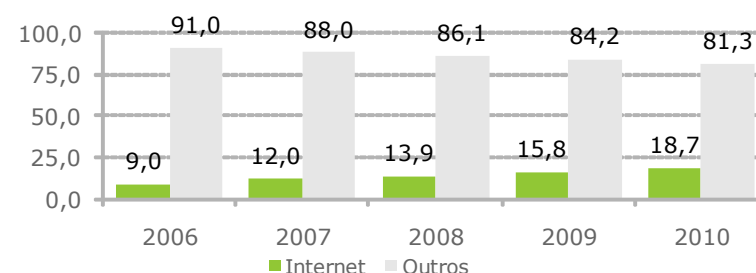
1. Hotel Urbano (www.hotelurbano.com.br): 15,17%
2. Mundi Buscador Viagens (www.mundi.com.Br): 11,37%
3. Booking.com (www.booking.com): 7,20%

### Top websites Airline no Brasil

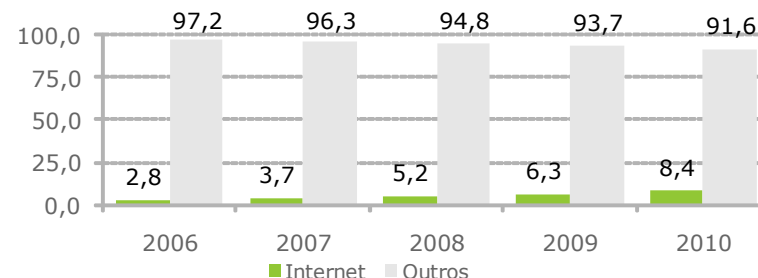
1. GOL (www.voegol.com.br): 31,20%
2. TAM (www.tam.com.br): 26,42%
3. Azul (www.voeazul.com.br): 8,73%

## Brasil

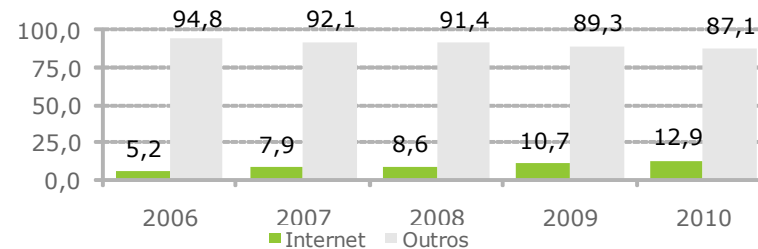
### Canais de distribuição - reservas para o exterior, %



### Alojamento - vendas para o exterior, %



### Transporte aéreo - vendas para o exterior, %



FONTE: eMarketer

Cerca de 81,3% dos turistas brasileiros organiza a sua viagem para o exterior através dos operadores e agências de viagens (pelo menos para um serviço), face aos 18,7% que reserva *on line*. Assiste-se a um forte crescimento da Internet como canal de distribuição, o qual tem vindo a retirar quota de mercado aos canais tradicionais.

A nível do alojamento, 91,6% dos turistas brasileiros compram estes serviços através de agências de viagens e operadores. Em 2010, a quota do mercado do alojamento em transacções *on line* ainda é pouco significativa (8,4%), embora regista uma das mais altas dos países da América Latina. Mas com valores inferiores aos principais países da Europa e EUA, onde o mercado *on line* detém uma quota importante na distribuição, facto que reflecte neste mercado hábitos ainda pouco desenvolvidos de utilização deste canal para operações comerciais, não obstante o forte crescimento registado nos últimos anos.

Em 2010, cerca de 87,1% dos brasileiros recorreu às companhias aéreas e agências de viagens para comprar bilhetes de avião para o estrangeiro. A quota da Internet na venda de bilhetes de avião ainda é pouco relevante (12,9%), embora com tendência para crescer cada vez mais.

## 5. COMPORTAMENTO DO MERCADO PARA PORTUGAL

### Dimensão do Mercado

O Brasil integra a “carteira” dos principais mercados emissores para Portugal (TOP 10), posicionando-se em 7º lugar enquanto gerador de Receitas, com uma quota de 4,1%. A nível dos indicadores da hotelaria, o Brasil ocupa o 5º lugar quando avaliado pelo número de Hóspedes (quota 5,5%) e o 7º lugar quando avaliado pelo número de Dormidas realizadas em território nacional (quota 3,5%).

Em qualquer dos indicadores considerados, o mercado apresenta elevadas taxas de crescimento para os destinos nacionais que variam entre os (+36,1%) e (+57,5%), respectivamente, registando o indicador das Receitas Turísticas o comportamento mais favorável, traduzido no aumento do poder de compra do turista brasileiro e do fortalecimento do real.

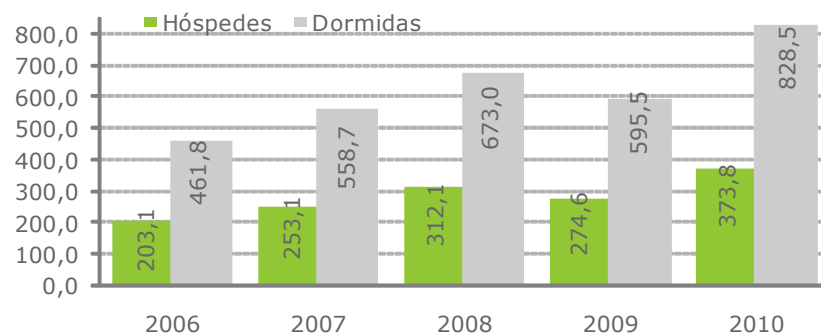
#### Posição do Brasil na procura externa para Portugal

	2010	Δ 10/09		Posição	Quota	
		%	Abs.		%	Δp.p.
<b>Receitas do Turismo (milhões)</b>	308,5	57,5	112,6	7	4,1	1,2
<b>Hóspedes (*) (milhares)</b>	373,8	36,1	99,2	5	5,5	1,3
<b>Dormidas (*) (milhares)</b>	828,5	39,1	233,0	7	3,5	1,0

(\*) Em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos

FONTES: BP - Banco de Portugal, Abril 2008; INE - Instituto Nacional de Estatística, Julho 2011

### Hóspedes e Dormidas (\*) - milhares de pessoas e noites



(\*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos

Nota: Os dados a partir de 2001 não são comparáveis com os anos anteriores por alterações metodológicas

FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Julho 2011

A evolução do número de dormidas apresenta um comportamento similar ao registado para o número de hóspedes, contudo, tem sido ligeiramente menos favorável, comparativamente com a evolução do número de hóspedes, indicador de menores estadias médias do mercado brasileiro em Portugal – taxa de crescimento média anual de 15,7% para as dormidas contra um acréscimo de 16,5% ao ano para o número de hóspedes, entre 2006 e 2010.

