

Inteligência em hospitalidade e entretenimento

Parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil:

Panorama setorial
e novos investimentos

2ª edição | 2024

sindepat 

 Adibra

 Noctua

Apresentação

O Sindepat, a Adibra e a Noctua têm o prazer de apresentar a **segunda edição** do estudo **Parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil: panorama setorial e novos investimentos**. A iniciativa tem como objetivo traçar um amplo panorama setorial, bem como identificar os principais investimentos em curso no país.

Nesta nova edição do estudo, foram mapeados **755 estabelecimentos**, que receberam cerca de **128 milhões de visitantes** e geraram um faturamento total de **aproximadamente R\$ 8,2 bilhões**. Adicionalmente, foram identificados **97 novos empreendimentos em desenvolvimento**, que totalizam **R\$ 9,5 bilhões em investimentos**. O setor segue em crescimento, tanto em performance como em novos projetos.

Agradecemos a todos que contribuíram para esse amplo e sólido panorama setorial. E reforçamos nosso compromisso de periodicamente atualizarmos os indicadores da pesquisa a todos envolvidos neste rico e dinâmico setor de entretenimento.

Boa leitura a todos!

Um abraço,

Equipe Sindepat, Adibra e Noctua



Carolina Negri

Presidente Executiva Sindepat
diretoria@sindepat.com.br



Vanessa Costa

Presidente da Adibra
vanessa.costa@morenospark.com.br



Pedro Cypriano

Founder & CEO da Noctua
pedro@somosnoctua.com.br

Agradecimentos

O Sindepat, a Adibra e a Noctua agradecem a todos que contribuíram para a realização da 2ª edição do estudo **Parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil: panorama setorial e novos investimentos**. Sem a valiosa dedicação de todos, os resultados aqui apresentados não seriam possíveis. Nossos sinceros agradecimentos às empresas, às associações e aos profissionais que forneceram informação para o estudo, representados abaixo por meio de suas organizações:

- Acqua Park
- Acquamania
- Aldeia das Águas Park
- Alpen Park
- Amazônia Aventura
- Apiário Embu
- Aviva Parques & Resorts
- Beach Park
- Beto Carrero
- Big Jump USA
- Big Land Entretenimento
- Bontur SA
- Cacau Show
- Castelo Park Aquático
- CIA Melhoramentos
- CITUR
- Connect Global
- Criamigos
- Eco Jordao S/A
- Eco Thermas Tupã
- Espaço Diversão
- Expoaqua
- Fábrica de Diversões
- Forma Turismo
- Foz Tropicana
- Game Point
- GGA Entretenimento
- GR Group
- Gramado Parks
- Grupo AMS
- Grupo Bambolim
- Grupo Cataratas
- Grupo Dreams
- Grupo Expoaqua
- Grupo Ferrasa
- Grupo Florybal
- Grupo Iter
- Grupo JS Andrade
- Grupo Mabú
- Grupo Marrecus
- Grupo Oceanic
- Grupo Playcenter
- Grupo Pophaus
- Hopi Hari SA
- Instituto Farol da Terra
- Instituto Paleorrota
- Lismar LTDA
- Lugano
- Magic City
- Magic Games
- Mauricio de Sousa Produções
- Mirage Park
- Moreno's Park
- Mundo a Vapor
- Natural Extremo
- Neo Geo Family
- Nina Brinquedos
- Padan
- Parks Brasil
- Parque Marisa Itaquera
- Parque Unipraias
- Parquetur
- Piri Park
- Pratygy Beach Resort
- Rio Bonito
- Serra Azul Water Park SA
- Show Play
- Skyglass Canela
- Soul Parques
- SRC Business
- Star Parks
- Grupo São Joaquim
- SurfLand Park
- Tarundu
- Thermas da Mata
- Turismo Itaipu - Brasil
- Urbia Cataratas SA
- Yuup Pay

As empresas responsáveis pelo estudo



Sindepat | Associação sem fins lucrativos, que reúne os principais parques e atrações turísticas do Brasil.

- Representamos e defendemos os interesses do setor junto aos Poderes Legislativo e Executivo, imprensa e mercado.
- Buscamos estabelecer bases sólidas para um contínuo crescimento dos negócios.
- Reforçamos a importância dos parques e atrações para o turismo nacional.
- Realizamos anualmente o Sindepat Summit, principal evento de entretenimento do país.

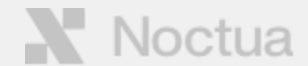
Saiba mais em: www.sindepat.com.br



Adibra | Mais de 200 empresas filiadas que representam cerca de 600 parques e fornecedores de serviços do setor de parques e atrações.

- Desempenha importante papel para o setor, incluindo parques e atrações: temáticos, itinerantes, aquáticos, FECs, infláveis e trampolim.
- Realiza eventos nacionais e internacionais, bem como o Prêmio Catavento, que homenageia líderes e personalidades, e o Prêmio Maurício de Sousa, que tem como objetivo fomentar e incentivar o setor.
- Promove a união e desenvolvimento sustentável do setor, consolidando a cultura da segurança e da excelência por meio da educação e capacitação, inovação, ética e responsabilidade social.

Saiba mais em: www.adibra.com.br



Noctua Advisory | Ecosistema em estruturação de negócios e gestão estratégica em hospitalidade e entretenimento. Quatro grupos de soluções de mercado:

- **Estratégia & Desenvolvimento:** Concepção e aceleração de novos negócios.
- **Performance & Gestão:** Gestão estratégica e performance comercial.
- **RM & Analytics:** Inteligência de mercado e análise de tendências.
- **Marketing & Inovação:** Novos produtos, marcas e experiências.

Saiba mais em: www.somosnoctua.com.br

Equipe do estudo

Sindepat | Sistema integrado de parques e atrações turísticas.



Carolina Negri
Presidente Executiva



Maria Izabel Reigada
Comunicação & Imprensa



Mary Guerra
Administrativo Financeiro



Magaly Vieira
Novos Negócios



Murilo Pascoal
Presidente do Conselho Sindepat

Adibra | Associação das Empresas de Parques de Diversões do Brasil.



Vanessa Costa
Presidente



Marcelo Beraldo
Vice-presidente



Carol Ayako
Diretora Executiva



Henry Hila
Diretor de Marketing



Filipe Defacio
Gerente Administrativo



Bete Nicastro
Assessora de Imprensa

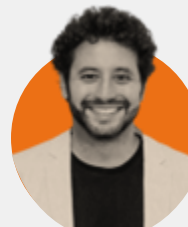
Noctua | Inteligência em hospitalidade e entretenimento.



Pedro Cypriano
Founder & CEO



Eduardo Martin
RM & Analytics



Henrique Campolina
Performance & Gestão



Felipe Marcondes
Short-term rental



Paulo Salvador
Marketing & Inovação



Giovanna Cagni
Gestão & Pesquisa



Renata Cassani
Consulting & Valuation

Parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil: Panorama setorial e novos investimentos

A pesquisa, conduzida pelo Sindepat, pela Adibra e pela Noctua, teve como propósito dar sequência ao abrangente panorama setorial elaborado em 2023 e destacar os principais novos investimentos em planejamento. O estudo apresentado oferece uma amostra significativa do mercado; no entanto, não engloba integralmente o setor de parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil. A seguir, apresentamos alguns esclarecimentos metodológicos:

- 1 Metodologia** | Foram utilizados quatro instrumentos de coleta de informação:
 - *Desktop research* das informações disponíveis no país e no mundo.
 - Questionário de caracterização da oferta atual no Brasil.
 - Questionário de identificação dos novos investimentos previstos no país.
 - Entrevistas em profundidade com empresas líderes nacionais.
- 2 Objeto de análise** | Empresas de entretenimento identificadas a partir dos seguintes critérios:
 - Lista inicial com associados ao Sindepat e à Adibra + *Desktop research*.
 - Empreendimentos de interesse turístico e voltados a residentes.
 - Concentração em destinos turísticos e nos principais centros urbanos.
 - Priorização de empresas de médio e grande portes.
- 3 Período de pesquisa** | O levantamento e a análise dos dados foram realizados entre o período de 02 de janeiro de 2024 e 30 de abril de 2024.
- 4 Empresas participantes** | Dos mais de 755 empreendimentos atuais identificados ao longo da pesquisa, 265 participaram dos questionários de coleta de informação. Adicionalmente, 97 novos projetos foram mapeados. Do total de respondentes, 92% estavam em posição de liderança. Nesta edição, iniciamos o mapeamento também de empresas de menor porte.
- 5 Fontes de informação** | Abaixo, as principais fontes de consulta utilizadas durante o estudo na fase de coleta de informações secundárias:
 - Informações disponíveis no Sindepat e na Adibra.
 - Mídias e canais digitais.
 - Órgãos de interesse público, como ICMBio, Semeia, Ministério do Meio Ambiente, Ambiente Brasil, Secretaria do Meio Ambiente e RPPNs.
 - Entidades internacionais, como a IAAPA e TEA | AECOM.
- 6 Condições restritivas** | A veracidade das informações depende das respostas sinalizadas pelos pesquisados. Este estudo não consiste em um censo, mas sim em um retrato do grupo de empresas do item 4 desta página. Todos os anos, enveredaremos esforços para ampliar a amostra para aumentar o alcance do estudo pelo país.

O universo de empreendimentos deste estudo

São diversos os grupos de empresas que compõem o universo do entretenimento. Algumas destinadas aos residentes locais de um município, outras também a turistas regionais e de todo o país. Abaixo, são indicadas as categorias de empreendimentos estudados:



Parques aquáticos | Oferecem principalmente atrações relacionadas à água, com cinco ou mais atrativos. Os parques tem comercialização de ingressos ou day-use.



Parques temáticos e de diversão | Empreendimentos em local fixo, não itinerante, com cinco ou mais atrações.



Atrações turísticas | Atrações voltadas para turistas, com tempo de visitação estimado em até 2h. Exemplo: rodas gigantes, aquários, zoológicos, etc.



Parques naturais | Áreas destinadas ao lazer ativo ou passivo, à preservação da flora e da fauna, bem como à melhoria ambiental nas cidades.



Parques itinerantes | Parques de diversão que se deslocam entre cidades, levando entretenimento por onde passam, com atrações para todos os públicos.



FEC | Centro de entretenimento familiar. Geralmente localizado em um complexo comercial, turístico ou de entretenimento. Oferece uma combinação de atividades *indoor*, como jogos de diversão.

Variáveis analisadas

Ao todo, 25 variáveis foram analisadas. Desde indicadores de desempenho até investimentos previstos no setor

Abaixo, a relação de variáveis analisadas no estudo, referentes à oferta atual e futura de parques, atrações turísticas e empresas de entretenimento no Brasil:



Localização



Tipologia



Ano de abertura



Vinculação à hotelaria



Dias abertos ao ano



Capacidade de visitação¹



Empregos terceirizados



Empregos diretos



Total de visitantes



Sazonalidade



Share de distribuição



Perfil da demanda



Classe social



Origem geográfica da demanda



Perfil dos ingressos¹



Estágio de desenvolvimento dos investimentos



Periodicidade de investimento



Novos investimentos



Funding dos investimentos



Política tarifária¹



Ticket médio



Estrutura de custos¹



Margem EBITDA¹



Otimismo no setor



Perspectivas 2024

¹As análises das variáveis sinalizadas serão disponibilizadas apenas às empresas que participaram da pesquisa.

Documento estruturado em três grandes partes: Contextualização, Oferta atual e Novos investimentos

A presente pesquisa foi estruturada em três grandes seções. Em um primeiro momento, são apresentados os grandes números disponíveis sobre o setor global e nacionalmente. Na sequência, analisam-se os principais dados da pesquisa primária, tanto com os gestores dos empreendimentos em operação, como dos novos projetos em estruturação.

1. Contextualização



Grandes números globais.
Informações encontradas na
fase de *desktop research*.

2. Oferta atual



Caracterização da oferta atual,
com base nas respostas dos
questionários *online* e nas
entrevistas em profundidade.

3. Novos investimentos



Identificação dos novos
investimentos, com base nos
questionários *online* e nas
entrevistas em profundidade.

Comentários das representantes da Adibra e do Sindepat sobre os resultados do estudo



Carolina Negri
Presidente Executiva do Sindepat

Dados confiáveis, que demonstrem a relevância dos parques e das atrações no desenvolvimento do turismo nacional, são fundamentais para defendermos os muitos pleitos que temos. A 2ª edição do Panorama Setorial é uma ferramenta essencial para apresentar junto aos Poderes Executivo e Legislativo o potencial de geração de emprego, distribuição de renda e capacidade de investimentos do nosso setor.



Vanessa Costa
Presidente da Adibra

Dados setoriais são essenciais para compreender o panorama e as tendências de um determinado setor, fornecendo *insights* valiosos para tomadas de decisão informadas. Por isso, é com grande satisfação que anunciamos o lançamento do segundo estudo setorial de parques e atrações turísticas. A cada ano, o estudo se torna mais robusto e abrangente, enriquecendo ainda mais suas análises e *insights*, permitindo que profissionais e *stakeholders* tomem medidas estratégicas para impulsionar o desenvolvimento e aprimorar a experiência do visitante.



2. Oferta atual

| | |
|---|----|
| Amostra e grandes números..... | 21 |
| Perfil da demanda | 27 |
| Performance | 33 |
| Perspectivas e avaliação setorial | 42 |
| Principais <i>insights</i> | 45 |



1. Contextualização

| | |
|-------------------------------|----|
| Grandes números globais | 13 |
|-------------------------------|----|



3. Novos investimentos

| | |
|----------------------------------|----|
| Projetos identificados | 49 |
| Perfil da demanda | 56 |
| Estágio de desenvolvimento | 61 |
| Principais <i>insights</i> | 65 |

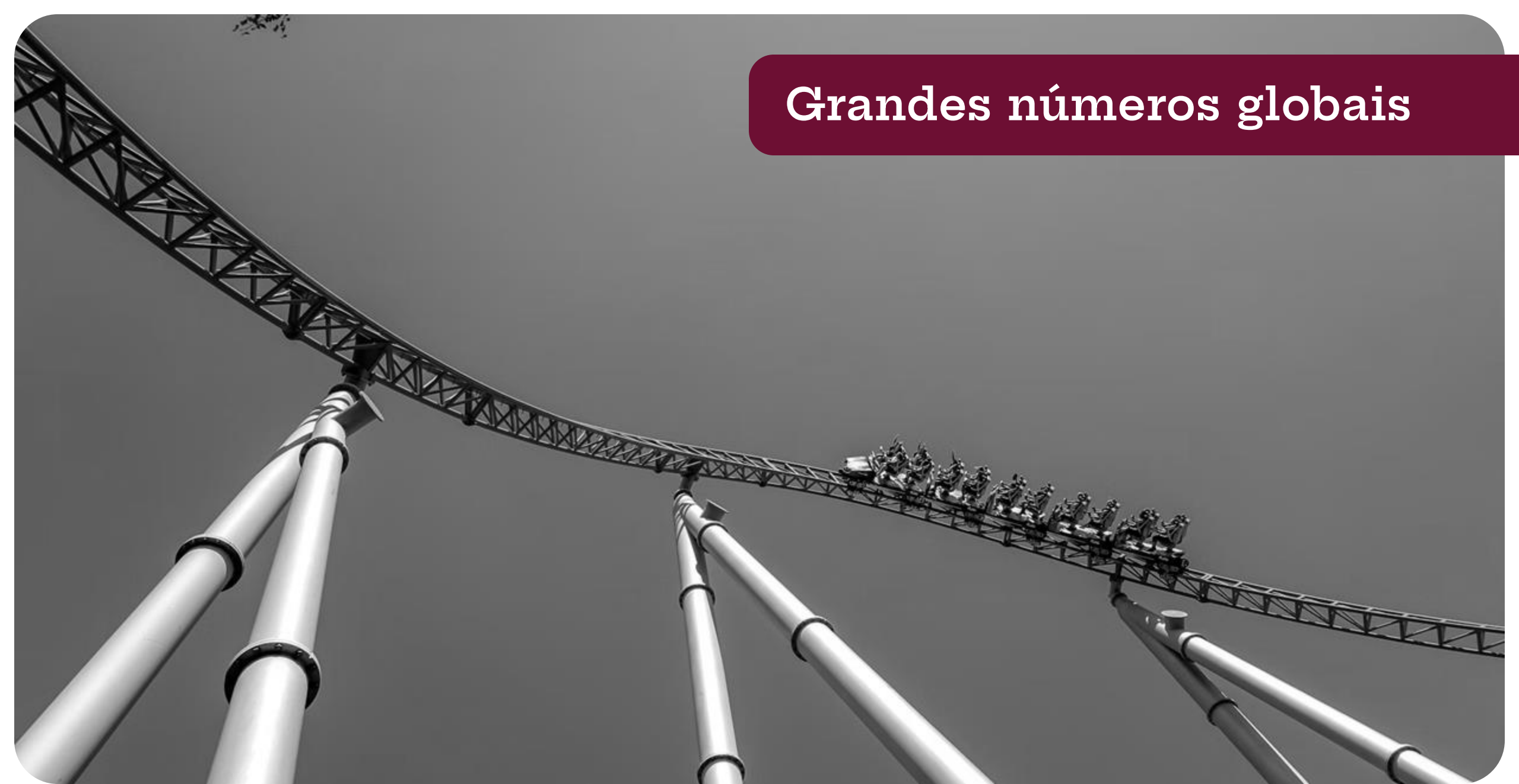
Contextualização

Bilhões de visitantes estimados nos principais parques do mundo

- Grandes números globais
- Visitantes nos parques
- Valor de mercado

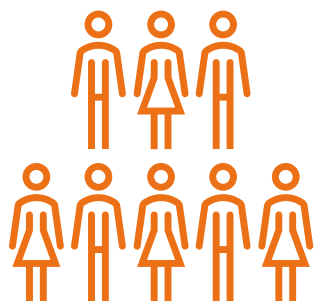


Grandes números globais

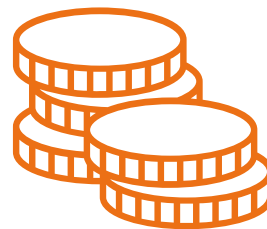


Setor bilionário, em valor e número de visitantes

Principais KPI's globais:



bilhões
de visitantes no mundo¹



US\$ 84 bilhões
em valor de mercado
global do setor²

“

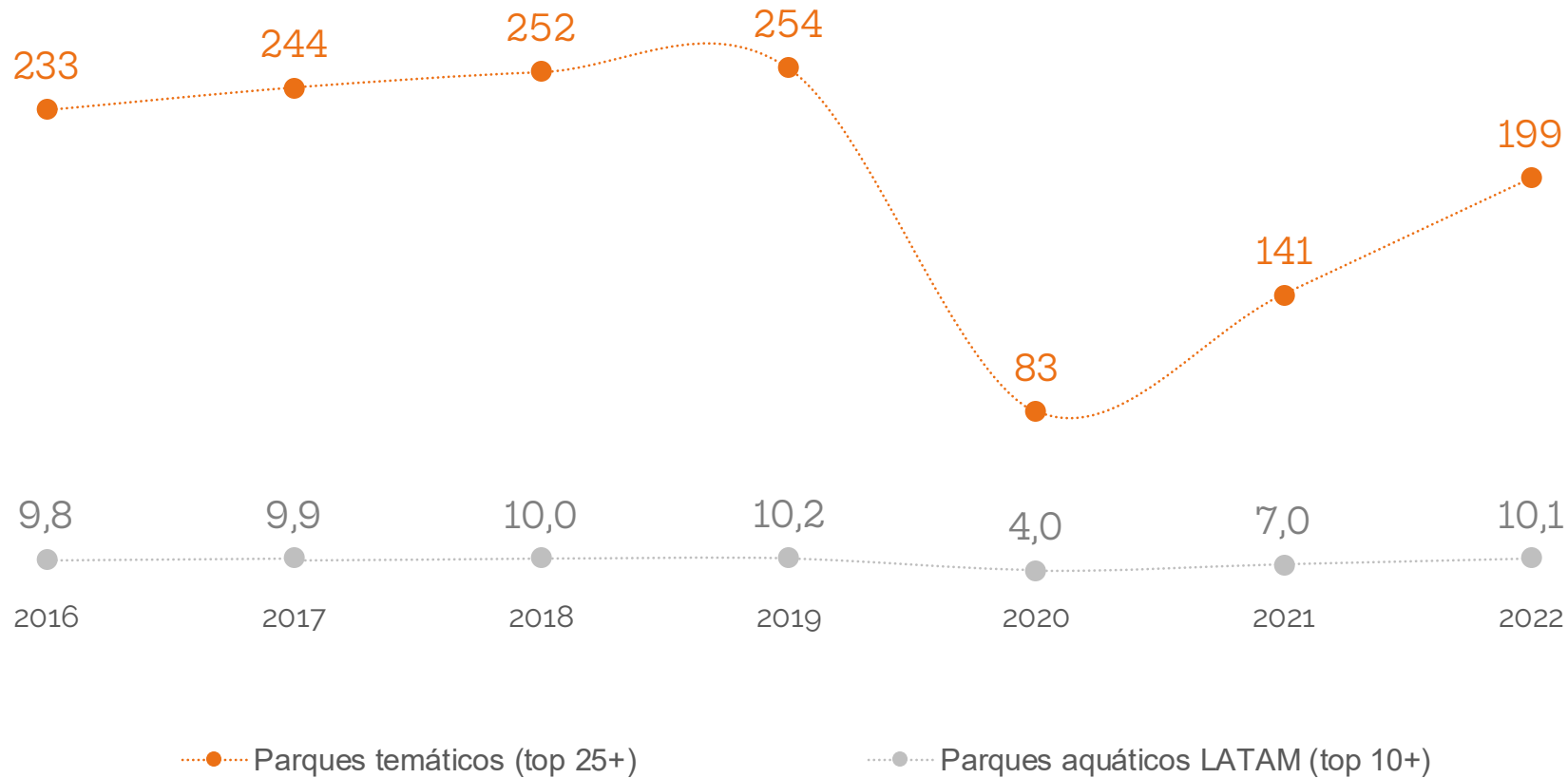
No mundo, estima-se bilhões de visitantes no setor de entretenimento¹. Apenas os 25 maiores parques registraram uma média de 8 milhões de visitantes por ano cada². A Disney, líder global, anunciou planos de investir US\$ 60 bilhões³ nos próximos 10 anos. Esses números impressionantes são apenas uma pequena amostra do vasto potencial que o setor de parques e entretenimento possui em escala global.

”

Fonte: ¹Estimativa feita pela Wilkofsky Gruen Associates | IAAPA Global Theme and Amusement Park Outlook (2021). ²Amusement Parks Global Market Report (2024) | The Business Research Company. Valor estimado com base em dados públicos e privados, e imputado em um modelo de cálculo considerando mais de 2.500 mercados em 48 países. O relatório mudou sua metodologia e alterou os números de 2023 de US\$ 107 bi para US\$ 80 bi. ³CNN Brasil (2023)

Performance atual em aceleração globalmente

Evolução de visitantes nos principais parques do mundo (milhão):



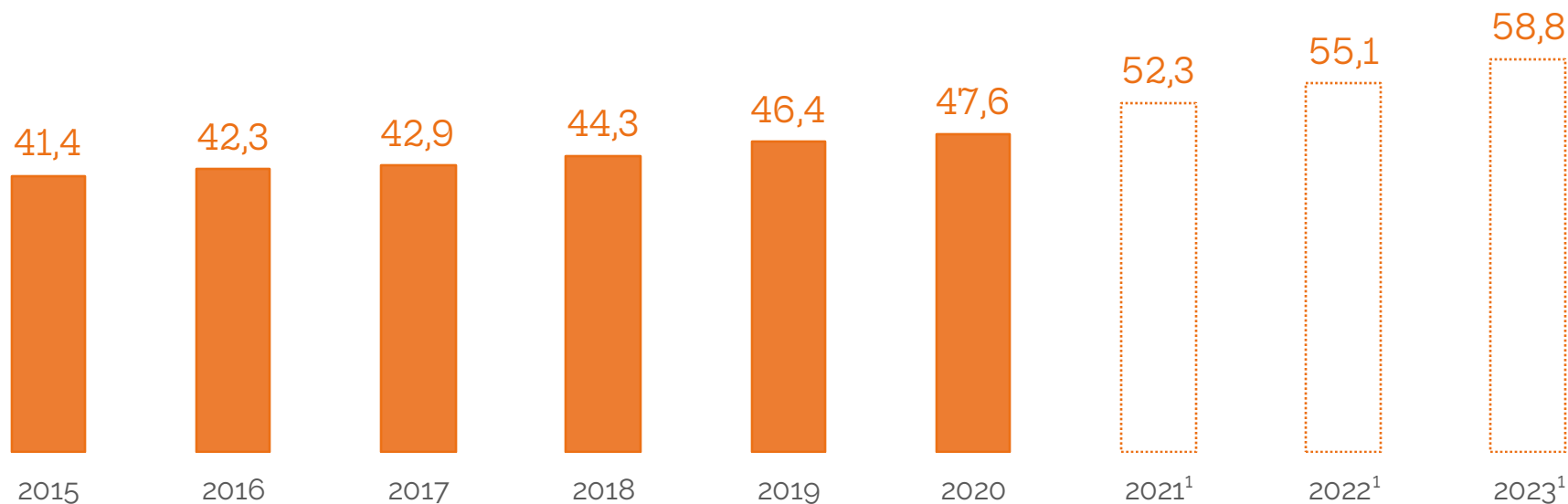
“

Em 2022, os parques ao redor do mundo ainda não haviam retornado completamente à normalidade pré-pandemia. Apesar de os dados de 2023 não terem sido divulgados, a evolução do setor de entretenimento segue em crescimento pelo mundo.

”

Gastos cresceram 2,8% a.a. entre 2015 e 2020

Gasto por visitante nos parques do mundo (US\$):



“

A IAAPA estima que o gasto per capita dos visitantes em parques temáticos seja de US\$ 58,8 em 2023, gerando uma receita total de US\$ 66,6 bilhões no setor.

”

¹Estimativa feita pelo Wilkofsky Gruen Associates | IAAPA Global Theme and Amusement Park Outlook (2021)

Valor das principais empresas chega a US\$ 387 bi

Valor de mercado (US\$) dos principais grupos de capital aberto de parques e entretenimento no mundo:



US\$ 214.88 bi¹



US\$ 155.37 bi²



US\$ 4,21 bi³



US\$ 3,23 bi



US\$ 1,99 bi



US\$ 2,06 bi



US\$ 1,16 bi³

“

Entre as empresas internacionais, o destaque vai para a Disney, que registrou um crescimento de 30%, impulsionado por lucros mais fortes do que o esperado nos últimos três meses de 2023, graças a cortes de custos e receitas crescentes de seus negócios de parques temáticos.

”

¹Valor Walt Disney Company. Estima-se que o setor de parques represente 36% da receita do grupo em 2023. ²Valor Comcast. Estima-se que o setor de parques represente 8% da receita do grupo em 2023. ³Merlin e Parques Reunidos não possuem capital aberto desde 2019 e as informações neste slide são referentes a este período.
Fonte: Companies Market Cap (2024) e Estadão (2024)

“

Entretenimento é um
“gigante” global.

**São bilhões de
visitantes no mundo.**

”



Oferta atual

+128 milhões de visitantes e
+R\$ 8,2 bi em faturamento

- Amostra e grandes números
- Perfil da demanda
- Performance setorial
- Perspectivas e avaliação setorial
- Principais *insights*



Escopo ampliado para mais 255 empreendimentos

Na versão anterior, os principais empreendimentos do setor já haviam sido mapeados. Porém, neste ano, o estudo está mais completo, uma vez que inclui o mapeamento de mais empreendimentos de médio e pequeno portes. Isso proporciona uma visão mais abrangente e detalhada do panorama atual do setor de entretenimento, considerando uma variedade maior de estabelecimentos.



2023
500

empreendimentos
mapeados



R\$ 7,1 bi

faturamento
no setor



89 mi

visitantes



R\$ 3,7 bi

em reinvestimento

2024
755

empreendimentos
mapeados

R\$ 8,2 bi

faturamento
no setor

128 mi

visitantes

R\$ 5,9 bi

em reinvestimento

Amostra e grandes números



755 empreendimentos identificados. Respostas de 265

Esse capítulo tem como foco os resultados da pesquisa primária conduzida pelo Sindepat, Adibra e Noctua. Dos mais de 755 empreendimentos identificados, as respostas obtidas nos questionários do estudo compreendem 265 unidades. Apesar de o estudo não ser censitário, ele compreende uma parte expressiva das principais empresas de entretenimento no país.



52

parques de diversão
e temáticos
identificados

29

responderam os
questionários



62

parques
aquáticos
identificados

28

responderam os
questionários



+396

FECs¹
identificadas

172

responderam os
questionários



+67

parques
itinerantes
identificados

2

responderam os
questionários



135

atrações
turísticas
Identificadas²

16

responderam os
questionários



43

parques naturais
sob concessão³
identificados

18

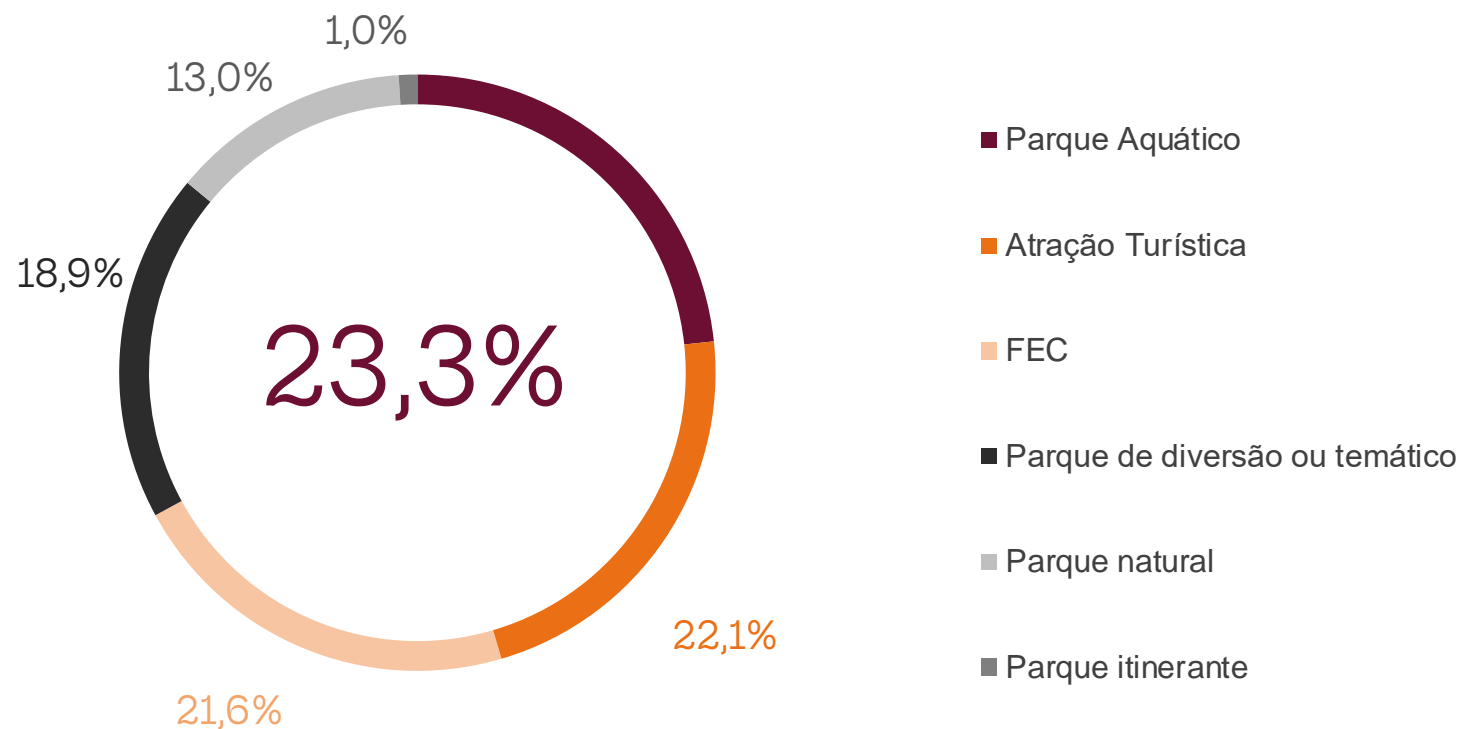
responderam os
questionários

¹Centro de entretenimento familiar. Parques de trampolim foram inclusos neste segmento. ²Atrações turísticas, rodas-gigantes, teleféricos, zoológicos, aquários, etc.