Observa-se uma subida contínua até 2009 dos 2 indicadores (interrompido pela crise económica internacional), fruto do aumento do tráfego aéreo para Portugal e da melhoria da situação económica, com aumento dos fluxos brasileiros em 2010 (maior poder compra e valorização do real).

### Receitas Turísticas - milhões €



FONTE: BP - Banco de Portugal, Abril 2011

Destaque para o comportamento globalmente mais positivo das receitas, com evolução superior (+20% ao ano) à performance das dormidas (+15,7%) e dos hóspedes (+16,5%), desde 2006.

A nível das receitas turísticas o mercado apresenta o seguinte comportamento:

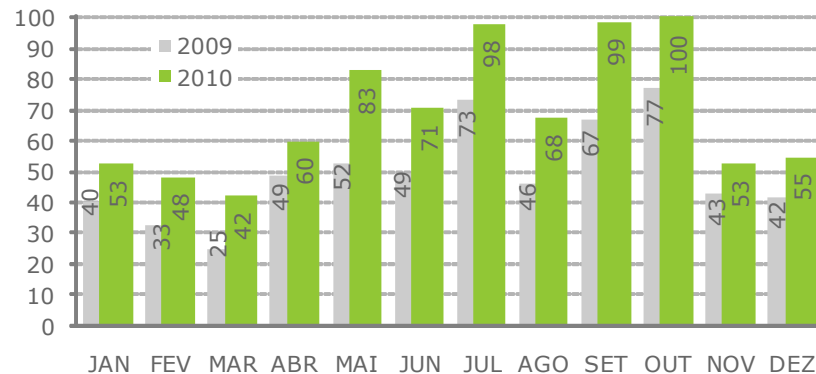
+25,2% de variação média anual no período 2006-2008

-16,0% de variação média anual no período 2008-2009

+57,5% de variação média anual no período 2009-2010

## Brasil

### Sazonalidade em Portugal - dormidas, milhares

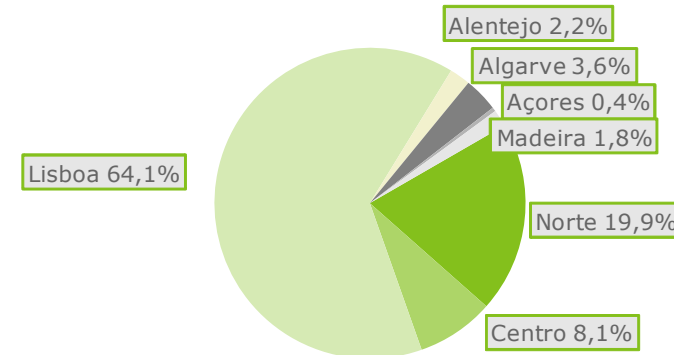


(\*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos  
 FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Julho 2011

A sazonalidade da procura do Brasil para Portugal revela que 31,9% dos fluxos ocorrem durante a época alta (Julho, Agosto e Setembro), 37,8% na época média (Abril, Maio, Junho e Outubro) e 30,3% na época baixa. Face a 2009, regista-se ganho de quota na época alta (+0,7 p.p.), tendo havido perdas de quota nas épocas média (-0,3 p.p.) e baixa (-0,4 p.p.).

Destaque ainda para o nível de fluxos registado no mês de Outubro (12,1% do total), Setembro (11,9%) e Julho (11,8%), sendo os meses que registam um maior volume de turistas brasileiros para Portugal.

### Dormidas (\*) por NUT's II - quota [2010]



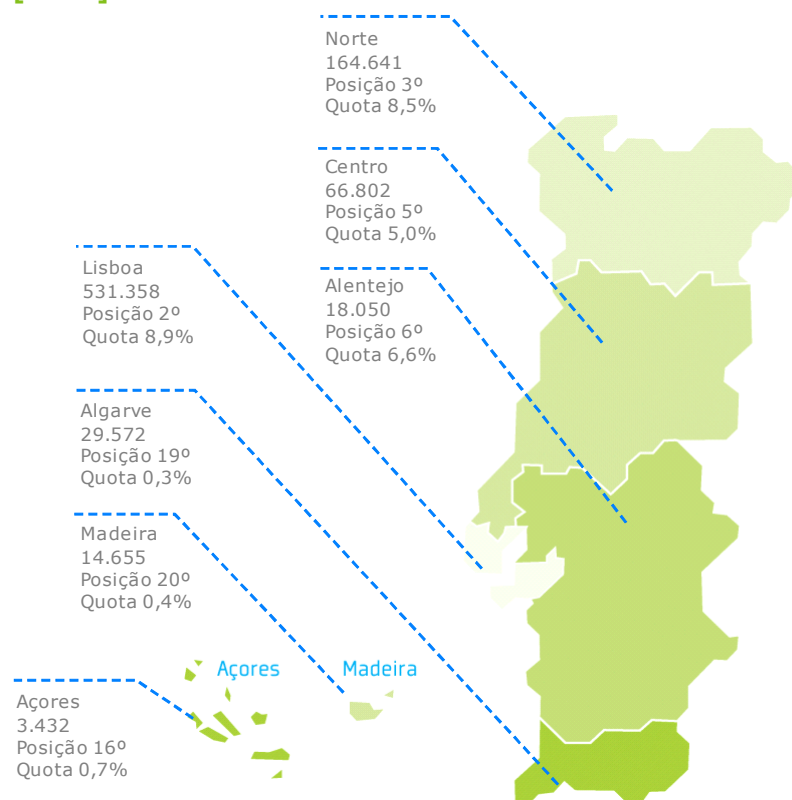
(\*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos  
 FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Julho 2011

Lisboa é o principal destino dos turistas brasileiros em território nacional, com uma quota da ordem dos 64,1%, em 2010, em grande parte explicado pela capacidade de tráfego aéreo e pela notoriedade que o destino goza no mercado. Este destino registou um aumento de 41,7% face a 2009.