³Parques municipais,

Parques aquáticos têm a maior relevância no mercado

Distribuição das empresas de entretenimento identificadas por **faturamento**:



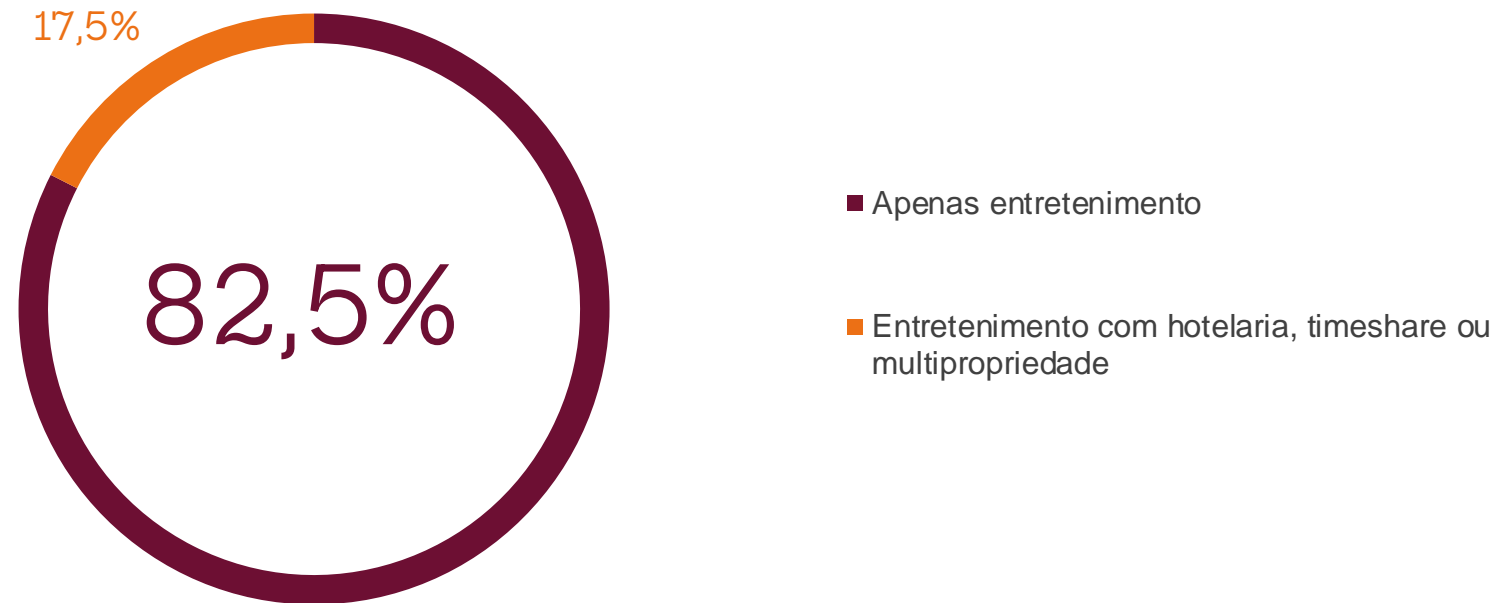
“

No Brasil, os parques aquáticos emergem como uma tendência robusta devido ao clima favorável, assumindo a maior representatividade em termos de faturamento no setor. Na sequência, as atrações turísticas ganham destaque, inclusive por sua amplitude e diversidade de visitantes.

”

17,5% das empresas possuem negócios de hospitalidade

Negócios ofertados junto aos empreendimentos existentes
(sem FECs e parques itinerantes):



“


Atualmente, cerca de 17,5% das opções de entretenimento existentes estão vinculadas a empreendimentos hoteleiros, de multipropriedade ou *timeshare*. A inclusão de entretenimento em projetos turístico-imobiliários é uma prática comum para aumentar a atratividade do complexo. Especificamente, ao considerarmos apenas parques de diversão e aquáticos, esse número aumenta para 41% da oferta.

”

Oferta distribuída entre 24 estados e 147 cidades

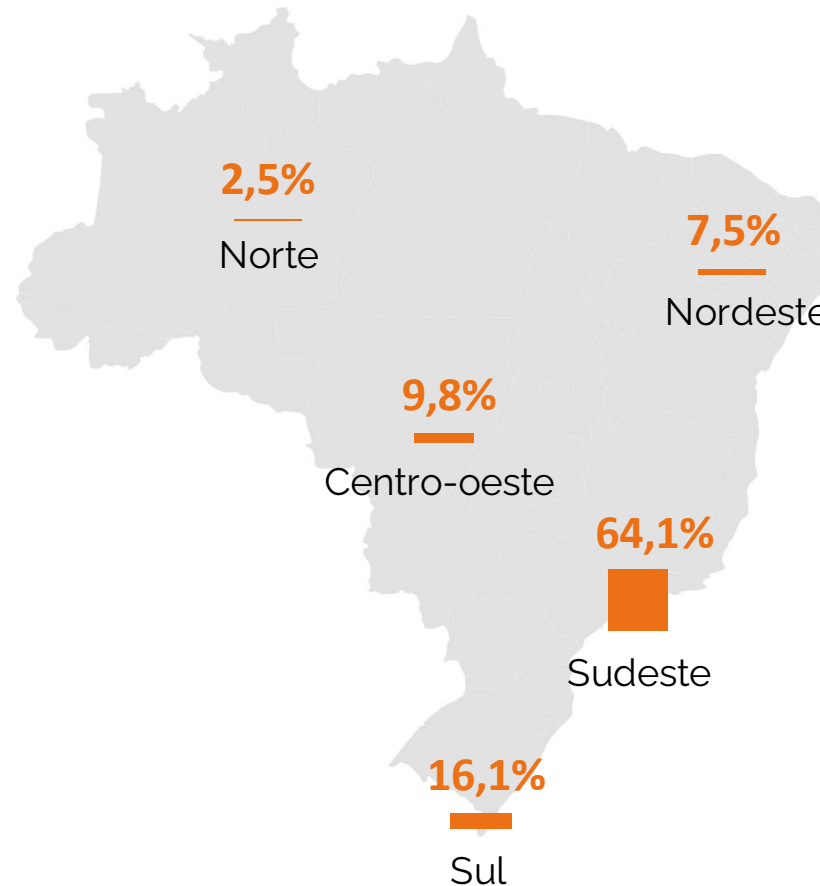


24
Estados representados¹



147
Cidades representadas¹

Oferta de empresas de entretenimento por região¹:



“

O entretenimento possui capilaridade nacional, em cidades de diferentes perfis. No entanto, é comum a concentração em grandes polos urbanos e em cidades turísticas, onde há maior volume potencial de visitantes e de consumo.

”

¹Não foram considerados parques itinerantes na análise. Percentuais de respondentes calculados sobre o universo do estudo. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

Um setor de 128 milhões de visitantes ao ano

Principais indicadores referentes ao ano de 2023:



**+180
mil**

empregos, entre
diretos, terceiros e
indiretos¹



**+128
milhões**
de visitantes



**+R\$ 8,2
bilhões**
em faturamento

Perfil da demanda

Predominância de família com crianças por todo o país

Perfil de renda, origem geográfica e faixa etária da demanda predominantes¹:



Renda familiar



Faixa etária



Residência permanente

Parques e atrações turísticas

Classes B e C, com renda domiciliar entre R\$ 2,9 mil e R\$ 22 mil

Crianças de até 10 anos a adultos de até 59 anos

Local, regional e nacional

FECs

Classes B e C, com renda domiciliar entre R\$ 2,9 mil e R\$ 22 mil

Crianças de até 10 anos a adolescentes

Concentração local

“

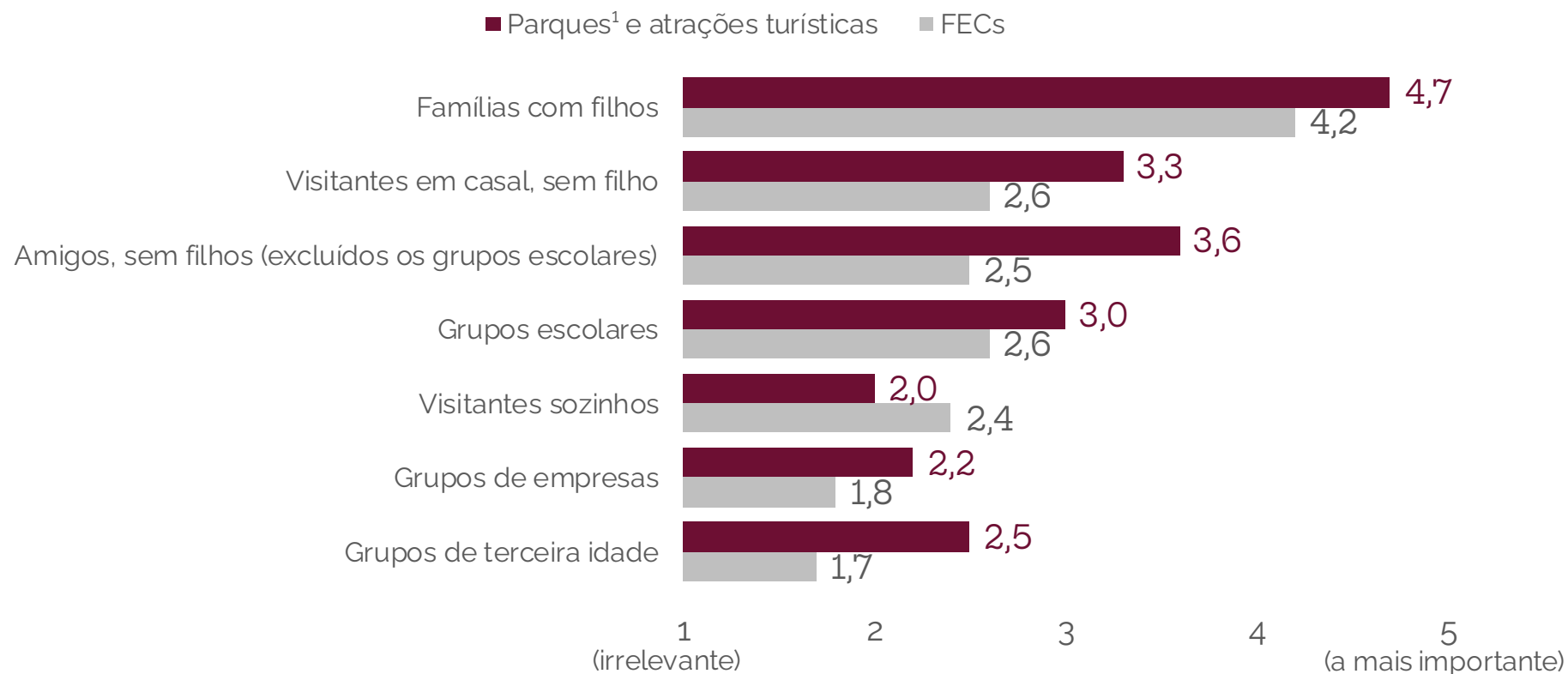
Para parques e atrações turísticas, o público mais relevante é das classes B e C, incluindo a participação de demanda regional e nacional, com residência permanente a mais de 100 km dos estabelecimentos. Por outro lado, nas FECs a origem dos visitantes é majoritariamente local. Em comum, ambos os perfis de empreendimentos têm como público predominante as famílias com crianças da classe média.

”

¹A amostra de respondentes desta pesquisa inclui parques temáticos, parques aquáticos, FECs, atrações turísticas, parques itinerantes e parques naturais. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

Famílias com filhos são o grupo mais relevante

Relevância de cada **perfil de visitante** nos empreendimentos:

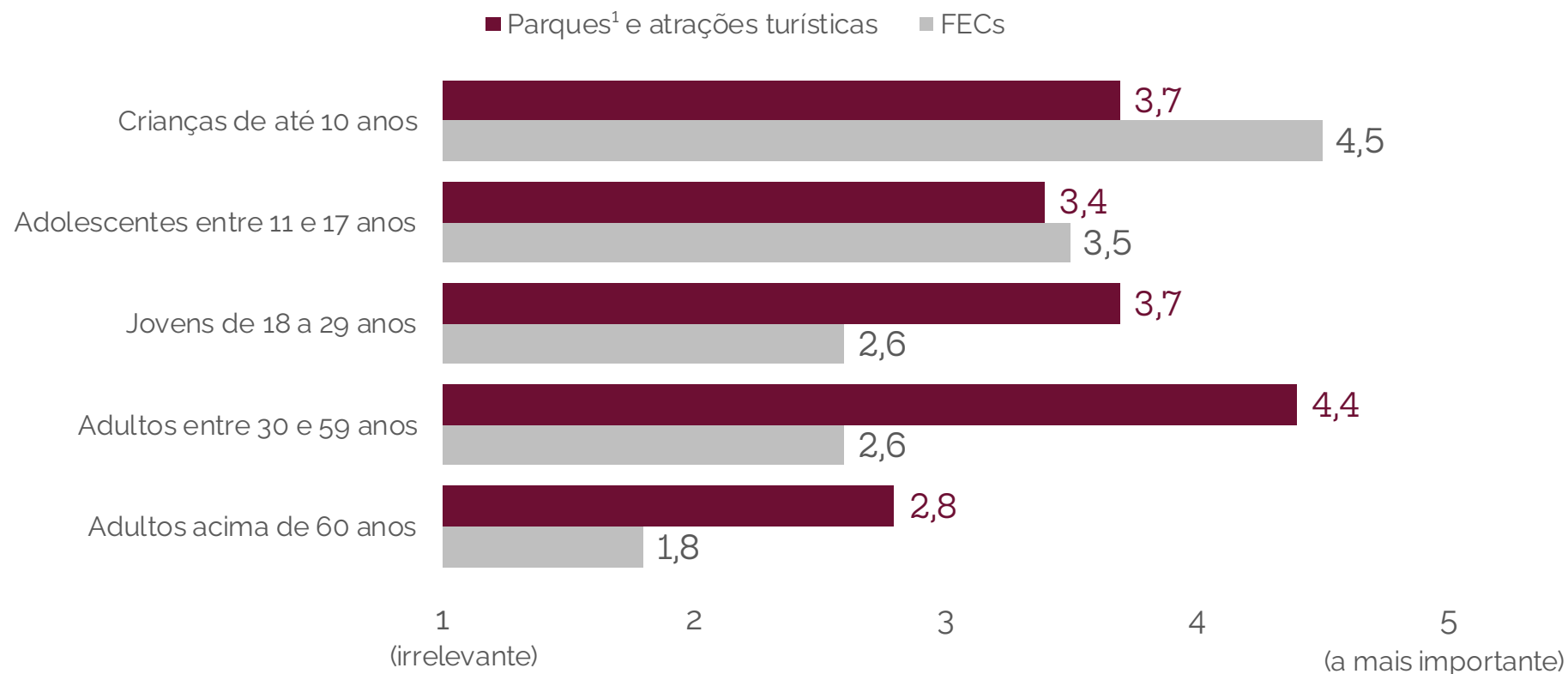


“ Grupos organizados, como escolares, corporativos e de idosos, estão conquistando maior espaço no mundo do entretenimento, porém ainda são menos expressivos. As famílias com filhos são o público majoritário tanto de parques, atrações turísticas e FECs pelo Brasil. ”

¹Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

Adultos (+30 anos) e crianças de até 10 anos se destacam

Relevância de cada **faixa etária** na demanda média anual do empreendimento:



“

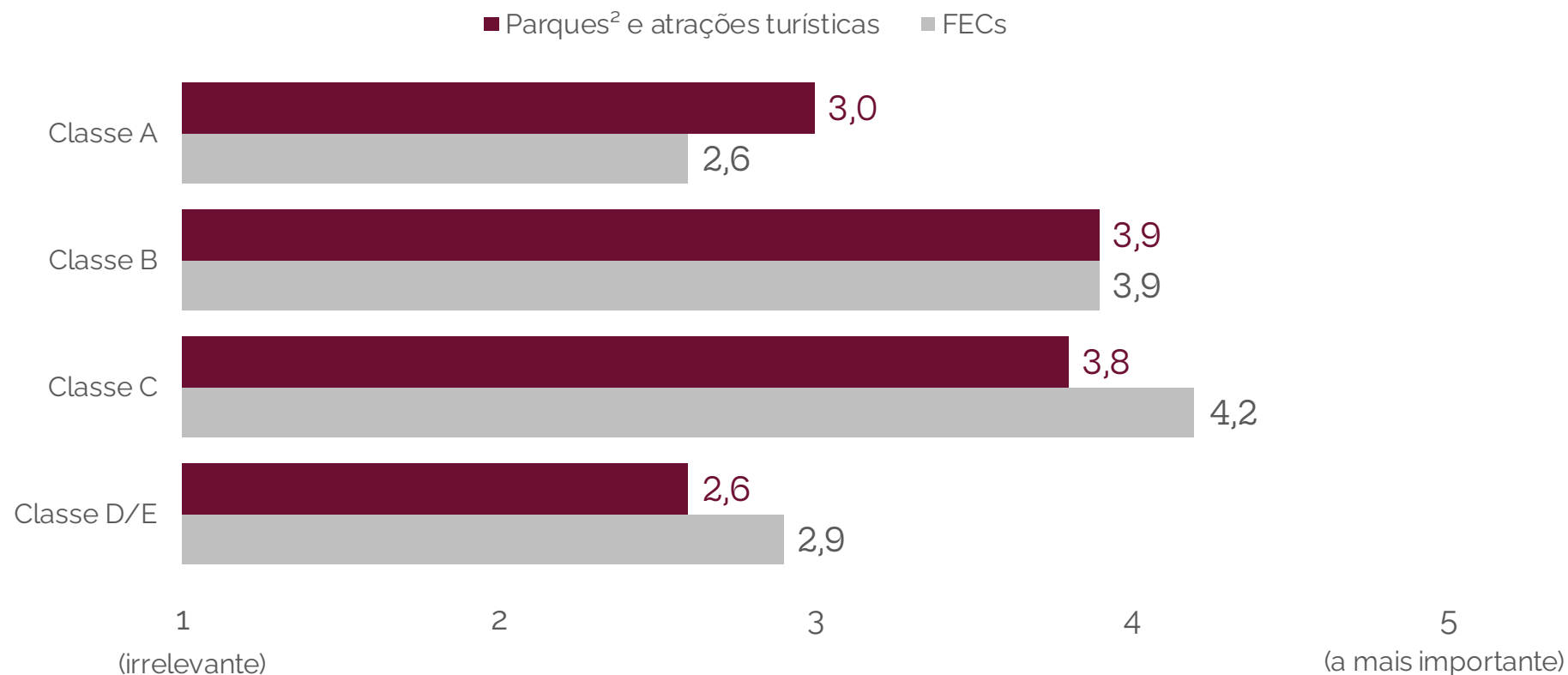
Crianças de até 10 anos desempenham um papel crucial nas FECs, representando o perfil mais importante nesse tipo de estabelecimento. Para os parques e atrações turísticas, observa-se uma distribuição maior entre os demais perfis de demanda, incluído crianças, jovens e adultos.

”

¹Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

Prevalência das classes B e C

Relevância de cada **classe social**¹ na demanda média anual do empreendimento:

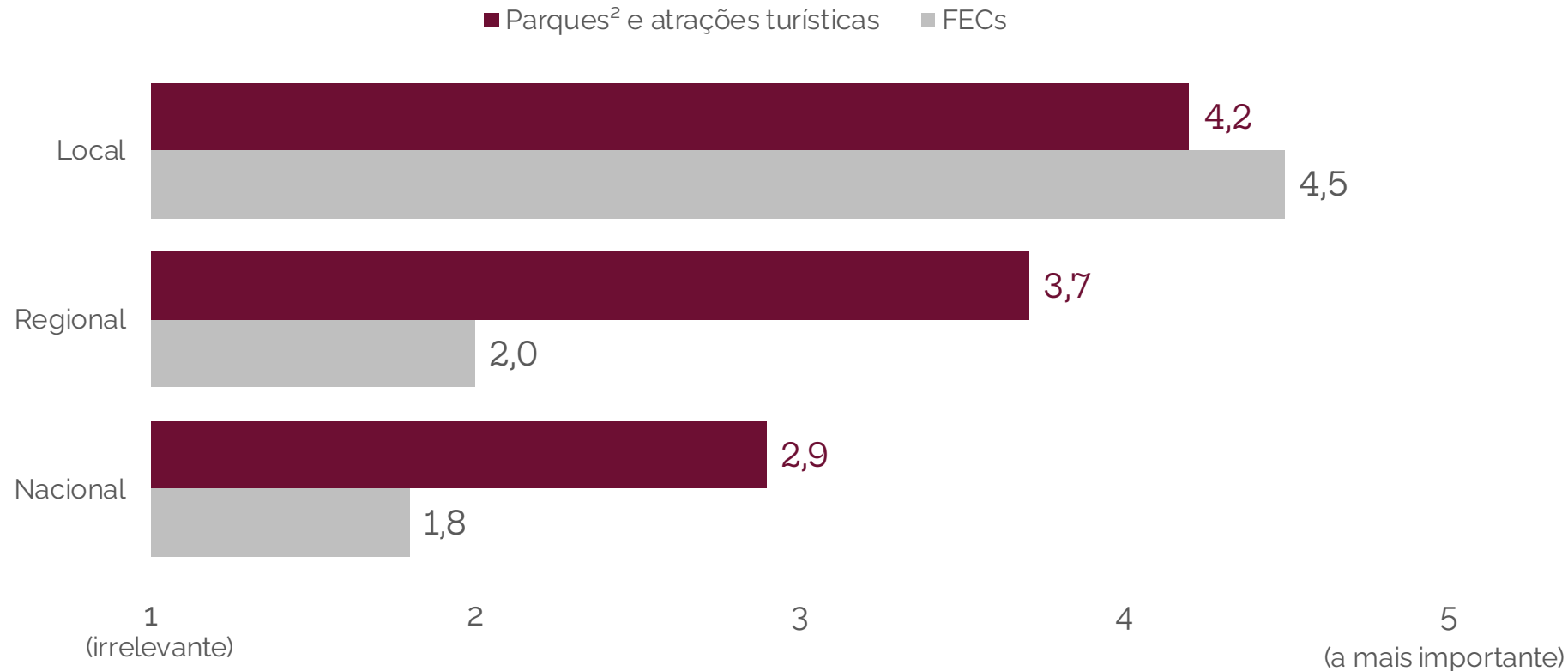


“
 No Brasil, uma variedade de empreendimentos está disponível para atender públicos com diferentes perfis de renda. No entanto, observa-se maior concentração nas classes B e C. Para a classe A, o predomínio é em parques e atrações turísticas, em razão de serem empreendimentos com ticket médio mais elevado.”

¹Classe A (renda mensal domiciliar superior a R\$ 22 mil), Classe B (renda mensal domiciliar entre R\$ 7,1 mil e R\$ 22 mil), Classe C (renda mensal domiciliar entre R\$ 2,9 mil e abaixo de R\$ 7,1 mil), Classes D/E (renda mensal domiciliar abaixo de R\$ 2,9 mil). ²Parques de diversão, naturais e atrações turísticas. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

A relevância do público local é notória

Relevância de cada **origem geográfica**¹ na demanda média anual do empreendimento:



“

Para as FECs, o principal público consumidor é o local, residente nas próprias cidades. Por outro lado, os parques e as atrações turísticas, além do público local, possuem potencial de atração também regional e nacional, sendo importantes indutores de turismo em diversos municípios.

”

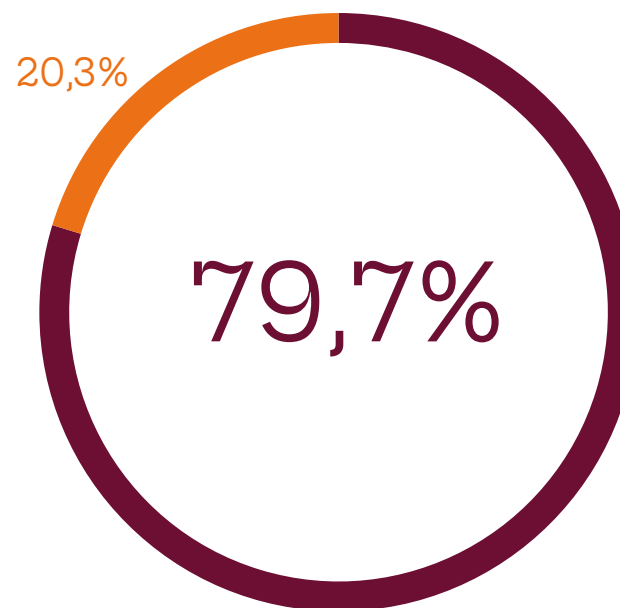
¹Local (cidades até 100 km do empreendimento), Regional (cidades acima de 100km até 500 km do empreendimento), Nacional (cidades acima de 500 km do empreendimento). ²Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.
 Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

Performance setorial



Mais de 180 mil empregos gerados no país pelo setor

Total de empregos gerados pelo setor de entretenimento (2023):



■ Funcionários diretos fixos ■ Funcionários terceirizados fixos

“

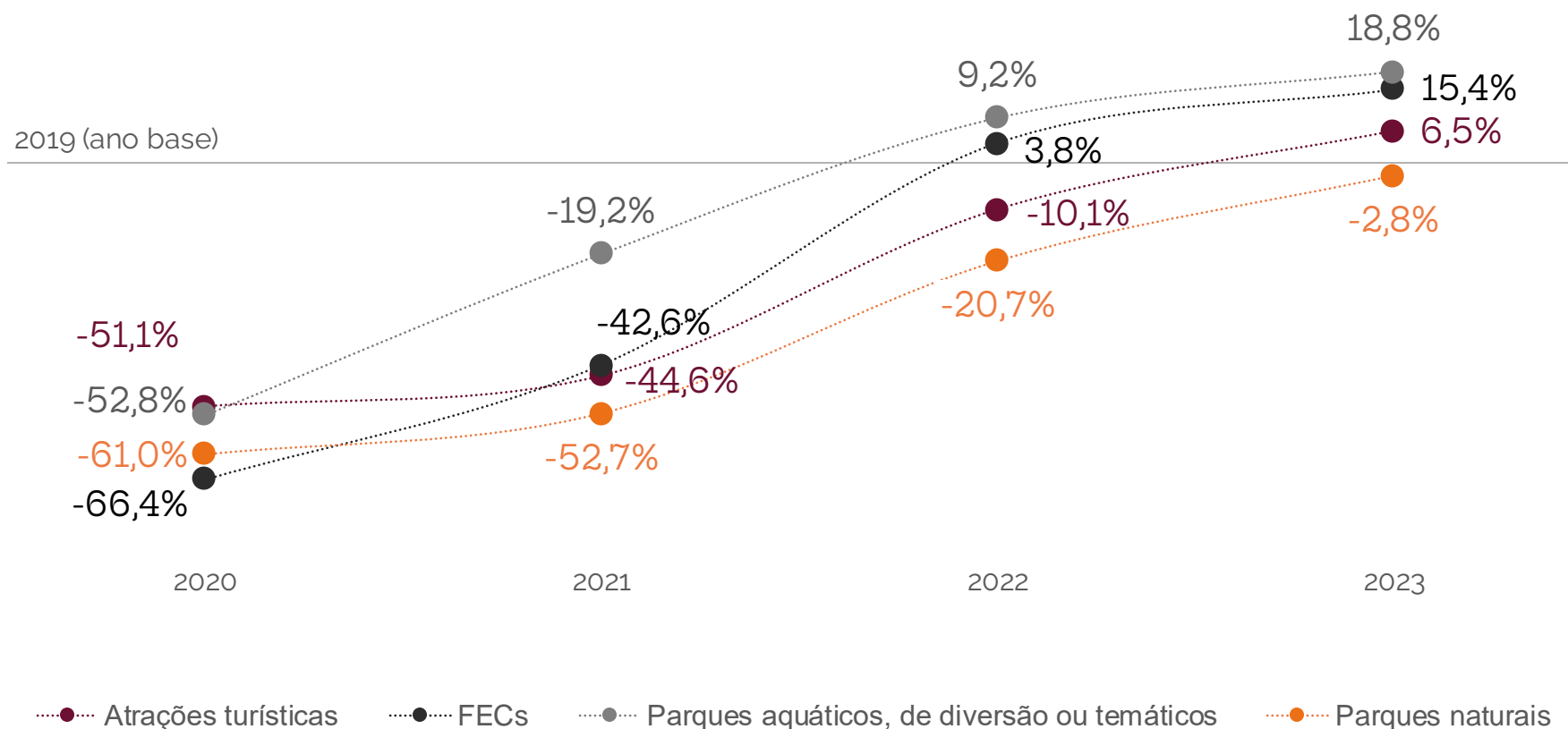
No Brasil, o setor de entretenimento gera mais de 36 mil empregos fixos diretos, além de 13 mil trabalhadores temporários durante períodos de alta demanda. Além disso, esses estabelecimentos contribuem para a criação de aproximadamente 132 mil empregos indiretos. Em comparação com a primeira edição do estudo, foram feitos alguns ajustes no volume de empregos em razão dos novos números reportados pelos empreendimentos pesquisados.

”

¹Máximo de funcionários contratados em períodos de alta ocupação. ²O multiplicador utilizado para o cálculo de empregos indiretos foi de 3,7, conforme indicado pelo Sindepat e Adibra, aplicado sobre o volume de empregos diretos fixos (funcionários próprios + terceirizados).
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024. Dados estimados para o universo de mais de 755 empreendimentos.

14% de aumento acumulado de visitantes (vs 2019)

Evolução de visitantes no setor (ano base 2019)¹:



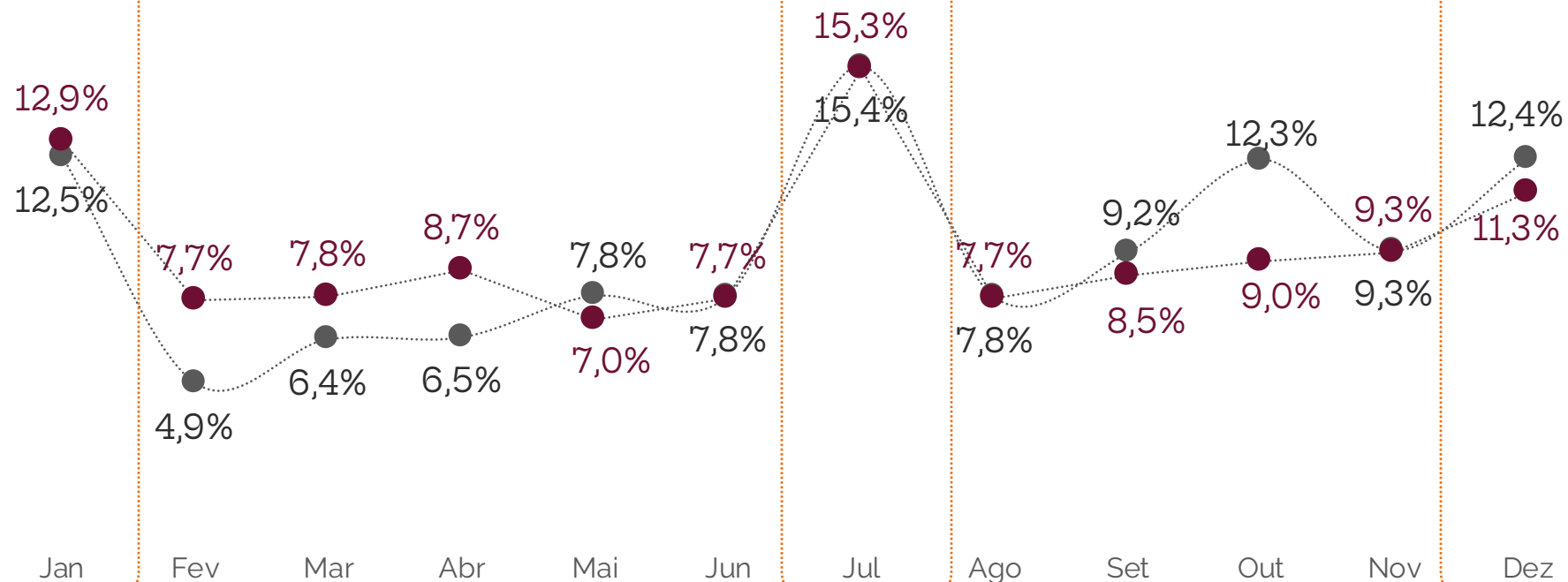
“ Os números abrangem apenas os empreendimentos que já estavam em operação desde 2019 e que responderam a pesquisa. Nota-se um claro crescimento de todos os segmentos do setor de entretenimento. Entre os perfis de organizações pesquisadas, o único que não recuperou 100% da demanda pré-pandemia foram os parques naturais. ”

¹Apenas parques e atrações turísticas que já estavam em funcionamento em 2019.
 Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

Férias escolares trazem pico de demanda para o setor

Sazonalidade de visitantes no setor (2023):

● FECs ● Parques e atrações turísticas



“

O setor de entretenimento compartilha uma sazonalidade semelhante, com foco nas férias escolares e feriados. Esses períodos são caracterizados por um aumento significativo no número de visitantes e contratação de funcionários temporários, à medida que famílias e turistas buscam atividades de lazer e diversão durante os seus momentos de lazer.