Segue-se o Norte, com uma quota de 19,9%, apresentando um crescimento de 45,5% comparativamente a 2009. De destacar, ainda, o posicionamento do Centro, com uma quota de 8,1% da procura e um acréscimo de 35,3% (var. 10/09). O Algarve e a Madeira, a par do Alentejo e dos Açores, são destinos com menor procura.

## Brasil

### Representatividade do Brasil na procura externa dos destinos regionais - dormidas (\*), número; posição; quota [2010]



(\*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos

FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Julho 2011

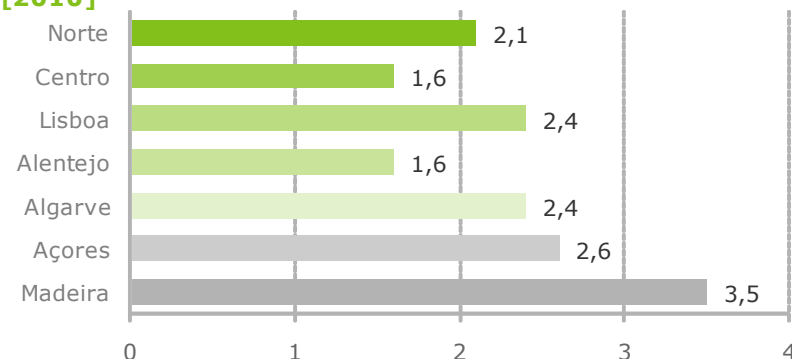
Na perspectiva dos destinos regionais, o mercado brasileiro detém quotas relevantes no conjunto da procura externa para Lisboa, Norte, Alentejo e Centro, com quotas unitárias entre os 5,0% e 8,9%, respectivamente, e ocupando uma posição de liderança em Lisboa (2º mercado externo) e Norte (3º mercado externo) e um lugar significativo no Centro (5º mercado externo) e Alentejo (6º mercado externo).

Em 2010, registo para o comportamento positivo do mercado para Lisboa, Norte, Alentejo e Centro, com um acréscimo de quota de (+2,1 p.p.), (+2,0 p.p.), (+1,5 p.p.) e (+1,2 p.p.), respectivamente, face a 2009.

Para os restantes destinos regionais, o mercado do Brasil apresenta um posicionamento modesto no conjunto das respectivas "carteiras" de mercados emissores, encontrando-se entre a 16ª (Açores), 19ª (Algarve) e a 20ª posição (Madeira) do ranking da procura externa, com quotas unitárias que variam entre os 0,3% e 0,7%.

Para estes destinos regionais, o mercado brasileiro registou comportamentos estacionário ou negativos, traduzidos em manutenção de quotas para o Algarve e Madeira e perda de quota (-0,1 p.p.) para os Açores, face a 2009.

### Estada Média (\*) em Portugal - número [2010]

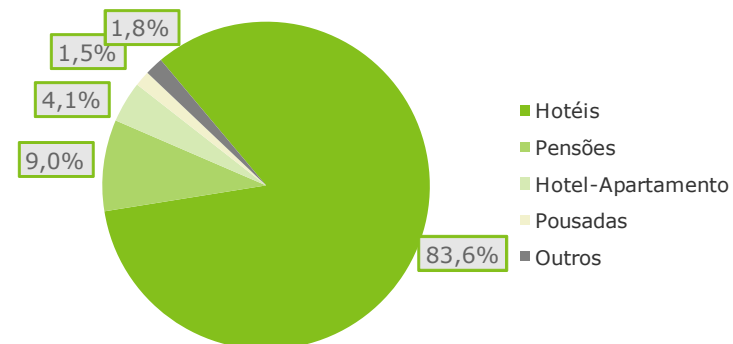


(\*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos  
FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Julho 2011

Em 2010, a estada média do turista brasileiro em Portugal foi de 2,2 dias. Com efeito, nas suas deslocações à Europa, o turista brasileiro aproveita para visitar vários destinos europeus, situação que se reflecte em menores estadas médias em cada país.

Embora as estadas médias dos brasileiros nos destinos nacionais do Continente se situem entre os 1,6 e os 2,4 dias, a Madeira e os Açores apresentam estadas médias superiores, com 3,5 e 2,6 dias, respectivamente, tratando-se de destinos mais associados a operações *package*. Em 2010, com excepção de Lisboa, regista-se uma ligeira diminuição ou estagnação da estada média comparativamente a 2009.

### Dormidas (\*) por tipologia de alojamento - quota [2010]



(\*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos  
FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Julho 2011

Nas suas estadas em Portugal, os brasileiros optam pela hotelaria tradicional, com cerca de 83,6% do total das dormidas, seguindo-se as Pensões (9,0%), os Hotéis-Apartamentos (4,1%) e as Pousadas (1,5%).

As unidades hoteleiras (tradicionais) dominam a preferência dos consumidores brasileiros nos 2 principais destinos regionais, com valores bastante elevados em Lisboa (87,8%) e no Norte (81,9%), embora neste último apresente um valor ligeiramente inferior à média global do País (83,6%).