”

Gastos per capita sobem valor *versus* 2022 (+8%)

Ticket per capita (2023):



Ticket per capita total



Ingressos²



Alimentos e bebidas
(gestão própria)



Outros³

Parques¹ e
atrações
turísticas

R\$ 132

R\$ 75

R\$ 39

R\$ 18

FECs⁴

R\$ 53

R\$ 47

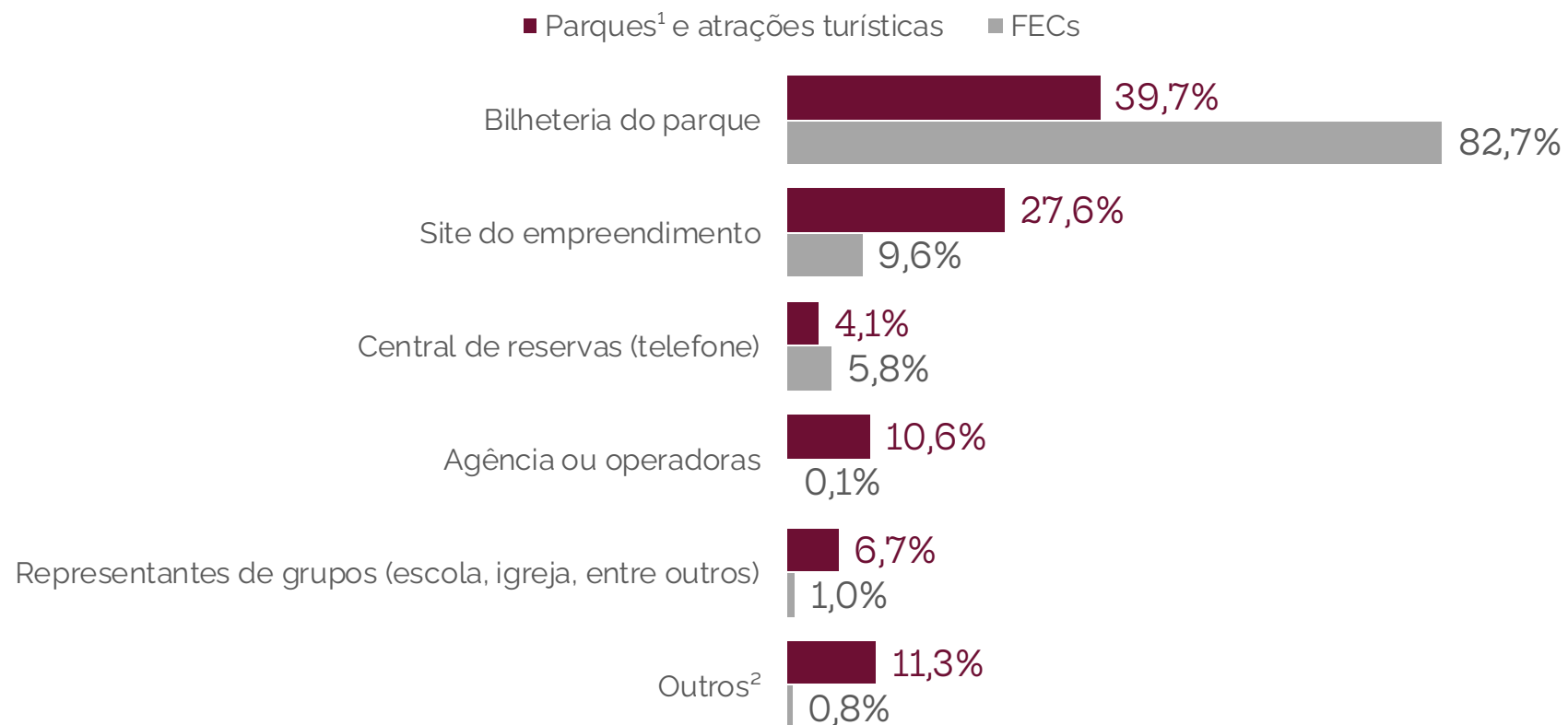
R\$ 6

R\$ 1

¹Parques de diversão, temáticos, naturais e atrações turísticas. Total de parques na análise: 61 respondentes. ²Entrada ao empreendimento, *fast pass*, passaporte anual, etc. ³*Souvenirs*, estacionamento, aluguéis de equipamentos, etc. ⁴Parques itinerantes não foram considerados na análise como na edição de 2023. FECs e parques de trampolim não possuem uma grande oferta de alimentos e bebidas.

Compras diretas predominam entre os canais de venda

Representatividade de cada canal de venda (2023):



“

As compras de ingressos por meio de canais diretos são as mais comuns. Esse método é particularmente prevalente nas FECs, atingindo cerca de 99%, seguidas por 72% nos parques e atrações turísticas. Optar por esse tipo de venda implica em um ticket médio mais elevado, uma vez que não há comissões a serem pagas a terceiros.

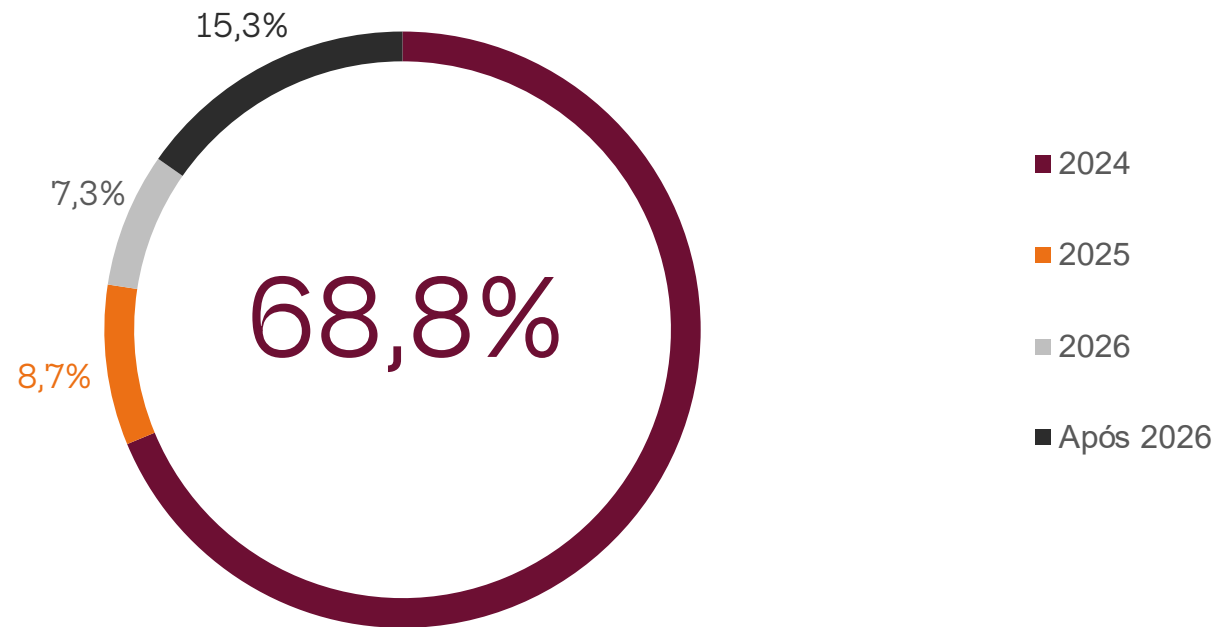
”

¹Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

²Outros canais como hotéis, pousadas e demais parceiros.

R\$ 5,9 bilhões de investimento em 221 empreendimentos

Prazo de conclusão dos reinvestimentos previstos em projetos já aprovados internamente:



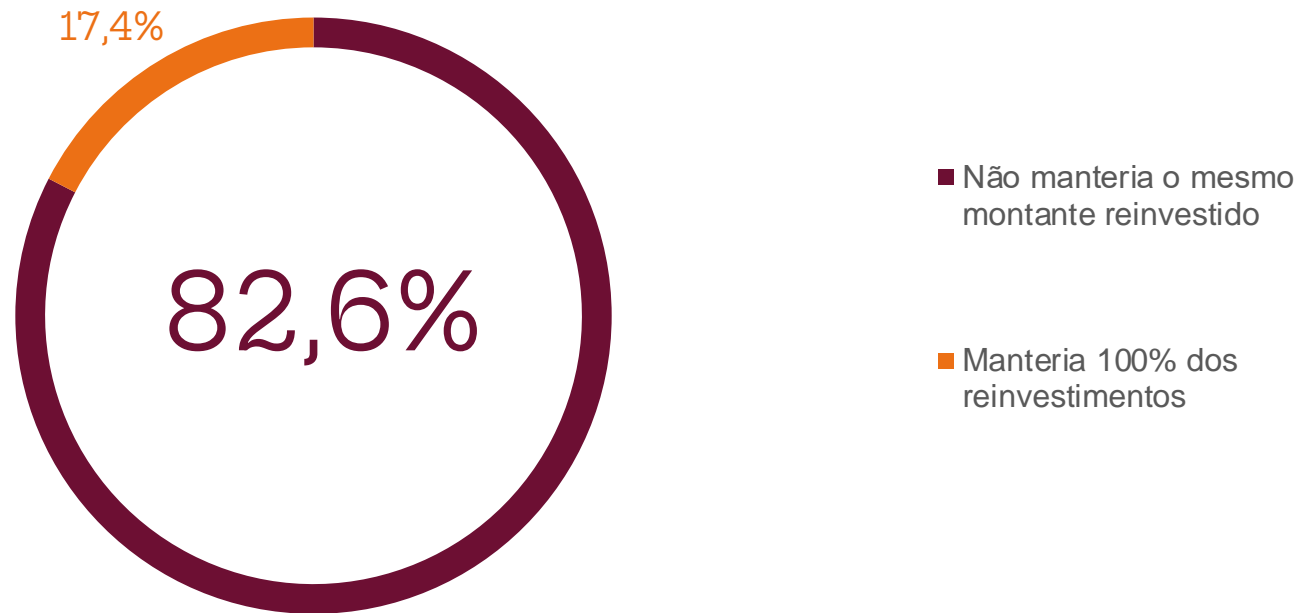
“

Dos 265 empreendimentos que responderam ao questionário, 221 têm planos concretos de reinvestimento. Isso demonstra o compromisso do setor de entretenimento com a melhoria contínua e a inovação. As renovações e ampliações projetadas atingem a marca de R\$ 5,9 bilhões no total. Esses investimentos impulsionam o crescimento e a competitividade do setor.

”

Apenas 17% manteria todo o reinvestimento sem o PERSE¹

% dos respondentes que manteriam os reinvestimentos feitos em 2023 sem o PERSE¹:



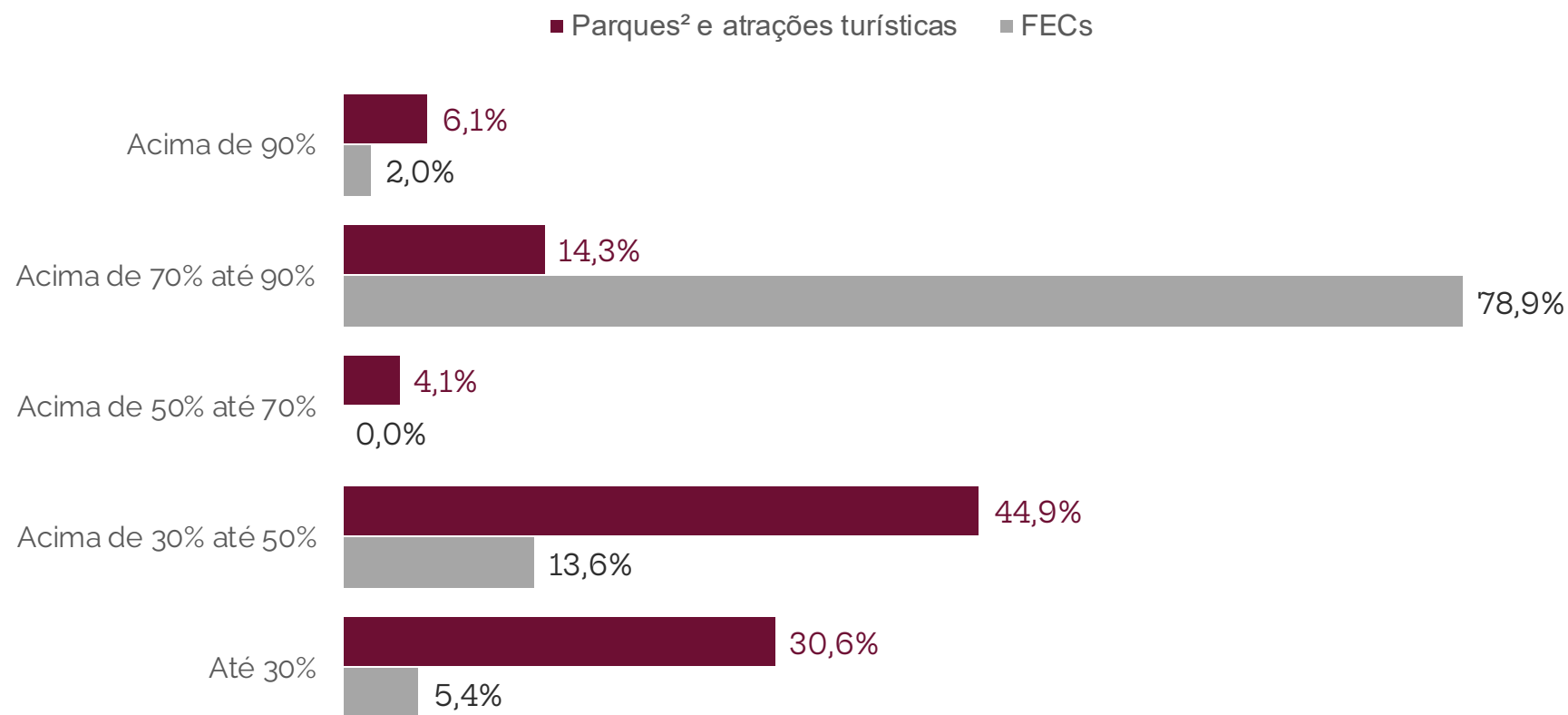
“

O PERSE¹ desempenhou um papel crucial no apoio ao setor de entretenimento, fornecendo estímulo econômico em meio aos desafios durante a pandemia. As empresas beneficiadas direcionaram recursos economizados com impostos em reinvestimentos estratégicos, que por sua vez estimulam a visitação, empregos e a economia. Sem o PERSE, 83% dos investimentos no setor não aconteceriam na mesma proporção.

”

Queda de reinvestimento seria significativa sem o PERSE¹

Queda dos reinvestimentos feitos em 2023 caso não houvesse o PERSE¹:



“

Sem o PERSE¹, a maioria dos investimentos projetados para a oferta atual não existiria. Notavelmente, 81% das FECs relataram que pelo menos 70% do valor destinado ao reinvestimento não teria sido aprovado. Da mesma forma, parques² e atrações turísticas também reduziram expressivamente os investimentos se não fosse o PERSE.