## Brasil

### Perfil e Comportamento da Procura

A recomendação de conhecidos/amigos/familiares, sobretudo para os turistas brasileiros, é maior factor impulsionador na escolha de Portugal como destino de lazer na fase inicial de planeamento das suas férias. Segue-se o clima e a paisagem como factores influentes na selecção do nosso destino por parte dos turistas brasileiros nas viagens para Portugal.

#### Critérios de decisão da escolha de Portugal como destino de férias [Agosto 2011]

Factores	Brasil
O clima e/ou a paisagem	48%
A sugestão de familiares ou amigos	72%
Preço da viagem e/ou estadia / Uma promoção especial	10%
A forma hospitaleira de acolhimento de Portugal	18%
A proximidade de Portugal	5%
A segurança de Portugal	11%
As atracções / O entretenimento / Ocorrência de um evento	24%
A informação nas redes sociais / Na Internet	3%
A recomendação de um TO, Ag. Viagens ou Comp. Aérea	8%
As infra-estruturas (de alojamento e restauração)	4%
Porque costuma fazer férias em Portugal	8%
Um artigo de imprensa, rádio ou televisão	2%
Outros motivos (não especificados)	31%

FONTE: GFK Metris – Estudo de satisfação de turistas

Lisboa destaca-se dos demais tende a ser mais visitado pelos turistas brasileiros, seguido numa 2ª linha por Estoril/Cascais, Centro, Sintra, Porto e Fátima.

Cerca de 45% dos turistas brasileiros que nos visitam ficam alojados em localidades diferentes e 59% vêm acompanhados com outros adultos.

Cerca de 72% dos turistas brasileiros saíram de Portugal muito satisfeitos, dos quais 46% dos inquiridos brasileiros referem que de certeza voltarão a Portugal.

#### Viagens para Portugal por destino e conselho [Agosto 2011]

Destino Regional e Conselho	Brasil
Algarve	14%
Lisboa	90%
Sintra	33%
Estoril/Cascais	34%
Porto	31%
Centro de Portugal	34%
Norte de Portugal	19%
Madeira	5%
Alentejo	5%
Coimbra	14%
Braga	7%
Fátima	23%
Açores	3%

FONTE: GFK Metris – Estudo de satisfação de turistas

### Brasil



#### Investimentos Turísticos Portugueses

- Em franco crescimento, o sector do Turismo é um dos que mais oportunidades oferece aos investidores, atraídos não só pela situação económica propícia mas também, pela realização de mega-eventos desportivos (Campeonato do Mundo de futebol de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016).
- O pipeline de investimentos turísticos portugueses no Brasil está em franca expansão e consolidação: investidores portugueses como o Grupo Vila Galé, Grupo Espírito Santo, Grupo Pestana, Dorisol, Oásis Atlântico, João Vaz Guedes, o Aquiraz Golf & Beach Villas no Ceará como sendo “o maior empreendimento turístico português”, englobando oito hotéis, o Grupo Dom Pedro e Solverde, Dorisol Hotels & Resorts, Grupo Reta Atlântico, Lusitânia Hotéis e Turismo, Porto Bay Hotels & Resorts, Viagens Abreu, etc.
- Grupo Vila Galé ocupa em 2011, o 15º lugar no conjunto de redes hoteleiras internacionais com maior expressão no mercado, com 2055 quartos correspondente a 6 hotéis (Vila Galé Cumbuco, Hotel Vila Galé Eco Resort de Angra, Hotel Vila Galé Eco Resort do Cabo, Hotel Vila Galé Fortaleza, Hotel Vila Galé Marés e Hotel Vila Galé Salvado), com um volume de negócios superior a 70 milhões de reais.
- Um papel de destaque vai, para o maior grupo hoteleiro português e uma das duzentas maiores cadeias hoteleiras mundiais. Tendo sido o 1º grupo hoteleiro nacional a apostar no Brasil, o Grupo Pestana ocupa hoje a 24ª posição na tabela das maiores redes hoteleiras que actuam no Brasil, com 1513 quartos distribuído por 9 hotéis (Pestana Angra, Pestana Bahia, Pestana Bahia Lodge, Pestana Convento do Carmo, Pestana Curitiba, Pestana Natal, Pestana Rio Atlantica, Pestana São Luís e Pestana São Paulo, cujo total “revenue” ascende aos 126 milhões de reais.
- O grupo Template (da família Pereira Coutinho) investiu recentemente 150 milhões de reais no desenvolvimento do Rio Marina Resort em Itacuruçá (projecto de uma marina localizado entre o Rio de Janeiro e Angra dos Reis, possui 518 apartamentos e o objectivo é que esteja todo vendido e construído nos Jogos Olímpicos e no Campeonato do Mundo).
- D. Pedro abriu recentemente o Dom Pedro Laguna Beach Villas, Golf Spa Resort, que será uma das âncoras do Aquiraz Riviera, um dos maiores empreendimentos com o 1º campo de golfe neste estado. O Grupo Espírito Santo comprou o hotel Tivoli Mofarrej em São Paulo ano passado, a juntar ao seu emblemático Tivoli EcoPraia do Forte Resort (Bahia).

## Brasil

### Operação Turística

Durante o período em análise, os voos tradicionais têm vindo a ganhar quota de mercado – 92,7% em 2006 contra 99,5% em 2010 – em detrimento das operações em voos *charter*.

Para o Inverno IATA 2010/11 (Novembro e Dezembro 2011, Janeiro a Março 2012), o Brasil registará uma média anual de 64 voos directos por semana com destino a Portugal, correspondendo uma capacidade de 16,7 mil lugares disponíveis semanais, operados pela TAP. A cidade de Lisboa recebe 60 voos directos semanais dos quais se destacam os voos provenientes de São Paulo (11) e Rio Janeiro (10).