”

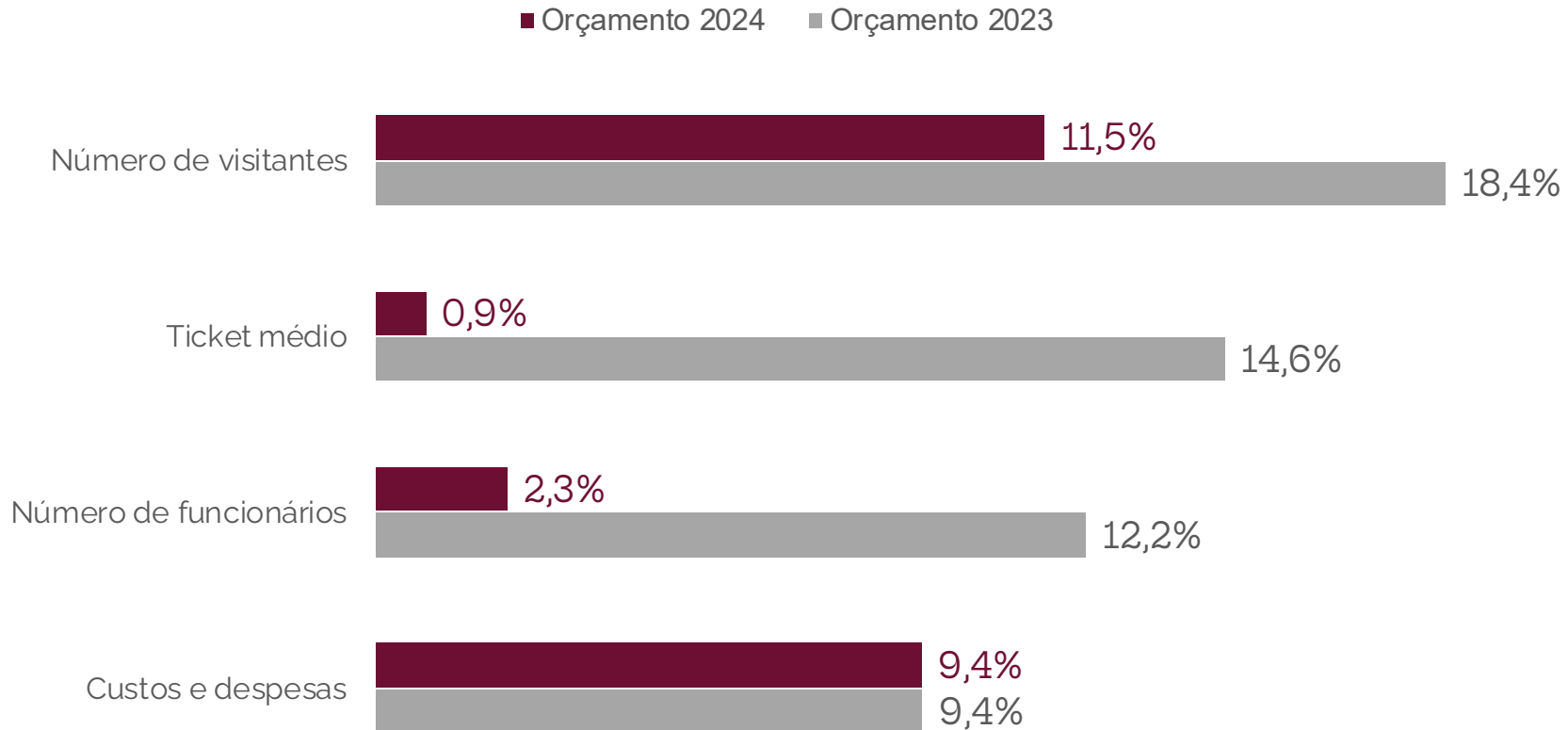
¹Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

²Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.

Perspectivas e avaliação do setor

Nº de visitantes será o principal *driver* de crescimento

Perspectiva de evolução percentual (%) no orçamento *versus* o ano anterior:



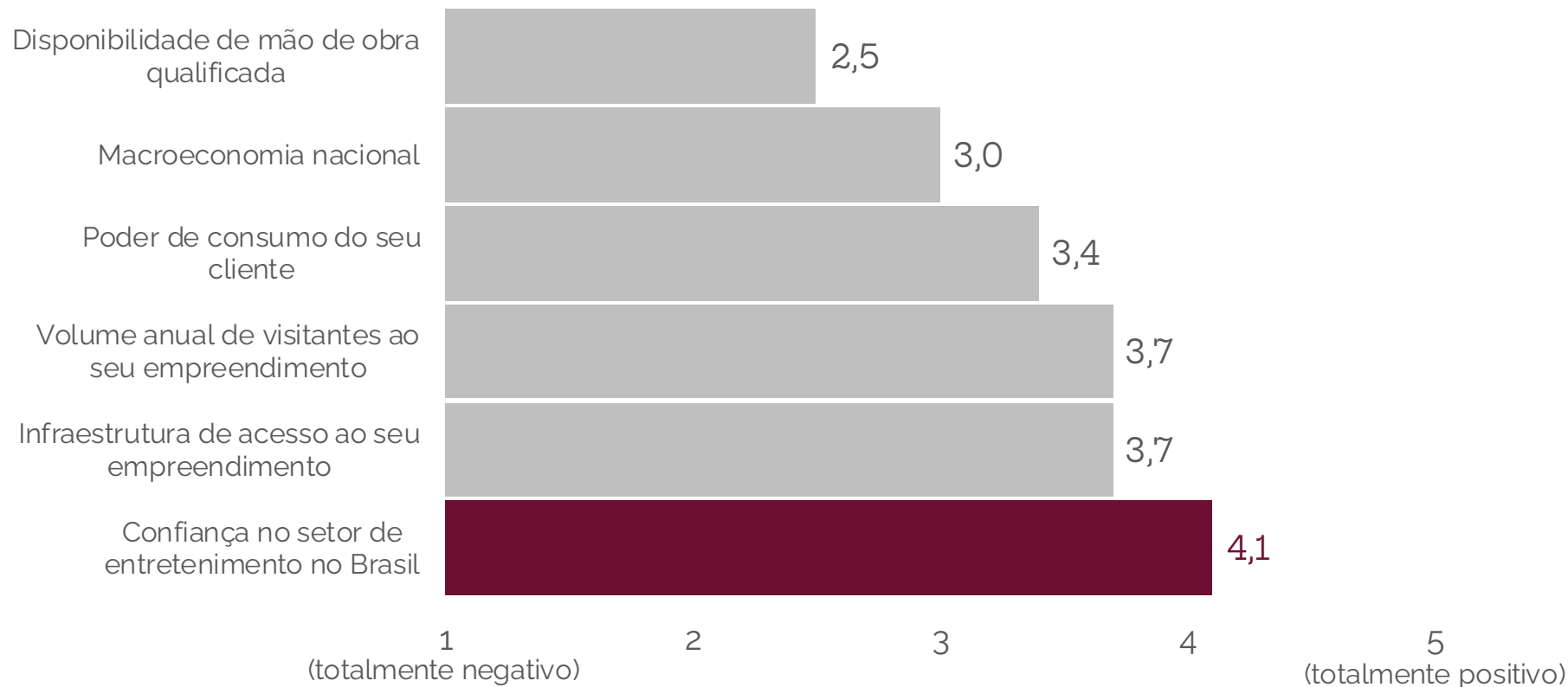
“

As empresas do setor de entretenimento adotaram uma postura mais cautelosa em relação ao crescimento das receitas em 2024. Em número de visitantes, ainda se espera crescimento de dois dígitos, estimulado também pelos novos investimentos. Já em ticket médio e em novos empregos, prevê-se estabilidade. Um ponto de atenção são os custos e despesas. Sem aumento de ticket médio, caso os visitantes não cresçam, as margens podem encolher no próximo ano.

”

Confiança no setor permanece positiva em 2024

Avaliação de pontos estratégicos de impacto no setor¹:



“

A confiança permanece alta, impulsionada principalmente pelo contínuo aumento no número de visitantes, como refletido nas projeções orçamentárias. No entanto, o poder de consumo apresenta uma nota mais tímida, devido às incertezas que permeiam a macroeconomia nacional. Além disso, a busca por mão de obra qualificada continua sendo uma preocupação constante para o setor.

”

¹Média em uma escala de 1 (totalmente negativo) a 5 (totalmente positivo).
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

755 empreendimentos e +128 milhões de visitantes

Grandes números | Setor pujante e ainda em crescimento

- Mais de 36 mil empregos diretos fixos, incluindo os terceirizados. E 132 mil indiretos.
- Expectativa de crescimento de visitantes em 11% para 2024.
- 83% dos respondentes não manteriam os reinvestimentos do último ano sem o PERSE.



+128 milhões
visitantes



R\$ 8,2 bi
faturamento



R\$ 5,9 bi
em reinvestimentos
previstos



“

**Setor segue em
crescimento.**

Novos investimentos
estimularão a demanda.

”



Novos investimentos

97 projetos identificados.
+R\$ 9,5 bi em investimentos

- Projetos identificados
- Perfil da demanda
- Estágio de desenvolvimento
- Principais *insights*



53 novos empreendimentos foram mapeados

Na primeira edição do estudo, foram mapeados 63 projetos em desenvolvimento. Destes, até o momento inauguraram 19. Na edição atual, outros novos 53 projetos foram anunciados, resultando em um saldo de 97 negócios de entretenimento em estruturação no Brasil.



2023
63

empreendimentos
mapeados



19

empreendimentos
inaugurados



40

idades receberiam
novos projetos



11 mil

empregos diretos
nos novos projetos



R\$ 9,6 bi

de investimento em
novos projetos

2024
97

empreendimentos
mapeados

53

Empreendimentos
novos

51

idades mapeadas
com novos projetos

15 mil

empregos diretos
são estimados

R\$ 9,5 bi

de investimento em
novos projetos

Novos projetos identificados



Total de 97 novos empreendimentos identificados

Apesar do aumento de novos projetos, o volume de investimento é similar à edição anterior em razão da abertura de grandes parques e da identificação de novos projetos de porte menor. Não se tratam de renovações de empreendimentos atuais, mas sim de novos projetos, em diferentes fases de desenvolvimento. Do total de 97 projetos identificados, 26 responderam ao questionário do estudo.

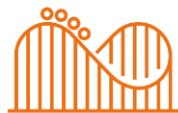


97

total de
novos projetos

26

responderam os
questionários



18

parques de
diversão/temáticos

7

responderam os
questionários



20

parques
aquáticos

3

responderam os
questionários



22

FECs¹ e parques de
trampolim

8

responderam os
questionários



32

atrações
turísticas

7

responderam os
questionários



4

parques
naturais ²

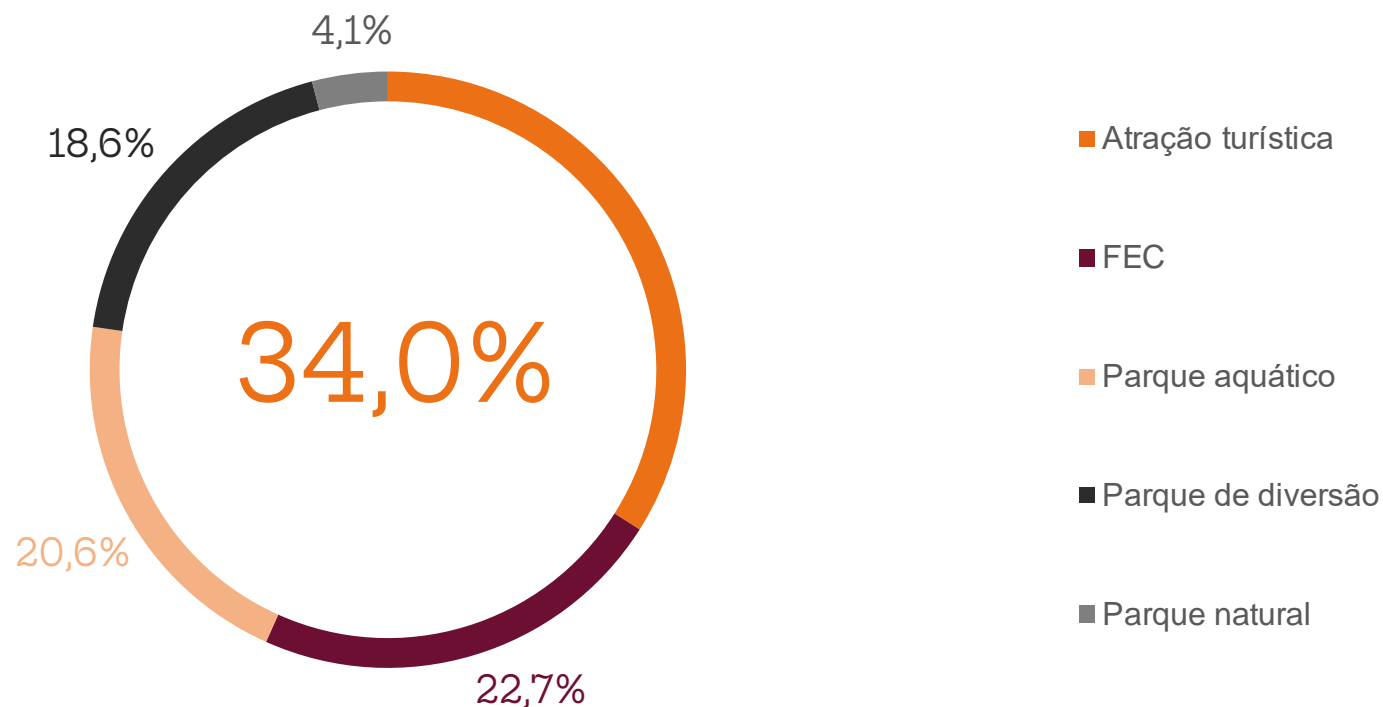
1

respondeu o
questionário

¹Centro de entretenimento familiar. ²Parques privados ou em processo de concessão à iniciativa privada.

Empreendimentos de vocação turística lideram a lista

Distribuição dos novos investimentos por número de projetos:



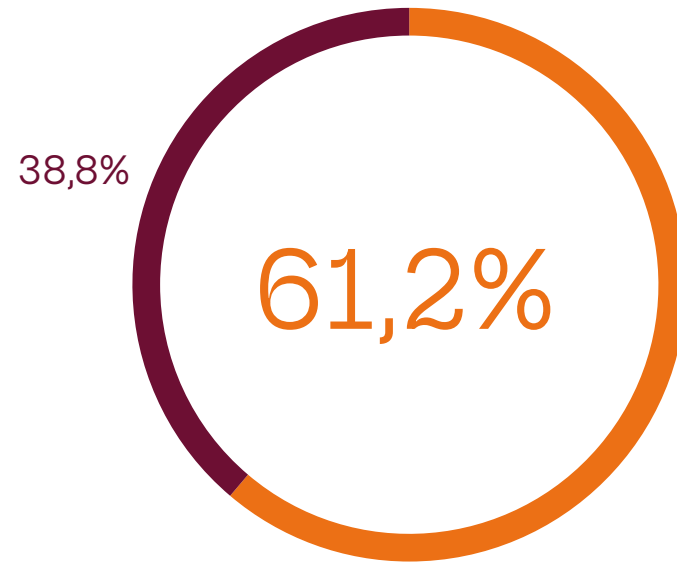
“

Em comparação com o estudo anterior, alguns grandes parques foram inaugurados em 2023. Dos novos projetos mapeados, incluem-se parques de menor porte com capacidade de até 3 mil pessoas por dia, FECs, atrações turísticas como teleféricos e rodas gigantes, bem como parques naturais em processo de concessão à iniciativa privada.

”

Entretenimento avança projetos turístico-imobiliários

Negócios ofertados:



■ Apenas entretenimento

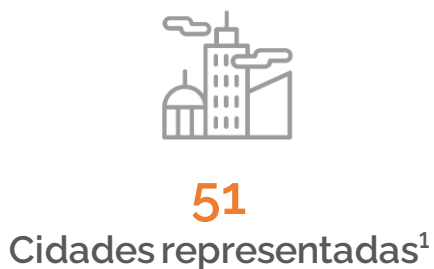
■ Entretenimento com hotelaria, timeshare ou multipropriedade

“

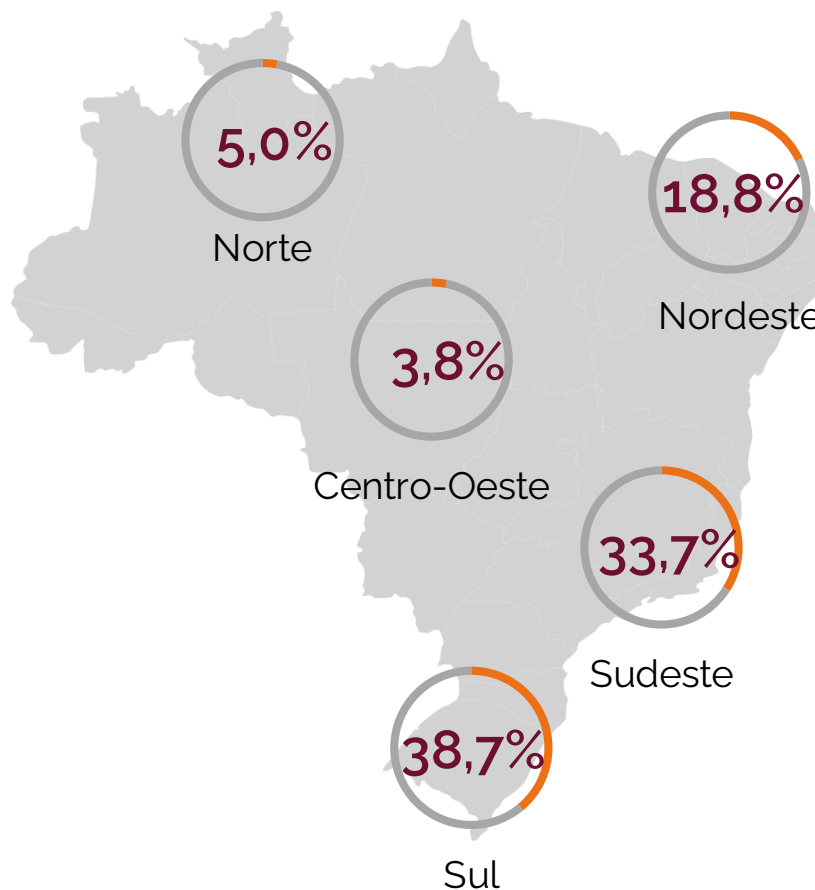
O entretenimento continua se mostrando o elemento central de muitos empreendimentos turístico-imobiliários. O percentual de empreendimentos que ofertam projetos de *timeshare*, multipropriedade ou hotelaria se mantém estável comparado ao último relatório (39% *versus* 40% em 2023).