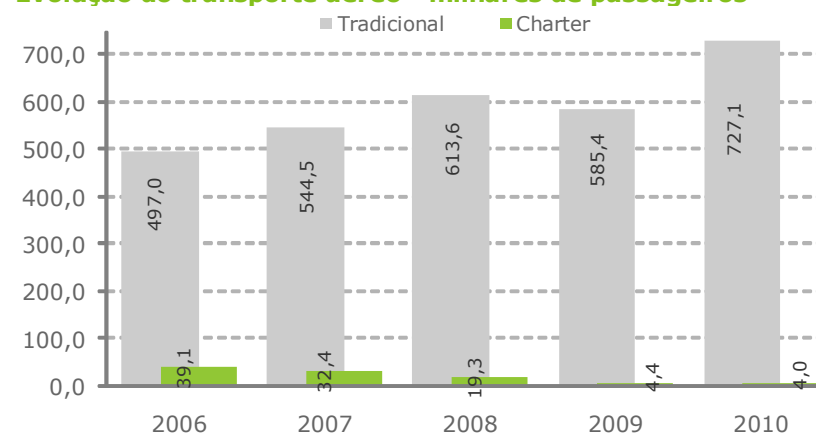
Para o Verão IATA 2011, o Brasil registará uma média anual de 74 voos directos por semana com destino a Portugal, correspondendo a uma capacidade oferecida de cerca de 19,3 mil lugares por semana. A TAP opera a maioria dos voos.

#### Voos estimados - Inverno IATA 2011/12

Aeroporto	Nº destinos	Nº Frequências semanais	Nº Lugares disponíveis
<b>Porto</b>	2	4	1.036
<b>Lisboa</b>	10	60	15.648
<b>Total</b>	12	64	16.684

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

#### Evolução do transporte aéreo - milhares de passageiros



Fonte: ANA - Aeroportos de Portugal

#### Voos estimados - Verão IATA 2011

Aeroporto	Nº destinos	Nº Frequências semanais	Nº Lugares disponíveis
<b>Porto</b>	2	6	1.554
<b>Lisboa</b>	10	68	17.747
<b>Total</b>	12	74	19.301

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

## Dossier de Mercado

### Brasil



#### Lugares entre o Brasil e Portugal - milhares [2010]

Lugares Disponíveis Aeroporto						Δ %10/09				Quota %			
	Tradic.	Low Cost	Soma Regular	Charters	Total	Tradic.	Low Cost	Charters	Total	Tradic.	Low Cost	Charters	Total
<b>Porto</b>	123,7	0,0	123,7	0,6	124,3	8,5	-	-	8,5	99,6	0,0	0,4	100,0
<b>Lisboa</b>	1.594,0	0,0	1.594,0	8,8	1.602,9	10,6	-	-8,1	10,5	99,4	0,0	0,6	100,0
<b>Faro</b>	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	-	-	-54,4	-54,4	0,0	0,0	100,0	100,0
<b>Açores</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-100,0	-	-100,0	-100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Madeira</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-100,0	-	-100,0	-100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total</b>	1.717,8	0,0	1.717,8	9,9	1.727,7	10,4	-	-7,8	10,3	99,4	0,0	0,6	100,0

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Em 2010, constata-se que a evolução do número de lugares em voos tradicionais está em crescimento para os aeroportos de Lisboa e Porto. As operações *low cost* são nulas decorrente das longas distâncias entre os dois mercados. Por sua vez, as operações *charter* estão em declínio para a generalidade dos aeroportos nacionais.

Lisboa e Porto são predominantemente servidos por operações regulares, capacidade que registou um acréscimo acima dos dois dígitos. A Madeira, os Açores e o Algarve são exclusivamente servidos por operações *charter*, contudo, apresentam uma capacidade de tráfego inexistente.

Nesse ano, os voos tradicionais apresentaram uma quota de 99,4% e os voos *charter* concentraram 0,6% dos lugares oferecidos, o que representa um ganho de quota dos voos tradicionais (+0,1 p.p.) em contraste com a perda de quota dos voos *charter* (-0,1 p.p.).

Em 2010, Lisboa registou uma quota de 92,8% da capacidade aérea (lugares) disponível para Portugal, seguida do Porto, com uma quota de 7,2%, o que se reflecte na representatividade dos dois destinos no contexto nacional.

## Brasil

### Transporte Aéreo com origem no Brasil [2010]

Passageiros Desembarcados (milhares) Aeroporto	2010				Δ% 10/09				Quota %			
	Trad.	LC	Charter	Total	Trad.	LC	Charter	Total	Trad.	LC	Charter	Total
<b>Porto</b>	53,7	0,0	0,5	54,3	26,0	-	-	27,2	99,0	0,0	1,0	100,0
<b>Lisboa</b>	673,4	0,0	3,4	676,8	24,1	-	-18,9	23,8	99,5	0,0	0,5	100,0
<b>Faro</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-87,4	-87,4	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Açores</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Madeira</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-100,0	-100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total</b>	727,1	0,0	4,0	731,1	24,2	-	-9,2	24,0	99,5	0,0	0,5	100,0

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Dos cerca de 731,1 milhares de passageiros brasileiros desembarcados em Portugal, em 2010, cerca de 99,6% tiveram como destino Lisboa (676,8 mil). Porto posiciona-se em 2º lugar, com uma quota de 7,4% correspondente a 54,3 mil passageiros. Faro, Açores e Madeira apresentam quotas nulas.

A nível global, em 2010, registo para o comportamento positivo dos aeroportos de Lisboa e Porto, com taxas de crescimento deste mercado de 23,8% e 27,2%, respectivamente, face a 2009.

Em 2010, os passageiros desembarcados em operações tradicionais representaram 99,5% do total dos desembarcados, sendo esta proporção de 99,5% para Lisboa e 99,0% para o Porto. Por sua vez, os voos *charter* registaram uma quota na ordem dos 0,5%.

Em 2010, o número de passageiros brasileiros desembarcados em Portugal em voos tradicionais registou um acréscimo de (+24,2)% face ao ano anterior, ou seja, +141,8 mil passageiros. Nos últimos anos, observa-se uma tendência de ganho de quota por parte dos voos tradicionais face à quebra registada nos voos *charter*.

### Passageiros Desembarcados entre o Brasil e Portugal [2010]

Passageiros Desembarcados Origem	PORTO				LISBOA				FARO			
	Valor	Δ % 10/09	Quota	Δ 10/09 pp	Valor	Δ % 10/09	Quota	Δ 10/09 pp	Valor	Δ % 10/09	Quota	Δ 10/09 pp
Sao Paulo, Guarulhos	26.790	32,7	49,4	2,0	137.374	26,5	20,3	0,4	6	-	30,0	30,0
Rio de Janeiro, Galeão	27.456	22,3	50,6	-2,1	128.150	24,0	18,9	0,0	14	-	70,0	70,0
Fortaleza	0	-	0,0	0,0	77.024	12,3	11,4	-1,2	0	-	0,0	0,0
Salvador	4	-	0,0	0,0	75.464	11,6	11,1	-1,2	0	-100,0	0,0	-100,0
Recife	0	-	0,0	0,0	74.074	23,4	10,9	0,0	0	-	0,0	0,0
Brasília	0	-	0,0	0,0	71.036	22,2	10,5	-0,1	0	-	0,0	0,0
Belo Horizonte-Tanc. Neves	0	-	0,0	0,0	55.767	36,3	8,2	0,8	0	-	0,0	0,0
Natal	0	-	0,0	0,0	41.949	8,1	6,2	-0,9	0	-	0,0	0,0
Sao Paulo, Viracopos	0	-	0,0	0,0	14.680	-	2,2	2,2	0	-	0,0	0,0
Maceio	0	-	0,0	0,0	955	37,0	0,1	0,0	0	-	0,0	0,0
Outros	0	-	0,0	0,0	366	-	0,1	0,1	0	-	0,0	0,0
<b>Total</b>	<b>54.250</b>	<b>27,2</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>676.839</b>	<b>23,8</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>20</b>	<b>-87,4</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Em 2010, São Paulo Guarulhos constituiu o principal aeroporto de origem do tráfego aéreo para o Porto, com uma quota de 32,7%, logo seguido do aeroporto do Rio de Janeiro Galeão que concentra uma quota de 22,3%. Os voos operados pela TAP com 3 frequências médias semanais contribuem para a alta representatividade destes 2 aeroportos.

Relativamente a Lisboa, o aeroporto de São Paulo Guarulhos concentrou cerca de 20,3% do total de fluxos de passageiros da Alemanha, seguido do aeroporto do Rio de Janeiro Galeão (18,9%) com os voos a serem gerados pela TAP (11 frequências medias por semana para cada aeroporto).

Seguem-se, Fortaleza (quota 11,4%), Salvador (11,1%), Recife (10,9%), Brasília (10,5%), Belo Horizonte (8,2%) e Natal (6,2%). Destaque para TAP, com grande peso no transporte de passageiros oriundos destes aeroportos com 7 frequências médias por semana para os 4 primeiros destinos e 6 para Belo Horizonte e 4 para Natal.

Com destino a Faro, vieram somente 14 passageiros oriundos da companhia Iberia via Aeroporto do Rio de Janeiro e de São Paulo 6 passageiros transportados pela companhia TAG Aviation Espana e Net Jets (aviação executiva).

### Passageiros Desembarcados entre o Brasil e Portugal [2010]

Passageiros Desembarcados Origem	AÇORES				MADEIRA				TOTAL PORTUGAL			
	Valor	Δ 10/09	Quota	Δ 10/09 pp	Valor	Δ 10/09	Quota	Δ 10/09 pp	Valor	Δ 10/09	Quota	Δ 10/09 pp
Sao Paulo, Guarulhos	0	-	0,0	0,0	0	-100,0	0,0	0,0	164.170	27,2	22,5	0,6
Rio de Janeiro, Galeão	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	155.620	23,7	21,3	0,0
Fortaleza	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	77.024	12,3	10,5	-1,1
Salvador	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	75.468	11,4	10,3	-1,2
Recife	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	74.074	23,4	10,1	0,0
Brasília	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	71.036	22,2	9,7	-0,1
Belo Horizonte-Tanc. Neves	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	55.767	36,3	7,6	0,7
Natal	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	41.949	8,1	5,7	-0,8
Sao Paulo, Viracopos	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	14.680	0,0	2,0	2,0
Maceio	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	955	37,0	0,1	0,0
Outros	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	366	-	0,1	0,1
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>731.109</b>	<b>24,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

No que se refere aos Açores, e à Madeira, os fluxos aéreos provenientes do Brasil são inexistentes, ou seja, o número de passageiros desembarcados foi nulo.

Em termos globais, em 2010, os aeroportos de São Paulo Guarulhos e Rio de Janeiro Galeão, são as principais zonas de origem do tráfego aéreo para Portugal, com quotas de 22,5% e 21,3%, respectivamente, correspondente a 164,2 mil e 155,6 mil passageiros desembarcados em Portugal.

Seguem-se numa 2ª linha Fortaleza (quota 10,5% correspondente a 77,0 mil passageiros), Salvador (quota 10,3% e 75,5 mil passageiros), Recife (quota 10,1% e 74,1 mil passageiros), Brasília (quota 9,7% e 71,0 mil passageiros), Belo Horizonte (quota 5,7% e 41 mil passageiros), Natal (quota 5,7% e 41,9 mil passageiros).

Numa 3ª linha a encerrar o TOP 10, surgem aeroportos de São Paulo Viracopos (quota 2,0% e 28,5 mil passageiros) e Maceió (quota 0,1% e 955 passageiros).

A TAP concentra uma quota global de 99,6% do total de fluxos de passageiros desembarcados provenientes do Brasil.