”

Dispersão por 18 estados e 51 cidades do país



Oferta de parques e atrações turísticas por região¹:



“

Os novos investimentos se estendem por todo o país. Os principais centros econômicos nacionais, Sul e Sudeste, lideram a nova oferta com parques de maior porte. Na região Norte, Nordeste e Centro-Oeste, destaques a parques aquáticos, aquários ou atrações de entretenimento dentro de parques naturais.

”

¹Não foram consideradas FECs.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

R\$ 9,5 bilhões serão investidos em 97 projetos

Estimativas previstas para os próximos anos:



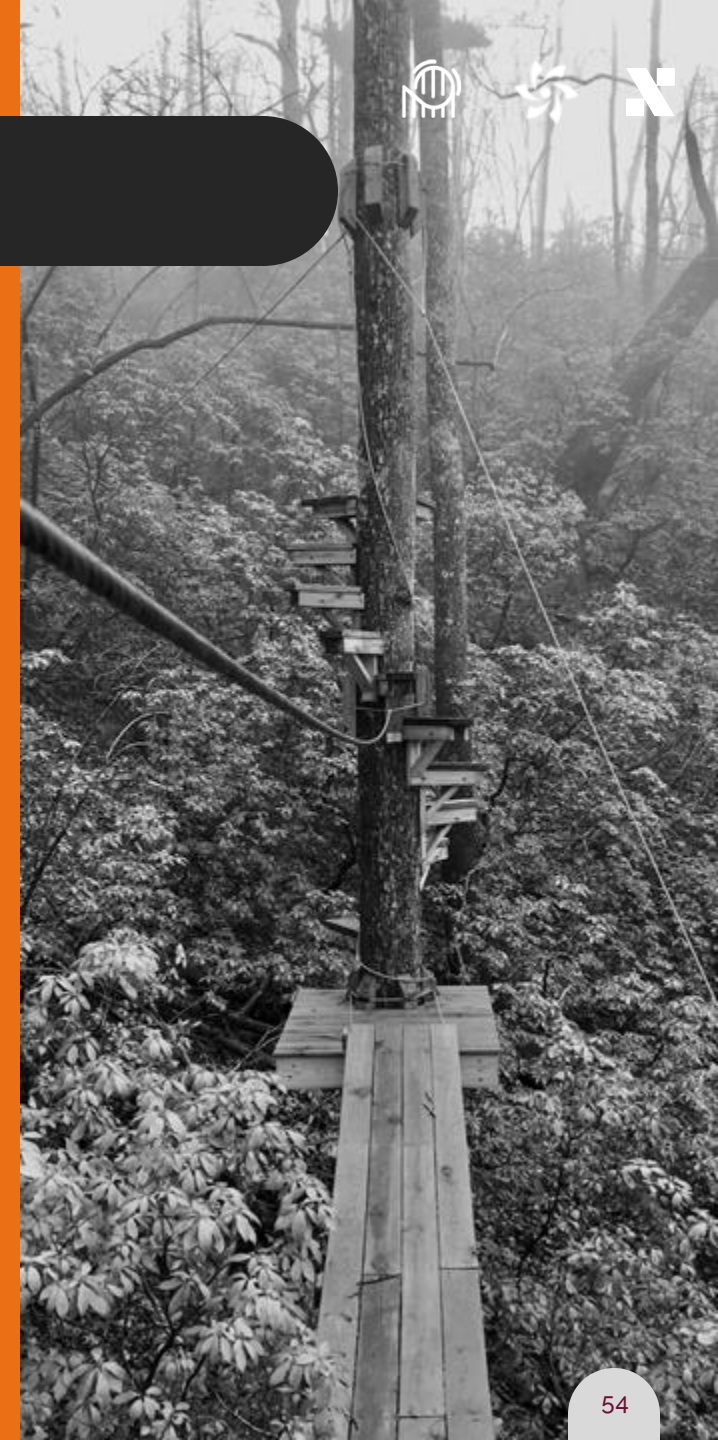
R\$ 9,5 bilhões

em novos projetos
identificados



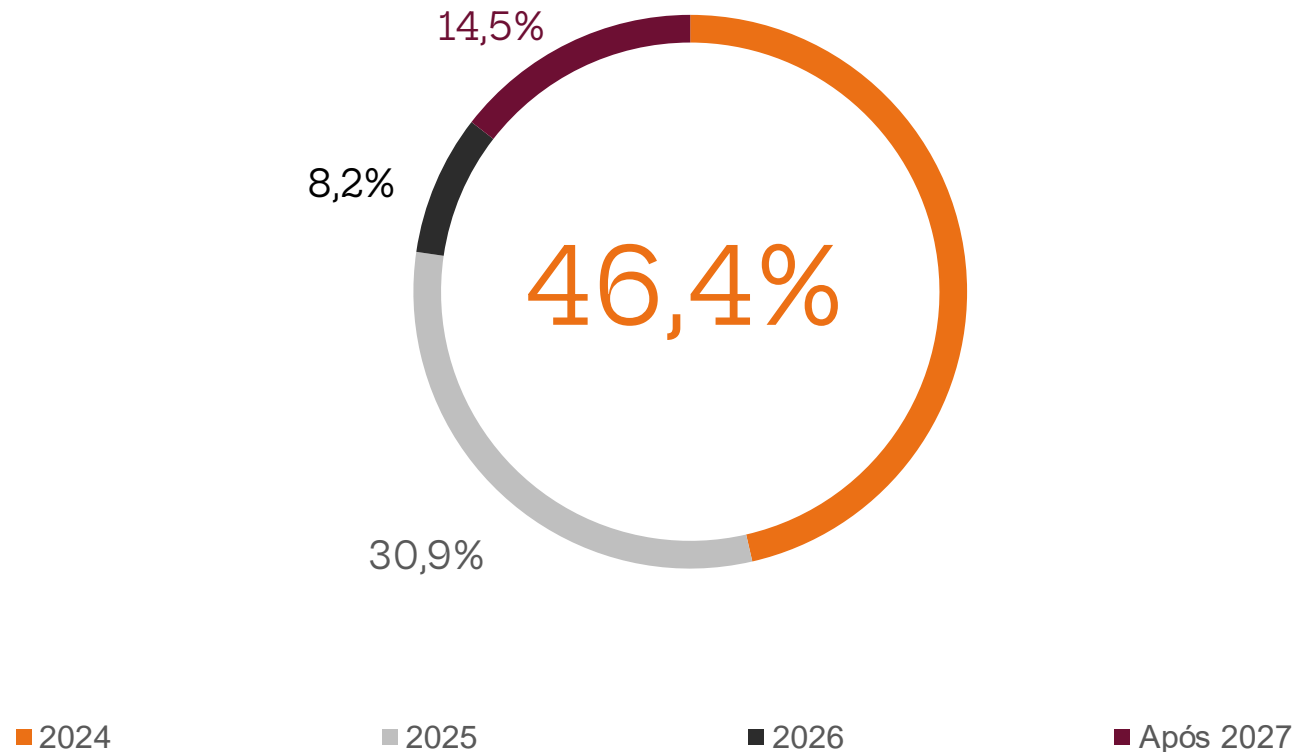
15 mil

empregos diretos fixos
estimados



46% das novas atrações abrirão ainda em 2024

Prazo de conclusão dos novos investimentos:



“

46% dos projetos mapeados estão atualmente em estágio avançado de construção e serão inaugurados em 2024. Pelo menos 17 parques, inicialmente planejados para o final de 2023, postergaram sua inauguração para o início de 2024.

”

Perfil da demanda



Famílias com crianças são o principal foco dos projetos

Perfil almejado predominante dos respondentes¹:



Faixa etária

Adultos e famílias com crianças de até 10 anos



Renda familiar

Predominância da classe média



Origem geográfica do visitante

Foco nos públicos locais e regionais

“

Novos investimentos continuam almejando famílias com crianças da classe média, com alguns aspirando também a classe A. Concentração de visitantes locais e regionais, com uso predominante do modal rodoviário para acessar os empreendimentos.

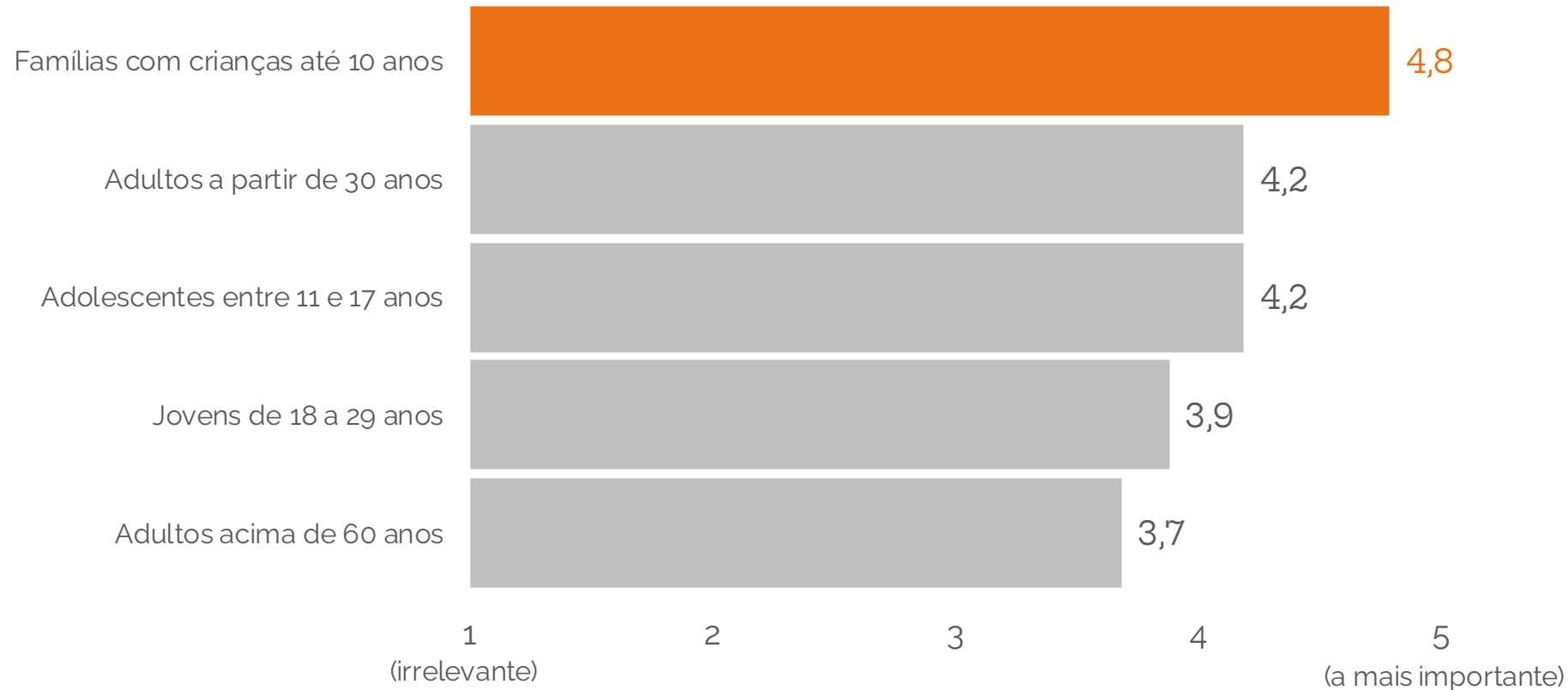
”

¹A amostra de respondentes desta pesquisa inclui parques temáticos, parques aquáticos, FECs, atrações turísticas e parques naturais privados ou em processo de concessão.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

O principal alvo são crianças e adolescentes

Relevância de cada **faixa etária** na demanda potencial do projeto:



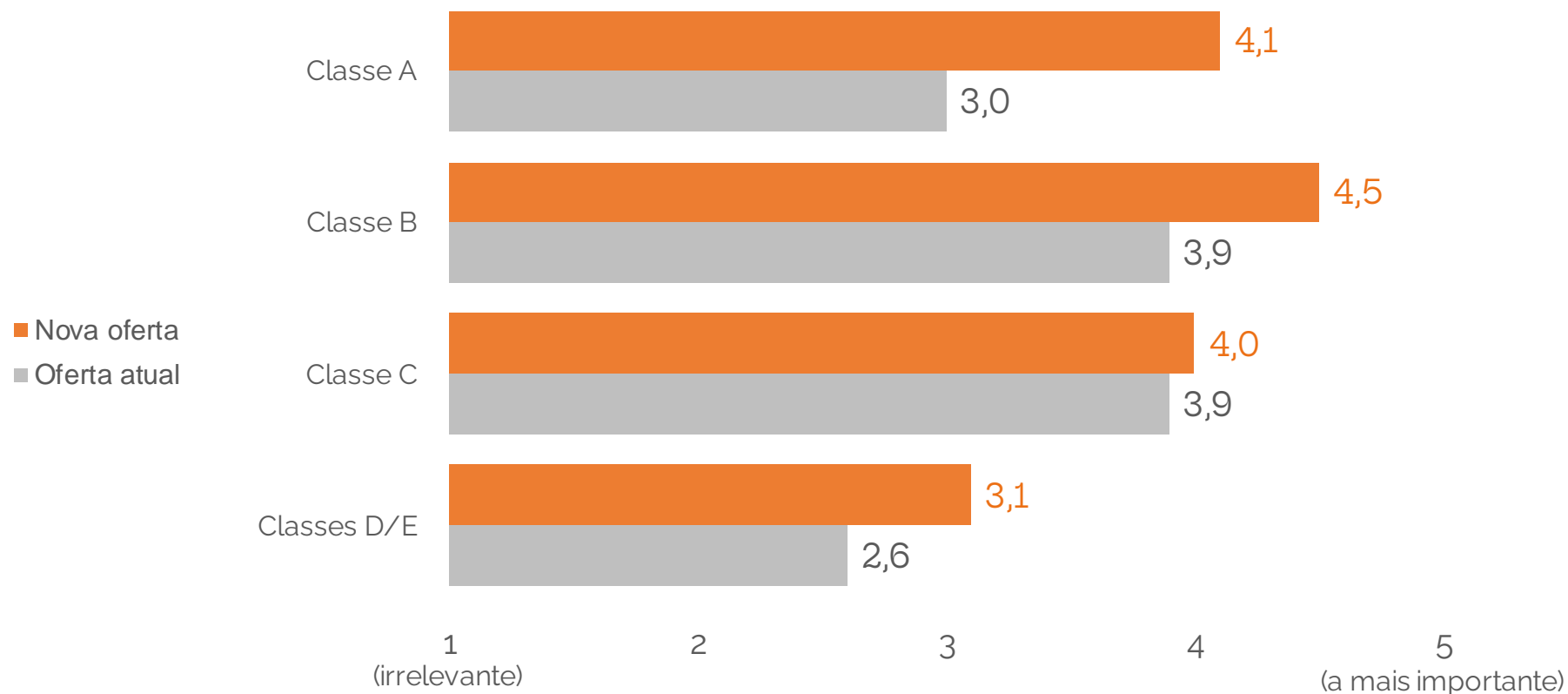
“

Parques e atrações turísticas estão sendo desenvolvidos para atender a uma ampla faixa etária, mas o principal enfoque continua em famílias com crianças até 10 anos.

”

Projetos novos visam um público mais qualificado

Relevância de cada **classe social** na demanda potencial do projeto¹:



“

Os empreendimentos atuais dependem predominantemente das classes B e C. Para os novos projetos, nota-se o objetivo de atender também a um público com maior poder aquisitivo.