# Dossier de Mercado

## Brasil



### Operadores Turísticas com destino Portugal - 2011

Operadores Turísticos			
Abreutur	CR Viagens	Master Turismo	RCA Op. T.
ADV Tour Oper. Turismo	CVC Viagens	Mercatur Op.	Século XXI
Agaxtur	Designer Turismo	Mk Travel	Soft Travel
Ancoradouro	Discover The World	Monark Turismo	Tia Augusta
Aquarella Turismo	Flot Operadora	Mr Trip Op. Tur.	Trade Tours
Bon Voyage	Françatur Op.	Nascimento Tur.	Transibérica
Bon Voyage Operadora	Gênesis Turismo	Nett Voyages O. T.	Turismundo
Carlson Wagonlit Travel	Interep Represent.	New Age Tour Op.	Vera Parodi
Cent. Peregrinações	Interpoint	New Line Tour Op.	Visual Tur.
CIT Viagens	Lusanova	Nova Airtour	
CLM Viagens e Turismo	Maktour Viag. e Tur.	Polvani Tours	
Coraltur Turismo e Câmbio	Mala & Cuia Op. T.	Queensberry V. T.	

FONTE: Embratur

Existem cerca de 45 operadores turísticos com programas para Portugal, a maior parte sediada em São Paulo (80%). Os produtos turísticos com maior procura dos turistas brasileiros na Europa são a Cultura, a Religião e a Gastronomia.

No caso de Portugal, os Circuitos, os *Fly & Drive* (grande crescimento) e as Estadias em Pousadas ou Turismo de Habitação, são as propostas mais frequentes nos catálogos dos operadores. Lisboa é programada por cerca de 45 operadores do mercado. O Norte e Centro surgem na 2ª posição, com 40 operadores, respectivamente.

### Operadores Turísticos que programam Portugal [2011]

Produto	Número de Operadores Turísticos
Religioso/Cultural	15
Pousadas	24
Solares	12
Rent-a-car	32
Hotelaria	45
Negócios/Incentivos	18

FONTE: Operadores Turísticos/Agências de Viagens - Embratur

### Operadores Turísticos que programam Portugal [2011]

Destino	Número de Operadores Turísticos
Norte	40
Centro	40
Lisboa	45
Alentejo	31
Algarve	30
Açores	16
Madeira	23

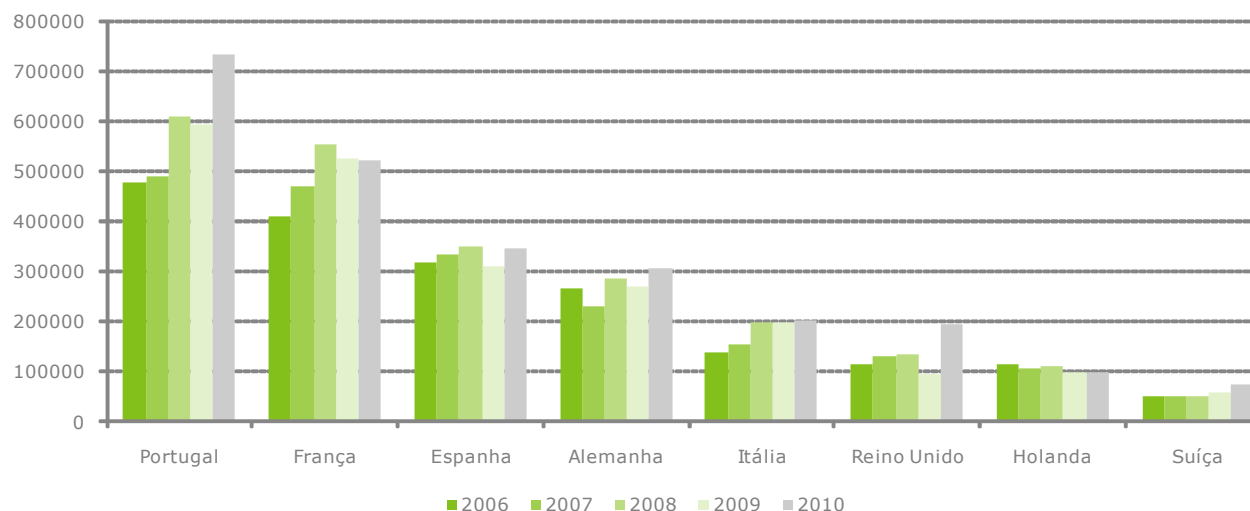
FONTE: Operadores Turísticos/Agências de Viagens - Embratur

### 6. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Portugal lidera o *competitive set* dos destinos europeus no que reporta ao total de fluxos aéreos de passageiros de *outbound* do mercado brasileiro, em resultado das operações da TAP (que registam uma maior proliferação do número de rotas face à Ibéria, Air France, Lufthansa, British Airways, TAM, KLM, Swiss Air e Alitalia).

Em 2010, a dimensão do mercado português foi 1,4 e 2,1 vezes superior à dimensão do mercado francês e espanhol, correspondendo a 732,7 milhares vs. 522,5 e 344,5 milhares, mercados esses que se destacaram na 2<sup>a</sup> e 3<sup>a</sup> posição no contexto europeu.

**Fluxo aéreo de Passageiros com origem no mercado brasileiro e destino principais mercados europeus**



Fonte: ANAC - Agência Nacional da Aviação Civil

## Brasil



Entre 2006 e 2010 os maiores crescimentos médios anuais são protagonizados pelo Reino Unido (+13,5%) e Portugal (+11,2%).

Itália e Suíça registam também performances positivas, com taxas de crescimento médias anuais de 10,0% e 9,5%, respectivamente.

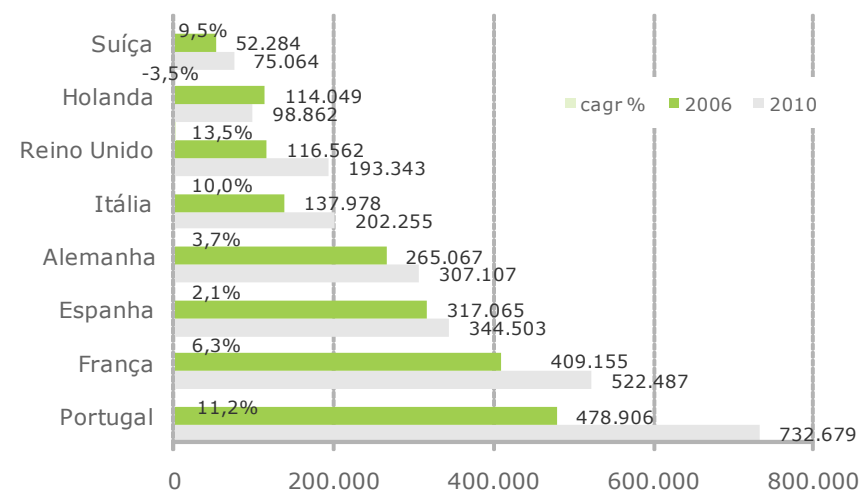
Registo para os crescimentos moderados por parte da Espanha (+2,1%) e Alemanha (+3,7%) e comportamento negativo da Holanda (-3,5%) no período em referência.

Com base nos dados da Panrotas, no 1º trimestre de 2011 (dados acumulados), Portugal foi o país europeu com maior capacidade aérea oferecida no mercado, ou seja, 58.312 lugares/ semana de saídas do Brasil com destino para a Europa.

Igualmente em termos de capacidade aérea, a França Espanha e a Alemanha evidenciam-se com 47.924, 30.944 e 25.700 lugares semanais oferecidos com origem nos aeroportos brasileiros.

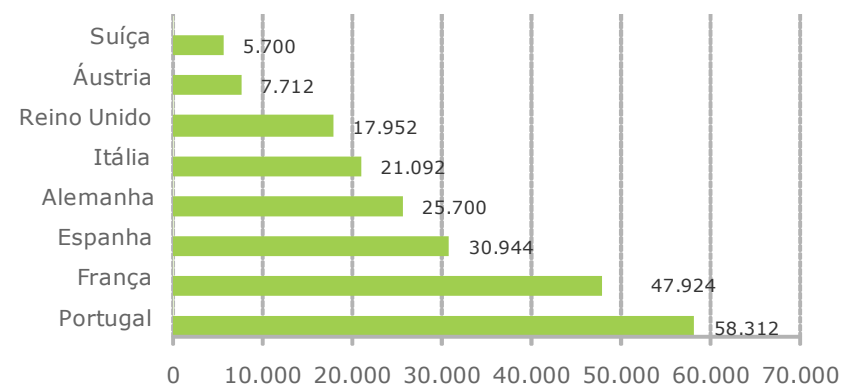
A Europa detém grande capacidade aérea, a título indicativo, o mês de Março de 2011 totalizou 198 frequências semanais correspondentes a 43.787 lugares.

### Voos com origem no Brasil / Principais países da Europa - número de passageiros



FONTE: ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil

### Total de lugares semanais acumulado 1º trimestre 2011



FONTE: Panrotas

## Brasil

### 7. ANÁLISE SWOT

#### Forças

- Dimensão do mercado;
- Diversificação de produtos e destinos;
- Fortes ligações históricas e culturais com Portugal;
- Destino compacto (pouca distância entre cidades, tempo de viagem reduzido);
- Facilidade linguística;
- Operação de grupos hoteleiros portugueses no Brasil;
- Transporte aéreo consolidado e em crescimento, e preços competitivos em comparação com o resto da Europa Ocidental;
- Portugal como porta de entrada para a Europa, inserido na zona euro;
- TAP maior transportadora de brasileiros para o exterior, nomeadamente para a Europa.

#### Fraquezas

- Crise da economia global e suas repercussões na União Europeia;
- Imagem ainda distorcida da realidade portuguesa (país envelhecido em relação a outros países da Europa);
- Oferta aérea (directa e regular) entre o Brasil e Portugal limitada a uma companhia (TAP);
- Na maior parte dos *packages*, os T.O. vendem Portugal como opcional;
- Falta de conhecimento do país pela maioria dos agentes de turismo que actuam no Brasil;
- Presença de poucos operadores portugueses no Brasil (Abreu, Lusanova e Lusotur, etc.);
- Concentração da procura em Lisboa.

### Brasil



#### Oportunidades

- Tamanho e potencial do mercado;
- Interesse crescente da comunicação social e *opinion leaders* por Portugal;
- Interesse dos brasileiros pela Europa em alta, economia estável, valorização cambial do real (turismo emissor internacional em alta);
- Aproveitamento das sinergias existentes entre Brasil e Portugal;
- Realização de eventos (ex. Rock in Rio);
- Criação de pacotes turísticos mais atractivos;
- Dada a forte influência e importância da TAP Portugal neste mercado, é estrategicamente importante estabelecer fortes parcerias em acções conjuntas de promoção;
- Reforço da imagem de Portugal através da promoção conjunta com Espanha no mercado brasileiro.

#### Ameaças

- Forte concorrência do mercado regional (EUA, Argentina) e de destinos com maior visibilidade na Europa (França, Reino Unido e Itália);
- Competitividade via preço de destinos emergentes;
- Instabilidade cambial, valorizando a opção do turismo interno, traduzido num maior incremento do mercado interno;
- Concorrência localizada na mesma área de influência;
- Crescimento do fluxo turístico brasileiro totalmente dependente da manutenção do "hub" da TAP em Lisboa;
- Preços de transporte aéreo;
- Agressividade da concorrência norte-americana no mercado.

## Brasil

### Ficha Técnica

© Turismo de Portugal, IP

**Título:**

### Dossier de Mercado Brasil

Direcção de Estudos e Planeamento Estratégico/Departamento de Informação Estatística

**Equipa técnica:**

Dr. António Mello (pesquisa e texto, Webdesign e tratamento de imagem)

**Edição:**

Outubro de 2011

Documento publicado no