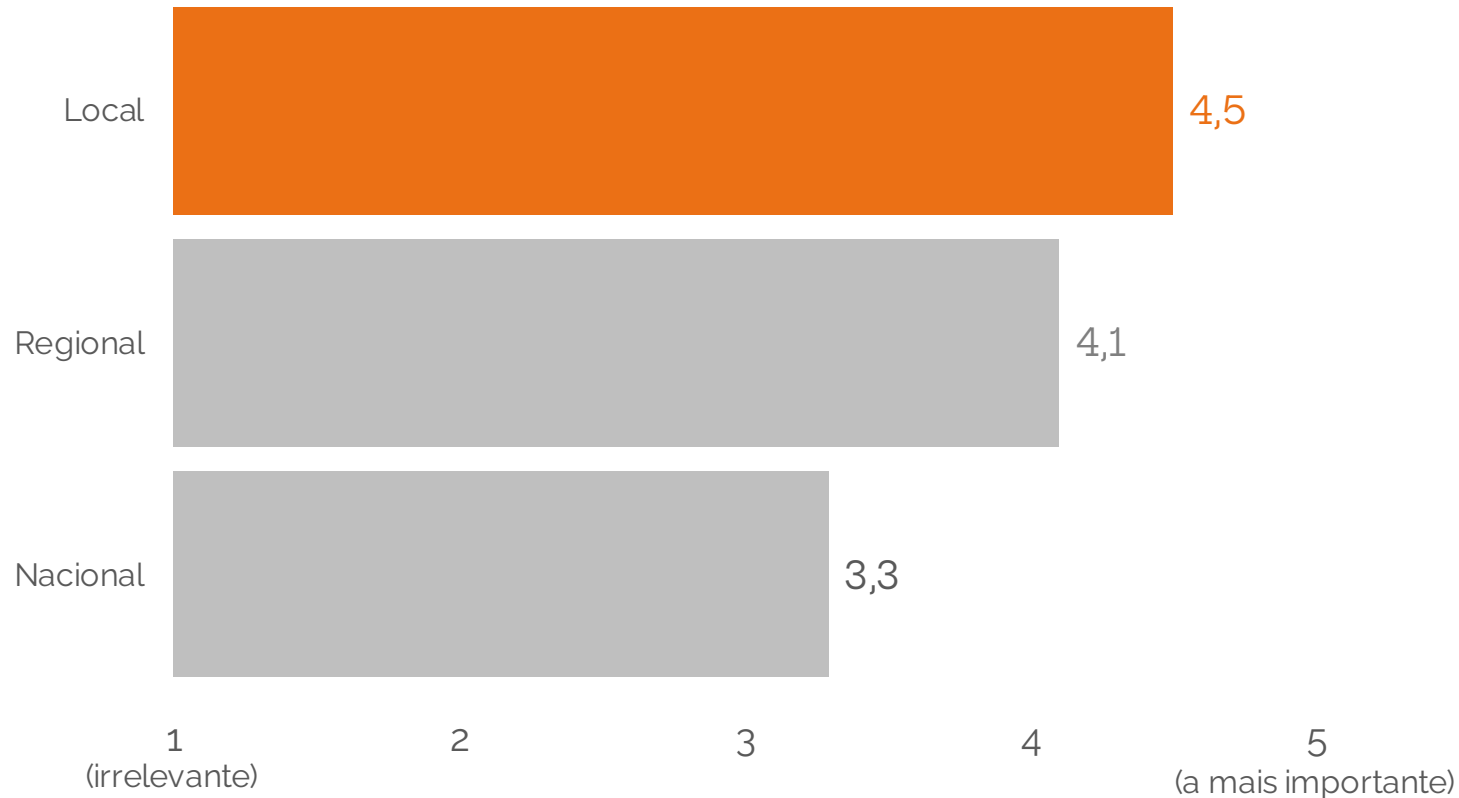
”

¹Classe A (renda mensal domiciliar superior a R\$ 22 mil), Classe B (renda mensal domiciliar entre R\$ 7,1 mil e R\$ 22 mil), Classe C (renda mensal domiciliar entre R\$ 2,9 mil e abaixo de R\$ 7,1 mil), Classes D/E (renda mensal domiciliar abaixo de R\$ 2,9 mil).

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

Público local é o mais relevante em projetos novos

Relevância de cada **origem geográfica** na demanda potencial do projeto¹:



“

Concentração no público local se dá em razão de 1/3 dos novos investimentos ser de FECs. Para os parques e atrações turísticas, a representatividade da demanda regional, e até nacional, aumenta.

”

¹Local (cidades até 100 km do empreendimento), Regional (cidades acima de 100km até 500 km do empreendimento), Nacional (cidades acima de 500 km do empreendimento).

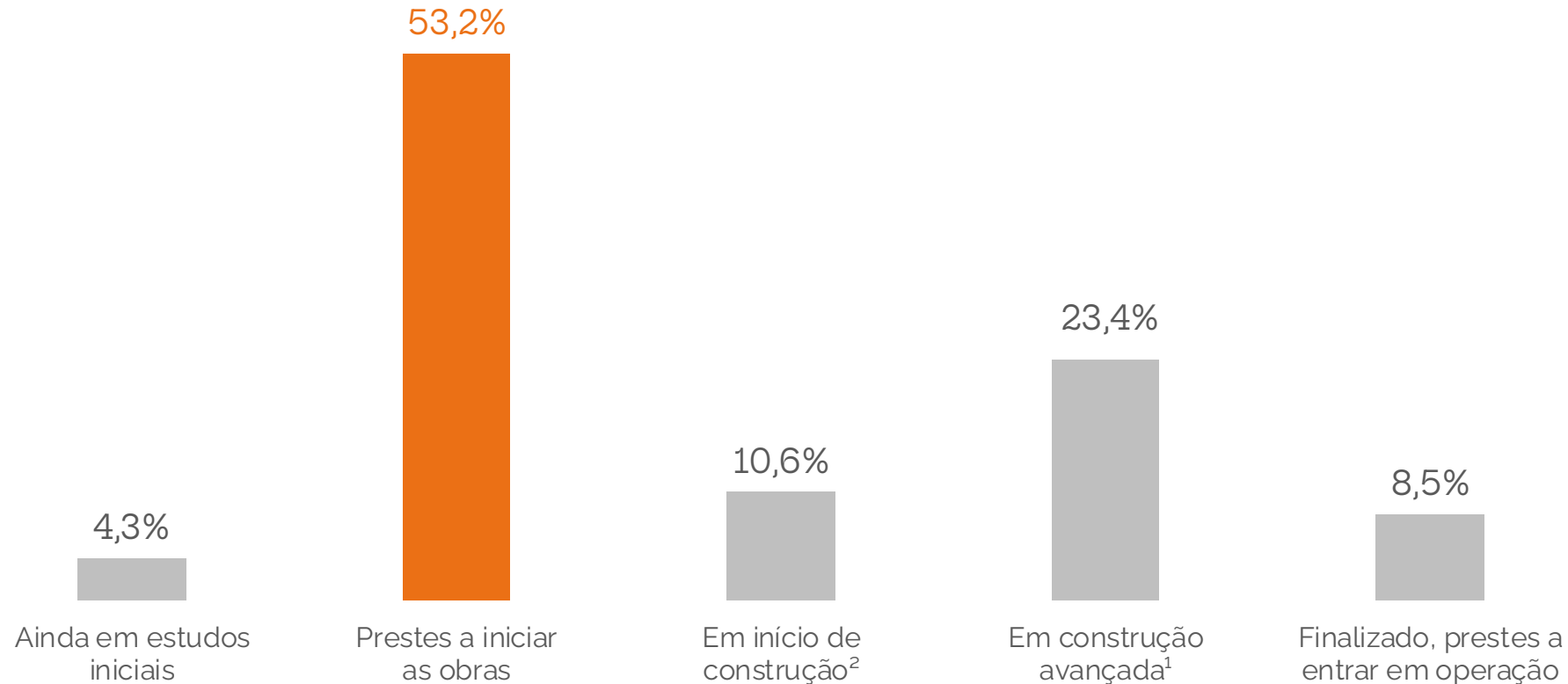
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

Estágio de desenvolvimento



Maioria dos projetos em início de desenvolvimento

Estágio de desenvolvimento dos novos projetos:



“

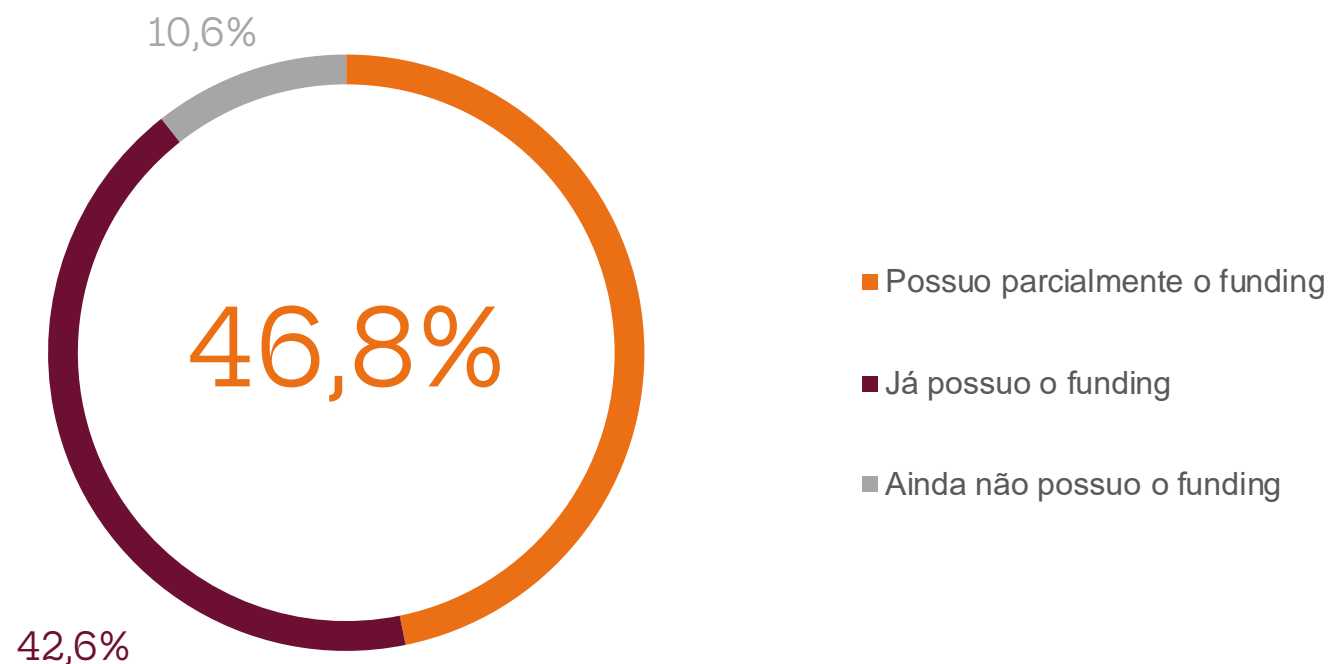
Cerca de 27,7% dos projetos estão atualmente em estágio avançado de construção ou já foram finalizados, enquanto a maioria, representando 72,3%, encontra-se em fase inicial de construção ou está prestes a iniciar suas obras.

”

¹Mais de 30% da obra concluída. ²Até 30% da obra concluída.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2024.

89,4% dos projetos possuem *funding* ao menos parcial

Situação do *funding* para a construção do projeto:



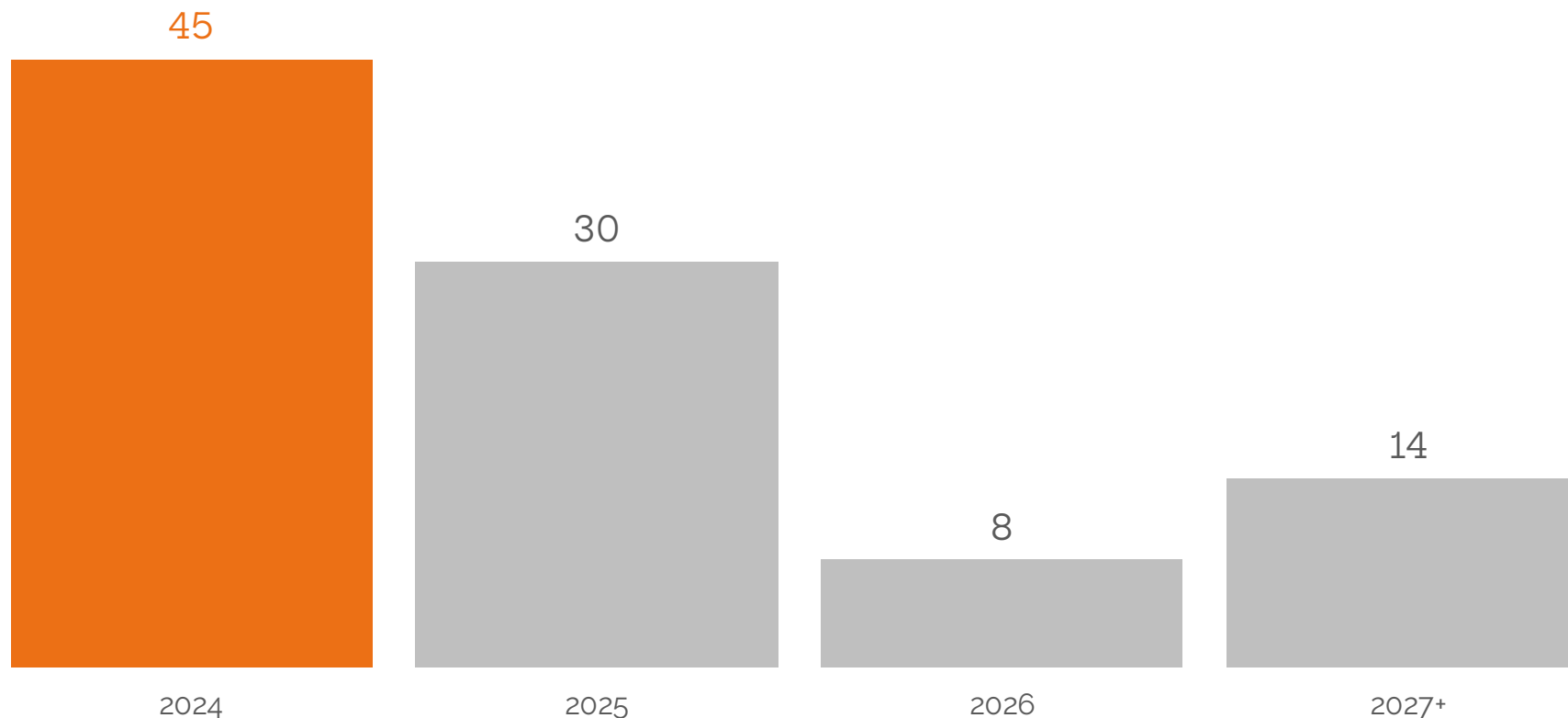
“

Dos novos investimentos mapeados, 73% são provenientes de grupos que detêm parques e atrações turísticas relevantes no país. O PERSE desempenhou um papel significativo como *funding* dos novos projetos. Sem ele, o volume de investimentos cairia no Brasil, pois as alternativas de financiamentos têm custo alto e condições não ideais para a maioria dos projetos.

”

77% das aberturas concentram-se até o final de 2025

Aberturas previstas por ano em número de empreendimentos:



“

Dos projetos mapeados, a maioria já possui ao menos parcialmente o capital necessário para a construção, especialmente os de menor porte e em estágio avançado de desenvolvimento. Esse perfil de empreendimentos justifica a concentração das inaugurações previstas para 2024 e 2025.

”

Investimentos em entretenimento continuam crescendo

Novos investimentos | 9,5 bilhões estimados de investimento nos novos projetos

- Distribuição por 18 estados e 51 cidades, em centros urbanos e destinos turísticos.
- +88% com *funding* ao menos parcialmente equacionado, impulsionado pelo PERSE.
- *Timeshare* e multipropriedade como propulsores de investimentos em 39% dos projetos.



97 projetos

novos
investimentos



+15 mil

empregos diretos
fixos estimados



R\$ 9,5 bi

de investimentos em
novos projetos



“

Novos investimentos
estimularão ainda mais
visitantes e a economia

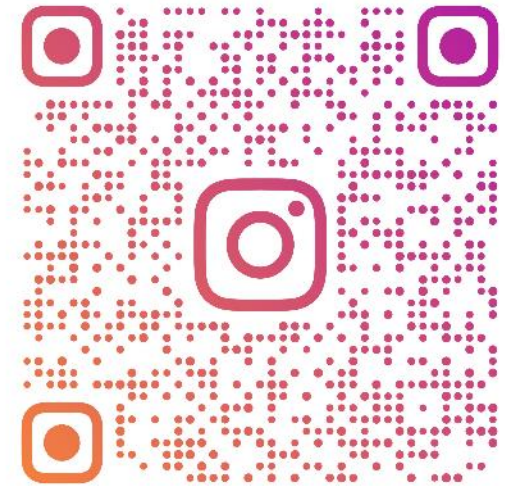
”

**QUER RECEBER
MAIS ANÁLISES?**

SIGA A NOCTUA



Clique na imagem ou escaneie



SOMOSNOCTUA

